ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583

AÜSBD

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi

Anadolu University Journal of Social Sciences

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Fuat ERDAL

Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Fuat ERDAL

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

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

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

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

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

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

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

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

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Editör / Editor

Saime ÖNCE

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

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

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

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

Teknik Editör / Technical Editor

Gülgün BULUT

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey

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

Faks/Fax: +90 222 335 08 95

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

Yayın Kurulu / Editorial Board

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

Alan Editörleri / Field Editors

Aytül Ayşe CENGİZ (Anadolu Üniversitesi)
Aras BOZKURT (Anadolu Üniversitesi)
Aziz Arman KARAGÜL (Anadolu Üniversitesi)
Baki DUY (Anadolu Üniversitesi)
Banu UÇKAN HEKİMLER (Anadolu Üniversitesi)
Bedia Yelda OLCAY UÇKAN (Anadolu Üniversitesi)
Demet KURTOĞLU TAŞDELEN (Anadolu Üniversitesi)
Erkan ÖZATA (Anadolu Üniversitesi)
Erkan YÜKSEL (Anadolu Üniversitesi)
Feriştah ALANYALI (Anadolu Üniversitesi)
Fikret ÇELİK (Anadolu Üniversitesi)
Hakan SEZEREL (Anadolu Üniversitesi)
Mustafa Erkan ÜYÜMEZ (Anadolu Üniversitesi)
Mehmet Mahur TULUM (Anadolu Üniversitesi)
Meltem ERDOĞAN (Anadolu Üniversitesi)
Mesude Canan ÖZTÜRK (Anadolu Üniversitesi)
Özlem OKTAL (Anadolu Üniversitesi)
Temmuz GÖNÇ ŞAVRAN (Anadolu Üniversitesi)
Tolga AKKAYA (Anadolu Üniversitesi)

Dil Editörleri / Language Editor

Hülya PİLANCI (Anadolu Üniversitesi)
Özlem UZUN (Anadolu Üniversitesi)

Görsel Tasarım ve Dizgi / Graphic Design & Typest

Gülgün BULUT (Anadolu Üniversitesi)

Danışma Kurulu / Advisory Board

Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi
Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi
Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi
Ali Resül USUL - Anadolu Üniversitesi
B. Yelda UÇKAN- Anadolu Üniversitesi
Betül DEMİRCİ - Anadolu Üniversitesi
Bülent AÇMA- Anadolu Üniversitesi
C. Hakan AYDIN - Anadolu Üniversitesi
C. Hakan KAĞNICIOĞLU- Anadolu Üniversitesi
Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Deniz KAĞNICIOĞLU - Anadolu Üniversitesi
Deniz TAŞCI- Anadolu Üniversitesi
E. Nezih ORHON - Anadolu Üniversitesi
Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi
Ergün KAYA- Anadolu Üniversitesi
Erinç YELDAN - Bilkent Üniversitesi
Erol KUTLU- Anadolu Üniversitesi
F. Zeynep ÖZATA - Anadolu Üniversitesi
Fatih TEMİZEL - Anadolu Üniversitesi
H. Zümrüt TONUS- Anadolu Üniversitesi
Hakan KARAKEHYA- Anadolu Üniversitesi
Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi
Halit Turgay ÖNALAN - Anadolu Üniversitesi
H. Rafet YÜNCÜ – Anadolu Üniversitesi
Hüseyin Sabri ALANYALI – Anadolu Üniversitesi
İbrahim KAYA - Anadolu Üniversitesi
John GRAHL - Middlesex University
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Kayseri Üniversitesi
Mehmet Şükrü AKDOĞAN - Erciyes Üniversitesi
Mesut AYGÜN - Anadolu Üniversitesi
Metin TOPRAK - İstanbul Üniversitesi
Michael BASIL - University of Lethbridge
Michael J. BAKER - University of Strathclyde
Meryem AKOĞLAN KOZAK- Anadolu Üniversitesi
Nezih VARCAN- Anadolu Üniversitesi
Nuray TOKGÖZ - Anadolu Üniversitesi
Oktay EMİR – Anadolu Üniversitesi
Philip J. KITCHEN - Brock University
Selami SEZGİN - Anadolu Üniversitesi
Selim BAŞAR- Anadolu Üniversitesi
Süleyman SÖZEN - Anadolu Üniversitesi
Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada
Tony ROYLE - National University of Ireland
Turgut TOK - Pamukkale Üniversitesi
Tyler COWEN - George Mason University
Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi

Editörden…

Çok değerli araştırmacılarımız ve okurlarımız merhabalar,

Eylül ayının sonlarına geldiğimiz bu günlerde üçüncü sayımızı yayımlıyor olmaktan mutluyuz, gururluyuz. Şu anda okuduğunuz sayımızda yer alan yazılar ile bu zamanların sizler için verimli bir yıl olmasını diliyoruz. Görüldüğü üzere önceki sayılarımızda olduğu gibi bu sayımızda da çok geniş bir yelpazede, niceliğinden ziyade niteliği ile öne çıkan bir içerik sunuyoruz. Tüm sayılarımızda olduğu gibi, bu sayımızdaki makalelerin de bilimsel bilgi birikimine katkı sağlayacağına yürekten inanıyorum.

Tahmin edersiniz ki bu yayının sizlere ulaşmasında pek çok kişinin katkısı ve emekleri yer almaktadır. Değerli yazar ve araştırmacılarımızın çalışmalarını diğer araştırmacı ve okuyucularla buluşturmak için özenli ve özverili çalışmalarıyla dergiye katkı sağlayan alan editörlerimize, hakemlerimize, yayın ve danışma kurullarımıza çok teşekkür ediyoruz. Büyük emeklerle hazırlanmış çalışmalarını dergimize sunan yazarlarımıza ve dergimiz okuyucularına da çok teşekkürler. Ayrıca makalelerin ilgili okuyucu kitlesi ile buluşmasını sağlayan Teknik editörümüz Gülgün Bulut'a da çok teşekkür ediyorum.

Bir sonraki sayımızda görüşünceye dek sağlıcakla kalın, esen kalın.

Sevgi ve Saygılarımla…

Prof. Dr. Saime ÖNCE

From the Editor…

Dear esteemed researchers and readers,

We are very pleased and proud to be with you in the third issue to you in these days as we almost leave September behind. We wish these times turn into a productive year for you with the help of the articles in the issue you are reading now. As you see, in this issue, as in our previous issues, we present a wide range of content that stands out for its quality rather than its quantity. As in all our issues, I strongly believe that the articles in this issue will contribute to scientific knowledge.

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

We hope to meet you all in our next issue.

Love and best regards.…

Prof. Dr. Saime ÖNCE

İçindekiler / Contents

Araştırma Makalesi / Research Article

Türkiye İmalat Sanayinde Yurtiçi Satışlar ve İhracat İlişkisi: BİST Sınai Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama (2010-2020)
The Relationship of Domestic Sales and Export in Turkish Manufacturing Industry: An Application on Manufacturing Industry Enterprises in the BIST Industrial Index (2010-2020)

Dilan ÖZDEMİR - Adem ÜZÜMCÜ 563-588

Derleme / Review

Çok Anlamlılığın Zihin Dil İlişkisindeki Rolü Üzerine: Bilişsel Anlambilimden Öğrendiklerimiz
The Role of Polysemy in the Relationship Between Mind and Language: On What Cognitive Semantics Teaches

Tolgahan TOY 589-602

Derleme / Review

Nurse Entrepreneurship in the Emerging Healthcare Industry: A Systematic Review
Gelişmekte Olan Sağlık Sektöründe Hemşire Girişimciliği: Sistematik Derleme

Perihan ŞENEL TEKİN - Fevziye BEKAR 603-628

Araştırma Makalesi / Research Article

Akademisyenlik ve Annelik: Fenomenolojik Bir Araştırma
Academician and Motherhood: A Phenomenological Research

Meryem MEMİŞ DOĞAN - Kübra TEMİZ ARSLAN 629-656

Araştırma Makalesi / Research Article

Turizm Araştırmalarında Nedensellik: Q1 Dergilerde Deneysel Tasarımın Kullanımına Yönelik Bir İnceleme
Causation in Tourism Research: A Review of the Use of Experimental Design in Q1 Journals

Seda SÖKMEN - Merve DOĞAN - Eniser ATABAY 657-684

Araştırma Makalesi / Research Article
C-131/12- Google İspanya v. AEPD Davası ve 2014/19685 Numaralı C.K. Anayasa Mahkemesi Bireysel Başvurusu Kapsamında Avrupa Birliği Hukukunda Unutulma Hakkı ve Türk Hukuk Sistemine Yansıması
The Right to be Forgotten in European Union Law and Its Reflection on Turkish Legal System within the Scope of C-131/12- Google Spain v. AEPD Case and C.K. Constitutional Court Individual Application No. 2014/19685
Didem SAYGIN - Yağmur Ekim YILMAZ 685-700

Araştırma Makalesi / Research Article
Algılanan Yönetici Desteğinin Prososyal Hizmet Davranışları Üzerindeki Etkisi: Algılanan İçsellik Statüsünün Aracı Rolü
The Effect of Perceived Supervisor Support on Prosocial Service Behaviors: The Mediator Role of Perceived Insider Status
Bilgen METE 701-720

Araştırma Makalesi / Research Article
Vergi Sistemlerinde Cinsiyet Eşitsizliklerinin Giderilmesine Yönelik Reform Önerileri
Reform Recommendations to Overcome Gender Inequalities in Tax Systems
Ali ÇELİKKAYA 721-750

Araştırma Makalesi / Research Article
Luck in the Just Society -Sociology of Individual's Choices and a Justification for Egalitarian Social Policies-
Adil Toplumda Şans -Birey Seçimlerinin Sosyolojisi ve Eşitlikçi Sosyal Politikalar İçin Bir Temellendirme-
M. Onur ARUN 751-770

Araştırma Makalesi / Research Article
Z Kuşağının Markalarla İlgili İçerik Üretme Nedenlerine ve Alışkanlıklarına Yönelik Analiz
Analyzing the Reasons and Habits of Generation Z for Producing Brands Related Content
Ayşe SARITAŞ - Mesude Canan ÖZTÜRK 771-794

Araştırma Makalesi / Research Article
Bilimsel Araştırmalarda Alanyazın Nasıl Raporlanır?
How to Report the Literature in Scientific Research?
Mehmet FIRAT 795-812

Araştırma Makalesi / Research Article
Göç ve Sosyal Kaynaşma: Türkiye'ye Göç Eden Ahıska Türkleri Üzerinde Yapısal Eşitlik Modeli ile Bir Alan Çalışması
Migration and Social Cohesion: A Field Study on Meskhetian Turks Migrating to Turkey with Structural Equality Model
Burcu KAYA - Şerafettin KELEŞ 813-846

Araştırma Makalesi / Research Article
The Role of Social Media in Promoting Organizational Brand: A Case of Telecommunication Organizations in Tanzania
Kurumsal Markaların Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Tanzanya Telekomünikasyon Şirketleri Örneği
Faridi Abdallah MNAKATU - Çağlar GENÇ 847-872

Araştırma Makalesi / Research Article
Investigation of Online Education Readiness of Teachers Involved in eTwinning Quality Processes in the Context of Various Variables (Example of Eskişehir Province)
eTwinning Kalite Süreçlerinde Görev Alan Öğretmenlerin Çevrimiçi Eğitime Hazırbulunuşluklarının Farklı Değişkenler Bağlamında İncelenmesi (Eskişehir İli Örneği)
Emin ÖZEN - Funda ÇIRAY ÖZKARA 873-898

Araştırma Makalesi / Research Article
Küresel Siyaset Penceresinden Diasporaları Anlamak: Bir Analiz Çerçevesi Denemesi
Comprehension of Diasporas Through the Lens of Global Politics: A Proposal for a Framework of Analysis
Elif MADAKBAŞ GÜLENER 899-920

Araştırma Makalesi / Research Article

Annelerin Anne-Çocuk Kategorisinde Faydacı ve Hedonik Satın Alma Motivasyonlarının Anlık Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi
The Effect of Mothers' Utilitarian and Hedonic Purchase Motivations on Impulse Purchase Behavior in the Mother-Child Category

Nur ÖZER CANARSLAN - Canan YILMAZ UZ 921-942

Derleme / Review

Sosyal Bilimlerin Odağındaki Bir Konu Olan Sosyalleşmenin Disiplinlerarası Doğasının İncelenmesi
Investigation of the Interdisciplinary Nature of Socialization, a Subject at the Focus of Social Sciences

Sezgin ELBAY 943-968

Araştırma Makalesi / Research Article

İmparatoriçe Pulcheria ve Bizans Sanatına Yansımaları
Empress Pulcheria and Its Reflections on Byzantine Art

A. Nazlı SOYKAN 969-988

Araştırma Makalesi / Research Article

Kıt Kaynakların Paylaştırılması: Talepler Problemi Literatürü Üzerine Bir İnceleme
Allocating Scarce Resources: A Survey of Claims Problems

Orhan AYGÜN - Sinan ERTEMEL - Burak DOĞAN 989-1004

Araştırma Makalesi / Research Article

Sağlık Çalışanlarında Etik Liderlik Algısının Psikolojik Sahiplenme Üzerine Etkisi
The Effect of Ethical Leadership Perception on Psychological Ownership in Healthcare Professionals

Necla YILMAZ - Elif ERDOĞAN - Zuhal KAYAR - Esin YILMAZ 1005-1024

Kitap İncelemesi / Book Review

Çıplak İstatistik'e Bakış

Zeynep Afra SEZER 1025-1034

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Türkiye İmalat Sanayinde Yurtiçi Satışlar ve İhracat İlişkisi: BİST Sınai Endeksinde Yer Alan İmalat Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama (2010-2020) [1] [2]

Dilan ÖZDEMİR [3] - Adem ÜZÜMCÜ [4]

Başvuru Tarihi: 17.03.2023 **Kabul Tarihi:** 22.05.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada Türkiye ihracatında stratejik öneme sahip olan imalat sanayinin yurtiçi satışları ve ihracatı arasındaki ilişki 2010-2020 yılları için incelenmektedir. Çalışmanın veri setini Borsa İstanbul (BIST)'da işlem gören, BIST Sınai Endeksi içinde yer alan ve 2010 yılı itibarıyla itibariyle aktif büyüklüğü 100 Milyon TL'nin üzerinde olan imalat sanayi işletmeleri oluşturmaktadır. Çalışmada panel veri analizi çerçevesinde panel eş bütünleşme testleri uygulanmıştır. Modelin uzun dönem regresyon katsayıları incelenmiş ve model tahmini için Panel Düzeltilmiş Standart Hataları tahmincisi (Panel Corrected Standart Errors- PCSE) kullanılmıştır. Ayrıca ihracat ve yurt içi satışlar değişkenleri arasındaki nedensellik ilişkisinin incelenmesi için panel nedensellik testi uygulanmıştır. 2010-2020 dönemi itibarıyla BIST Sınai Endeksinde yer alan 68 sanayi işletmesinin yurtiçi satışları ile ihracatları arasında eşbütünleşme ilişkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu iki değişken arasında ilgili literatür çerçevesinde iktisadi anlamda tamamlayıcılık ilişkisi olduğu da tespit edilmiştir. Ampirik analiz sonuçlarına göre BİST Sınai Endeksinde yer alan imalat sanayi işletmelerinin yurtiçi satışlarında meydana gelen %1 düzeyindeki artışın bu işletmelerin ihracatlarını %0,77 oranında artırdığı, bu işletmelerin ihracatlarının %1 düzeyinde artmasının ise yurtiçi satışlarını %0,17 oranında artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Yurtiçi Satış, İhracat, Panel Veri Analizi, Türkiye, İmalat Sanayi, BİST*

Atıf: Özdemir, D. ve Üzümcü, A. (2023). Türkiye imalat sanayinde yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisi: BİST sınai endeksinde yer alan imalat sanayi işletmeleri üzerine bir uygulama (2010-2020). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 563-588.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Bu makale, Prof. Dr. Adem Üzümcü danışmanlığında Araştırma Görevlisi Dilan Özdemir tarafından hazırlanan "Yurtiçi Satışlar ve İhracat İlişkisi: BİST Sınai Endeksinde Yer Alan İşletmeler Üzerine Bir Uygulama (2010-2020)" başlıklı yüksek lisans tezinden esinlenerek yazılmıştır.

[3] Tarsus Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, **dilanozdemir@tarsus.edu.tr**, ORCID: 0000-0002-1390-5162

[4] Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Bölümü, **adem.uzumcu@hbv.edu.tr**, ORCID: 0000-0002-8699-053X

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Relationship of Domestic Sales and Export in Turkish Manufacturing Industry: An Application on Manufacturing Industry Enterprises in the BIST Industrial Index (2010-2020)

Dilan ÖZDEMİR [5] - Adem ÜZÜMCÜ [6]

Submitted by: 17.03.2023 **Accepted by:** 22.05.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

In this study, the relationship between domestic sales and exports of the manufacturing industry, which has a strategic importance in Turkey's exports, is examined for the years 2010-2020. The data set of the study consists of manufacturing industry enterprises that are traded in Borsa Istanbul (BIST), included in the BIST Industrial Index, and with an asset size of over 100 million TL as of 2010. In the study, panel cointegration tests were applied within the framework of panel data analysis. The long-term regression coefficients of the model were examined and the Panel Corrected Standard Errors (PCSE) estimator was used for model estimation. In addition, panel causality test was applied to examine the causality relationship between export and domestic sales variables. It has been concluded that there is a cointegration relationship between the domestic sales and exports of 68 industrial enterprises included in the BIST Industrial Index as of the 2010-2020 period. It has also been determined that there is a complementary relationship between these two variables in the economic sense within the framework of the relevant literature. According to the results of the empirical analysis, it was found that the 1% increase in the domestic sales of the manufacturing industry enterprises included in the BIST Industrial Index increased the exports of these enterprises by %0,77, while the 1% increase in the exports of these enterprises increased their domestic sales by %0,17.

Keywords: *Domestic Sale, Export, Panel Data Analysis, Turkey, Manufacturing Industry, BIST*

[5] Tarsus University, Faculty of Applied Sciences, Department of International Trade and Logistics, **dilanozdemir@tarsus.edu.tr**, ORCID: 0000-0002-1390-5162

[6] Ankara Hacı Bayram Veli University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade, **adem.uzumcu@hbv.edu.tr**, ORCID: 0000-0002-8699-053X

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Teknolojik gelişmeler, günümüzde ülkelerin toplumsal ve ekonomik refahının artmasına katkı sağlamakta; uluslararası ticaret, uluslararası ilişkiler ve uluslararası üretim düzeyleri teknolojik gelişmeler tarafından şekillendirilmektedir. Üretimin uluslararası ölçekte yapıldığı, ticaretin ise ulusal ve uluslararası firmalar aracılığıyla gerçekleştirildiği piyasa yapısında dış ticaret teorileri de teknolojik gelişmelerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Klasik teorilerin yerini zamanla yeni dış ticaret teorileri ve firma bazlı dış ticaret teorilerine bırakmasının önemli bir nedeni de teknolojik gelişmelerin tüketici tercih ve isteklerini etkileyerek yeni modeller kurulması ihtiyacını doğurmasıdır.

Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler ve uluslararası ekonomik ilişkilerin yoğunlaşması üretim, ticaret ve sermaye akımlarının küreselleşmesini sağlamıştır. Uluslararası ticaretin küreselleşmesi ülkelerarası tedarik zincirinin gelişmesine katkı sağlamış, söz konusu küresel tedarik zincirinin bir parçası olmayı başaran örneğin Asya Kaplanları olarak da adlandırılan ülkeler ekonomik büyüme mucizeleri sağlamıştır (Üzümcü, 2018, s. 67-68). Bununla birlikte küreselleşmenin hayatın her alanına nüfuz etmesi çeşitli olumsuzluklara da neden olabilmektedir. Örneğin Covid-19 salgınının küresel üretim/arz üzerindeki olumsuz etkileri, tedarik zincirinde görülen aksamalar uluslararası ticareti olumsuz etkilemiştir. Bu bağlamda salgın sürecinin uzaması ve tamamen sonlanacağı zamanın belirsiz olması ülkelerin uluslararası ticarette yeni stratejiler geliştirmesine, ihracata daha çok önem vermesine ve küresel rekabetin artmasına neden olmaktadır.

Öte yandan Endüstri 4.0'ın yaşandığı günümüzde yapay zekâ uygulamalarını ve dijitalleşmeyi iş döngülerinde kullanmayı başarabilen ulusal ve uluslararası firmalar, tedarik zinciri yönetiminde önemli maliyet avantajları sağlamakta, diğer firmalara karşı iç ve dış ticarette rekabet gücü elde edilen bu ortamda dış ticaret giderek önemini artırmaktadır. Endüstri 4.0 ortamında dış ticaret stratejilerinin önemi artarken rekabetçi üstünlük peşinde koşan firmalar/ülkeler dünya ekonomisinde söz sahibi olmak için ihracata özel önem vermekte, ihracata konu mallar arasında yüksek teknolojili ve katma değeri yüksek mallar ön plana çıkmaktadır (Üzümcü, 2020, s. 70-72). Türkiye'nin coğrafi konumu itibariyle pek çok pazarın yakınında yer alması ihracat potansiyeli açısından avantajlı konumda olmasını sağlamaktadır. Özellikle Avrupa Birliği (AB) ülkelerine olan yakınlık AB ülkelerini Türkiye'nin potansiyel ihracat pazarı haline getirmektedir. Bununla birlikte Türkiye henüz yüksek teknoloji içeren katma değeri yüksek malların üretimi ve ihracatı konusunda gelişmiş ülkeleri yakalayamamıştır.

Bu çalışmanın amacı imalat sanayi firmaları örneğinde ihracat ve yurtiçi satışlar arasındaki ilişkinin araştırılmasıdır. Bu bağlamda 2010-2020 yılları arasında Türkiye'de BİST endeksinde yer alan imalat sanayi firmalarının yurtiçi satışları ile ihracatı arasındaki ilişki analiz edilmektedir. Makalede bu amaç çerçevesinde giriş başlığının ardından ikinci başlıkta yurt içi satışlar ile ihracat arasındaki ilişkiye yönelik teorik çerçeve kısaca tanıtılmakta, üçüncü başlıkta literatür taraması yer almaktadır. Makalenin dördüncü başlığı altında veri seti ve ekonometrik yönteme, beşinci başlıkta ampirik analiz ve bulgulara yer verilmektedir. Ampirik analizden elde edilen bulgular ise sonuç başlığı altında değerlendirilmektedir.

Teorik Çerçeve

İhracat ve yurt içi satışlar arasındaki ilişkinin analizinde teorik çerçeveye bakıldığında öncelikle ihracat ve yurt içi satışlar arasındaki ilişkinin *tamamlayıcılık ilişkisi ve ikame ilişkisi* çerçevesinde değerlendirildiği belirtilebilir. Ayrıca ihracat ile yurt içi satışlar arasındaki ilişkinin boyutu ile ilgili olarak da *kapasite kısıtları, çok uluslu şirketlerin yatırımları ve işletmelerin ihracat yapma sürekliliği* noktasında üç farklı yaklaşımdan da söz edilebilmektedir (Yazar).

Yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki ilişki ikame edilebilirlik ve tamamlayıcılık ilişkisi çerçevesinde değerlendirildiğinde olumsuz bir yurtiçi (yurtdışı) talep şoku karşısında firmaların satışlarını yurtdışı (yurtiçi)

piyasalara yönlendirebilmesi *ikame edilebilirlik* olarak tanımlanmakta, yurtiçi satışların ve ihracatın talep şokları karşısında eş zamanlı olarak artması ya da azalması ise *tamamlayıcılık ilişkisi* olarak değerlendirilmektedir (Belke, Oeking ve Setzer, 2015, s. 316).

Yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki ilişkinin *boyutunun* açıklanması noktasındaki yaklaşımların ilki kapasite kısıtları yaklaşımına göre yurtiçi talep ile ihracat ilişkisi, firmaların iş döngüsü aşamalarına bağlı biçimde firmaların kapasite kullanımlarıyla ölçülmektedir. *Firmaların kapasite kısıtlarına sahip olması, yurtiçi talepte meydana gelen artışların kısa dönemde ihracatı azaltıcı etki yaratmasına neden olmaktadır* (Belke ve diğerleri, 2015).

Yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki ilişkinin boyutuna yönelik ikinci yaklaşımda yurtiçi satışlar ile ihracat ilişkisi *çok uluslu şirket yatırımları açısından* incelenmektedir. Bu yaklaşıma göre çok uluslu şirket yatırımları ile yerel işletmeye gerçekleştirilen bilgi akışı, yerel işletmelerin verimliliğini artırarak iç/dış satışlarının artmasını sağlayabilmektedir. Ancak ulusal pazara giren çok uluslu işletmelerin yerel işletmelerin rakibi konumuna gelmesi, yerel işletmelerin yurtiçi ve yurtdışı satışlarının olumsuz etkilenmesine de neden olabilmektedir (Wang, Wei, Liu, Wang ve Lin, 2014, s. 217).

Yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki ilişkinin boyutunun incelenmesinde kullanılan son yaklaşım *firmaların ihracat yapma sürekliliği* ile paralellik göstermektedir. Bu noktada işletmelerin sürekli ihracat yapan ya da geçici olarak ihracat yapan firmalar olarak ayrılması önem kazanmaktadır. Bu yaklaşıma göre sürekli ihracat yapan firmalar ile geçici olarak ihracat yapan firmaların yurtiçi satışları ve ihracatları arasındaki ilişki marjinal maliyetler çerçevesinde açıklanmaktadır (McQuid ve Rubini, 2014, s. 14).

Literatür Taraması

Yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki ilişkiye dair yapılan teorik ve ampirik çalışmalarda firmaların yurtiçi ve yurtdışı satışlarını etkileyen pek çok değişken olduğu ve bu değişkenlerin makro ve mikro düzeydeki koşullara göre değişiklik gösterdiği belirtilmektedir. Bu noktada ilgili literatüre bakıldığında örneğin Salomon ve Shaver (2005) çalışmalarında işletmelerin ihracat davranışlarını, ürünün nitelikleri ve üretim kapasitesi gibi firma karakteristiğini açıklayan faktörler yanı sıra hükümet politikaları, piyasa büyüklüğü, coğrafi yakınlık ve döviz kuru dalgalanmaları gibi dışsal faktörlerin varlığı ile ilişkilendirmiştir. İspanya'da faaliyet gösteren imalat sanayi firmaları örneğinde 1990-1997 dönemini kapsayan çalışmalarında, içsel ve dışsal faktörlerin yurtiçi satışlar ve ihracat üzerindeki etkileri iki aşamalı en küçük kareler (EKK) yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre reklam ve AR-GE yatırımları artışları, yurtiçi satışları ve ihracatı olumlu etkilemiştir. Ayrıca yerli işletmeler örneğinde yurtiçi satışlar ve ihracat arasında tamamlayıcılık ilişkisi, yabancı işletmeler örneğinde ise yurtiçi satışlar ve ihracatları arasında ikame ilişkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Berman, Berthou ve Hericourt (2011), Fransız firmaları örneğinde 1995-2001 dönemi itibarıyla yurtiçi satışlar ile ihracat ilişkisini iki aşamalı EKK (2SLS) ile analiz etmiştir. Çalışma sonuçlarına göre, yurtdışı talepte oluşan dışsal değişimler dikkate alındığında yurtiçi satışlar ile ihracat ilişkisi birbirlerini tamamlayıcıdır. Çalışmaya göre bu sonuç, yurtiçi satışlar ile ihracat arasındaki negatif ilişkiden farklıdır. Yurtdışı talepte meydana gelen artışlar ile alakalı makro ekonomik değişiklikler hem ihracatı hem de yurtiçi satışları artırmaktadır.

Vannoorenberghe (2012), yurtiçi-yurtdışı piyasalarda meydana gelen şokların firmaların ihracatlarını ve yurtiçi satışlarını ne derecede etkilediğini araştırmıştır. Çalışmada Amadeus veri seti (1998-2007 dönemi Fransız firmaları ayrıntılı bilanço bilgileri) kullanılmış, çalışma sonucunda ihracatçı firmaların kısa dönemde yurtiçi satışları ve ihracatlarını ikame edebildiği hem yurtiçi piyasalarda hem de yurtdışı piyasalarda ortalamanın üzerinde bir yurtiçi satış ya da ihracat artışının, ihracat satışları ortalamasının altında bir büyüme ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bugamelli Gaiotti ve Viviano (2014), yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisini ülkeler arası talep esnekliği farklılıklarının, işletmelerin finansal kısıtlarının ve marjinal maliyetlerin şekillendirdiğini belirtmektedir. İtalya örneğinde imalat sanayi firmalarının 2001-2012 dönemini kapsayan yurtiçi satışları ve ihracatları arasındaki ilişkiyi doğrusal EKK yöntemi ile analiz ettikleri çalışmalarına göre yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisi firmaların iş döngüleri ve dış faktörlere göre değişiklik göstermektedir. İhracat ve yurtiçi satışlar arasında tamamlayıcılık ilişkisi bulunmakta, yurtiçi satışlar finansal kriz dönemlerinde atıl kapasite ve likidite kısıtları gibi nedenlerle olumsuz etkilenmektedir.

McQuoid ve Rubini (2014), yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisini firmaların sürekli ihracat yapan ve geçici olarak ihracat yapan firmalar noktasında incelenmesi gerektiğini savunmaktadır. 1995-2006 dönemi için Şili imalat sanayinde ihracat ve yurtiçi satışlar ilişkisini sürekli ihracat yapan ve geçici ihracat yapan işletmeler açısından değerlendirdikleri çalışmalarında EKK yöntemini kullanmışlar ve geçici olarak ihracat yapan işletmelerin yurtiçi satışları ve ihracatları arasında negatif yönlü ilişki tespit etmişlerdir. Sürekli ihracat yapan işletmelerin yurtiçi satışları ve ihracatları arasında pozitif ilişki tespit etmişlerdir. Çalışmalarına göre sürekli ihracat yapan işletmelerin ölçek ekonomileri sayesinde maliyetleri düşürerek hem yurtiçinde hem de yurtdışında daha fazla satış yaptığı tespit edilmiştir.

Wang ve diğerleri (2014), çok uluslu şirketlerin Çin imalat sanayisi yurtiçi satışları ile ihracatındaki rolü üzerinde durmuştur. Çalışma sonucunda çokuluslu şirketlerin hem yurtiçi satışları hem de ihracatı etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu eş zamanlı etkinin boyutu, çokuluslu şirketlerin yurt içi satışlar üzerindeki negatif etkisi ve ihracat üzerindeki pozitif etkisi ile açıklanmaktadır. Çalışmaya göre tedarik zinciri, rekabet, beşeri sermaye ve tecrübe gibi pozitif dışsallıklara sahip çokuluslu şirketler ihracat üzerinde olumlu etki yaratmıştır.

Belke ve diğerleri (2015), yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisini işletmenin kapasite kısıtları ile açıklamaktadır. Yazarlar çalışmalarında İspanya, Portekiz, İtalya, Fransa, Yunanistan örneğinde yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişkiyi 1980q1-2012q4 dönemi bağlamında doğrusal olmayan regresyon modeli kullanarak analiz etmiştir. Analiz sonuçlarına göre yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişki kapasite kısıtları ile ilgilidir. Düşük kapasite ile çalışıldığında İspanya, Portekiz, İtalya ve Fransa örneğinde yurtiçi satışlar ile ihracat arasında ikame ilişkisi tespit edilirken normal iş döngüsü içerisinde yüksek kapasite kullanıldığında yurtiçi satışlar ile ihracat arasında tamamlayıcılık ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Crespo ve Sepulveda (2015), İspanya örneğinde imalat sanayi firmalarının 1990-2011 döneminde kapasite kısıtları altında yurtiçi satışları ve ihracatı arasındaki ikame ilişkisinin varlığını araştırmıştır. Analiz sonucunda firmaların kapasite kısıtları ile yurtiçi satışları ile ihracatları arasında ikame ilişkisi olduğu görülmüştür.

Esteves ve Rua (2015), Portekiz'de 1980-2012 döneminde yurtiçi talep gelişmeleri ile ihracatın kısa vadeli dinamikleri arasındaki ilişkiyi eş bütünleşme analizi çerçevesinde araştırmıştır. Çalışmaya göre gecikmiş yurtiçi talep gelişmeleri ile ihracat performansı arasında kısa vadede negatif ilişki tespit edilmiştir.

Sun ve Anwar (2016), Çin'in tekstil, nakliye ekipmanları, iletişim araçları, genel teçhizat, eczacılık ve içecek sanayi kollarında 2005-2007 yıllarını kapsayan çalışmalarında yabancı yatırım, yurtiçi satış ve ihracat yoğunluğu arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Genelleştirilmiş momentler yönteminin (GMM) kullanıldığı araştırmaya göre eczalık sektöründe yurtiçi satışlar ve ihracat arasında tamamlayıcılık ilişkisine, diğer 5 sanayi kolunda ikame ilişkisi sonucuna ulaşılmıştır. Yabancı yatırımların varlığında yurtiçi satışlar ihracat ilişkisi sanayi kollarına göre farklılık göstermiştir.

Bobeica, Esteves, Rua ve Staehr (2016), çalışmalarında 1996-2016 döneminde Euro bölgesinde yer alan 11 ülkenin yurtiçi talep baskıları ile ihracatları arasındaki ilişkiyi dinamik panel veri analizi çerçevesinde test etmiştir. Çalışmadan elde edilen bulgulara göre yurtiçi talep ve ihracat arasında asimetrik ilişki, yurtiçi talebin azaldığı zamanlarda ortaya çıkmaktadır.

Esteves ve Prades (2017), 12 Avrupa ülkesi örneğinde 1997-2014 yıllarını kapsayan çalışmalarında politik ve ekonomik düzenlemelerin ülkeler arasında farklı etkisine bağlı olarak ihracat ve yurtiçi satışlar arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bir başka deyişle ihracat ve yurtiçi satışlar arasında ikame ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bardaji, Bricongne, Campagne ve Gaulier (2018), Fransız firmalarının yurtiçi satışları ve ihracat artışları arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarında 2002-2012 dönemini iki ayrı alt dönemde incelemişlerdir. Verilerin analizinde sabit etkili panel regresyon modeli kullanılmıştır. Çalışma sonucunda ihracata yönelik satışların yurtiçi satışlar ile ilişkisinin negatif yönlü olduğu tespit edilmiştir.

Yurt içi satışlar ile ihracat ilişkisini ele alan yerli literatür incelendiğinde konu ile ilgili çok sınırlı sayıda çalışmanın olduğu söylenebilir. Bu çalışmalardan Toraganlı ve Yalçın (2016) ve Erbahar (2019) yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişkinin tamamlayıcılık ilişkisi olduğunu, Çiftçi ve Durusu Çiftçi (2013) ve Gül (2019) yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişkinin ikame ilişkisi olduğunu savunmuşlardır. Bu çalışmadan ise seçilen örneklem bağlamında yurtiçi satışlar ile ihracat arasında ikame ilişkisi beklenmektedir.

Bu çalışma yurt içi satışlar ile ihracat ilişkisi konulu literatüre katkı sağlayabilecek bir yeni çalışma olarak değerlendirilebilir. Bu bağlamda veri setinin firma düzeyinde olması bu çalışmayı, imalat sanayi ortalama verilerini kullanan diğer çalışmalardan ayırmakta ve çalışmayı önemli kılmaktadır. Bununla birlikte bu çalışmanın üç önemli kısıtını da belirtmek gerekmektedir. Bu kısıtlardan ilki çalışmanın çok sayıda ülke yerine Türkiye örneğinde yurt içi satışlar ile ihracat ilişkisini ele alması ve 2010-2020 dönemini içermesidir. İkinci kısıt ise Türkiye örneğinde tüm sektörleri ya da tüm imalat sanayi işletmelerini değil BIST Sınai Endeksinde yer alan verilerine ulaşılabilen işletmeleri kapsamasıdır. Diğer yandan bu çalışmada ihracat ve yurtiçi satışlar arasındaki ilişkinin araştırılması noktasında arz yönlü bir yaklaşım benimsenmiş ve imalat sanayi firmalarının satış performansları ölçüt olarak kullanılmıştır. Bu açıdan bakıldığında ihracat ve yurtiçi satışların talep yönünün modele dahil edilmemesi çalışmanın üçüncü kısıtını oluşturmaktadır.

Veri Seti

Çalışmanın veri setini Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda (KAP) yer alan ve Borsa İstanbul'da (BIST) işlem gören, BİST Sınai Endeksi'nde yer alan ve 2010 yılı itibariyle aktif büyüklüğü 100 milyon TL üzeri 68 imalat sanayi işletmesi oluşturmaktadır. Çalışmada firmaların yurtiçi satışları ve ihracatları yanı sıra, az sayıda yerli literatür içinde yer alan Gül (2019) çalışmasında olduğu gibi kaldıraç oranları, kârlılık oranları, nakit oranları ve faaliyet gösterdikleri yıl toplamı (yaş) verileri de kullanılmış, bu veriler KAP'ta yayımlanan finansal raporlardan elde edilmiştir (Yazar). Yurtiçi ve yurtdışı satış verilerini deflate edebilmek için sırasıyla yurtiçi ÜFE ve yurtdışı ÜFE (üretici fiyat endeksi) verileri kullanılmış ve ÜFE verileri TCMB EVDS (Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi) veri tabanından sağlanmıştır. Analizde kullanılan değişkenler, tanımları ve kaynakları Tablo 1'de görülmektedir ("Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir").

Tablo 1
Analizde kullanılan değişkenler, tanımları ve kaynağı

Değişkenler	Tanım	Birimi	Kaynak
Reelihr	Reel İhracat	TL	
Reelyis	Reel Yurtiçi Satışlar	TL	
Kldrço	Kaldıraç Oranı	%	KAP
Nkto	Nakit Oranı	%	
Krllko	Kârlılık Oranı	%	
Yaş	Firmanın Yaşı	Yıl	

Öte yandan bu noktada belirtmek gerekir ki, ihracat (ve ithalat) gibi değişkenleri içeren dış ticaret analizlerinde ihracat (ve ithalat) yanı sıra yurt içi satışları etkileyen ampirik çalışmalarda yurt içi gelir düzeyi, yabancı ülkelerin gelir düzeyi, yurt içi fiyatlar ve reel döviz kuru vb. değişkenlerin çoğunlukla veri seti içinde yer aldığı görülmektedir. Bu çalışmada bu değişkenlerin dış ticaret analizlerindeki önemi ve kurulacak teorik çerçevelerde yer alması gerektiği bilinmekle birlikte, bu çalışmanın mikro düzeyde firma düzeyinde olması önemli bir kısıttır. Bu bağlamda bu mikro düzeydeki ampirik çalışmada, Türkiye'nin toplam GSYİH düzeyi veya toplam ihracatı gibi makro ekonomik büyüklükler üzerinden analiz yapılmadığı için, yurt içi gelir, yabancı ülke gelir düzeyi, reel döviz kuru gibi değişkenlere analizde yer verilmemiş, ampirik literatürde firma düzeyinde yapılan çalışmalarda olduğu gibi sadece yukarıdaki tabloda belirtilen değişkenlere yer verilmiştir.

Çalışmada yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişkiyi tespit etmek için kullanılan modeller Denklem 1'de ve Denklem 2'de ifade edilmektedir. Model 1'de reel ihracatın bağımlı değişken olduğu analiz yer alırken model 2'de yurt içi satışlar bağımlı değişken olarak ele alınmaktadır.

$$Reelihr_{it} = c + \beta_1 Reelyis_{it} + \beta_2 Kldrço_{it} + \beta_3 Nkto_{it} + \beta_4 Krllko_{it} + \beta_5 Yaş_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

$$Reelyis_{it} = c + \beta_1 Reelihr_{it} + \beta_2 Kldrço_{it} + \beta_3 Nkto_{it} + \beta_4 Krllko_{it} + \beta_5 Yaş_{it} + \partial_{it} (2)$$

Modellere ilişkin denklemlerde yer alan $Reelihr_{it}$ işletmelerin ilgili yılda gerçekleştirdiği reel ihracatı, $Reelyis_{it}$ ilgili yılda gerçekleştirilen reel yurtiçi satışları, $Kldrço_{it}$ kaldıraç oranını, $Nkto_{it}$ nakit oranını, $Krllko_{it}$ kârlılık oranını ve $Yaş_{it}$ işletmenin yaşını ifade etmektedir. Söz konusu bağımsız değişkenlerin seçiminde yukarıda belirtildiği gibi Gül (2019)'ün çalışmasından yararlanılmıştır. Gül (2019)'ün çalışmasında kaldıraç oranı ile ihracat arasında negatif, karlılık oranı ve nakit oranları ve ihracat arasında pozitif ilişki tespit edilmiştir. Diğer yandan Gül (2019)'ün çalışmasından elde edilen bir diğer bulgu firma yaşının firmaların ihracat performaslarını olumlu etkilemesidir. Bu bağlamda bu çalışmada yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişki firma performansları ile ölçüldüğü için firma düzeyinde bu değişkenlerin önemli olduğu düşünülerek bu değişkenlere yer verilmiştir.

Yöntem

Ekonometrik analizlerde zaman serisi, yatay kesit ve panel veri analizi olmak üzere üç tür analizle karşılaşılabilmektedir. Zaman serisi analizinde veriler, bir ya da daha fazla değişkenin zaman içerisinde aldığı değerlerden meydana gelirken yatay kesit analizi verileri, değişkenlerin aynı zaman noktasında gözlemlenen

değerler kümesinden oluşmaktadır (Wooldridge, 2013, s. 5-8). Buna karşılık panel veri analizi, birimlerin yatay kesit gözlemlerinin belirli bir zaman döneminde bir araya getirilmesi ile oluşturulmaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 2). Bu nedenle panel veri analizinde yer alan gözlemler, kesitsel boyut *(i)* ve zaman serisi boyutu *(t)* olmak üzere en az iki boyut içermektedir (Hsiao, 2005, s. 144).

Panel Veri Analizi

Panel veri analizinde kullanılan model, Denklem 3'de ifade edilmektedir;

$$Y_{it} = \alpha_{it} + \beta_{it}X_{it} + \varepsilon_{it} \quad (3)$$

$i= 1,2,\ldots,N \qquad t=1,2,\ldots, T$

Denklem (3)'de, *Y* bağımlı değişkeni, α sabit terimi, *X* bağımsız değişkeni, β eğim parametresini ve ε hata terimini temsil etmektedir. Değişkenlerin ve hata teriminin kesit boyutu ve zaman boyutuna sahip olması bu değişkenlerin zamana ve birimlere göre değer aldığını göstermektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 5). Panel veri analizlerinde birimlerin belirlenen tüm zaman dilimi boyunca gözlemlenebilir durumda olması dengeli panel, birimlerin belirlenen zaman dilimi içerisinde bazı zamanlarda kesintiye uğraması veya verilerin mevcut olmaması dengesiz panel olarak adlandırılmaktadır (Baltagi, 2005, s. 165).

Homojenlik analizi

Swamy (1970), hem kesişim hem de eğim katsayılarını tesadüfi değişkenler olarak ele alan tesadüfi katsayılı modelleri test ettiği çalışmasında eğim homojenliği testinden bahsetmektedir. Swamy eğim homojenliği testi, birim sayısının nispeten zaman boyutundan küçük olduğu, yatay kesit bağımlılığının olduğu serilerde daha etkin sonuçlar vermektedir (Pesaran ve Yamagata, 2008, s. 54). Pesaran & Yamagata (2008) ise Swamy eğim homojenliği testine iki yaklaşımla katkı sağlayarak delta (Δ) testini geliştirmiştir. Bu testler veri seti büyüklüğüne göre farklılık göstermekte, büyük veri setlerinin değişkenlerinin homojenliğinin test edilmesinde (delta tilde) $\tilde{\Delta}$ istatistiği, küçük veri setlerinin değişkenlerinin homojenliğinin test edilmesinde ise $\tilde{\Delta}_{adj}$ istatistiği kullanılmaktadır (Pesaran ve Yamagata, 2008, s. 57). Sırasıyla bu test istatistiklerini içeren eşitlikler Denklem 4 ve 5'de ifade edilmektedir.

$$\tilde{\Delta} = \sqrt{N}\left(\frac{N^{-1}\hat{S} - k}{\sqrt{2k}}\right) \quad (4)$$

$$\tilde{\Delta}_{adj} = \sqrt{N}\left(\frac{N^{-1}\hat{S} - k)}{\sqrt{Var(T,k)}}\right) \quad (5)$$

Her iki test istatistiğinde *N* yatay kesit sayısını, $\widehat{S}$ Swamy (1980) test istatistiğini, *k* bağımsız değişken sayısını, *Var(T,k)* ise varyansı ifade etmektedir. Delta testine ait hipotezler şu şekildedir (Pesaran ve Yamagata, 2008, s. 52);

H_0: $\beta_i = \beta$, eğim homojendir. (Bütün yatay kesit birimleri (i) için)

H_1: $\beta_i = \beta_j$, eğim homojen değildir. (En az β_i için)

Yatay kesit bağımlılığı testleri

Uluslararası ticaretin ve finansal entegrasyonun artmasıyla birlikte birimlerin birbirlerinden bağımsız hareket ettikleri varsayımı gerçekçi bir yaklaşımı engellemekte ve yatay kesit bağımsızlığının kabul edilmesi, analiz sonuçlarının sapmalı değerler almasına neden olmaktadır (Menyah Nazlıoğlu ve Wolde-Rufael, 2014, s. 389). Bu nedenle panel veri analizinde kullanılacak olan modelin tahmin aşamasına geçilmeden önce panel birimlerinin yatay kesit bağımlılığının kontrol edilmesi önem taşımaktadır.

Yatay kesit bağımlılığı, yatay kesit birimleri (bireyler, firmalar, ülkeler vb.) arasındaki etkileşim olarak tanımlanmaktadır (Baltagi, Feng ve Kao, 2012, s. 1). Bu etkileşim her bir birim için hesaplanan hata terimlerinin birimler ile korelasyonlu olduğunu ifade etmektedir (Yedelen Tatoğlu, 2020, s. 9). Bu nedenle yatay kesit bağımlılığının etkisi kesitler arası korelasyonun büyüklüğü ile paralellik göstermektedir (De Hoyos ve Sarafidis, 2006, s. 482).

Yatay kesit bağımlılığı test edilirken panel verinin birim boyutu *(N)* ve zaman boyutu *(T)* boyutu dikkate alınmaktadır. Panel veri analizinde birim boyutunun zaman boyutundan büyük olduğu *(N>T)* durumlarda Friedman (1937), Frees (1995), Pesaran (2004) yatay kesit bağımlılığı testleri; birim boyutunun zaman boyutundan küçük olduğu *(N<T)* durumlarda Breusch ve Pagan (1980) LM testi, Pesaran, Ullah, Yamagata (2008) yatay kesit bağımlılığı testleri kullanılmaktadır. Friedman (1937) test istatistiği Denklem 6'da ifade edilmektedir;

$$FR = (T-1)[(N-1)R_{AVE} + 1] \quad (6)$$

Eşitlikte, R_{AVE} sıfırdan farklı çapraz korelasyonları ifade etmektedir.

FRE testi "N sıralaması" sorununun çözümünde kullanılmaktadır (Frees, 2004, s. 20). Frees (1995) test istatistiğini içeren eşitlik denklem 7'deki gibidir;

$$FRE = N(R_{AVE}^2 - (T-1)^{-1} \quad (7)$$

Denklem 7'de yer alan FRE testi, birimler arası otokorelasyonu test etmek için rank korelasyon katsayıları karelerinin toplamına dayanır (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 247).

Pesaran (2004) test istatistiği ise Denklem 8'de ifade edilmektedir;

$$CD = \sqrt{\frac{2T}{N(N-1)}} \sum_{i=1}^{N-1} \sum_{j=i+1}^{N} \widehat{p_{ij}} \quad (8)$$

CD testinde, $\hat{p}_{ij}$, i. ve j. kalıntılar arasındaki korelasyon katsayısını ifade etmekte ve test birimler arası kalıntıların korelasyon katsayılarının toplamına dayandırılmaktadır (Pesaran, 2004, s. 5). Birim boyutunun zaman boyutundan küçük olduğu *(N<T)* durumlarda kullanılan yatay kesit bağımlılığı testlerinden olan Breusch ve Pagan LM testi, parametrik kısıtlamalar ile uygulanan hipotez tahmine dayanmaktadır (Breusch ve Pagan, 1980, s. 239).

Yatay kesit bağımlılığı testleri, yatay kesit birimlerinin aralarında korelasyon olmadığı biçimindeki aşağıdaki hipotezin test edildiği testleri ifade etmektedir.

$H_0 : p_{ij} = 0$ (Birimler arası korelasyon yoktur)

$$LM = T\sum_{i=1}^{N-1}\sum_{j=i+1}^{N}\hat{p}_{ij}^2 \qquad (9)$$

Yukarıda denklem 9'da belirtilen LM test istatistiğinde p_{ij} yatay kesit birimlerinin kalıntıları arasındaki korelasyon katsayısını ifade etmektedir. Kalıntılar ise Denklem 10'da yer alan test istatistiği ile hesaplanmaktadır;

$$\hat{\rho}_{ij} = \hat{\rho}_{ji} = \frac{\sum_{t=1}^{T} e_{it}e_{jt}}{\left(\sum_{t=1}^{T} e_{it}^2\right)^{1/2}\left(\sum_{t=1}^{T} e_{jt}^2\right)^{1/2}} \qquad (10)$$

Pesaran, Ullah ve Yamagata tarafından geliştirilen LM_{adj} testi (bias-adjusted LM test) ise dışsal tahmincileri ve normal hataları olan panel modelleri durumunda yatay kesit bağımlılığını test eden LM testinden doğan sapmalı sonuçlar ortaya çıkabilmekte, bu durumda LM testine varyans ve ortalamanın eklenmesi ile oluşturulmuş yatay kesit bağımlılığı testi kullanılmaktadır (Pesaran ve diğerleri, 2008). LM_{adj} test istatistiği ise Denklem 11'deki eşitlik biçiminde ifade edilmektedir;

$$LM_{adj} = \sqrt{\frac{2}{N(N-1)}}\left(\sum_{i=1}^{N-1}\sum_{j=i+1}^{N}\frac{(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2 - \mu_{Tij}}{u_{Tij}}\right) \sim N(0,1) \qquad (11)$$

LM_{adj} istatistiğinin asimptotik olarak standart normal dağılım gösterdiği kabul edilmektedir. Test istatistiğinde her yatay kesit *(i)* için, μ_{Tij} $(T-k)\hat{\rho}_{ij}^2$'nin ortalamasını, u_{Tij} varyansını ve $\hat{p}_{ij}$ ise korelasyon katsayısını ifade etmektedir (Pesaran ve diğerleri, 2008).

Birim kök testleri

Zaman serisi analizinde olduğu gibi panel veri analizinde de birim kök varlığı, serilerin durağan olmamaları anlamına gelmektedir (Gujarati ve Porter, 2009, s. 744). Panel birim kök testleri, özellikle çeşitli ekonomik değişkenlerin yakınsamalarını- farklılıklarını içeren ülkeler ve bölgeler arası panel veri setlerinin uzun zaman aralığını içermesi nedeniyle geniş kullanım alanı bulmaktadır (Chang ve Song, 2002, s. 1). Birim kök testlerine ait temel ve alternatif hipotezler şu şekildedir;

H_0: $\rho = 0$, seri durağan değildir.

H_1: $\rho < 0$, seri durağandır.

Serilerde ρ=0 olarak bulunması ilgili serinin birim köke sahip olduğunu göstermekte (Gujarati, 2016, s. 324), böylece ilgili serinin durağan olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır. Serilerin durağan olmaması, zaman serisinin ortalamasının ve varyansının zaman içerisinde değişkenlik gösterdiğini ifade etmektedir. Serilerde ρ<0 olarak bulunması ise serilerin birim köke sahip olmadığını başka bir deyişle serilerin durağan olduğunu göstermektedir.

Panel birim kök testleri, paneli oluşturan yatay kesitlerin birbirlerinden bağımsız olup olmamalarına göre farklılık göstermektedir. Bu bağlamda yatay kesitlerin bağımlılık ve bağımsızlık durumlarına göre birinci nesil birim kök testleri ve ikinci nesil birim kök testleri uygulanmaktadır (Koçbulut ve Altıntaş, 2016, s. 154). Yatay kesit bağımlılığının olmaması durumunda birinci nesil birim kök testleri (Barbieri, 2006, s. 4), yatay kesit bağımlılığının olduğu durumlarda ise ikinci nesil birim kök testleri kullanılmaktadır (Hurlin ve Mignon, 2007, s. 8).

Bai ve Ng (2004), serilerin durağanlığını seri ve model bazında test etmek için PANIC yaklaşımını geliştirmiştir. Bu yaklaşımda yatay kesit bağımlılığı göz ardı edilmeden durağanlığı test etmek için faktör analitik modeli kullanılmaktadır. Faktör analitik modeline ilişkin test istatistiği Denklem 14'te ifade edilmektedir.

$$X_{it} = D_{it} + \lambda_i' F_t + e_{it} \quad (14)$$

Denklem 14'te, D_{it} polinom trend fonksiyonunu, F_t ortak faktörlerin r x1 vektörünü, λ_i' faktör yüklemelerinin fonksiyonunu, e_{it} ise hata terimini ifade etmektedir. PANIC testi ve diğer ikinci nesil birim kök testleri hata teriminde faktör yapısına izin vermektedir. Buna göre hata terimi faktör yapısı test istatistiği Denklem 15'teki gibi ifade edilmektedir (Nazlıoğlu, Payne, Rayos-Velazquez ve Karul 2021, s. 6);

$$\varepsilon_{it} = \gamma_t' F_t + e_{it} \quad (15)$$

Denklem 15'te yer alan F_t, gözlemlenmemiş ortak faktörlerin f boyutlu bir vektörünü, γ_t' yükleme ağırlıklarını ve e_{it} kendine özgü hata terimini ifade etmektedir. Nazlıoğlu ve diğerleri (2021) çalışmalarında "data generating" test istatistiğini geliştirerek New PANIC testini ortaya koymuşlardır. New PANIC test istatistiği Denklem 16'daki gibi ifade edilmektedir;

$$y_{it} = d_{it}' \delta_i + r_{it} + \gamma_t' F_t + e_{it} \quad (16)$$

Yukarıda ifade edilen Denklem 16'da yer alan New PANIC istatistiğinde F_t bilinmemektedir ve tahmincileriyle değiştirilmesi gerekmektedir. Bu nedenle ortak faktörleri tahmin etmek için ana bileşen yöntemi kullanılarak Bai ve Ng (2005) testinin değiştirilmiş versiyonu elde edilmiştir. New PANIC testinde Bai ve Ng (2005) testinin P_{PC} ve $P_{m,PC}$ tahmincilerine ek olarak W_{PC} ve Z_{PC} tahmincileri geliştirilmiştir (Nazlıoğlu ve diğerleri, 2021).

Panel nedensellik analizi

Nedensellik testi Granger (1964) tarafından geliştirilmiştir ve bir değişkenin gelecekteki değerinin tahmin edilmesinde başka değişkenlerin rolünün olup olmadığını ortaya koymaktadır. Panel veri analizi açısından Granger nedensellik testi, panel veri modellerinin yapısı nedeniyle geniş kullanım alanı bulmaktadır. Özellikle panel veri setlerinin zaman serisi verilerine göre daha fazla gözlem barındırması kısa dönemli panel veri setlerinde Granger analizinden daha etkin sonuçlar alınmasını sağlamaktadır (Hood, Kidd ve Morris, 2008, s. 325). Dumitrescu ve Hurlin (2012)'e göre ülkeler ya da bireyler arasında nedensellik ilişkisi bulunması, bunun diğer ülkeler ya da bireyler için de geçerli olduğu anlamına gelebilmektedir. Bu da panel veri setlerinin zaman serilerine göre daha fazla gözlem içermesinin nedensellik ilişkisinin daha etkin sonuçlar verdiğini kanıtlar niteliktedir.

Çalışmanın amacı kapsamında seriler arası nedensellik ilişkisinin varlığı Dumitrescu ve Hurlin (2012) tarafından geliştirilen panel nedensellik testi ile gerçekleştirilmiştir. Dumitrescu- Hurlin panel nedensellik test istatistiği Denklem 17'de ifade edilmektedir.

$$y_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^{K} \gamma_i^k + y_{i,t-k} + \sum_{k=1}^{K} \beta_i^k X_{i,t-k} + \varepsilon_{it} \qquad (17)$$

Denklem 17'de X ve Y, t döneminde N birimi için gözlemlenen sabit değişkenleri temsil etmektedir. Regresyon eğim katsayısı β_i^k, $\beta_i = (\beta_i^1 + \beta_i^2 \ldots . \beta_i^K)$ şeklinde ifade edilmekte ve birimler arasında değişmektedir. Aynı şekilde gecikme parametresi (γ_i^k) de birimler arasında değişmekte ve bireysel etkilerin (α_i) ise sabit olduğu kabul edilmektedir (Dumitrescu ve Hurlin, 2012, s. 1541).

Bulgular ve Tartışma

BİST Sınai Endeksi'nde yer alan 68 adet imalat sanayi işletmesinin 2010-2020 dönemi yurt içi satışları ve ihracatları arasındaki ilişkinin araştırıldığı bu çalışmada panel veri setinin boyutu 11 zaman birimi ve 68 yatay kesit birimi olmak üzere toplamda 748 birimden oluşmaktadır. Panel veri setinin kayıp ya da eksik gözlem barındırmaması nedeniyle dengeli panel olduğu belirtilebilir. Panel veri analizi bağlamında kullanılan iki modelde yer verilen değişkenlere ilişkin veri setine ait tanımlayıcı istatistikler Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 1
Tanımlayıcı istatistikler

	$\bar{X}$	$\hat{X}$	Maksimum	Minimum	SD	N
Reelihr	267297818	65471507	1062776270	0	914936269	748
Reelyis	337500118	128761057	553673867	1032289	643728314	748
Krllko	0.042386	0.041358	0.306702	-0.366	0.077878	748
Kldrço	0.508220	0.510994	1.6555	0.086	0.231045	748
Nkto	0.328102	0.146570	5.517729	1.871	0.518669	748
Yaş	48.2	47	93	14	11.88635	748

Panel veri analizlerinde kullanılacak testlerin seçiminde öncelikle çalışmada yer verilen model ya da modellerin tesadüfi etkili ya da sabit etkili model olduğunun belirlenmesi için Hausman testi uygulanmaktadır. Ancak, Baltagi (2008, s. 12-14), ülke grupları, şirketler ve yerel yönetim verilerinin kullanıldığı çalışmalarda sabit etkili model seçiminin etkin sonuçlar vereceğini savunmaktadır. Bu nedenle bu çalışmada kullanılan iki model için sabit etkili model varsayımıyla panel veri analizi gerçekleştirilmiştir.

Modellere ilişkin değişen varyans sınaması için değiştirilmiş Wald testi uygulanmıştır. Değiştirilmiş Wald testi sabit etkiler modelinde birimlere göre heteroskedasitenin sınaması için kullanılan bir test olmakla birlikte normal dağılım varsayımının geçerli olmadığı durumlarda da kullanılabilmektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2020, s. 237). Tablo 3'te değişen varyans testine ilişkin sonuçlar görülmektedir.

Tablo 2
Değişen varyans (heteroskedasite) sınaması

	Ki-kare	Olasılık Değeri
Model 1	1.8e+05	0.0000
Model 2	34442.71	0.0000

Tablo 3'te yer alan Wald testi sonuçlarına göre, sabit varyansı reddeden H_0 hipotezi reddedilmektedir. Buna göre birimlere göre heteroskedasite bulunmaktadır. Öte yandan modellerin otokorelasyon içerme ihtimaline karşı Durbin-Watson (D-W) d istatistiği ve Baltagi-Wu'nun LBI test istatistiklerine bakılmıştır. Modele ilişkin otokorelasyon testi sonuçları da Tablo 4'de yer almaktadır.

Tablo 3
Otokorelasyon sınaması

	Durbin-Watson	Baltagi-Wu
	d istatistiği	**LBI**
Model 1	0.9641	1.241
Model 2	0.6129	0.877

Ampirik literatürde otokorelasyonun varlığını tespit etmede 2 değeri kritik değer kabul edilmektedir. Buna göre 2'den küçük değerler otokorelasyona işaret etmektedir. Tablo 4'te görüldüğü üzere her iki teste göre Model 1 ve Model 2'de test istatistiklerinin 2'den küçük olması modellerde otokorelasyonun bulunduğunu göstermektedir.

Modele ilişkin eğim katsayılarının hesaplanması, sonraki aşamalarda uygulanacak testlerin belirlenmesi noktasında önem arz etmektedir. Pesaran ve Yamagata (2008) çalışmalarında birim boyutunun zaman boyutundan büyük olduğu ve büyük bir örneklem yapısının bulunduğu durumlarda Delta Tilde_{adj} testinin daha doğru sonuçlar vereceğini belirtmektedir. Tablo 5'te Model 1 ve Model 2'ye ait delta tilde testi sonuçları görülmektedir.

Tablo 4
Eğim katsayılarına yönelik delta tilde testi sonuçları

	Delta Tilde: $\hat{\Delta}$		Delta Tilde Adj: $\tilde{\Delta}_{adj}$	
	İstatistik	**Olasılık Değeri**	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**
Model 1	0.157	0.438	0.243	0.404
Model 2	6.999	0.000	11.606	0.000

Delta tilde testi sonuçlarına göre, Model 1'in homojen olduğunu ifade eden H_0 hipotezi hem Delta Tilde hem de Delta Tilde_{adj} testi sonucunda %5 anlamlılık düzeyinde reddedilememekte ve modelin homojen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Model 2'de H_0 hipotezi hem Delta Tilde hem de Delta Tilde_{adj} testinde %5 anlamlılık düzeyinde reddedilmekte ve ikinci modelin heterojen olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Bu noktada yatay kesit bağımlılığının hem değişken hem de model bazında test edilmesi gerekmektedir. Model bazında gerçekleştirilen yatay kesit bağımlılığı testi sonuçları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 5
Model düzeyinde yatay kesit bağımlılığı testleri sonuçları

		Model 1
Testler	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**
Pesaran CD Normal	158.2972	0.0000
Friedman Chi-square	680.0000	0.0000
Frees Q	61.20000	0.0000
		Model 2
Testler	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**
Pesaran CD Normal	0.452861	0.6506
Friedman Chi-square	49.93316	0.0000
Frees Q	7.243930	0.0000

Tablo 6'ya göre, Model 1 için Pesaran CD Normal, Friedman ve Frees test sonuçlarına göre yatay kesit bağımlılığını reddeden H_0 hipotezi kabul edilmektedir. Yani birinci modeli oluşturan seriler arasında yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır. Model 2'de Pesaran CD Normal testine göre yatay kesit bağımlılığının olmadığı, Friedman ve Frees test sonuçlarına göre yatay kesit bağımlılığının olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Değişken düzeyinde yatay kesit bağımlılığının testine ilişkin farklı testlerle yapılan analizlerin sonuçları da Tablo 7'de görülmektedir.

Tablo 6
Değişken düzeyinde yatay kesit bağımlılığı testleri sonuçları

	Breusch-Pagan LM		**Pesaran scaled LM**		**Bias-corrected scaled LM**		**Pesaran CD**	
Değişkenler	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**
Reelihr	5144.596	0.000	41.46181	0.000	38.06181	0.000	2.544105	0.011
Reelyis	6648.549	0.000	63.74322	0.000	60.34322	0.000	14.28097	0.000
Krllko	3472.889	0.000	16.69511	0.000	13.29511	0.000	3.210581	0.0013
Kldrço	7804.566	0.000	80.86987	0.000	77.46987	0.000	29.47800	0.000
Nkto	3791.204	0.000	21.41101	0.000	18.01101	0.000	6.498251	0.000
Yaş	25049.85	0.000	336.3625	0.000	332.9625	0.000	158.2714	0.000

Değişken düzeyinde yatay kesit bağımlılığı testi sonuçlarının yer aldığı Tablo 7'ye göre yatay kesit bağımlılığının yokluğunu ifade eden H_0 hipotezi reddedilmekte, modelde yer alan seriler arası değişkenler düzeyinde yatay kesit bağımlılığı bulunmaktadır.

Panel veri analizinde uygulanacak birim kök testleri, modelin homojen ya da heterojen yapıda olmasına ve yatay kesit bağımlılığının olup olmamasına göre farklılık göstermektedir. Çalışmada uygulanacak birim kök testleri, modelin homojenlik yapısına ve model-değişken bazında yatay kesit bağımlılığı içermesine uyumlu olmalıdır. Bu nedenle serilerin durağan olup olmadığını ölçmek için yatay kesit bağımlılığı altında homojen panellerde N < T ve N > T durumlarında sonuç veren Nazlıoğlu ve diğerleri (2021) tarafından geliştirilen New PANIC testi kullanılmıştır. New PANIC testinde P_{PC} ve $P_{m,PC}$ istatistikleri ile daha tutarlı sonuçlar vermektedir (Nazlıoğlu ve diğerleri, 2021). Bu nedenle bu çalışmada P_{PC} ve $P_{m,PC}$ istatistiği dikkate alınmaktadır.

Tablo 8'de panel birim kök testi için kullanılan New PANIC testi sonuçları yer almaktadır. Tablo 8'de panel birim kök testi yapılırken modeli oluşturan serilere ait istatistikler; sabit terimli ve sabitli + trendli olmak üzere iki grupta incelenmiştir. Tablonun panel birim kök testi sonuçlarına göre modeli oluşturan tüm serilerin sabit terimli ve sabitli + trendli iken tüm istatistik değerlerinde P_{PC} ve $P_{m,PC}$ olasılık değerlerinden izlenebileceği üzere durağan olduğu görülmektedir. Başka bir deyişle modeli oluşturan serilerin birim kök içermediği söylenebilmektedir.

Tablo 7
Panel birim kök testi sonuçları

Sabitli Test istatistiği	**reexp**	**redomsal**	**levrat**	**prorat**	**cashrat**	**age**
W_{PC}	21.790	24.165	18.723	11.973	15.288	5.748
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
P_{PC}	786.503	786.658	786.303	785.864	786.079	785.457
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
$P_{m,PC}$	39.443	39.452	39.430	39.404	39.417	39.379
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Z_{PC}	-22.588	-22.591	-22.584	-22.576	-22.580	-22.567
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Sabitli ve Trendli						
W_{PC}	11.907	18.983	16.873	11.067	14.462	9.480
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
P_{PC}	583.817	588.186	586.882	583.298	585.394	582.319
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
$P_{m,PC}$	27.153	27.418	27.339	27.121	27.249	27.062
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)
Z_{PC}	-18.197	-18.300	-18.269	-18.184	-18.234	-18.161
	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)	(0.000)

Panel birim kök testleri ardından eş bütünleşme analizine geçilebilmektedir. Ampirik literatür, eş bütünleşme testi yapılması için serilerin I (1) düzeyinde durağan olması gerektiğine işaret etmektedir. Ancak panelin zaman boyutunun kısa olması ve yapılan önsel testlerin tutarsız olabilme ihtimaline karşın uygulanan panel eş bütünleşme test sonuçlarının model tahminlemesi sonuçları ile uyumlu olduğu tespit edilmiştir. Westerlund (2007) tarafından geliştirilen panel eş bütünleşme testi serilerin homojen olmasına ve yatay kesit bağımlılığı içermesine izin vermektedir. Çalışmada kullanılan modele ait Westerlund (2007) eş bütünleşme testi sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

Tablo 8
Westerlund panel eş bütünleşme testi sonuçları

	Model 1		Model 2	
	İstatistik	**Olasılık Değeri**	**İstatistik**	**Olasılık Değeri**
Grup İçi	-2.448	0.007	-2.804	0.003
Panel	-1.651	0.049	0.304	0.619

Westerlund eş bütünleşme sonuçlarının yer aldığı Tablo 9'da grup içi sonuçları, her bir yatay kesit için, panel sonuçları ise panelin tümü için elde edilen eş bütünleşme analizi sonuçlarını ifade etmektedir. Westerlund (2007) eş bütünleşme analizi test sonuçları model tahmini sonuçları ile uyumludur. Bununla birlikte modellerin eğim katsayılarının farklı olması model test sonuçlarının yorumlanması açısından önemlidir. Bu bağlamda Tablo 9'da görüldüğü gibi Model 1 için hem grup içi, hem de panel sonuçları istatiksel olarak anlamlı olmasına karşın Model 2'de sadece grup içi test sonuçları istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu durumda iki ayrı model kurulduğu için ihracatın bağımlı değişken olduğu Model 1 için panel sonuçlarının, yurt içi satışların bağımlı değişken olarak alındığı Model 2 için grup içi sonuçlarının dikkate alınması gerekmektedir. Buna göre Model 1'de panel içerisinde serilerin birlikte hareket ettiği, Model 2'de ise sadece grup içinde serilerin birlikte hareket ettiği söylenebilmektedir.

Eş bütünleşme analizi sonrası analizde kullanılan modellerde değişen varyans ve otokorelasyon bulunması, homojen yapıda parametrelere sahip olması ve yatay kesit bağımlılığı içermesi nedeniyle yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisi ayrıca Panel Düzeltilmiş Standart Hataları tahmincisi (Panel corrected standart errors- PCSE) ile incelenmiştir. PCSE tahmincisine ilişkin test sonuçları Tablo 10'da görülmektedir.

Tablo 9
PCSE tahmincisi sonuçları

Model 1	**Katsayılar**	**Standart Hata**	**Olasılık Değeri**
Reelyis	0.770	0.053	0.000
Kldrço	1.633	0.750	0.029
Krllko	4.387	1.805	0.015
Nkto	-0.685	0.616	0.266
Yaş	-0.876	0.380	0.021
p> X^2= 0.000			

Model 2	**Katsayılar**	**Standart Hata**	**Olasılık Değeri**
Reelihr	0.173	0.017	0.000
Kldrço	1.248	0.245	0.000
Krllko	4.427	0.893	0.000
Nkto	0.236	0.122	0.054
Yaş	0.832	0.067	0.000
p> X^2= 0.000			

PCSE tahmincisi sonuçlarının yer aldığı Tablo 10'da görüldüğü üzere her iki modelin, nakit oranları bir kenara bırakılırsa, anlamlı olduğu anlaşılmaktadır.

PCSE tahmincisi sonuçları bağlamında Model 1'e göre yurtiçi satışlarda meydana gelen 1 birimlik artış, ihracatı 0.77 birim artırmaktadır. Bu sonuca göre ihracatın yurtiçi satışlar için üretim avantajı sağladığı ve bu nedenle aralarında pozitif ilişki oluştuğu söylenebilmektedir. *Bu sonuca göre BIST Sınai Endeksinde yer alan 68 imalat sanayi firması örneğinde yurtiçi satışlar ile ihracat arasında teorik çerçevede yer verilen ve ampirik literatürde karşılaşılan tamamlayıcılık ilişkisi bulunduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.* Bu bağlamda elde edilen bu sonucun Türkiye imalat sanayisini konu alan literatürle genel olarak uyumlu olduğu söylenebilir.

Model 1'de yer alan finansal oranlar incelendiğinde kaldıraç oranının %1 artmasının ihracatı %1,63 oranında, kârlılık oranının %1 artmasının ihracatı %4,38 oranında artırdığı söylenebilmektedir. Bu bağlamda BİST Sınai Endeksinde yer alan 68 imalat sanayi işletmesinin kârlılık oranlarındaki artışın ihracatı pozitif yönde etkilemesinin iktisadi mantığa ve teorik çerçeveye uygun biçimde ilgili dönemdeki güçlü kâr artışlarından kaynaklandığı düşünülebilmektir. Model 1'de yer alan nakit oranı katsayısı istatistiksel olarak anlamsız görülmekle birlikte %1 düzeyinde nakit oranında artışın ihracatı %0,68 oranında azaltabileceği sonucuna varılmaktadır. BİST Sınai Endeksinde yer alan imalat sanayi işletmelerinin yaş durumu ise Model 1'e göre ihracatın 0.87 birim azalmasına neden olmaktadır. Bu durumda örneklem içinde yer alan 68 firma örneğinde kuruluş tarihi görece yeni olan firmaların, eski firmalara göre bu dönem itibarıyla daha fazla ihracat artış oranı sağladığı sonucu ortaya çıkmaktadır. Elde edilen bu sonuç örneklemde yer alan kuruluş tarihi daha yeni firmaların görece daha dinamik ve daha rekabetçi olmalarına bağlanabilir.

Model 2'ye göre BIST Sınai Endeksine kote olan ve örneklemde yer alan 68 imalat sanayi işletmesinin ihracatının 1 birim artması, yurtiçi satışlarını 0.17 birim artırabilmektedir. *Bu sonuç, yani imalat sanayi işletmelerinin ihracatları ve yurt içi satışları arasında tespit edilen pozitif ilişki, ilk modele göre daha düşük düzeyde olsa bile teorik çerçeve ve literatürde değinilen biçimde bu iki değişken arasında tamamlayıcılık ilişkisi olduğu biçiminde yorumlanabilir.*

Model 2'ye göre BİST Sınai Endeksinde yer alan imalat sanayi işletmelerinin kaldıraç oranında meydana gelen %1 artış, yurtiçi satışlarını %1,24 artırmaktadır. Bu durumda imalat sanayi firmalarının varlıklarını borç ile finanse etmelerinin yurtiçi satışlarını olumlu etkileyebileceği sonucuna ulaşılabilmektedir. Model 2'ye göre örneklemde yer alan imalat sanayi işletmelerinin kârlılık oranının %1 artması, yurtiçi satışlarını %4,42 oranında artırmaktadır. Elde edilen bu sonuca göre imalat sanayi firmalarının kârlılık düzeyleri arttıkça iktisadi mantığa uygun biçimde ilgili teorik çerçevede belirtildiği üzere yurtiçi satışları da artmaktadır. Model 2'ye göre 68 imalat sanayi işletmesinin nakit oranında %1'lik artış, ilk modelin aksine yurtiçi satışları %0,23 oranında artırabilmektedir. Bu durum yurt içi satışlar ile nakit oranı arasında pozitif ilişki bulunduğu biçiminde yorumlanabilir. Model 2'ye göre ilk modelin aksine 68 imalat sanayi işletmesinin yaşını ifade eden age serisinde görülen %1 düzeyindeki artış, bu kez örneklemde yer alan işletmelerin yurtiçi satışlarının %0,83 oranında artmasını sağlamaktadır ki, bu durumda yine iktisadi beklentiye uygun biçimde bu kez firmaların yurtiçi tecrübelerinin yurtiçi satışlarını artırdığı sonucuna ulaşılabilmektedir.

Son olarak BIST Sanayi Endeksinde yer alan 68 imalat sanayi işletmesi örneğinde yurt içi satışlar ile ihracat arasındaki nedensellik ilişkisinin analizinde uygulanan Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testi; kullanılan modelin sabit etkili olmasına, heterojen yapıda olmasına ve yatay kesit bağımlılığı içermesine izin vermektedir. Dumitrescu ve Hurlin (2012) panel nedensellik testine göre zaman boyutunun küçük olduğu durumlarda Z istatistiği daha tutarlı sonuçlar vermektedir. Çalışmada kullanılan iki modele ait panel nedensellik analizi sonuçları Tablo 11'de görülmektedir.

Tablo 10
Panel nedensellik testi sonuçları

Model 1			
Sıfır Hipotezi	**W-istatistiği**	**Z-İstatistiği**	**Olasılık Değeri**
Reelihr → Reelyis	2.0407	6.0680	0.0000
Reelyis →Reelihr	2.3370	7.7959	0.0000
Reelihr →Kldrço	1.8821	5.1433	0.0000
Kldrço → Reelihr	1.7026	4.0969	0.0000
Reelihr →Krllko	3.1029	12.2621	0.0000
Krllko→ Reelihr	2.5229	8.8800	0.0009
Reelihr →Nkto	2.1725	6.8365	0.0000
Nkto→ Reelihr	1.8162	4.7592	0.0000
Reelihr →Yaş	2.6182	9.4356	0.0000
Yaş→ Reelihr	2.6182	3.5875	0.0003
Model 2			
Sıfır Hipotezi	**W-istatistiği**	**Z-İstatistiği**	**Olasılık Değeri**
Reelyis →Reelihr	2.3370	7.7959	0.0000
Reelihr → Reelyis	2.0407	6.0680	0.0000
Reelyis →Kldrço	2.7210	10.0350	0.0000
Kldrço → Reelyis	2.5654	9.1281	0.0000
Reelyis →Krllko	2.0305	6.0086	0.0000
Krllko→ Reelyis	3.3320	13.5979	0.0000
Reelyis →Nkto	1.4139	2.4132	0.0158
Nkto→ Reelyis	1.7752	4.5202	0.0000
Reelyis→Yaş	3.1575	12.5804	0.0000
Yaş→Reelyis	3.1575	5.1760	0.0002

Tablo 11'de görüldüğü üzere Model 1'den elde edilen sonuçlara göre BİST Sınai Endeksinde yer alan 68 adet imalat sanayi işletmesi örneğinde ihracat ile yurtiçi satışlar arasında çift yönlü pozitif nedensellik ilişkisi bulunmaktadır. Benzer biçimde Model 1'e göre ihracat ile yurtiçi satışlar, ihracat ile kaldıraç oranı, ihracat ile kârlılık oranı, ihracat ile nakit oranı ve ihracat ile yaş arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunmaktadır.

Model 2'ye ait panel nedensellik sonuçları da Model 1 sonuçları ile paralellik göstermektedir. Diğer bir deyişle BİST Sınai Endeksinde yer alan 68 adet imalat sanayi işletmeleri örneğinde Model 2'ye göre de yurtiçi satışlar ile ihracat, yurtiçi satışlar ile kaldıraç oranı, yurtiçi satışlar ile kârlılık oranı, yurtiçi satışlar ile nakit oranı ve yurtiçi satışlar ile yaş arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Sonuç

Bu çalışmada yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişki firma düzeyinde incelenmiştir. Bu çerçevede ampirik analizde BİST Sınai Endeksinde yer alan 68 adet imalat sanayi işletmesinin yurtiçi satışları ve ihracatları yanı sıra kaldıraç oranları, kârlılık oranları, nakit oranları ve kuruluş yıllarına yer verilmiştir. Firma düzeyinde kapasite kısıtları için kaldıraç oranı ve nakit oranı kullanılmıştır. Çalışmada yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisi iki model aracılığıyla ölçülmüştür. İlk modelde ihracat bağımlı değişken iken ikinci modelde yurtiçi satışlar bağımlı değişken olarak modele dâhil edilmiştir.

İlk modele göre ihracatın yurtiçi satışlar için üretim avantajı sağladığı ve bu iki değişken arasında pozitif ilişki olduğu görülmektedir. *Bu sonuca göre BİST Sinai Endeksi içinde yer alan imalat sanayi işletmeleri örneğinde yurtiçi satışlar ve ihracat arasında teorik çerçeveye uygun biçimde tamamlayıcılık ilişkisi bulunduğu söylenebilir*. Elde edilen bu sonuç Türkiye imalat sanayisini konu alan ampirik literatürle uyumludur. Diğer yandan örnekleme dâhil edilen firmaların kârlılık ve kaldıraç oranlarında artışın ihracatı pozitif yönde etkilemesinin bulguların tartışıldığı kısımda belirtildiği gibi ilgili dönemdeki kâr artışlarından kaynaklandığı düşünülmektir. Yine ilk modele göre kârlılık yanı sıra kaldıraç oranı ile ihracat arasındaki pozitif ilişkiye göre örneklemde yer alan firmalar ihracattan ve yurtiçi satışlardan elde ettikleri gelirler ve kârlar ile borçlarını finanse edebilmektedir sonucuna ulaşılabilmektedir. Bununla birlikte ilk modele göre, uzun yıllardır piyasada yer alan firmaların tecrübelerinin daha fazla olması ve bu yönde ihracatlarının da piyasaya yeni girmiş olan firmalara göre daha fazla olması yönündeki genel iktisadi beklentinin aksine genç firmaların eski firmalara göre daha fazla ihracat artış oranı sağlayabildiği sonucunun çıkması, analiz dönemi süresinin az olmasına bağlanabilir ve örneklem bazında halkı açık, görece yeni kurulan firmaların daha dinamik, daha yenilikçi ve daha rekabetçi oldukları için daha fazla ihracat artışı sağlayabildikleri düşünülebilir. Bu bağlamda ampirik analiz, örneğin 1980-2020 dönemi gibi 40 yılı bulan bir süre olsa idi muhtemelen imalat sanayi işletmelerinin yaşı ile ihracatları arasında genel iktisadi mantıkla daha uyumlu bir ihtimal olan pozitif bir ilişkinin ortaya çıkabileceği tahmin edilebilir. Ayrıca bu çalışmada Türkiye'deki tüm imalat sanayi firmaları ele alınmadığı gibi BİST Sınai Endeksi içinde yer alan tüm firmalar da analize dahil edilmediği için iktisadi beklentinin aksine bir sonuç çıktığı belirtilebilir. Öte yandan elde edilen bu sonucun Gül (2019)'ün çalışmasından elde edilen tecrübeli firmaların ihracat performanslarının genç firmalara göre daha fazla olması yönündeki sonuçtan farklı olduğu da görülmektedir. Belirli bir seviyeye kadar uygun koşullarda borç kullanılması firmaların sermaye maliyetini olumlu etkilemektedir. Bu bağlamda sermaye maliyetlerinin en aza indirilmesi borç/özkaynak dengesini sağlamakta, firmaların maliyet avantajı sağlamasına neden olabilmektedir. Bu nedenle bu çalışmada yer alan firmalar örneğinde kaldıraç oranındaki artışın bu firmaların ihracatını ve yurtiçi satışlarını olumlu etkilediği söylenebilmektedir

Yurt içi satışların bağımlı değişken olduğu ikinci modelin analiz sonuçlarına göre de (ilk modele göre daha az pozitif etki olsa da) ihracat ve yurtiçi satışlar arasındaki pozitif ilişkinin tamamlayıcılık ilişkisi olduğu görülmektedir. İkinci modelde özellikle kârlılık oranında artışların güçlü biçimde yurt içi satışlarla pozitif ilişkisinin bulunması, örneklemdeki imalat sanayi işletmelerinin kârlılık düzeyleri arttıkça yurtiçi satışlarının arttığını göstermekte ve iktisadi teori ve pratikle uyumlu bir sonuca işaret etmektedir.

Çalışmada yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisinin açıklanmasında kullanılan yurtiçi satışlar, ihracat, kârlılık oranı, nakit oranı, kaldıraç oranı ve yaş serilerinin arasındaki ilişkiyi ortaya koyan panel nedensellik testi sonuçları da hem ihracat ile yurt içi satışlar arasında hem de kullanılan diğer değişkenler ile ihracat ve yurt içi satış değişkenleri arasında her iki model çerçevesinde çift yönlü nedensellik ilişkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, hem bu iki değişken arasındaki eş bütünleşme analizi çerçevesindeki tamamlayıcılık ilişkisinin güçlü bir şekilde teori ve ampirik çalışmalarla uyumlu olduğunu, hem de bu iki değişken arasında çift yönlü nedensellik ilişkisi bulgusuna ulaşılması da diğer ampirik çalışmalardan farklı olarak imalat sanayisinde firma düzeyinde önemli bulgulara ulaşıldığını göstermektedir

Öte yandan iki modelde imalat sanayinde yer alan 68 firma örneğinde elde edilen yurt içi satışlar ve ihracat arasındaki tamamlayıcılık ilişkisi bu firmaların yurtiçi satışlarında meydana gelen artışın bu işletmelerin ihracatlarını da artırdığını göstermekle birlikte (incelenen dönemin kısalığı ve tüm imalat sanayi işletmelerini içermediği için imalat sanayi için genelleme yapılması uygun olmasa bile) zayıf yurtiçi talep koşullarında bu işletmelerin genel olarak yurtiçi satışlarını yurtdışı piyasalara kaydıramadığını da ima etmektedir. Diğer bir deyişle örneklemde yer alan imalat sanayi işletmelerinin olası yurtiçi ekonomik şoklar karşısında pazar değiştirme esnekliğinin düşük olduğu anlamına gelmektedir.

Avrupa ekonomileri örneğinde yurtiçi satışlar ve ihracat arasındaki ilişkinin incelendiği ampirik literatürde bu ilişkinin ikame ilişkisi olduğuna dair fikir birliği olmasına karşın Türkiye örneğinde imalat sanayini konu alan çalışmalarda tamamlayıcılık ya da ikame ilişkisi noktasında bir fikir birliği bulunmamaktadır. Bu bağlamda bizim çalışmamızda 2010-2020 döneminde incelenen işletmeler bazında bu iki değişken arasındaki ilişkinin ikame ilişkisi biçiminde değil tamamlayıcılık düzeyinde gerçekleştiği görülmektedir.

Çalışmadan elde edilen sonuçlar bağlamında bazı öneriler de bu noktada getirilebilir. Örneğin yurtiçi satışlar ile ihracat arasında ampirik analizde ulaşılan tamamlayıcılık ilişkisi düşünüldüğünde yurtiçi satışları güçlü imalat sanayi firmalarının daha fazla dış ticarete katılmaları teşvik edilebilir. Yine firma temelinde güçlü yurtiçi satış ve ihracatın devam ettirilebilmesi açısından firmaların rekabetçi üstünlüklerini koruyucu kaliteli ve katma değeri yüksek ürünler ihracatı yapmasının sağlanması da teşvik edilmelidir. Türkiye'de imalat sanayi ihracatında teknoloji yoğunluğu yüksek ürünlerin ağırlığının artması (yüksek ve orta ileri teknolojili ürünler ihracatı) noktasında da araştırma geliştirme çabalarını teşvik edici unsurlar ve stratejik dış ticaret politikaları geliştirilebilir. Ayrıca Türkiye'de kalkınma planları çerçevesinde üretim, satış ve dış ticaret ilişkisi güçlü olduğu belirlenen imalat sanayi ürünlerinin üretim ve ihracatının, katma değerinin artmasına yönelik markalaşma çabalarının da güçlendirilmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu noktada yapılacak yeni ampirik çalışmalarda analiz döneminin elde edilen veriler çerçevesinde mümkün olduğunca uzun tutulması, daha fazla sayıda firmanın analize dahil edilmesi, yeni ampirik analizlerin sadece arz yönlü değil talep yönlü (gelir düzeyleri, talep esneklikleri, döviz kuru, fiyat düzeyleri gibi) bazı değişkenleri içermesi de önerilmektedir.

Kaynakça

Bai, J. ve Ng, S. (2004). A panic attack on unit roots and cointegration. *Econometrica, 72*(4), 1127–1177. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/3598781.

Bai, J. ve Ng, S. (2005). *A New look at panel testing of stationarity and the PPP hypothesis.* Cambridge: Cambridge University Press.

Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data (Third Edition).* West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.

Baltagi, B., Feng, Q. ve Kao, C. (2012). A lagrange multiplier test for cross-sectional dependence in a fixed effects panel data model. *Center for Policy Research,* (193), 1-41. doi: 10.1016/j.jeconom.2012.04.004.

Barbieri, L. (2006). Panel unit root tests: A review. *Quaderni Dipartimento Di Scienze Economiche E Sociali,* (43), 1-53. Erişim adresi: https://www.semanticscholar.org/paper/Panel-Unit-Root-Tests%3A-A-Review-Barbieri/d9df8e496a187eb9af6a2a80d26f10041e5c4b59.

Bardaji, J., Bricongne, J. C., Campagne, B. ve Gaulier, G. (2018). Domestic and export performances of French firms. *The World Economy, 42*(3), 785-817. doi:10.1111/twec.12713.

Belke, A., Oeking, A. ve Setzer, R. (2015). Domestic demand, capacity constraints and export dynamics: Emprical evidence for vulnerable euro area countries. *Economic Modelling*, (48), 315-325. doi: 10.1016/j.econmod.2014.10.035.

Berman, N., Berthou, A. ve Hericourt, J. (2011). Export dynamics and sales at home. *Centre D'etudes Prospectives Et D'Informations Internationales*, (33), 1-43. Erişim adresi: http://www.cepii.fr/PDF_PUB/wp/2011/wp2011-33.pdf.

Bobeica, B., Esteves, P.S., Rua, A. ve Staehr, K. (2016). Exports and domestic demand pressure: a dynamic panel data model for the euro area countries. *Review of World Economics*, (1777), 10-125. Erişim adresi: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1777.en.pdf.

Breusch, T. S. ve Pagan, A. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *Review of Economic Studies, 47*(1), 239-253. doi: 10.2307/2297111

Bugamelli, M., Gaiotti, E. ve Viviano, E. (2014). Domestic and foreign sales: Complements or subsitutes. *Banca D'Italia- Questioni di Economia e Finanza,* (248). Erişim adresi: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2584919.

Buono, I. ve Formai, S. (2018). The heterogeneous response of domestic sales and export to bank credit shocks. *Journal of International Economics*, *113*, 55-73. doi: 10.1016/j.jinteco.2018.03.001.

Chang, Y. ve Song, W. (2002). Panel unit root tests in the presence of cross-sectional dependency and heterogeneity. *10th International Conference on Panel Data, Berlin, July 5-6,* 1-20. Erişim adresi: https://ideas.repec.org/p/cpd/pd2002/b5-2.html.

Crespo, A. ve Sepulveda, J. A. (2015). *The role of physical and financial constraints in export dynamics.* Italy: European University Institute Max Weber Programme.

Çiftçi, C. ve Durusu Çiftçi, D. (2013). The interrelationship between domestic sales and export : the case of Turkish manufacturing sector 1996-2010. *Akdeniz İktisadi İdari Bilimler Dergisi*, *13*(27), 77-98. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/372809.

De Hoyos, R. E. ve Sarafidis, V. (2006). Testing for cross-sectional dependence in panel-data models. *The Stata Journal, 6*(4), 482-496. doi: 10.1177/1536867X0600600403.

Dumitrescu, E. I. ve Hurlin, C. (2012). Testing for granger non-causality in heterogeneous panels. *Economic Modelling, 29*, 1540-1460. doi: 10.1016/j.econmod.2012.02.014.

Erbahar, A. (2019). Two worlds apart? Export demand shocks and domestic sales. *Review of World Economics*, *156*, 313-342. Erişim adresi: https://link.springer.com/article/10.1007/s10290-019-00364-z.

Esteves, P. S. ve Prades, E. (2017). Does export concentration matter in economic adjustment programs? Evidence from The Euro-Area. *Journal of Policy Modeling*, *40*(2), 1-17. doi:10.1016/j.polmod.2017.10.005.

Esteves, P. S. ve Rua, A. (2015). Is there a role for domestic demand pressure on export performance? *Empirical Economics*, 49, 1173-1189. doi:10.1007/s00181-014-0908-5

Frees, E. W. (1995). Assessing cross-sectional correlation in panel data. *Journal of Econometrics,* 69, 393-414. doi: 10.1016/0304-4076(94)01658-M

Frees, E. W. (2004). *Longitudinal and panel data: Analysis and applications for the social sciences.* New York: Cambridge University Press.

Friedman, M. (1937). The use of ranks to avoid the assumption of normality ımplicit in the analysis of variance . *Journal of the American Statistical Association, 32*(200), 675-701. doi:10.1080/01621459.1937.10503522.

Granger, C. W. (1969). Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica, 37*(3), 424-438. doi: https://doi.org/10.2307/1912791.

Gujarati, D. (2016). *Örneklerle ekonometri.* (N. Bolatoğlu, Çev.) Ankara: Literatür Yayınları.

Gujarati, D. N. ve Porter, D. C. (2009). *Basic econometrics (Fifth Edition).* New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

Gül, S. (2019). An analysis on the domestic sales and export: a dynamic model for the Turkish manufacturing firms. *Central Bank of the Republic of Turkey, 19(2)*, 1-29. Erişim adresi: https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/1da8b505-0022-4ef2-97a6-e2243a37d220/wp1902.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-1da8b505-0022-4ef2-97a6-e2243a37d220-mA0mWEh.

Hood, M. V., Kidd, Q. ve Morris, I. L. (2008). Two sides of the same coin? Employing granger causality tests in a time series cross-section framework. *Political Analysis, 16(3)*, 324-344. Erişim adresi: https://ideas.repec.org/a/cup/polals/v16y2008i03p324-344_00.html.

Hsiao, C. (2005). Why panel data? *The Singapore Economic Review, 50*(2), 143-154. doi: 10.1142/S0217590805001937.

Hurlin, C. ve Mignon, V. (2007). Second generation panel unit root tests. *HALSHS Sciences Humanies et Sociales,* (1), 1-24. Erişim adresi:https://shs.hal.science/halshs-00159842/.

Koçbulut, Ö. ve Altıntaş, H. (2016). İkiz açıklar ve Feldstein-Horioka hipotezi: OECD ülkeleri Üzerine yatay kesit bağımlılığı altında yapısal kırılmalı panel eşbütünleşme analizi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* (48), 145-174. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/erciyesiibd/issue/28008/297415.

McQuoid, A. ve Rubini, L. (2014). *The opportunity cost of exporting.* Society for Economic Dynamics Meeting Papers, *412*, 1-33. Erişim adresi: https://www.economicdynamics.org/meetpapers/2014/paper_412.pdf.

Menyah, K., Nazlıoğlu, Ş. ve Wolde-Rufael, Y. (2014). Financial development, trade openness and economic growth in african countries: New ınsights from a panel causality approach. *Economic Modeling,* (37), 386-394. doi: 10.1016/j.econmod.2013.11.044.

Nazlıoğlu, Ş., Payne, J. E., Lee, J., Rayos-Velazquez, M. ve Karul, Ç. (2021). Convergence in OPEC carbon dioxide emissions: Evidence from new panel stationarity tests with factors and breaks. *Economic Modelling, 100*, 1-13. doi: 10.1016/j.econmod.2021.105498.

Özdemir, D. (2022). *Yurtiçi satışlar ve ihracat ilişkisi: BIST sınai endeksinde yer alan işletmeler üzerine bir uygulama (2010-2020) (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi).* Ankara Hacıbayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Ensititüsü, Ankara.

Pesaran, M. H. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Cambridge Working Papers in Economics*, *69*(7), 1-39. Erişim adresi: https://docs.iza.org/dp1240.pdf.

Pesaran, M. H. ve Yamagata, T. (2008). Testing slope homogeneity in large panels. *Journal of Econometrics, 142*, 50-93. doi: 10.1016/j.jeconom.2007.05.010.

Pesaran, M. H., Ullah, A. ve Yamagata, T. (2008). A Bias-Adjusted LM test of error cross-section ındependence. *The Econometrics Journal, 11*(1), 105-127. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/23116064.

Salomon, R. ve Shaver, M. (2005). Export and domestic sales: their interrelationship and determinants. *Strategis Management Journal*, *26*(9), 855-871. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/20142273.

Sun, S. ve Anwar, S. (2016). Interrelationship among foreign presence, domestic sales and export intensity in Chinese manufacturing industries. *Routledge*, *48*(26), 2443–2453. doi: 10.1080/00036846.2015.1122733.

Swamy, P. A. (1970). Efficient inference in a random coefficient regression model. *Econometrica, 38*(2), 311-323. doi: 10.2307/1913012.

Toraganlı, N. ve Yalçın, C. (2016). Export, real exchange rates and external exposures: Emprical evidence from Turkish manufacturing firms. *Central Bank of the Republic of Turkey, 16*(24), 1-44. Erişim adresi: https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/b0b2a9a0-db21-4499-977b-9524d46082d5/wp1624.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-b0b2a9a0-db21-4499-977b-9524d46082d5-m3fw6jp Kaynak türüne göre kılavuza uygun hazırlanmalıdır.

Üzümcü, A. (2008). *İktisadi büyüme*. İstanbul: Beta Basım Yayım.

Üzümcü, A. (2020). Endüstri 4.0 ve Dış Ticaret Stratejileri Üzerindeki Etkisi. *Teknolojik gelişmenin son evresi endüstri 4.0 ve Türkiye üzerine değerlendirmeler* (s. 55-85). içinde Konya: Eğitim Yayınevi.

Vannoorenberghe, G. (2012). Firm-Level volatility and exports. *Journal of International Economics, 86*, 57-67. doi:10.1016/j.jinteco.2011.08.013.

Wang, J; Wei, Y; Liu, X; Wang, C. ve Lin, H. (2014). Simultaneous impact of the presence of foreign MNEs on indigenous firms export and domestic sales. *Management International Review*, *54,* 195-223.doi: 10.1007/s11575-013-0195-y.

Westerlund, J. (2007). Testing for error correction in panel data. *Oxford Bulletin of Economics and Statistic, 69*(6), 709-748. doi:10.1111/j.1468-0084.2007.00477.x.

Wooldridge, J. M. (2013). *Introductory econometrics a modern approach.* Ohaio: Cengage Learning.

Yerdelen Tatoğlu, F. (2020). *Panel veri ekonometrisi stata uygulamalı.* İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Extended Abstract

Purpose

Reviewing the theoretical framework in the analysis of the relationship between exports and domestic sales, it can be stated that first of all, the relationship between exports and domestic sales is evaluated within the framework of complementarity and substitution relationships. According to Belke et. Al. (2015) When the relationship between domestic sales and exports is evaluated within the framework of substitutability and complementarity, the ability of firms to direct their sales to foreign (domestic) markets in the face of a negative domestic (foreign) demand shock is defined as substitutability. considered as a complementarity relationship. Thus, it is aimed to investigate the relationship between domestic sales and exports of the manufacturing industry, which is of great importance at the point of increasing Turkey's exports and policies have been developed in this direction. In this context, the study of Gül (2019) was taken as a reference.

Design and Methodology

The data set of the study consists of 68 manufacturing industry enterprises, which are on the Public Disclosure Platform (KAP), traded in Borsa Istanbul (BIST), included in the BIST Industrial Index, and with an asset size of over 100 million TL as of 2010. The size of the panel data set used in the study consists of 748 (TxN = 11 x 68) units, including 11 times units and 68 cross-section units, and it is understood that the panel data set is a balanced panel because it does not contain missing or incomplete observations. In the study, besides the domestic sales and exports of the companies, the leverage ratios, profitability ratios, cash ratios and total years of operation (age) data were used, and these data were obtained from the financial reports published in the Public Disclosure Platform. In order to deflate the domestic and international sales data, respectively, domestic PPI and international PPI (producer price index) data were used and PPI data were obtained from the CBRT EDDS (Electronic Data Distribution System of the Central Bank of the Republic of Turkey) database. The study used panel data analysis and applied identifying tests, homogeneity testing, horizontal cross-section dependence tests, unit root testing, co-integration tests in this context. The model's long-term regression coefficients were then examined and the Panel Corrected Standard Errors forecaster (PCSEs) was used for model prediction. Finally, panel causality tests were applied to examine the causation relationship between variables used in models.

Findings

According to empirical results, 68 industrial enterprises included in the BIST Industrial Index as of the period under review have concluded that there is a complementarity relationship between their domestic sales and exports. It has been established that there is a complementary relationship between these two variables in the economic sense included in the corresponding literature. Furthermore, according to the empirical analysis results, these manufacturing enterprises in the BIST Industrial Index found that the 1% increase in domestic sales of enterprises increased their exports by 0.77%, while the 1% increase in exports increased domestic sales by 0.17%. In the empirical literature examining the relationship between domestic sales and exports in the example of European economies, there is a consensus that this relationship is a substitution relationship, but in the case of Turkey, there is no consensus on the complementarity or substitution relationship in studies on the manufacturing industry. On the other hand, the complementarity relationship between domestic sales and exports obtained in the sample of 68 companies in the manufacturing industry in the two models shows that the increase in the domestic sales of these companies also increased the exports of these companies (generalization for the manufacturing industry since the period examined was short and it did not include all manufacturing industry enterprises). It also implies that these enterprises are generally unable to shift their

domestic sales to foreign markets under weak domestic demand conditions. In other words, it means that the manufacturing industry enterprises in the sample have low market change flexibility in the face of a possible domestic shock.

Research Limitations

In this study, all businesses included in the BIST industrial index could not be included in the study due to time constraints. On the other hand, the different structure of the financial reports of the enterprises before 2010 also caused the selected period to be short.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

In the light of the method used in this thesis and the findings obtained, some suggestions can be made in terms of contributing to future scientific studies. In this context, new models to be included in empirical analysis can be developed using different variables. Again, as in this study, if two different models are used, Dynamic Panel Data Analysis can be applied by differentiating the variables in the data set. While creating the data set of the models, analysis can be made for each sub-sector by using the sector balance sheets in the manufacturing industry. In addition, when it is desired to establish models similar to this study, it is thought that choosing the unit size, that is, the number of enterprises included in the sample, and the time dimension as a longer time interval, such as the years 1980-2020, will facilitate empirical analysis.

Originality/Value

The relationship between domestic sales and exports is important in the context of the recovery of national economies in the face of domestic demand shocks and future cyclical developments. When the domestic literature was examined, it was seen that there were a limited number of studies on the subject. Among these studies, Toraganlı and Yalçın (2016) and Erbahar (2019) argued that the relationship between domestic sales and exports is a complementarity relationship, Çiftçi and Durusu Çiftçi (2013) and Gül (2019) argued that the relationship between domestic sales and exports is a substitution relationship. The fact that the data set is at the firm level distinguishes the study from the studies using the manufacturing industry average data and makes the study important.

Araştırmacı Katkısı: Dilan ÖZDEMİR (%50), Adem ÜZÜMCÜ (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Çok Anlamlılığın Zihin Dil İlişkisindeki Rolü Üzerine: Bilişsel Anlambilimden Öğrendiklerimiz [1] [2]

Tolgahan TOY [3]

Başvuru Tarihi: 23.12.2022 **Kabul Tarihi:** 16.06.2023 **Makale Türü:** Derleme

Öz

Doğal dillerde sözlüksel muğlaklığın iki türü bulunmaktadır. Birincisi, farklı anlamların birbirleriyle ilişkili olmadığı eşadlılık durumu, ikincisi ise farklı anlamların ilişkili olduğu çok anlamlılık durumudur. Kelimelerin farklı anlamları arasındaki ilişkiler anlam kavramına nasıl yaklaşmamız gerektiği konusunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Doğal dillerdeki çok anlamlılık olgusu biçimsel ve bilişsel anlambilim geleneklerinin arasındaki karşıtlıkta önemli bir rol oynamaktadır. Biçimsel anlambilim, mantık ve bilgisayar biliminin de yardımıyla, anlamı öznel deneyimlerden olabildiğince ayırarak modellerken, bilişsel anlambilim ise dilsel anlamın deneyimlerimizle bir bütün oluşturduğunu iddia etmektedir. Bilişsel anlambilim dilsel ifadeleri anlamlandırma sürecinin arkasındaki mekanizmayı, diğer bir ifadeyle, yaşam formunun dilsel anlama katkısını ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Dilsel anlam, biçimsel bir şekilde, deneyimlerimizden, kavramsal derinliklerimizden, bilişsel süreçlerimizin bütününden bağımsız olarak incelenebilir mi? Bilişsel anlambilimciler bu soruya çok anlamlılık üzerinden cevap vermektedirler: Bilişsel anlambilimcilere göre, çok anlamlılık, deneyimlerimiz ile dilsel anlam arasında bulunan güçlü ilişkilerin bir yansımasıdır. Dolayısıyla, dilsel anlamın insan deneyimlerinden bağımsız incelenemeyeceğini iddia etmektedirler. Bu çalışmada bilişsel anlambilimin iddiaları çok anlamlılık üzerinden ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Çok Anlamlılık, Bilişsel Anlambilim, Biçimsel Anlambilim, Metafor, İmge, Ad Aktarması*

Atıf: Toy, T. (2023). Çok anlamlılığın zihin dil ilişkisindeki rolü üzerine: bilişsel anlambilimden öğrendiklerimiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 589-602.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Bu makale, birtakım ekleme ve düzenlemelerle birlikte, 2022 yılında, Orta Doğu Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe Anabilim Dalına sunduğum *A Defense of Meaning Eliminativism: A Connectionist Approach* adlı, yayımlanmamış doktora tezinin bir bölümünden uyarlanmış olup danışman hocamın isminin yazar olarak bulunmasından feragat ettiğini bildiririm.

[3] Bağımsız Araştırmacı, **tolgahantoyboun@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-7334-9911

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Role of Polysemy in the Relationship Between Mind and Language: On What Cognitive Semantics Teaches

Tolgahan TOY [4]

Submitted by: 23.12.2022 **Accepted by:** 16.06.2023 **Article Type:** Review

Abstract

There are two kinds of lexical ambiguity in natural languages. The first one is homonymy, where different meanings are not related to each other. The second one is polysemy, where different meanings are related. The relationships between the different meanings of words play a decisive role in how we should approach the concept of meaning. Polysemy in natural languages has an important place in the controversy between cognitive and formal traditions. Formal semantics, with the help of logic and computer science, tries to model meaning by isolating it from subjective human experiences. Cognitive semantics, on the other hand, claims that human experience plays a crucial role in linguistic meaning. Cognitive semantics aims to reveal the mechanism behind the way we understand linguistic expressions. Can linguistic meaning be studied formally, independent of our experiences, conceptual depths, and cognitive processes as a whole? Cognitive semantics, answer this question in terms of polysemy. According to cognitive semantics, polysemy reflects the strong relationship between our experiences and linguistic meaning. Therefore, they argue that linguistic meaning cannot be studied in isolation. In this study, cognitive semantics' criticism of formal semantics is discussed through polysemy.

Keywords: *Polysemy, Cognitive Semantics, Formal Semantics, Metaphor, Image Schema, Metonymy*

[4] Independent Researcher, **tolgahantoyboun@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-7334-9911

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

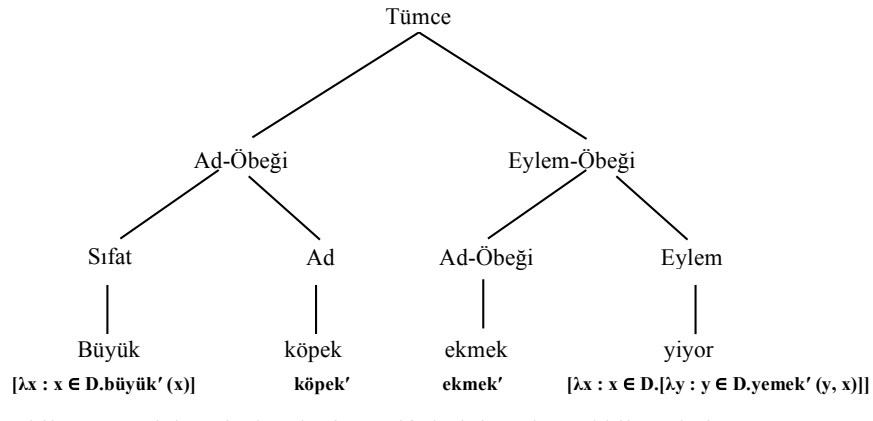
Giriş

Doğal dillerde sözlüksel muğlaklığın kaynağı olan iki olgu bulunmaktadır. Birincisi, farklı anlamların birbirleriyle ilişkili olmadığı eşadlılık durumu, ikincisi ise farklı anlamların ilişkili olduğu çok anlamlılık durumudur. Kelimelerin farklı anlamları arasındaki ilişkiler anlam kavramına nasıl yaklaşmamız gerektiği konusunda belirleyici bir rol oynamaktadır. Dilsel anlam, biçimsel bir şekilde, deneyimlerimizden, kavramsal derinliklerimizden, bilişsel süreçlerimizin bütününden bağımsız bir şekilde incelenebilir mi? Bilişsel anlambilimciler bu soruya çok anlamlılık üzerinden cevap vermektedirler: Çok anlamlılık, deneyimlerimiz ile dilsel anlam arasından bulunan güçlü ilişkilerin bir yansımasıdır. Dolayısıyla, dilsel anlamın insan deneyimlerinden bağımsız incelenmesi mümkün değildir. Bu çalışmada, bilişsel anlambilimcilerin bu konudaki argümanları ele alınmaktadır.

Bilişsel anlambilim kuramı, yirminci yüzyılın ikinci yarısından itibaren yükselişte olan biçimsel anlambilim yaklaşımına alternatif olarak ortaya çıkmıştır. Biçimsel anlambilimciler ifadelerin anlamlarını ifadelerin sentaktik yapıları üzerinden matematiksel olarak modellemeyi amaçlamaktadırlar. Biçimsel yaklaşımın beslendiği iki ana gelenekten bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki matematiksel önermelerin epistemolojik durumu üzerinde çalışan mantıkçılardan oluşan gelenektir. Gottlob Frege'nin kavram dili (Frege, 1879/1967), Bertrand Russell ve Alfred Whitehead'ın betimleme kuramı (Russell ve Whitehead, 1910/1967), Ernst Zermelo ve Abraham Frankael'in kümeler kuramı (Zermelo, 1908/1967) (Fraenkel, 1922/1967), Haskell Curry ve Moses Schönfinkel'in kombinatörleri (Schönfinkel, 1924/1967) (Curry, 1972) (Curry, 1972), Alonzo Church'ün lambda kalkülüsü (Church, 1932) ve Alan Turing'in hesaplama kuramı (Turing, 1936) bu geleneğin ortaya çıkardığı başlıca araçlardır.

Diğer gelenek ise Noam Chomsky'nin üretken dilbilim kuramıdır. Chomsky ifadelerin sentaktik yapılarının anlamlarından bağımsız olarak incelenebileceğini, sentaktik yapının zihinde sadece bu iş için ayrılmış özel bir modül tarafından işlendiğini iddia etmektedir. Meşhur, "Renksiz yeşil fikirler öfkeli bir şekilde uyuyor." ifadesiyle de göstermek istediği budur. İfade anlamsız olsa da dilin sentaktik formuna uymaktadır. Dolayısıyla, *yeşil* kavramına hiç gitmeden, belirli dilbilimsel kurallar ve kelime sınıflandırmaları ile, bu ve diğer cümleler dil ile ilgili olan kapalı bir modül tarafından işlenebilmektedir (Chomsky, 1957).

Richard Montague ile birlikte bu iki geleneğin, yeni bir anlambilim anlayışının ortaya çıkışında rol oynadıklarını görmekteyiz (Montague, 1974; Peters, Dowty ve Wall, 1981). Biçimsel anlambilim, anlamları da ifadelerde olduğu gibi, nesneler olarak ele almaktadır. Bu nesneler kümeler kuramı ile ifade edilmektedir. Anlamlar ve ifadeler kümesi üzerinde, lambda kalkülüs, grup kuramı gibi matematiksel araçlar kullanılarak işlemler yapılmaktadır (Partee, Meulen ve Wall, 1990). (Heim ve Kratzer, 1998)'de verilen standart yaklaşım, "Büyük köpek ekmek yiyor." ifadesi ile şöyle örneklendirilebilir:



Şekil 1. "Büyük köpek ekmek yiyor." Ifadesinin Anlamsal Bileşenleri

Yukarıdaki basitleştirilmiş örnekte, *ekmek, büyük, yiyor, köpek,* ifadeler kümesinin elemanları, bunlara karşılık gelen *ekmek', [λx : x ∈ D.büyük′ (x)], köpek', [λx : x ∈ D.[λy : y ∈ D.yemek′ (y, x)]]* ise anlamlar kümesinin elemanlarıdır. Anlamlar, cümlenin sentaktik yapısına göre işleme alındığında, "Büyük köpek ekmek yiyor." ifadesinin anlamı *yemek'(büyük'(köpek), ekmek')* olarak hesaplanmaktadır. Dolayısıyla, bir anlam sözlüğü ve muğlaklık vs. gibi sorunlarla başa çıkabilecek bir dizi dilbilimsel kural ile doğal dillere ait ifadelerin anlamlarının hesaplanması amaçlanmaktadır.

Buradaki önemli nokta, anlam kavramının deneyimlerin insan zihninde oluşturduğu derinliklerden, hafızadan, imgelem gücünden ve insan düşüncesinin merkezinde bulunan noktalarından bağımsız hâle gelmesidir. Anlam bu modülde hesaplandıktan sonra zihnin diğer modülleriyle etkileşime geçmektedir.

Bilişsel dilbilim bu noktada devreye girmektedir. Anlamın yukarıda belirtildiği gibi kapalı bir biçimde ele alınamayacağını, insan deneyimleriyle sürekli bir etkileşim içerisinde olduğunu iddia etmektedir. Çalışmanın geri kalan kısmında, bilişsel anlambilimin bu iddiayı dilsel veriler üzerinden nasıl temellendirdiği ele alınacaktır.

Bilişsel Anlambilimin Çok Anlamlılığa Bakışı

Bilişsel anlambilimin temelleri, Eleanor Rosch'un insan kategorileri üzerine yaptığı çalışmalarda görülmektedir (Lakoff, 1987, s. 15). Rosch'a göre insan kategorileri, Aristotelesçi kategorilerde olduğu gibi basit bir yapıda değildir. Bir kategoriye ait olmak, belirli şartları karşılayıp karşılamama ikileminden daha fazlasıdır. Bunun nedeni olarak, kategorilerin diğer kategorilerle ilişkisinin karmaşıklığı gösterilebilir. Kategorilerin diğer kategorilerle ilişkisi, organizmanın en az bilişsel çaba ile en fazla bilgiye sahip olacağı şekilde yapılanmıştır (Rosch, 1978, s. 28).

Bir kategorinin diğer kategorilerle ilişkisi dikey ve yatay olarak iki farklı şekilde incelebilir. Dikey açıdan incelendiğinde kategoriler *temel kategoriler* etrafında konumlanmışlardır. *Temel kategoriler* ile hiyerarşinin en altındaki ya da en üstündeki kategoriler kastedilmemektedir. *Temel kategorilerin* hiyerarşik anlamda özel bir yeri bulunmamaktadır. Ancak bu kategoriler insanın çevreyle etkileşiminde önemli bir konuma sahiptirler. Mesela, temel bir kategori olan *köpek* kategorisi kendisinden daha kapsayıcı olan *hayvan* kategorisinden de kendisinden daha spesifik olan *buldog* kategorisinden de bilişsel süreçlerimiz açısından daha önemli bir yere sahiptir. Temel kategoriler kullanılarak, kategori içerisindeki benzerliğin kategoriler arası benzerliğe oranı

maksime edilmektedir (Mervis ve Rosch, 1981, s. 92). Rosch, benzerlik kurma üzerine yaptığı deneylerle temel kategorilerin algılama, imgelem, dil edinimi ve dilin evriminde merkezi bir rol oynadığını ileri sürmüştür (Rosch, Mervis, Gray, Johnson ve Boyes-Braem, 1976, s. 390-405; (Rosch, 1978, s. 31-35).

Yatay düzlemde ise kavramlar keskin sınırlara sahip olmak yerine prototipler etrafında yapılanmışlardır. Bu durum, klasik kategorilerden farklı olarak üyeliğin dereceye göre verildiği anlamına gelmektedir (Rosch, 1978, s. 35-36). Mesela, kuş kategorilerine bakıldığında serçe ile penguenin üyelik dereceleri farklıdır. Penguen serçeye göre daha az kuştur denilebilir (Rosch, 1978, s. 39). Diğer taraftan standart bir küme kuramına baktığımızda bir kümeye ait olmanın derecesi yoktur. Bir nesne bir kümenin elemanıdır ya da değildir. Üçüncü bir seçenekten bahsedilemez. Rosch, dil işleme süresi, kategori öğrenme hızı, doğal dil kullanımının mantığı vb. süreçler üzerine yaptığı çeşitli deneylerle prototip etkisinin bilişsel önemini göstermiştir (Rosch, 1978, s. 38-41).

Rosch için prototip etkisi, kategorilerimizi tanımlamanın son noktası değildir (Rosch, 1978, s. 40). İhtiyacımız olan insan kategorilerinin karmaşık yapısını açıklayacak bir mekanizmadır. Wittgenstein'ın da işaret ettiği gibi kategorilerimizin arkasında yaşam formumuz bulunmaktadır (Wittgenstein, 1953, s. 23). Dolayısıyla, asıl soru yaşam formunun dil kullanımımıza nasıl etki ettiğidir.

Bilişsel anlambilim dilsel ifadeleri anlamlandırma sürecinin arkasındaki mekanizmayı, diğer bir ifadeyle, *yaşam formunun* dilsel anlama katkısını ortaya çıkarmayı hedeflemektedir (Lakoff, 1987, s. 45). Bu mekanizma, dilsel ifadelerin işlendiği bir arka plan içerir. Dilsel bir girdiyi işlemek için bir arka planın gerekliliğine, farklı geleneklerden gelen anlambilimciler tarafından da işaret edilmektedir (Schank ve Abelson, 2013; Rumelhart, 1975; Searle, 1978; Searle, 1983; Miller, 1999, s. 13-17; Clark, 1983, s. 324-325). Bilişsel anlambilimcilerin arka plan nosyonu Charles Fillmore'un Çerçeve Anlambilim kuramına (Frame Semantics) dayanmaktadır. Çerçeve, bir ifadeyi anlarken gerekli olan arka plandır (Fillmore, 2006, s. 373). Bu çerçeveler, bizim kültürel ve bilişsel bakış açımıza göre dünyanın yapısıdırlar. Bunlar, bizim dünya üzerine oluşturduğumuz ideal, prototipik yapılardır (Fillmore, 2006, s. 379).

Fillmore çerçeve kavramını açıklamak için "kahvaltı" kelimesini örnek olarak kullanmaktadır. "Kahvaltı" kelimesini anlamak için kullanılan çerçeve, kahvaltının da parçası olduğu bir ağdır. İnsanların günde üç defa yemek yediğini düşünürüz. Günün erken saatlerinde yenilen yiyeceklerle, öğle ve akşam tüketilen yiyecekler arasında farklar bulunmaktadır. Mesela, uyku sersemliğini gidermek için kahvaltı sırasında çay ya da kahve tüketilir. Dolayısıyla, geceleri uyuyup güneş doğduktan sonra uyanmış olmamız gibi biyolojimizle, kültürümüzle ilişkili olan bir durum da genel çerçevenin bir parçasıdır. Kahvenin yanında kahvaltıya özel bazı yiyecekler bulunur (örnek, yumurta, zeytin, peynir, yağ, bal, vs.). Bulunulan coğrafyadaki besin maddelerine (üretilen, ithal edilen) ek olarak televizyonda görülen kahvaltı sahneleri dahi genel çerçeveye etki etmektedir. Ancak, bu senaryonun sadece ideal bir model olduğu unutulmamalıdır. Zira, gerçek dünyada, yukarıda listelenen tüm özellikleri ihlal eden kahvaltı örnekleri bulunmaktadır. Benzer şekilde akşam yemeğinin bu duruma uygun olduğu örneklerden de bahsedilebilir (Fillmore, 2006, s. 380). George Lakoff bu modelleri *İdealleştirilmiş Bilişsel Modeller* olarak adlandırmaktadır (Lakoff, 1987, s. 68). Dil kullanıcıları, idealleştirilmiş bilişsel modelleri dilsel ifadelere anlam vermek için kullanırlar. İdealize edilmiş bu modeller deneyimlerimizle çatıştığında, farklı yönlere doğru evrilirler (Lakoff, 1987, s. 111). Kahvaltı kavramı zamana ve mekâna göre değişiklikler göstermektedir. Örnek olarak, kahvaltı kavramının yüzyıl önceki karşılığı ile bugünkü karşılığı arasında farklar bulunmaktadır. Bu tür istisnalar arttığında dünya modelimizde değişiklikler olur. Bir başka

örnek olarak "bekar" kelimesini düşünebiliriz. "Bekar" kelimesi ile evlenmemiş, heteroseksüel erkeklerin ifade edildiği idealleştirilmiş bilişsel bir model düşünelim. Papa, Tarzan, eşcinsel bir erkek, sadece üç eşi olan geleneksel bir Müslüman bu idealize edilmiş dünya modelinin sınırlarının ötesindedir (Lakoff, 1987, s. 85-86). Bu örneklerle karşılaştıkça modelimizi revize ederiz. Benzer şekilde, W. V. O. Quine, "Bekarlar evlenmemiş insanlardır." gibi revizyondan muaf olduğu düşünülen ifadelerin de aslında dünyayla ilişkimizin bir ürünü olduğunu ve tıpkı diğer ifadeler gibi deneyimlerimizle uyuşmadığında revize edilebileceklerini iddia etmektedir (Quine, 1951).

Deneyimlerimizin bir soruncu olarak adım adım genişletilmiş olan kategorilere *radyal kategoriler* denilmektedir (Lakoff, 1987, s. 84). Radyal kategoriler görüntü şema dönüşümleri, metaforik yansımalar ve ad aktarmaları yoluyla oluşturulmaktadır (Lakoff, 1987, s. 107-109). Bir anlamda, radyal kategoriler Wittgenstein'ın aile benzerliği dediği şeye karşılık gelmektedir (Wittgenstein, 1953, 17, 20). Bir ailenin üyeleri arasındaki benzerlik renk, boy, göz, burun yapısı vs. gibi özelliklere indirgenemeyebilir. Ancak, açıklayamasak da aile üyeleri arasında benzerlik olduğunu fark ederiz. Benzer şekilde, belirli nesneler arasındaki benzerliği açıklayamasak da aynı kategoriye ait olduklarını düşünürüz. Çünkü bu kategoriler belirli bir kurala göre oluşmak yerine deneyimlerimizin rastgele vurduğu fırça darbelerinin ürünüdürler.

Doğal dillerdeki çok anlamlılık olgusu tesadüfi olarak oluşmuş insan kategorilerinin dildeki bir yansımasıdır. Birbirleriyle ilişkili farklı anlamlar, kategorilerimizin farklı noktalarına karşı gelmektedirler. Mesela, "anne" kelimesinin farklı anlamları insan deneyimlerinin şekillendirdiği *anne* kategorisinin farklı noktalarına karşılık gelmektedir. Çocuk doğurup büyütmüş evli bir anne, çocuğun sadece velisi durumunda olan anne, taşıyıcı anne, eşcinsel erkek bir anne ya da "Vatan bizim anamızdır.", "Felsefe bütün bilimlerin anasıdır." ifadelerindeki daha metaforik olan *anne* kullanımları aynı kategorinin farklı noktalarına gönderimde bulunmaktadırlar (Lakoff, 1987, s. 83).

Bilişsel anlambilim kuramı çok anlamlılığı üç bilişsel mekanizma ile açıklamaktadır. Bu mekanizmalar, anlamın zihnimizin bütününden ayrı bir şekilde ele alınamayacağını göstermektedir. Bu mekanizmalar şöyle sıralanabilir:

- İmge şema dönüşümleri
- Kavramsal metaforik yansımalar
- Kavramsal ad aktarmaları

Bilişsel anlambilimcilere göre imge şemaları ifadelerin anlamları hakkında bilgi sağlayan analog yapılardır. Bu şemalardan çeşitli biçimsel özellikler çıkarılabilmektedir. Örnek olarak, *kap şeması* bulunma durumu bildiren eklerin, kelimelerin nasıl yorumlanacağını belirlemektedir (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 30-32).

Bir kap şemasında, içerilen nesneler kabın dışında bulunan nesnelerden izole edilmektedir. Bir kapsayıcı, kapsanan nesnelerin hareketlerini sınırlamaktadır. İmge şemalarında cebirsel özellikler de elde edilmektedir. Mesela, kap şeması cebirsel anlamda geçişkenlik özelliğine sahiptir. *A, B*'nin içerisinde, *B* de *C*'nin içerisinde olduğunda, *A*'nın *C*'nin içerisinde olduğu söylenebilir. Mesela, içinde bulunduğum otobüs bir geminin içerisindeyse, benim de o geminin içerisinde olduğum sonucu varılır (Johnson, 2013, s. 22-23). Aşağıdaki örneklerde, kap imge şemasının -de, -da bulunma hâli eklerini anlamamızda oynadığı rol görülmektedir.

- "Kansas eyaletin**de** çok fazla arazi bulunmaktadır."
- "Gemi görüş alanımız**da**."
- "Artık görüş alanın**dan** kayboldu."
- "Yarışın ortasın**da** enerjim bitti."
- "Depresyon**da**."

Zenon Pylyshyn, imge şemalarının önerme kümelerine indirgenebileceğini iddia etmektedir (Pylyshyn, 1981, s. 17). Dolayısıyla, Pylyshyn'e göre, imge şemaları bir dizi ayrık önermeden başka bir şey değildir. Bu durumda, yukarıda örnek olarak verilen kap şemasının yerine belirli sayıda önerme kullanılabilir. Ancak, bilişsel anlambilimcilere göre, bu mümkün değildir. İmge şemaları sonlu yapılar (yani, sonlu önerme kümeleri) ile temsil edilemezler. Çünkü bunlar ayrıklı değil, sürekli yapılardır. Mark Johnson onları "deneyimsel geştaltlar" olarak ifade etmektedir (Johnson, 2013, s. 3, 27-28, 41). Johnson'a göre, görüntü şemaları ne basit önermesel yapılar ne de zengin içerikli somut resimlerdir. Dil kullanıcılarının kelimeleri bağlam içerisinde yorumlarken başvurdukları soyut, analog yapılardır (Johnson, 2013, s. 29-30).

Çok anlamlılığın ortaya çıkmasının bir yolu, imge şema dönüşümleridir. Bir imge şemasının başka bir imge şemasına dönüşmesi kelimelerin öncekilerle ilişkili yeni anlamlar kazanmasına yol açmaktadır. Örnek olarak, İngilizcedeki "across" edatının çok anlamlılığına bir imge şemasından diğer imge şemasına geçiş neden olmaktadır. Aşağıdaki örneklerin ilkinde, imge şemasındaki yörünge bir çizgi iken; ikincisinde ise bir doğrunun bitiş noktasıdır (Brugman ve Lakoff, 1988, s. 502).

- Harriet walked **across** the street (yol).
- Harriet lives **across** the street (yolun sonu).

Benzer şekilde, aşağıdaki cümlelerde, imge şemasındaki yörüngenin sıralanmış noktalardan düz bir doğruya dönüştüğü görülmektedir. Bu da "through" edatına birbirleriyle ilişkili farklı anlamlar kazandırmaktadır (Brugman ve Lakoff, 1988, s. 504).

- Sam ran **through** the forest (0 boyutlu yol).
- There is a road **through** the forest (1 boyutlu yol).

Lakoff bu dönüşümlerin deneyimlerimizin bir yansıması olduğunu iddia etmektedir. Hareket eden bir noktayı bir çizgi olarak görmemiz buna örnek olarak gösterilebilir (Lakoff, 1987, s. 442). Dolayısıyla, çok anlamlılığın arkasında deneyimlerimiz ve dünyayı algılama biçimimiz yatmaktadır.

Çok anlamlılığın bir başka kaynağı da metaforik yansımalardır. Bilişsel anlambilim metaforları dilsel süsleme olarak görmemektedir. Aksine, metaforları anlama biçimimiz kavramsal dünyamızın bir uzantısıdır. Metaforlar kavramsal, bilişsel derinliğimizi gösteren ayna gibidirler. Bu yaklaşım metafor üzerine yapılan çalışmalarda nispeten yenidir. Platon'un şiir eleştirisinden başlayarak Aristoteles, Thomas Hobbes, John Locke, George Berkeley ve John Stuart Mill gibi batı düşünce sisteminin öncülerinin çalışmalarında metaforlara karşı mesafeli durulduğu görülmektedir. Metaforik ifadelerin anlamlarının nasıl kavranıldığını açıklayan kuramlar ortaya atmak yerine, metaforlardan kaçınmaya çalışılmıştır (Plato, *Devlet*, Kitap X, 603b-607c), (Aristoteles, *İkincil Çözümlemeler*, 97b-35) (Hobbes, *Leviathan*, Kısım I, Bölüm 5, paragraf 20) (Mill, 1882, s. 49-50, 773, 779) (Berkeley, 2009, s. 244) (Locke, 1689/1975, Kitap 3. Bölüm 10-11). Öte yandan Kant

sonrası düşüncede, Kant'ın insanı merkeze alan Kopernik devriminin bir sonucu olarak, insanın dünyayı anlama biçimine olan ilgi artmıştır. Sonuç olarak, araştırmacılar dilin metaforik kullanımını reddetmek yerine arkasındaki bilişsel mekanizmaya ilgi duymuşlardır. Örneğin, Nietzsche, dünya ile nöral etkileşimimiz nedeniyle, "ağaçlar, renkler, kar ve çiçekler hakkında konuştuğumuzda" ifade ettiğimiz şeyin metaforlardan başka bir şey olmadığını iddia ederek, metaforu dilin merkezine yerleştirmektedir (Nietzsche, 2009, s. 256).

Çağdaş dil felsefesinde ve dilbilimde, metaforik ifadeleri nasıl işlediğimizi anlamak için çeşitli öneriler getirilmiştir. Klasik bir yaklaşım, ifadenin ilk anlamı kusurlu olduğunda ikinci bir anlama gidildiğini iddia eder. Metaforik anlamlar da ikincil anlamlar olarak bu yolla ortaya çıkmaktadırlar (Searle, 1993, s. 103) (Grice, 1989, s. 34). Bu görüşe göre, "O kadın parlayan bir yıldızdır." denildiğinde, bu ifadenin ilk anlamı bahsedilen kadının gerçek anlamda bir yıldız olduğudur. Fakat bu anlam sorunlu olduğu için "yıldız" kelimesine farklı bir anlam verilmektedir. Bu geleneğin devamı olan Alaka kuramına (Relevance theory) göre ise, anlamı belirleyen şey bağlamla *alakalılıktır* (Wilson ve Sperber, 2002, s. 601-603, 617-618). David Lewis, metaforik anlamı ve düz anlamı iki farklı dilmiş gibi inceler. Dolayısıyla, ona göre metaforik yorum aslında bir dilden başka bir dile çeviriden başka bir şey değildir (Lewis, 1975, s. 28). Donald Davidson'a göre ise metaforik ifadeler özel bir anlama sahip değildirler. Düz anlamları ne ise onu belirtirler. Metaforların anlambilimsel bir değeri yoktur. Başka bir deyişle, tamamen kullanım değerine sahiptirler (Davidson, 2001, s. 259). Metafor kullanımın amacı yeni bir anlam yaratmak değil, dil kullanıcılarının dikkatini bir noktaya çekmek, farkındalık oluşturmaktır (Davidson, 2001, s. 246, 263).

Yukarıdaki yaklaşımlardan farklı olarak Nelson Goodman metaforlar ile basit muğlaklık arasındaki farka dikkatimizi çekmektedir (Goodman, 1968, s. 70). Ona göre metaforik ve metaforik olmayan anlamlar arasında sistematik bir ilişki bulunmaktadır. Dolayısıyla, metaforları anlamak kavramsal bir şema gerektirmektedir (Goodman, 1968, s. 71-85). Bilişsel anlambilimin ilgilendiği de bu kavramsal şemadır. Bilişsel anlambilime göre metaforlar bir alanın bir başka alana yansıtılmasından doğmaktadırlar. Bu yansıtmalar daha az bildiğimiz bir alanın daha yakın olduğumuz bir alan üzerinden anlaşılmasına yol açmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 7-9; Johnson, 2013, s. 130).

Tablo 1
Kavramsal Metafor Aktarımı

Aşk Yolculuktur

- Bak, ne kadar yol aldık.
- Bir yol ayrımındayız.
- Sadece kendi yollarımıza gitmemiz gerekecek.
- Bu ilişkinin bir yere varacağını düşünmüyorum.
- Neredeyiz?
- Sıkıştık.
- Uzun ve engebeli bir yoldu.
- Bu ilişki çıkmaz bir sokaktır. Sadece tekerleklerimizi döndürüyoruz.
- Yoldan çıktık.
- Bu ilişki batıyor.

Tartışma Savaştır

- Argümanımdaki her zayıf noktaya saldırdı. Eleştirileri isabetli oldu.
- Argümanımı tahrip ettim.
- Onunla hiçbir tartışmayı kazanamadım.
- Bana katılmıyor musunuz? Tamam, saldırın!
- Bu stratejiyi kullanırsanız, sizi yok eder. Tüm argümanlarınızı düşürdü.

Kuram Binadır

- Kuramınızın temeli bu mu?
- Kuramın daha fazla desteğe ihtiyacı var.
- Argüman sallantıda.
- Biraz daha olguya ihtiyacımız var, yoksa argüman dağılacak.
- Bunun için güçlü bir argüman inşa etmemiz gerekiyor.
- Argüman çöktü.

Yukarıdaki metaforlarda, görece soyut olan *aşk, tartışma* ve *kuram* kavramsal alanları, daha somut olan *yolculuk, savaş* ve *bina* kavramsal alanları üzerinden anlaşılmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 4, 44-46). Dil kullanıcıları, öğeleri kaynak etki alanından hedef etki alanına sistematik olarak eşlemektedir. Buradaki sistematiklik, metaforların kavramsal düzeyde yer aldığını göstermektedir. "Argümanımdaki her zayıf noktaya saldırdı." metaforik ifadesi, fiziksel bir durum olan savaş hakkındaki kavramlarımızın entelektüel, nispeten soyut olan tartışma alanına doğru genişletildiğini göstermektedir. Dolayısıyla, bilişsel anlambilimde soyut kavramları günlük, bedensel, somut kavramlarla anlamanın bir yolu metaforlardır (Lakoff, 1993, s. 244-245). Örneğin, iki ayaklı hayvanlar olarak, fiziksel ve kültürel deneyimlerimiz, "Tartışma duygusal düzleme düştü; ama ben onu rasyonel düzleme taşıdım." ifadesindeki *konumsal metaforları* anlamamızı sağlamaktadır (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 15-17). Özetle, bilişsel anlambilim açısından, kültürel ve fiziksel deneyimlerimiz bir bütün olarak metaforik ifadeleri nasıl anladığımızı belirlemektedir (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 19).

Kategorilerimizin genişlediğinin başka bir göstergesi ise ad aktarmalarıdır. Ad aktarmalarında, ifadenin ilk anlamı yerine, bu anlam ile ilişkilendirilen başka bir nesneye gönderim yapılmaktadır. Örnek olarak, "Ankara bu konuya sessiz kalamaz." ifadesinde "Ankara" ile kastedilen coğrafi bir alan değil; ülkenin yöneticileridir. Burada önemli bir nokta, metaforik aktarımlar *düzensiz çok anlamlılıkla* ilişkilendirilirken, ad aktarımı *düzenli çok anlamlılıkla* ilişkilendirilmektedir. Bir kelimenin farklı iki anlamı arasındaki ilişkiyi başka kelimelerin anlamları arasında da gözlemliyorsak, buradaki çok anlamlılık düzenlidir (Apresjan, 1974). Ad aktarmaları, metaforlarla karşılaştırıldığında daha düzenli görülmesine karşın yine de insan deneyimlerinin oluşturduğu karmaşık bir yapının yansımasıdırlar. Aşağıdaki örneklerde, ad aktarmalarının dünyayla olan kültürel, sosyal, politik ilişkilerimizin bir ürünü olduğu görülmektedir.

"Ekibimizde birkaç güçlü bedene ihtiyacımız var." cümlesinde, "güçlü beden" ile güçlü insanlar ifade edilmektedir. Benzer şekilde, "Bu üniversitede çok iyi kafalar var." ifadesindeki "iyi kafalar" akıllı insanları ifade etmektedir. Ad aktarımı, bir şeye özel bir şekilde gönderimde bulunmaktan daha fazlasıdır. Daha ziyade, dil kullanıcılarının göndergeyi nasıl kavramsallaştırdığı ile ilgilidir. Örneğin, "iyi kafalar" ifadesi, bu kişilerin bazı özelliklerini vurgulanmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 36). Benzer şekilde, "Uzun saçlıları işe almıyoruz." ifadesini anlarken, uzun saç ile kadınları eşleştiren bir kültürel zemin üzerinde durulmaktadır. "Heidegger okuyorum." derken ise arka planda kitaplar ve yazarları arasında mülkiyet ilişkisi bulunan bir kültürel yapı referans alınmaktadır (Lakoff ve Johnson, 2008, s. 38-40).

Sonuç

Özetle, biçimsel anlambilim, anlamı deneyimlerimizin üzerimizde oluşturduğu izlerden soyutlamayı, kapalı bir modül olarak incelemeyi önerirken; bilişsel anlambilim ise, çok anlamlılık gibi doğal dillerin vazgeçilmezi olan bir olgu üzerinden, anlamın deneyimlerimizden bağımsız olmadığını gösteren veriler ortaya koymaktadır. Bir kelimenin farklı anlamları arasındaki ilişki, insan kategorilerinin tesadüfi gelişiminin bir uzantısıdır. Deneyimlerimiz, dünya ile ilgili oluşturduğumuz ideal modellerimizde sürekli değişiklikler yapmamıza neden olmaktadır. Bu değişiklikler insan kategorilerini, dolayısıyla da dilsel anlamı şekillendirmektedir. Bu çalışmada, dilsel anlamın derinliklerine inebileceğimiz üç mekanizma ele alındı. Bunlar imge şema dönüşümleri, kavramsal metafor yansımaları ve kavramsal ad aktarımlarıdır. Sonuç olarak, bilişsel anlambilim kuramı, dilsel anlamı modellemek için bilişsel süreçlere daha bütünsel yaklaşılması gerektiğini vurgulamaktadır. Ayrıca, dilsel anlamın modellenmesi için mantık ve bilgisayar bilimine ek olarak psikoloji, antropoloji, sosyoloji ve politika gibi insan deneyimlerinin farklı noktalarını konu edinen disiplinlerle birlikte çalışılması gerektiği yönünde bir ön dayanak oluşturmaktadır.

Kaynakça

Apresjan, J. D. (1974). Regular polysemy. *Linguistics, 12*, 5–32. https://doi.org/10.1515/ling.1974.12.142.5

Berkeley, G. (2009). *Philosophical writings*. New York: Cambridge University Press.

Brugman, C. ve Lakoff, G. (1988). Cognitive topology and lexical networks. S. Small, G. Cottrell ve M. Tannenhaus (Ed.), *Lexical ambiguity resolution* (s. 477–508) içinde. San, Mateo, CA: Morgan Kaufmann.

Chomsky, N. (1957). *Syntactic structures*. New York: Walter de Gruyter.

Church, A. (1932). A Set of Postulates for the Foundation of Logic. *Annals of Mathematics, 33*(2), 346–366. https://doi.org/10.2307/1968337

Clark, H. H. (1983). Making Sense of Nonce Sense. G. B. D'Arcais ve R. J. Jarvella (Ed.), *The Process of Language Understanding* (s. 297–331) içinde. John Wiley & Sons Ltd.

Curry, H. B. (1972). *Combinatory logic (Volume I)*. Amsterdam: North-Holland Publishing Company.

Curry, H. B. (1972). *Combinatory logic (Volume II)*. Amsterdam: North-Holland Publishing Company.

David R. Dowty, R. E. ve Peters, S. (1981). *Introduction to montague semantics*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Davidson, D. (2001). What Metaphors Mean. D. Davidson (Ed.), *Inquiries into truth and interpretation: Philosophical essays* (s. 245–264) içinde. Oxford: Oxford University Press.

Fillmore, C. J. (2006). Frame Semantics. D. Geeraerts (Ed.), *Cognitive linguistics: Basic readings* (s. 373–400) içinde. Berlin: Mouton de Gruyter.

Fraenkel, A. (1922/1967). The notion "definite" and the independence of the axiom of choice. J. van Heijenoort (Ed.), *From Frege to Gödel: A source book in mathematical logic, 1879–1931* (s. 284–289) içinde. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Frege, G. (1879/1967). Begriffsschrift, a Formula Language, Modeled Upon That of Arithmetic, for Pure Thought. J. van Heijenoort (Ed.), *From Frege to Gödel: A source book in mathematical logic, 1879–1931* (s. 1–82). içinde Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

Goodman, N. (1968). *Languages of art: An approach to a theory of symbols*. Indianapolis: Hackett publishing.

Grice, H. P. (1989). *Studies in the way of words*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Heim, I. ve Kratzer, A. (1998). *Semantics in generative grammar*. Malden, MA: Blackwell.

Johnson, M. (2013). *The body in the mind: The bodily basis of meaning, imagination, and reason*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, G. (1987). *Women, fire and dangerous thing: What catergories reveal about the mind*. Chicago: University of Chicago Press.

Lakoff, G. (1993). The Contemporary Theory of Metaphor. A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (s. 202–251) içinde. New York: Cambridge University Press.

Lakoff, G. ve Johnson, M. (2008). *Metaphors we live by*. Chicago: University of Chicago Press.

Lewis, D. (1975). Languages and Language. K. Gunderson (Ed.), *Minnesota Studies in the Philosophy of Science* (s. 3-35) içinde. Minneapolis: University of Minnesota Press.

Mervis, C. B. ve Rosch, E. (1981). Categorization of Natural Objects. Annual Review of Psychology, 32, 89–115. https://doi.org/10.1146/annurev.ps.32.020181.000513

Mill, J. S. (1882). *A system of logic, ratiocinative and inductive: Being a connected view of the principles of evidence and the methods of scientific investigation*. New York: Harper and Brothers.

Miller, G. A. (1999). On Knowing a Word. Annual Review of Psychology, 50, 1–19. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.50.1.1

Montague, R. (1974). English as a formal language. H. Thomason (Ed.), *Formal philosophy: Selected papers of Richard Montague* (s. 188–221) içinde. New York: Yale University Press.

Montague, R. (1974). Universal Grammar. H. Thomason (Ed.), *Formal philosophy: Selected papers of Richard Montague* (s. 222–246) içinde. New York: Yale University Press.

Nietzsche, F. W. (2009). On Truth and Lie in an Extra-Moral Sense. *Writings from the early notebooks* (s. 253–264) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.

Partee, B. H., Meulen, A. T. ve Wall, R. E. (1990). *Mathematical methods in linguistics*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers.

Pylyshyn, Z. W. (1981). The Imagery Debate: Analogue Media versus Tacit Knowledge. Psychological Review, *88*(1), 16–45. https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.1.16

Quine, W. V. (1951). Two Dogmas of Empiricism. Philosophical Review, 60, 20–43. doi:10.2307/2266637

Rosch, E. (1978). Principles of Categorization. E. Rosch ve B. Lloyd (Ed.), *Cognition and categorization* (s. 27–48) içinde. Hillsdale: Lawrence Elbaum Associates.

Rosch, E., Mervis, C. B., Gray, W. D., Johnson, D. M. ve Boyes-Braem, P. (1976). Basic Objects in Natural Categories. Cognitive Psychology, 8, 382–439. https://doi.org/10.1016/0010-0285(76)90013-X

Rumelhart, D. E. (1975). Notes on a Schema for Stories. D. G. Bobrow & A. M. Collins (Eds.), *Representation and understanding: Studies in cognitive science*. (s. 211–236) içinde. New York: Academic Press.

Russell, B. ve Whitehead, A. N. (1910/1967). Incomplete symbols: Descriptions. J. van Heijenoort (Ed.), *From Frege to Gödel: A source book in mathematical logic, 1879–1931* (s. 216–223) içinde. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schank, R. C. ve Abelson, R. P. (2013). *Scripts, plans, goals, and understanding: An inquiry into human knowledge structures*. Hillsdale, NJ: Psychology Press.

Schönfinkel, M. (1924/1967). On the Building Blocks of Mathematical Logic. J. van Heijenoort (Ed.), *From Frege to Gödel: A source book in mathematical logic, 1879–1931* (s. 355–366) içinde. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Searle, J. R. (1978). Literal Meaning. Erkenntnis, 13(1), 207–224. https://doi.org/10.1007/BF00160894

Searle, J. R. (1993). Metaphor. A. Ortony (Ed.), *Metaphor and thought* (s. 83–111) içinde. New York: Cambridge University Press.

Searle, J. R. (1983). *Intentionality: An essay in the philosophy of mind*. New York: Cambridge University Press.

Turing, A. (1936). On Computable Numbers, with an Application to the Entscheidungsproblem. Proceedings of the London Mathematical Society, 42, 230–265.

Wilson, D. ve Sperber, D. (2002). Truthfulness and Relevance. *Mind, 111,* 583–632. https://doi.org/10.1093/mind/111.443.583

Zermelo, E. (1908/1967). Investigations in the Foundations of Set Theory I. J. van Heijenoort (Ed.), *From Frege to Gödel: A source book in mathematical logic, 1879–1931* (s. 183–198) içinde. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Extended Abstract

Purpose

The chief purpose of this paper is to delve into the issue of lexical ambiguity in natural languages, focusing particularly on the phenomenon of polysemy. The study sets out to underscore the significance of cognitive semantics in understanding this complex linguistic process and its inherent connection with human experiences, challenging the formal semantics approach.

Design and Methodology

We executed an exhaustive review of theoretical work and concepts from key cognitive semantics figures such as Eleanor Rosch, George Lakoff, Mark Johnson, and Charles Fillmore. Our study concentrated on their perspectives and methodologies for understanding linguistic expressions and how polysemy emerges from the inherent connection between our experiences and language.

Findings

Cognitive semantics, as contrasted with formal semantics, puts human experience and cognitive processes at the heart of linguistic meaning construction. Polysemy, a reflection of the way human categories are formed, is viewed as an outcome of our interactions with the world which create 'radial categories.' The polysemy phenomenon can be broken down into three cognitive mechanisms - image schema transformations, conceptual metaphorical reflections, and conceptual metonymies, underscoring that linguistic meaning is tightly interwoven with our broader understanding of the world.

Research Limitations

While this paper is theoretically robust, it draws predominantly from pre-existing theories and studies within semantics. The absence of empirical evidence or new methodologies within this study confines interpretations and implications to be mainly theoretical.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

By scrutinizing cognitive semantics and highlighting its stark contrast with formal semantics, this paper enriches our understanding of linguistic meaning, particularly the complexities of polysemy. It has practical applications across linguistics, language teaching, artificial intelligence, and communication studies, potentially informing the development of more nuanced, context-sensitive language models. By illuminating how our experiences shape language meanings, the study can enhance intercultural communication and societal cohesion.

Originality/Value

This study offers a fresh perspective in the discourse between formal and cognitive semantics, specifically regarding polysemy. Its value lies in its in-depth examination of cognitive semantics, led by the works of Rosch, Lakoff, Johnson, and Fillmore, thereby enriching the field and contributing to our understanding of language's intertwined nature with cognition and experience.

Araştırmacı Katkısı: Tolgahan TOY (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Nurse Entrepreneurship in the Emerging Healthcare Industry: A Systematic Review [1]

Perihan ŞENEL TEKİN [2] - Fevziye BEKAR [3]

Submitted by: 02.01.2023 **Accepted by:** 07.07.2023 **Article Type:** Review

Abstract

Entrepreneurship is encouraged in every sector in the twenty-first century. In the field of health, nurse entrepreneurship emerges as an important issue in providing health services and improving public health. In this research, the development of entrepreneurial behavior in nursing in the world and a systematic examination of this development within the framework of academic knowledge are aimed. For this purpose, the types of entrepreneurship discussed in the last 10 years of research in the field of entrepreneurship in nursing and the methods, findings and results of these studies were examined. As a result of the search made in databases with high international recognition, 78.761 publications on nurse entrepreneurship were reached in the last ten years, and 30 articles were included in the final review. Classical, social, collective and intrapreneurship were discussed in these studies, which were examined in terms of entrepreneurship typology. As a result of the review, it was seen that the studies in the literature mostly focused on the opportunities and obstacles in front of entrepreneurial nurses. While collective entrepreneurship was included for the first time in the literature, it was found that eco-entrepreneurship and digital entrepreneurship have not yet been the subject of research on nurse entrepreneurship. However, it has been found that more research is needed on the relations between entrepreneurial nurses and non-governmental organizations, the incentives for increasing entrepreneurship and role modeling in entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneurship, Nursing, Nurse Entrepreneurship, Systematic Review*

Citation: Şenel Tekin, P. ve Bekar, F. (2023). Nurse entrepreneurship in the emerging healthcare industry: A systematic review. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 603-628.

[1] This study does not require ethics committee permission.

[2] Ankara University, Vocational School of Health, Department of Medical Services and Techniques, **ptekin@ankara.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-4513-7049

[3] Gumushane University, Şiran Dursun Keleş Health Services Vocational School, Department of Medical Services and Techniques, **fevziye.gurlas@gumushane.edu.tr,** ORCID: 0000-0003- 1692-4294

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Gelişmekte Olan Sağlık Sektöründe Hemşire Girişimciliği: Sistematik Derleme

Perihan ŞENEL TEKİN [4] - Fevziye BEKAR [5]

Başvuru Tarihi: 02.01.2023 **Kabul Tarihi:** 07.07.2023 **Makale Türü:** Derleme

Öz

Yirmi birinci yüzyılda girişimcilik her sektörde teşvik edilmektedir. Sağlık alanında hemşire girişimciliği, sağlık hizmetlerinin sunumunda ve halk sağlığının geliştirilmesinde önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu araştırmada dünyada hemşirelikte girişimci davranışın gelişimi ve bu gelişimin akademik bilgi çerçevesinde sistematik olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla hemşirelikte girişimcilik alanında son on yılda yapılan araştırmalarda ele alınan girişimcilik türleri ve bu çalışmaların yöntemleri, bulguları ve sonuçları incelenmiştir. Uluslararası tanınırlığı yüksek veritabanlarında yapılan tarama sonucunda hemşire girişimciliği ile ilgili son on yılda 78.761 yayına ulaşılmış, 30 makale son incelemeye dâhil edilmiştir. Girişimcilik tipolojisi açısından incelenen bu çalışmalarda klasik, sosyal, kolektif ve iç girişimcilik ele alınmıştır. Yapılan inceleme sonucunda alanyazındaki çalışmaların daha çok girişimci hemşirelerin önündeki fırsat ve engellere odaklandığı görülmüştür. Kolektif girişimcilik alanyazında ilk kez yer alırken, eko-girişimcilik ve dijital girişimciliğin hemşire girişimciliği konusunda henüz araştırma konusu olmadığı tespit edilmiştir. Ancak girişimci hemşireler ile sivil toplum kuruluşları arasındaki ilişkiler, girişimciliği artırmaya yönelik teşvikler ve girişimcilikte rol model olma konusunda daha fazla araştırmaya ihtiyaç olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Hemşirelik, Hemşire Girişimciliği, Sistematik İnceleme*

[4] Ankara Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, **ptekin@ankara.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-4513-7049

[5] Gümüşhane Üniversitesi, Şiran Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tıbbi Hizmetler ve Teknikler Bölümü, **fevziye.gurlas@gumushane.edu.tr,** ORCID: 0000-0003- 1692-4294

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Introduction

Entrepreneurship makes a significant contribution to national economies in maintaining prosperity, creating new job opportunities and reducing unemployment (Henry, Hill and Leitch, 2003). Like many professions in the health sector, nursing initiative is encouraged all over the world due to its contributions to individual and community health. Entrepreneurship has the potential to increase the visibility of the profession and create new spaces for nurses (Copelli, Erdmann and Santos, 2017). Being innovative and entrepreneurial in the nursing profession, improving health services and patient safety, is seen as a prerequisite for achieving excellence in the health sector (McSherry, Pearce, Grimwood, and McSherry, 2012). As a matter of fact, the concept of entrepreneurship in nursing is associated with personal and professional characteristics such as autonomy, independence, flexibility, innovation, proactivity, self-confidence and responsibility (Copelli et al., 2017).

Today, entrepreneurship is in a wide range of fields such as practitioner (health assessment, nursing practices, special care, etc.), educator, consultant, therapist, researcher, case manager, manager, operator, partner, employer, secretary, accountant, admissions officer and market consultancy in the nursing profession (Arslan and Konuk Şeker, 2012, p. 144). While health services, patient visits and other health-related services provided by national health systems are defined as direct entrepreneurial activities, activities such as consultancy, infrastructure, labor supply, an invention or production are indirectly included in nursing entrepreneurship (Drennan et al., 2007).

Entrepreneurial nurses can operate on a wide variety of entrepreneurship, including classical entrepreneurship (Andrade, Ben, Sanna, 2015), intrapreneurship (Bagheri and Akbari, 2018), social entrepreneurship (Backes, Toson, Haeffner, Marchiori and Costenaro, 2021), and collective entrepreneurship (Haase and Franco, 2020). According to Carpenter (2012), classical entrepreneurship is startups that are established by starting from scratch with people putting their dreams into action by using their own power, talent, knowledge and skills (Acuner, İlhan-Nas, Şahin, Okan, and Birincioğlu, 2016). Intrapreneurship is an entrepreneurial process that refers to unconventional intentions and behaviors in the organizational process of an institution. Regardless of the size of organizations, innovation refers not only to the creation of new business partnerships, but also to the in-house production and management processes, including the process of adapting to new products, technology, management techniques, and competitive strategies (Antoncic and Hisrich, 2003). Social entrepreneurship is innovative activities with a social purpose in non-profit sectors, as well as social-purpose commercial enterprises (Austin, Stevenson, and Wei–Skillern, 2006). Collective entrepreneurship, on the other hand, was originally called "entrepreneurial teams". In this sense, in collective entrepreneurship, the intelligence, skills and experiences of individuals are integrated with these characteristics of other members of the team. This creates a strong collective capacity for creativity and innovation. In this type of entrepreneurship, individuals try to understand each other's abilities, thoughts and feelings in cooperation (Haskins, Liedtka and Rosenblum, 1998).

Looking at the history of entrepreneurship in the nursing profession, it is seen that it is based on the studies pioneered by Nightingale since the nineteenth century. With the Saint Thomas Hospital nursing school, the scientific foundations of the nursing profession were laid during the Crimean War and the War of Independence. Anne Nery cared for the wounded in the Paraguayan war. Wanda de Aguar Horta, on the other hand, became the leading figure of the entrepreneurial activities of the nursing profession as the first Brazilian theorist (Copelli, Erdmann and Santos, 2019).

While the history of nurse entrepreneurship dates back to the nineteenth century, research on this subject started in the seventies (Arnaert, Mills, Bruno and Ponzoni, 2018). The development of nurse entrepreneurship has been the subject of many studies since those years, and these studies have been compiled with literature reviews (Arnaert et al., 2018; Copelli et al., 2019; Neergård, 2021; Puspita, Castury, Suparto, Hermayanti and

Rahayuningsih, 2021). Arnaert et al. (2018) examined the lack of nurse entrepreneurship in educational curricula between 1977 and 2015. Copelli et al. (2019) scanned the national and international literature and revealed typologies in nurse entrepreneurship.

Puspita et al. (2021) reviewed the last five years of nursing entrepreneurship literature at national and international levels and then examined 8 articles on nurses and nursing students. Neergård (2021), searching only one database (Scopus), scanned 647 documents and ultimately analyzed 37 articles to analyze empirical descriptions of entrepreneurial nurses' employment status, contexts, knowledge, activities, barriers, and motivations. Neergård (2021) identified two entrepreneurial nursing roles in her review. According to this research, it is stated that entrepreneurial nurses can act as nurse entrepreneurs or entrepreneurial nurses. It has been stated that these roles are rooted in the field of nursing empirically and entrepreneurship theoretically (Neergård, 2021).

Although there is an understanding of the past century, importance and opportunities of nurse entrepreneurship on a global scale, knowledge is still limited both in the literature and in practice (Copelli et al., 2019). Nursing entrepreneurship is a field of research that is open to development by making use of international experiences. Considering the changes in the business world, the pandemic, the development of technology and the transition to home working methods in the last ten years, it has been noticed that nurses focus on entrepreneurial intention and attitude and nurse students' perception of entrepreneurship rather than entrepreneurial behavior. In this study, it is aimed to complete the deficiencies of previous systematic review studies. For this purpose, our study will both combine current data and scientific knowledge in the literature, and contribute to the development of the entrepreneurship literature by drawing attention to the neglected elements. In order to achieve these goals, it is aimed to reveal current studies in the changing business world order and to include the entrepreneurial experiences of nurses who continue their activities in the sector by scanning larger international databases.

Within the scope of the research, answers are sought to the questions of which types of entrepreneurship have been focused on in the last ten years on nurses working in the international public and private sectors, what methods have been used in these researches, and what findings have been obtained. With this compilation research, a systematic scope review was conducted to examine the method, scope, and bibliometric analysis of the researches on nursing entrepreneurship, the country origins of the researches and the types of entrepreneurship.

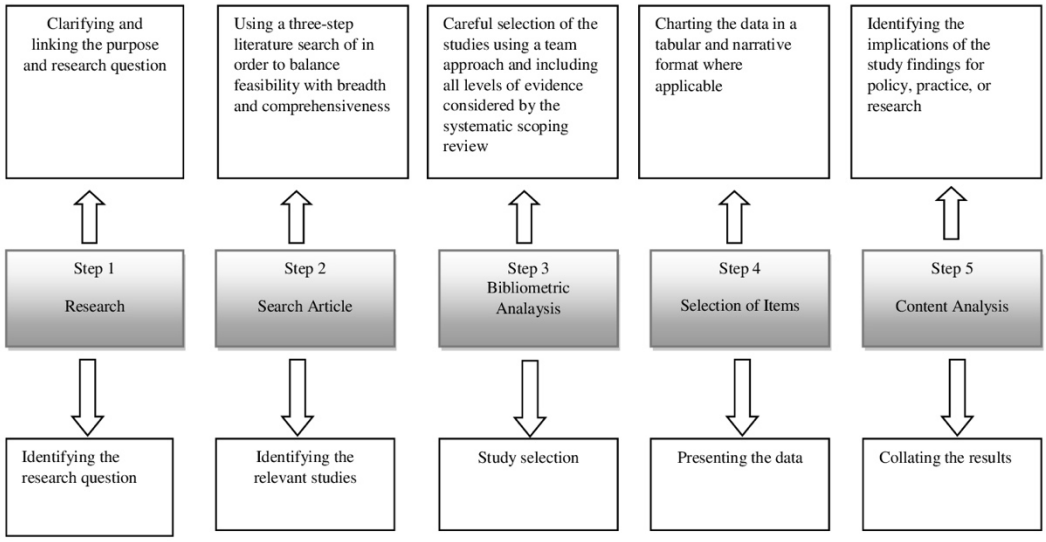
Method

Type of Research

The method of this research is systematic scope review. Systematic scope review was developed by the Joanna Briggs Institute and was first used by Arksey and O'Malley in 2005 (Peters et al., 2015). This method was preferred because of the synthesis of the findings obtained for the research, the mapping of the frequently used literature, and the contribution to the presentation of the conceptual framework in a clear and critical way (Peters, et al. 2015).

Research Process

The systematic scope analysis of Arksey and O'Malley (2005) and Levac, Colquhoun and O'Brien (2010) has a research process that is carried out in six different steps. This process is summarized in five basic steps in Khalil et al. (2016)'s research. These are (1) determining the research question, (2) conducting a literature search in three steps, namely the scope and breadth of the research and balancing them, (3) carefully selecting the researches in team work, (4) organizing the data in tabular and narrative form, (5) the study. combining the findings with practice and documents. In Figure 1, detailed information about this process is presented visually.



Note: Created by authors based on research by Khalil et al., 2016 and Ratten, 2019

Figure 1. The Systematic Scope Compilation Process

Research Question

Within the scope of this study, the research question was determined as the first step of the research process, which includes five steps of the systematic scope review. The questions of the research are determined as "which types of entrepreneurship have been focused on in the researches on nurses working in the international public and private sectors in the last ten years? Which methods were used in these studies and what findings were obtained?"

Data Collection

In the systematic scope review process, as the second step to collect the data of the study, it was determined on which databases the information would be collected. In this context, research was conducted on seven of the most well-known databases, namely Web of Science, Scopus, EBSCO (covering 26 databases including CINAHL), PubMed, Google Scholar, Emerald and ScienceDirect. In the first step, the databases were shared equally by two researchers and scanned. The databases were searched by typing the words entrepreneur* and nurse* in various combinations such as "entrepreneurship" and "nursing" / "entrepreneurship" and "nurse" / "entrepreneurship" and "nurses" / "entrepreneurial" and "nursing" / "entrepreneurial" and "nurse" "entrepreneurial" and "nurses". After the preliminary search, new keywords such as "social entrepreneur* and "intrapreneurship" were determined on the basis of various entrepreneurship types and the research made in the databases was repeated. These searches were conducted on the basis of the last 10 years of research articles published until 11.09.2022. The last ten years have been included in the filtering options to keep the research data up to date. Within the scope of the research, the abstract, title and keywords were examined separately by each researcher. Then, the articles reached by the two researchers were combined. The data obtained from all databases were examined in all aspects by two researchers as full-text articles. The publications that were agreed upon in line with the final criteria were included in the research.

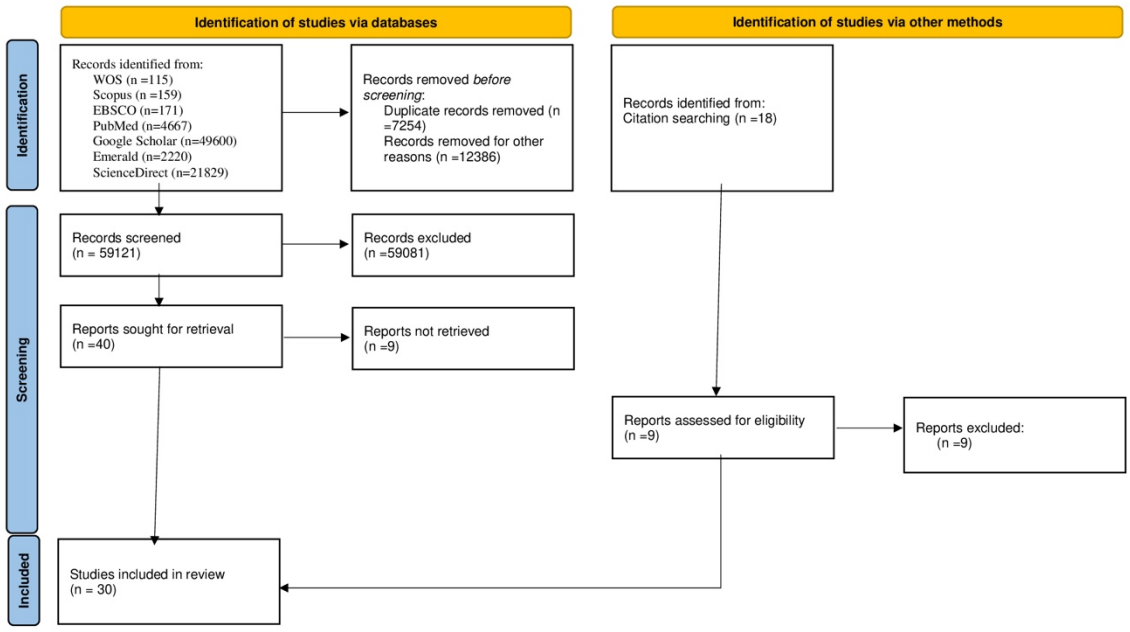
Selecting Data

As the third step in the context of systematic scope review, the selected articles were studied meticulously by working as a team. A protocol has been made for the selection of published studies on the subject of entrepreneurial nurses. Here, the publications were included (access to the full text, the language of the

publication was in English, being a research article published between 2013-2022, and nurses with entrepreneurial behavior as a sample) and exclusion criteria (nurse students, entrepreneurial intention and compilations, books, book chapter, letter to the editor) was decided.

Search results are organized per PRISMA guidelines in Figure 2 (Page et al., 2021). A total of 78.761 publications were identified in the first examinations made in line with the research. However, most of these publications were not directly related to nurse entrepreneurship behavior. When the publication inclusion and exclusion criteria were applied for the purpose of the subject, a total of 21 studies were accessed. These articles accessed are 3 (14.3%) Web of Science, 3 (14.3%) Scopus, 2 (9.5%) EBSCO, 9 (42.9%) PubMed, 2 (9.5 %) Google Scholar, 1 (4.8 %) Emerald, 1 (4.8%) ScienceDirect. The distribution of publications is shown in Figure 2 in detail.

The point to be noted here was that the articles were in more than one database. For example, the Wall (2014) article was scanned in both Web of Science and PubMed. When such duplications are detected, this publication has been evaluated within the scope of the database from which it was first obtained. Finally, both the bibliographies of the articles searched and Arnaert et al. (2018), Copelli et al. (2019), Neergård (2021), and Puspita et al. (2021), the articles included in the systematic reviews were re-examined and the publications that were not found in our search were added in accordance with the purpose of the research. In this way, 9 more articles were accessed with the snowball sampling method. With the last additions, 30 articles were finally reached. These articles accessed are 12 (40.0 %) Web of Science, 3 (10.0 %) Scopus, 2 (6.7%) EBSCO, 9 (30.0 %) PubMed, 2 (6.7 %) Google Scholar, 1 (3.3 %) Emerald, 1 (3.3 %) ScienceDirect.



Note: Adapted form Page et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated quidline for reporting systematic reviews. BMJ. 372, n71.

Figure 2. PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analysis) Diagram. Flow Diagram of the Retrieval and Screening Process

Finding

The 30 researches included in the systematic review covering the years 2013-2022 were published in 2018 with the most 7 (23.3%) articles. This was followed by 4 (13.3%) articles in 2019 and 2021, 3 (10%) each in 2013 and 2020, 2 (6.7%) each in 2014-2017, and 1 (3.3%) in 2022 (See. Figure 3).

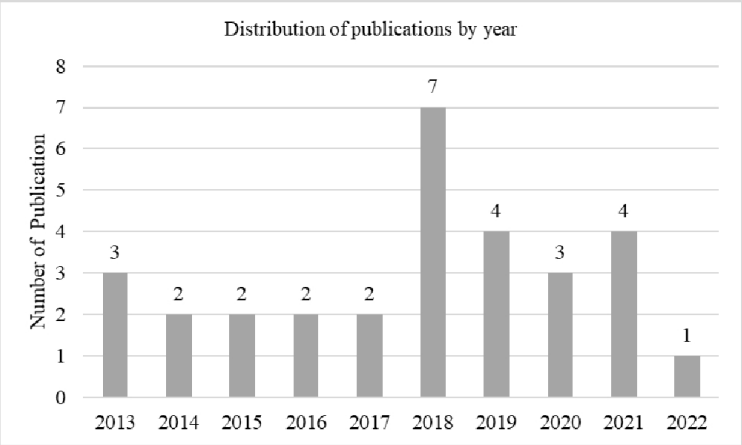


Figure 3. Distribution of Publications by Years

When the distribution of the articles according to the scientific journals in which they were published is examined, Revista Brasileira de Enfermagem ranks first with 3 publications (10%), and "Journal of the American Association of Nurse Practitioners", "Qualitative Health Research", "The Journal for Nurse Practitioners" are coming. Only 1 article was published in the other 21 journals. Table 1 provides information on the distribution of publications according to journals.

Table 1
Distribution of Journals in Which Researches Conducted in the Field of Entrepreneurial Nursing are Published

Journals	**N**	**%**
Revista Brasileira de Enfermagem	3	10.0
Acta Medica Iranica	1	3.3
Acta Paulista de Enfermagem	1	3.3
Administrative Sciences	1	3.3
BMC Health Services Research	1	3.3
Cyprus Journal of Medical Sciences	1	3.3
Gender, Work & Organization	1	3.3
Innovation: The European Journal of Social Science Research	1	3.3
International Journal of Africa Nursing Sciences	1	3.3
Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research	1	3.3
Journal of Advanced Nursing	1	3.3
Journal of Family Medicine and Primary Care	1	3.3
Journal of Health Organization and Management	1	3.3
Journal of Nursing Scholarship	1	3.3
Journal of Primary Health Care	1	3.3
Journal of The American Association of Nurse Practitioners	2	6.7
Nursing-Research and Reviews	1	3.3
Nursing Administration Quarterly	1	3.3
Nursing Leadership	1	3.3
PLOS ONE	1	3.3
Qualitative Health Research	2	6.7
Revista de Pesquisa, Cuidado é Fundamental Online	1	3.3
Revista Eletronica Enfermagem	1	3.3
The International Journal of Health Planning and Management	1	3.3
The Journal for Nurse Practitioners	2	6.7
Total	**30**	**100**

When it is examined which type of enterprise is discussed in nurse entrepreneurship in studies, it is seen that 16 (53.3%) studies were mostly about classical entrepreneurship, 6 (20%) social entrepreneurship, 2 (6.7%) intrapreneurship, 1 (3.3%) research combined intrapreneurship and classical entrepreneurship, and 1 (3.3%) research was about collective entrepreneurship. In the content analysis of the studies, it was found that the entrepreneurship type of the 4 studies was not specified (See Table 2).

Table 2
Distribution by Types of Entrepreneurship in Researches

Types of Entrepreneurship	**N**	**%**
Classical Entrepreneurship	16	53.3
Intrapreneurship	2	6.7
Classical Entrepreneurship+ Intrapreneurship	1	3.3
Social Entrepreneurship	6	20.0
Collective Entrepreneurship	1	3.3
Unspecified	4	13.3
Total	**30**	**100**

Considering the distributions according to the method used in the studies, it was seen that 19 (63.3%) studies used qualitative, 8 (26.7%) quantitative methods, and 3 (10%) mixed methods were used (See Figure 4).

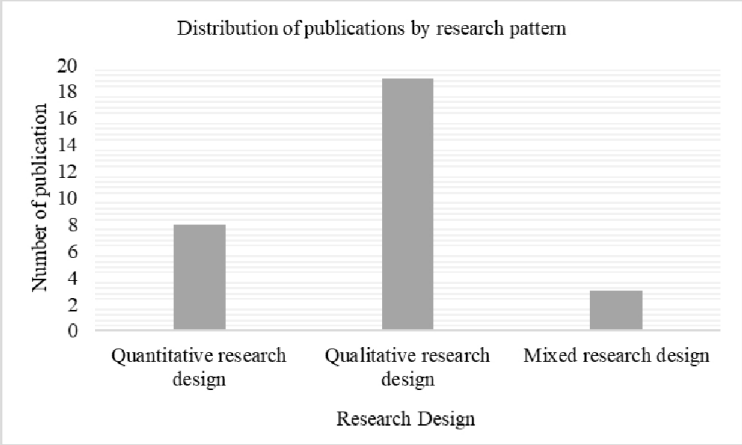


Figure 4. Distribution of Studies According to Research Methods

When evaluated within the scope of the country where the research was conducted, it was found that 6 (20.0%) studies in Brazil, 6 (20.0%) in the USA, 4 (13.3%) in Canada, 4 (13.3%) in Iran, 2 (6.7%) in Portugal, 2 (6.7%) in Italy, 1 (3.3%) in Australia, 1 (3.3%) in New Zealand, 1 (3.3%) in Nigeria, 1 (3.3%) in Denmark, 1 (3.3%) in South Korea and 1 (3.3%) in Turkish Republic of Northern Cyprus (See Table 3).

A scale was used in only 8 of the articles. In one study, a scale development study was conducted to measure entrepreneurship management in nursing (Backes et al., 2021). Among the scales used in research, Renko, El Tarabishy, Carsrud and Brännback (2015) "Entrepreneurial Leadership Scale" (Bagheri and Akbari, 2018), Santos, Marques and Ferreira (2020) "Individual Entrepreneurial Orientation Scale" (Ferraz, Marques, Santos, Cunha, and Vaz, 2021), Gawke, Gorgievski and Bakker's (2019) "Intrapreneurship Scale" (Ferraz et al., 2021), Soriano's (2003) "Attitudes Towards Collective Entrepreneurship Scale" (Haase and Franco, 2020) and İşcan and Kaygı's (2011) "Entrepreneurship Scale" (Nurluöz and Esmaeilzadeh, 2019) were used. In Backes et al. (2021), a tool consisting of 17 items and 3 dimensions was developed to measure the management of entrepreneurship in nursing. In the first dimension of the scale, perceptions of entrepreneurship management (5 items), in the second dimension, the performance of entrepreneurship management, personal and professional qualifications (8 items), and in the third dimension, information about new technologies and maintenance tools of enterprises (6 items) are measured.

Table 3
Comprehensive Analysis Data of Studies Included in the Systematic Scoping Review

Researchers/ year/country	Purpose of the research	Type of entrepreneurship	Method	Sample	Scale	Findings
Gibson[46] (2013) Australia	It is investigated how the entrepreneurial roles of nurses in Australia are affected by the discourse of the administrators.	Intrapreneurship	Qualitative research	26 nurses	-	There is an entrepreneurial feature in the job descriptions of nurses in hospitals managed on the basis of efficiency. However, it was found that nurses providing health care services showed less entrepreneurial characteristics compared to executive nurses.
Wall[32] (2013a) Canada	Exploring the professional experience processes of Canadian self-employed nurses is to rethink nursing knowledge, ethics and professionalism.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	20 nurses	-	It has been found that nurses have a new professional identity that will contribute to social welfare despite the obstacles they face.
Wall[33] (2013b) Canada	Investigation of the experiences of self-employed nurses who see themselves as leaders in advancing the nursing profession and their contribution to health services.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	20 nurses	-	The responses of self-employed nurses to health system change, their expanded role as nurses, the consequences of this unconventional approach in nursing work, and the possibilities for change stemming from nursing entrepreneurship were found.
Sharp & Monsivais[47] (2014) USA	It is to describe the difficulties experienced by nurses in the role transition in rural areas in the USA and to make practical inferences.	Social entrepreneurship	Qualitative research	24 nurses	-	It has been found that specialist nurses in rural areas have problems with role transitions in social enterprise activities, and although they are successful as a nurse, they lack knowledge and skills in the management of their clinics.
Wall[39] (2014) Canada	It is to investigate how self-employed nurses perceive the contemporary health field and its characteristics.	Classical entrepreneurship	Qualitative research ethnographic analysis	20 nurses	-	Nurses reflected the deficiencies in the health system. It has been found that they have taken entrepreneurial risks that will enable them to do nursing according to their professional values.
Andrade et al[6] (2015) Brazil	Identifying the scope of nursing companies managed by enterprising nurses registered in the São Paulo Commercial Register in Brazil.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	Trading company with 196 nursing ventures	-	The type, year, economic activity area, capital value, shareholding ratio, and distribution of the companies established by entrepreneurial nurses were found.
Wall[34] (2015) Canada	An examination of the experience of self-employed nurses to better understand self-	Classical entrepreneurship	Qualitative research	20 nurses	-	It has been found that nurse entrepreneurship experiences are similar to other women

	employment in professional care work.					entrepreneurs in some issues such as insecurity and uncertainty.
Dehghanzadeh et al[45] (2016) Iran	Evaluation of the psychological characteristics of nurses towards entrepreneurship in Iran.	-	Qualitative research	59 nurses	Need for achievement - Steers and Braunstein (1976); locus of control Rotter (1966); Jackson's personality inventory.	There is a positive and significant relationship between psychological characteristics and entrepreneurial orientations; While there is a significant relationship between entrepreneurial orientation and risk-taking, uncertainty, tolerance and innovation; no significant relationship was found between locus of control.
Jahani et al[48] (2016) Iran	The aim of this study is to determine the barriers perceived by Iranian entrepreneur nurses towards entrepreneurship.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	13 nurses	-	It has been found that nurses face various problems and obstacles to enter and continue in entrepreneurial nursing. As a result of the data analysis, five main themes were extracted: Traditional nursing structure, legal limitations, traditional attitudes of state administrators, unprofessional behavior of colleagues, and immoral work.
Cadmus et al[52] (2017) USA	Determining the entrepreneurship and entrepreneurial skills of Advanced Practice Nurses (APN) working in primary health care services in the United States.	Classical entrepreneurship	Quantitative research	372 APN	-	In 12 of the 14 identified categories, it was found that APNs were at the beginner level and needed to be developed in business skills and management.
Vannucci & Weinstein[35] (2017) USA	To understand the experiences of entrepreneurial nurses, their work motivation processes and the challenges of entrepreneurship.	Classical entrepreneurship	Quantitative research	44 nurses	Mindful Self-Care Scale (Short), Cook-Cottone and Guyker (2017)	Nurse entrepreneurs have high self-care skills. There is a relationship between self-care and age. Psychological factors (meaning, purpose, etc.) were found to be more critical motivation factors than structural strengthening factors (financial gain, organization, etc.) in the decision of entrepreneurial nurses to start a business.
Bagheri & Akbari[7] (2018) Iran	Testing the effect of entrepreneurial leadership behaviors of nurses in Iran on innovative work behavior.	Intrapreneurship	Quantitative research	273 nurses	Renko et al. (2015) Entrepreneurial Leadership Scale	Entrepreneurial leadership behaviors of nurses affect innovative work behaviors.
Colichi & Lima[51] (2018) Brazil	Comparison of nursing interventions with other healthcare professional initiatives in Brazil.	Classical entrepreneurship	Quantitative research	12068 companies	-	It was found that 6% of 12,068 interventions carried out by healthcare professionals in Brazil until

						2017 were nurse interventions.
Ippoliti et al[49] (2018a) Italy	It has been researched how to sustain a social entrepreneurship project for public health.	Social entrepreneurship	Quantitative research	1657 case studies	-	As an innovative care model, it has been concluded that the social enterprise project is financially sustainable.
Ippoliti et al[50] (2018b) Italy	It is aimed to compare the social entrepreneurship project developed as an innovative care model in Italy with different approaches.	Social entrepreneurship	Quantitative research	Data collected from 524 municipalities	-	Their project, which was developed as an innovative behavioral model for the prevention of hip fractures in mountainous areas in Italy, was found to be effective.
Jahani et al[40] (2018) Iran	It is an exploration of how Iranian nurses can identify entrepreneurial opportunities.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	13 nurses	-	Identifying entrepreneurial nursing opportunities for nurses in various sectors such as care, education, counseling, rehabilitation, health tourism, social assistance and public services are the findings of the study.
Kirkman et al[53] (2018) New Zeland	It is an examination of how to define innovative behavioral activities of nurses in primary care services in New Zealand as social entrepreneurs.	Social entrepreneurship	Qualitative research	7 nurses	-	Two different themes were determined. (1) To create a social entrepreneurship model compatible with nursing care and (2) to create social capital.
Lyden et al[44] (2018) USA	The aim of this study is to investigate the job satisfaction and empowerment of self-employed nurses in fifty states of the USA and the factors affecting it.	Classical nntrepreneurship	Mixed method	142 survey data 13 interview	Misener NP job satisfaction survey (MNPJSS) and the conditions of work effectiveness questionnaire II (CWEQ-II)	The job satisfaction of nurses is at a good level; on the other hand, empowerment was found to be high in the dimensions of opportunity, official power and knowledge, and low in the dimensions of administrative support and resources.
Nurluöz & Esmaeilzadeh [29] (2019) Cyprus	The aim of this study is to examine the entrepreneurial characteristics, views, hope and hopelessness feelings of nurses in Cyprus.	Classical entrepreneurship	Quantitative research	140 nurses	Entrepreneurship scale- İşcan and Kaygı (2011); Beck hopelessness scale Turkish version, Seber (1993)	Nurses with high hope levels have higher self-confidence and risk-taking levels, and their need for achievement is higher.
Richter et al[42] (2019) Brazil	It is to identify the difficulties in the development of entrepreneurial behaviors from the perspective of nurses in strategic leadership positions in Brazil.	-	Qualitative research	22 nurses		It has been found that there are significant challenges for the entrepreneurial behaviors of nurses in strategic leadership positions. These can be exemplified as situations of inactivity, learning to be an entrepreneur, entrepreneurial culture, and the development of entrepreneurial actions in health and nursing services management.

Silva et al[36] (2019) Brazil	It is an understanding of the process of building the autonomy of private nurses in Brazil.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	4 nurses	-	It has been found that self-employed nurses are systematically excluded and stigmatized by other practitioners and society.
Waite[37] (2019) USA	It is to determine what the experiences of specialist nurses who have independent workplaces are.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	17 nurses	-	It has been found that more opportunity areas should be created in the field of entrepreneurship, where nurses experience job dissatisfaction due to career flattening.
Haase & Franco[9] (2020) Portugal	Investigation of the connection between leadership styles and entrepreneurial behaviors in Portugal.	Collective entrepreneurship	Qualitative research	165 nurses	The Multi-Factor leadership questionnaire (MLQ), Bass and Avolio (2004); organizational commitment, comeche and Loras (2010); collaboration, Kantis et al., Komori (2002); interpersonal communication , Lloria (1998); attitudes towards collective entrepreneurship, Ribeiro (2003).	Transformational leadership indirectly encourages the collective entrepreneurship process through nurses' organizational commitment and interpersonal communication.
Lim et al (2020) South Koea	It is to understand the nursing focus and importance of entrepreneurship by analyzing the content of YouTube videos.	-	Mixed method	32 Expert Opinions (Delphi Technique)	-	It has been found that the entrepreneurial qualities of nurses should be developed towards competitive business skills.
Trombeta et al[30] (2020) Brazil	To understand the experiences of entrepreneurial nurses in the elderly care center in Brazil and to develop a theory for social entrepreneurship in the light of this experience.	Social entrepreneurship	Qualitative research	Data collected from two different groups of nurses, active entrepreneurs and quitters.	-	It has been concluded that elderly care services in Brazil are a market area for social entrepreneurship and that entrepreneurs need experience, knowledge, skills and resources for this process.
Backes et al[8] (2021) Brazil	Development of a measurement tool for entrepreneurship management in nursing.	Social entrepreneurship	Qualitative research	11 experts	The scale developed by the authors consists of 3 dimensions and 17 items	Perceptions of entrepreneurship management (5 items) in the first dimension of the scale, performance/personal and professional qualifications related to entrepreneurship management in the second dimension (8 items), and information on the maintenance tools of new technologies/businesses in

						the last dimension (6 items) are measured.
Ferraz et al[25] (2021) Portugal	In Portugal, it is evaluated how nurses' cognitive styles support individual entrepreneurship and intrapreneurship and how cognitive styles guide innovative behavior.	Intrapreneurship and classical entrepreneurship	Quantitative research	667 nurses	Cognitive Styles Index, Allinson and Hayes 1996; Individual Entrepreneurial Orientation Scale, Santos et al. 2020; Intrapreneurship Scale, Gawke et al. 2019; Innovation Scale, Weng et al., 2012.	It was found that nurses' cognitive styles encourage individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship, which in turn affects innovativeness.
Jakobsen et al[38] (2021) Denmark	Investigation of nurses' experiences and perspectives on transition to entrepreneurship in clinical and cultural nursing environment and the effect of entrepreneurship on nursing role and professional identity.	Classical entrepreneurship	Qualitative research	9 nurses	-	While nurses are engaged in entrepreneurial activities, they experience identity confusion and are affected by the prejudices of others.
Ubochi et al[31] (2021) Nigeria	Explaining the entrepreneurship perception of nurses in Nigeria, developing a theoretical model for the meaning and practices of entrepreneurship.	-	Qualitative research	20 nurses	-	Increasing innovation in nursing is seen as nursing entrepreneurship. Innovative elements driven by the need for professionalism, philanthropy, social satisfaction, business understanding and economic transformation are perceived as entrepreneurship in nursing.
Layton et al[41] (2022) USA	It is the determination of the knowledge, training and skill needs of specialist nurses in the USA regarding entrepreneurship.	Classical entrepreneurship	Mixed method	102 nurses	-	It has been determined that nurses need training on billing, coding, regulatory and application management.

Discussion

In this study, the literature on entrepreneurship was examined from the perspective of nursing, and the developments in nursing entrepreneurship over the last ten years were reviewed. The aim was to determine the current gaps for future research. For this purpose, 30 studies on nurse entrepreneurship were examined and content analysis was made in the examination made with the systematic scope analysis method and the results were presented in a comprehensive way. With a comprehensive review, both empirical results and theoretical contributions have been revealed from studies dealing with nurse entrepreneurship (Trombeta, Ramos and Bocchi, 2020; Ubochi et al., 2021).

As a result of the examination, it was determined that the definition of nurse within the framework of entrepreneurship in nursing was expressed with two different concepts as "entrepreneurial nurses" and "nurse entrepreneurs". As mentioned earlier by Neergård (2021), the empirical origin of entrepreneurship research in nursing comes from the field of nursing, while its theoretical origin comes from the field of entrepreneurship. Thus, it would not be wrong to define entrepreneurship in nursing as a common set of both disciplines. In this framework, two different roles of nursing have been defined from the perspective of entrepreneurship (Neergård, 2021). One of them is the entrepreneurial nurse role, which transforms opportunities into commercial gains by assuming all kinds of risks that represent classical entrepreneurship. The second refers to the role of nursing, which represents intrapreneurship.

According to the second result obtained as a result of this research, nursing entrepreneurship in the researches that are the subject of the examination is discussed with the collective entrepreneurship dimension as a new typology, as well as classical, social and intrapreneurship, similar to previous researches. Among these types of entrepreneurship, classical entrepreneurship activities have been the subject of the most research in the field of nursing. Examining scientific research conducted up to 2016, Copelli et al. (2017) divided entrepreneurship in nursing into three typologies in the study. These are social, commercial and intrapreneurship. In the light of these results, it is seen that the concept of collective entrepreneurship has been encountered as a new type of entrepreneurship in the practice and literature process up to the present. Collective entrepreneurship is defined as combining the capacities of individuals to collaborate, innovate and create within organizations (Haase and Franco, 2020).

Third, it was seen that descriptive information such as the scope, year, type, capital and partnership structure of nursing entrepreneurship were only mentioned in the study of Andrade et al. (2015). In this study carried out in Brazil, 196 nursing initiatives established by nurses were discussed.

Fourth, eight of the reviewed studies focused specifically on the entrepreneurial experiences of nurses (Jakobsen, Wacher Qvistgaard, Trettin, and Juel Rothmann, 2021; Silva et al., 2019; Trombeta et al., 2020; Vannucci and Weinstein, 2017; Waite, 2019; Wall, 2013a; Wall, 2013b; Wall, 2015). It has been found that nurses face some obstacles within the scope of their entrepreneurial experience (Jakobsen et al, 2021; Wall, 2013a). These obstacles are exclusion, stigma by society and other practitioners (Silva et al., 2019), the need for knowledge, skills and resources (Trombeta et al., 2020), job dissatisfaction due to career flattening, and the need to create more opportunity areas in the field of entrepreneurship (Waite, 2019). At the same time, in a study focusing on the experiences of female nurses (Wall, 2015), it is seen that the experiences are similar to the difficulties and obstacles experienced by female entrepreneurs in other sectors. However, despite all the obstacles, it is seen that the nursing profession tries to determine new professional roles (Wall, 2013a; Wall, 2014) and to build its autonomy in the contemporary healthcare environment (Silva et al., 2019). In other words, role ambiguity is among the other obstacles.

Barriers to nursing entrepreneurship are similar across countries. For example, the traditional nursing structure of Iranian nurses, legal limitations, traditional attitudes of state administrators, unprofessional behaviors and immoral attitudes of colleagues have been defined as obstacles (Jahani, Abedi, Elahi and Fallahi-

Khoshknab, 2016). Another obstacle to the entrepreneurship of nurses is the lack of entrepreneurial knowledge and skills. For example, Layton, Blakely, Patel, and Miltner, (2022), in a study conducted with 102 nurses in the USA, reported that nurses lack knowledge about billing, coding, legal regulations and practices. Richter, Santos, Kaiser, Capellari and Ferreira (2019) point out that nurses in strategic leadership positions face many obstacles such as entrepreneurial knowledge, entrepreneurial culture and lack of opportunity.

Lim, Kim, Kim, and Lee (2020), on the other hand, state that the entrepreneurial qualities of nurses should be developed within the scope of competitive business skills. According to Lyden, Sekula, Higgins, and Zoucha (2018), when the obstacles and difficulties in front of nurses are removed and entrepreneurship knowledge and skills increase, successful and sustainable jobs can be created.

Fifth, the concept of entrepreneurship in nursing was associated with personal and professional characteristics such as autonomy, independence, flexibility, innovativeness, proactivity, self-confidence and responsibility (Copelli et al., 2017) and was associated with feelings of hope and hopelessness (Nurluöz and Esmaeilzadeh, 2019). It is reported that psychological factors have an effective motivation feature in the decision to start a business in nurse entrepreneurship (Vannucci and Weinstein, 2017). Dehghanzadeh, Kholasehzadeh, Birjandi, Antikchi, Sobhan, and Neamatzadeh (2016) also found that the psychological characteristics of nurses are related to entrepreneurial orientation, especially the relationship between tolerance, risk-taking, innovation and uncertainty, and entrepreneurial orientation. Ferraz et al. (2021) emphasized that cognitive styles support nurses' classical and intrapreneurship. According to the results, nurses' cognitive styles encourage individual entrepreneurial orientation and intrapreneurship, which in turn affects innovative behavior (Ferraz et al., 2021). According to Nurluöz and Esmaeilzadeh (2019), nurses with high hope are more self-confident, more willing to take risks and have a higher desire to succeed.

Sixth, the role of leadership in nurse entrepreneurship, as well as in the general entrepreneurship literature, has been explored. In studies associating entrepreneurship with leadership, it has been observed that entrepreneurial leaders affect innovative behaviors in employees (Bagheri and Akbari, 2018). In a study conducted in Australia, it was reported that the discourse of administrators in health institutions was effective on nurses' perceptions of entrepreneurship, and this effect emerged in different ways according to the roles of nurses (Gibson, 2013). While this effect is not perceived positively by nurses who are directly involved in patient care, nurses who work in administrative services show a positive perception of entrepreneurship and running businesses according to the principles of productivity (Gibson, 2013). Haasse and Franco (2020), in their study in Portugal, reported that transformational type leadership is effective on the type of collective entrepreneurship of nurse entrepreneurship. According to the results of this study, transformational leadership indirectly affects the collective entrepreneurship process through organizational commitment and interpersonal communication (Haasse and Franco, 2020). Wall (2013b) reports that leadership leads the way in redefining the professional roles of entrepreneurial nurses. At this point, another remarkable finding in the nurse entrepreneurship researches conducted in the last 10 years is that the definition of the nursing profession and the role ambiguity are still at the forefront (Gibson, 2013; Jacobsen et al., 2021; Jahani et al., 2016; Sharp and Monsivais, 2014; Silva et al., 2019;).

Seventh, nurses can be entrepreneurs in many areas such as care services, education, counseling, rehabilitation, health tourism, and social assistance (Jahani, Abedi, Khoshknab, and Elahi, 2018). The example of a social enterprise project, which is presented as an innovative care model developed to support people living in the mountainous region of Italy to have a healthy aging process, provides evidence that nurse initiatives are sustainable (Ippoliti et al., 2018a; Ippoliti, Falavigna, Montani, and Rizzi, 2018b). Trombeta et al. (2020) state that there are social entrepreneurship opportunities that nurses can realize, especially in the field of elderly care services. However, it is noteworthy that the studies examined include examples from 12 different countries and that nurse entrepreneurship is still very limited within the framework of these examples. Colichi and Lima

(2018) reported that only 6% of the 12,068 healthcare professional interventions that took place in Brazil until 2017 were nurse interventions in the study in which they compared nurse initiatives and other healthcare professionals' initiatives in Brazil.

Although there are differences in nurse entrepreneurship practices according to countries, it is seen that it takes place as a new title in the entrepreneurship literature. Of course, one of the reasons why this field is niche is that nurse entrepreneurship faces a number of obstacles. Hence, research has mostly focused on these barriers.

Limitations of the Research and Future Studies

Although we believe that we have achieved the research objectives, this systematic review has some limitations, as in all research. First of all, this systematic review was limited to searching seven different internationally recognized databases. Therefore, since some national and international published journals were not included, studies published in these journals were not included. At the same time, only English language and full-text publications were examined. For this reason, some studies in other languages and for which the full text is not available may have been overlooked. The research also excluded articles on entrepreneurial intention and student nurses. In future systematic reviews, gray literature not included in this study can be scanned, entrepreneurial intention and entrepreneurship research in student nurses can be used as inclusion criteria.

However, as a result of our review, it is seen that research on nursing entrepreneurship is limited in number and quality, both in terms of content and method, as in previous systematic reviews. In the future, it is recommended to conduct research that will fill the theoretical and empirical gaps in nurse entrepreneurship revealed by this article. In addition, no research has been found on the impact of non-governmental organizations and professional organizations on nurse entrepreneurship, and researches addressing this dimension may be conducted in the future. At the same time, we think that different typologies such as digital entrepreneurship and eco-entrepreneurship should be investigated within the scope of nurse entrepreneurship.

Implications for Health Policy and Management

Nurses can be used more in the development and maintenance of health on a national and global scale. We believe that nurses should be supported by professional organizations and health authorities to create opportunities in this field. In this context, the nurses of the future should be equipped with entrepreneurship knowledge, skills and culture through entrepreneurship education. The capacities of nurses can be developed while they are still students, especially with an entrepreneurship education that will be included in vocational education.

In addition, professional organizations should create a climate that will support the autonomy of the profession and colleague solidarity without ignoring the traditional roles of nurses. Health authorities should shape the legal and administrative infrastructure of benefiting more from nurses as trained health manpower in protecting and improving public health and pave the way for more nurses to become entrepreneurs. It seems that the most economical and healthiest way to produce the health services that humanity needs on a global scale is to develop the potential of this profession, which has hundreds of years of experience.

Conclusion

As a result of the systematic review, it was observed that nurse entrepreneurship did not receive sufficient attention both in practice and in research. However, although limited in number, our review of the findings of these studies provided some clues about the necessity of reconsidering the entrepreneurial roles of nurses. Especially the recent COVID-19 pandemic has once again reminded the role and importance of the nursing profession all over the world. Nevertheless, studies show that the potential of nurses in the health sector is not recognized enough. However, nursing as a profession is one of the most rooted areas of the health sector. Still, it needs re-evaluation in terms of new job description and employment opportunities suitable for its changing roles. With this perspective, nurses should not only be considered as manpower in the health sector but should also be able to take part in the new and competitive health industry with various entrepreneurship dimensions.

References

Acuner, T., İlhan-Nas, T., Şahin, K., Okan, T. and Birincioğlu, N. (2016*). İşletme [Business]*. İstanbul: Beta Yayınları.

Andrade, A.D.C., Ben, L.W.D and Sanna, M.C. (2015). Entrepreneurship in nursing: Overview of companies in the State of São Paulo. *Revista Brasileira de Enfermagem, 68,* 40-44. doi.org/10.1590/0034-7167.2015680106i

Antoncic, B. and Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *10*(1), 7-24. doi.org/10.1108/14626000310461187

Arksey, H. and O'Malley, L. (2005). Scoping studies: Towards a methodological framework. *International Journal of Social Research Methodology*, *8*(1), 19-32. doi.org/10.1080/1364557032000119616

Arnaert, A., Mills, J., Bruno, F.S. and Ponzoni, N. (2018). The educational gaps of nurses in entrepreneurial roles: An integrative review. *Journal of Professional Nursing*, *34*(6), 494-501. doi.org/10.1016/j.profnurs.2018.03.004

Arslan, H. and Konuk Ş. D. (2012). A new and important concept in nursing: Entrepreneurship. *Florence Nightingale Journal of Nursing*, *20*(2), 140-145. Erişim Adresi: https://www.fnjn.org/en/a-new-and-important-concept-in-nursing-entrepreneurship-16803

Austin, J., Stevenson, H. and Wei–Skillern, J. (2006). Social and commercial entrepreneurship: Same, different, or both? *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(1), 1-22. doi.org/10.1111/j.1540-6520.2006.00107.x

Backes, D. S., Toson, M. J., Haeffner, L. S. B., Marchiori, M. T. C. and Costenaro, R. G. S. (2021). Entrepreneurial management technology for nursing professionals. *Revista Brasileira de Enfermagem, 74*(6), 1-7. doi.org/10.1590/0034-7167-2019-0527

Bagheri, A. and Akbari, M. (2018). 'The impact of entrepreneurial leadership on nurses' innovation behavior. *Journal of Nursing Scholarship, 50*(1), 28-35. doi.org/10.1111/jnu.12354

Cadmus, E., Johansen, M., Zimmer, P. and Knowlton, D. (2017). Entrepreneurship: Assessing the readiness of the New Jersey APN workforce. *Nursing Administration Quarterly, 41*(1), 48-55. doi.org/10.1590/0034-7167-2019-0527

Colichi, R.M.B and Lima, S.A.M. (2018). Entrepreneurship in nursing compared to other health professions. *Rev Eletr Enferm, 20*, 1-11 doi: 10.5216/ree.v20.49358

Copelli, F.H.D.S., Erdmann, A.L. and Santos, J.L.G.D. (2019). Entrepreneurship in nursing: An integrative literature review. *Revista Brasileira de Enfermagem*, *72*, 289-298. doi.org/ 10.1590/0034-7167-2017-0523

Copelli, F.H.D.S., Erdmann, A.L., Santos, J.L.G.D., Lanzoni, G.M.D.M. and Andrade, S.R.D. (2017). Entrepreneurship in the public university management of nursing: Obstacles and strategies. *Rev Rene, Fortaleza, 18*(5), 577-583. doi: 10.15253/2175-6783.2017000500003

Dehghanzadeh, M.R., Kholasehzadeh, G., Birjandi, M., Antikchi, E., Sobhan, M.R and Neamatzadeh, H. (2016). Entrepreneurship psychological characteristics of nurses. *Acta Medica Iranica*, *54*(9), 595-599. Erişim Adresi: https://acta.tums.ac.ir/index.php/acta/article/view/5162/4837

Drennan, V., Davis, K., Goodman, C., Humphrey, C., Locke, R., Mark, A., et al. (2007). Entrepreneurial nurses and midwives in the United Kingdom: An integrative review. *Journal of Advanced Nursing*, *60*(5), 459-469. doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04458.x

Ferraz, P., Marques, C.S., Santos, G., Cunha, A. M. and Vaz, S. (2021). The influence of cognitive styles as promoters of entrepreneurial orientation and intrapreneurship as drivers of innovation: The case of nurses in health services in Portugal in times of COVID-19. *Administrative Sciences*, *11*(4), 1-15. doi.org/10.3390/admsci11040107

Gawke, J.C., Gorgievski, M. J. and Bakker, A. B. (2019). Measuring intrapreneurship at the individual level: Development and validation of the employee intrapreneurship scale (EIS). *European Management Journal*, *37*(6), 806-817. doi.org/10.1016/j.emj.2019.03.001

Gibson, T. (2013). The entrepreneurial rationalities of governing and the construction of the enterprising nurse. *Qualitative Health Research, 23*(1), 93-104. doi.org/10.1177/1049732312467233

Haase, H. and Franco, M. (2020). Leadership and collective entrepreneurship: Evidence from the health care sector. *Innovation:* T*he European Journal of Social Science Research, 33*(3), 368-385. doi.org/10.1080/13511610.2020.1756231

Haskins, M.E., Liedtka, J. and Rosenblum, J. (1998). Beyond teams: Toward an ethic collaboration. *Organizational Dynamics, 26*(4), 34-50. doi.org/10.1016/S0090-2616(98)90004-3

Henry, C. Hill, F. and Leitch, C. (2003). Developing a coherent enterprise support policy: A new challenge for governments. E*nvironment and Planning C: Government and Policy*, *21*(1), 3-19. doi.org/10.1068/c0220

Ippoliti, R., Allievi, I., Falavigna, G., Giuliano, P., Montani, F. and Obbia, P, et al. (2018a). The sustainability of a community nurses programme aimed at supporting active ageing in mountain areas. *The International Journal of Health Planning and Management, 33*(4), 1100-1111. doi.org/10.1002/hpm.2591

Ippoliti, R., Falavigna, G., Montani, F. and Rizzi, S. (2018b). The private healthcare market and the sustainability of an innovative community nurses programme based on social entrepreneurship-CoNSENSo Project. *BMC Health Services Research, 18*(1), 1-8. doi.org/10.1186/s12913-018-3513-z

İşcan, Ö. F. and Kaygın, E. (2011). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma [A research to determine the entrepreneurship tendencies of university students]. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *15*(2), 443-462. Erişim Adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/ataunisosbil/issue/2828/38346

Jahani, S., Abedi, H., Elahi, N. and Fallahi-Khoshknab, M. (2016). Iranian entrepreneur nurses' perceived barriers to entrepreneurship: A qualitative study. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research, 21*(1), 45-53. doi: 10.4103/1735-9066.174749

Jahani, S., Abedi, H., Khoshknab, M. F. and Elahi, N. (2018). The experience of Iranian entrepreneurial nurses on the identification of entrepreneurial opportunities: A qualitative study. *Journal of Family Medicine and Primary Care, 7*(1), 230-236. doi: 10.4103/jfmpc.jfmpc_233_17

Jakobsen, L., Wacher Qvistgaard, L., Trettin, B. and Juel Rothmann, M. (2021). Entrepreneurship and nurse entrepreneurs lead the way to the development of nurses' role and professional identity in clinical practice: A qualitative study. *Journal of Advanced Nursing, 77*(10), 4142-4155. doi.org/10.1111/jan.14950

Khalil, H., Peters, M., Godfrey, C., M. McInerney, P., Soares, C. B. and Parker, D. (2016). "An evidence-based approach to scoping reviews", *Worldviews on Evidence-Based Nursing, 13*(2),118-123. doi.org/10.1111/wvn.12144

Kirkman, A., Wilkinson, J. and Scahill, S. (2018). Thinking about health care differently: Nurse practitioners in primary health care as social entrepreneurs. *Journal of Primary Health Care, 10*(4), 331-337. https://doi.org/10.1071/HC18053

Layton, S.S., Blakely, K.K., Patel, B. and Miltner, R.S. (2022). 'Assessing southeastern advanced practice registered nurses' business and operational skill sets. *The Journal for Nurse Practitioners*, *18*(6), 636-639. doi.org/10.1016/j.nurpra.2022.02.019

Levac, D., Colquhoun, H. and O'Brien, K. K. (2010). Scoping studies: Advancing the methodology. *Implementation Science*, *5*, -1-9. doi.org/10.1186/1748-5908-5-69

Lim, J.Y., Kim, S., Kim, J. and Lee, S. (2020). Identifying trends in nursing start-ups using text mining of YouTube content. *PLOS One, 15*(2), 1-14. doi.org/10.1371/journal.pone.0226329

Lyden, C., Sekula, L.K., Higgins, B. and Zoucha, R. (2018). Job satisfaction and empowerment of self-employed nurse practitioners: A mixed methods study. *Journal of the American Association of Nurse Practitioners, 30*(2), 78-91. doi: 10.1097/JXX.0000000000000007

McSherry, R., Pearce, P., Grimwood, K. and McSherry, W. (2012). The pivotal role of nurse managers, leaders and educators in enabling excellence in nursing care. *Journal of Nursing Management*, *20*(1), 7-19. doi.org/10.1111/j.1365-2834.2011.01349.x

Neergård, G.B. (2021). Entrepreneurial nurses in the literature: A systematic literature review. *Journal of Nursing Management, 29*(5), 905-915. doi.org/10.1111/jonm.13210

Nurluöz, Ö. and Esmaeilzadeh, S. (2019). Assessment of the entrepreneurial characteristics and hopelessness status of nurses working in the one training and research hospital. *Cyprus Journal of Medical Sciences, 4*(3), 208-215. doi: 10.5152/cjms.2019.832

Page, M.J., McKenzie, J.E., Bossuyt, P.M., Boutron, I., Hoffmann, T.C., Mulrow, C.D., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Syst Rev, 10*, 1-11. doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4

Peters, M.D., Godfrey, C.M., Khalil, H., McInerney, P., Parker, D. and Soares, C.B. (2015). Guidance for conducting systematic scoping reviews. *JBI Evidence Implementation*, *13*(3), 141-146. doi: 10.1097/XEB.0000000000000050

Puspita, A.P.W., Castury, D., Suparto, T.A., Hermayanti, Y. and Rahayuningsih, D. (2021). Nursing entrepreneurship development: Literature review. *Indonesian Journal of Community Development*, *1*(1), 8-18. Erişim Adresi: https://ejournal.upi.edu/index.php/IJCD/article/view/33157

Ratten, V. (2019). Older entrepreneurship: A literature review and research agenda, *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, *13*(1/2), 178-195. doi.org/10.1108/JEC-08-2018-0054

Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A.L. and Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, *53*(1), 54-74. doi.org/10.1111/jsbm.12086

Richter, S. A., Santos, E. P. D., Kaiser, D. E., Capellari, C. and Ferreira, G.E. (2019). Being an entrepreneur in nursing: Challenges to nurses in a strategic leadership position. *Acta Paulista de Enfermagem*, *32*, 46-52. doi.org/10.1590/1982-0194201900007

Santos, G., Marques, C.S. and Ferreira, J.J. (2020). Passion and perseverance as two new dimensions of an individual entrepreneurial orientation scale. *Journal of Business Research*, *112*, 190-199. doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.016

Sharp, D.B. and Monsivais, D. (2014), "Decreasing barriers for nurse practitioner social entrepreneurship", *Journal of the American Association of Nurse Practitioners, 26*(10), 562-566. doi: 10.1002/2327-6924.12126

Silva, E.K.B., Da Silva Junior, J.N.O., Neto, N.M.G., Da Costa, L.S., Rodrigues, K.F. and Alexandre, A.C.S. (2019). The art and science of caring: Appreciation, established and outsiders in the autonomy of the nursing liberal. *Revista de Pesquisa, Cuidado é Fundamental Online, 11*(2), 370-376. https://doi.org/10.9789/2175-5361.2019.v11i2.370-376

Soriano, D.R. (2003). The impact of consulting service on Spanish firms. *Journal of Small Business Management*, *41*(4), 409-416. doi.org/10.1111/1540-627X.147091

Trombeta, F.M., Ramos, N.P. and Bocchi, S. C. M. (2020). Experience of nurse entrepreneurs in long term institutions for elderly people. *Revista Brasileira de Enfermagem, 73*(3), 1-8. doi.org/10.1590/0034-7167-2019-0619

Ubochi, N.E., Osuji, J.C., Ubochi, V.N., Ogbonnaya, N.P., Anarado, A. and Iheanacho, P.N. (2021). 'The drive process model of entrepreneurship: A grounded theory of nurses' perception of entrepreneurship in nursing. *International Journal of Africa Nursing Sciences, 15,* 1-10. doi.org/10.1016/j.ijans.2021.100377

Vannucci, M.J. and Weinstein, S.M. (2017). The nurse entrepreneur: Empowerment needs, challenges, and self-care practices. *Nursing: Research and Reviews*, *7,* 57-66. Erişim Adresi: https://pdfs.semanticscholar.org/8172/ce8711b0ad90f79b5b127110c3c75d00b24a.pdf

Waite, A. (2019). Highlighting the lived experience of nurse practitioners in independent practice. *The Journal for Nurse Practitioners, 15*(10), 787-791. doi.org/10.1016/j.nurpra.2019.07.020

Wall, S. (2013a). Nursing entrepreneurship: Motivators, strategies and possibilities for professional advancement and health system change. *Nursing Leadership*, *26*(2), 29-40. doi.org/10.7939/R3VF1G

Wall, S. (2013b). 'We inform the experience of health' Perspectives on professionalism in nursing self-employment. *Qualitative Health Research, 23*(7), 976-988. doi.org/10.1177/1049732313490077

Wall, S. (2014). Self-employed nurses as change agents in healthcare: Strategies, consequences, and possibilities. *Journal of Health Organization and Management*, *28*(4), 511-531. doi.org/10.1108/JHOM-03-2013-0049

Wall, S. (2015). Dimensions of precariousness in an emerging sector of self-employment: A study of self-employed nurses. *Gender, Work and Organization, 22*(3), 221-236. doi.org/10.1111/gwao.12071

Genişletilmiş Özet

Amaç

Hemşire girişimciliği birey ve toplum sağlığına katkıları nedeniyle tüm dünyada teşvik edilmektedir. Yenilikçi ve girişimci olmak, sağlık hizmetlerini ve hasta güvenliğini geliştirmek, sağlık sektöründe mükemmelliğe ulaşmanın ön koşulu olarak görülmektedir. Nitekim hemşirelikte girişimcilik kavramı özerklik, bağımsızlık, esneklik, yenilikçilik, proaktiflik, özgüven ve sorumluluk gibi kişisel ve mesleki özelliklerle ilişkilendirilmektedir. Küresel ölçekte hemşire girişimciliğinin önemi ve fırsatları konusunda geçen yüzyıldan bugüne bir anlayış olmasına rağmen, hem alan yazında hem de uygulamada bilgi hala sınırlıdır. Son on yılda iş dünyasındaki değişimler, pandemi, teknolojinin gelişmesi ve evden çalışma yöntemlerine geçiş dikkate alındığında hemşirelik girişimciliği, uluslararası deneyimlerden yararlanılarak gelişmeye açık bir araştırma alanıdır. Bu çalışmada daha önceki sistematik inceleme araştırmalarının eksikliklerinin tamamlanması ve alan yazındaki güncel veriler ile bilimsel bilgilerin birleştirilmesi amaçlanmaktadır. Araştırma hemşire girişimciliğine ilişkin uluslararası alan yazında son on yılda hangi girişimcilik türleri üzerinde durulduğu, bu araştırmalarda hangi yöntemlerin kullanıldığı ve hangi bulguların elde edildiği sorularına cevap aranmaktadır.

Tasarım ve Yöntem

Bu araştırmanın yöntemi sistematik kapsam incelemesidir. Çalışmada sistematik kapsam incelemesinin beş adımını içeren bir yol izlenmiştir. İlk adım, araştırmanın sorularının belirlenmesidir. Araştırma son on yılda uluslararası kamu ve özel sektörde çalışan hemşireler üzerine yapılan araştırmalarda hangi girişimcilik türleri üzerinde durulduğu; bu çalışmalarda hangi araştırma yöntemlerinin kullanıldığı, ve hangi bulguların elde edildiği, şeklinde belirlenmiştir. Sistematik gözden geçirme sürecinde, ikinci adım olarak bilgilerin hangi veritabanlarında toplanacağı belirlenmiştir. Bu kapsamda Web of Science, Scopus, EBSCO (CINAHL dahil 26 veri tabanını kapsayan), PubMed, Google Scholar, Emerald ve ScienceDirect olmak üzere yedi veritabanı araştırma kapsamında incelenmiştir. İlk adımda veri tabanları iki araştırmacı tarafından eşit olarak paylaştırılmış ve taranmıştır. Veritabanları “girişimci*” ve “hemşire*”, “girişimcilik” ve “hemşirelik”, “girişimcilik” ve “hemşire”, “girişimcilik” ve “hemşireler”, “girişimci” ve “hemşirelik”, "girişimci" ve "hemşire" "girişimci" ve "hemşireler" gibi çeşitli kombinasyonlarda yazılmasıyla aranmıştır. Ön aramanın ardından çeşitli girişimcilik türleri bazında “sosyal girişimci* ve “iç girişimcilik” gibi yeni anahtar kelimeler belirlenmiş ve veritabanlarında yapılan araştırmalar tekrarlanmıştır. Bu aramalar son on yıllık araştırma makaleleri dikkate alınarak yapılmıştır. Araştırma verilerini güncel tutmak için son on yıl filtreleme seçeneklerine dahil edilmiştir. Araştırma kapsamında özet, başlık ve anahtar kelimeler her araştırmacı tarafından ayrı ayrı incelenmiştir. Daha sonra iki araştırmacının ulaştığı makaleler birleştirilmiştir. Tüm veri tabanlarından elde edilen veriler, iki araştırmacı tarafından tam metin makaleler olarak tüm yönleriyle incelenmiştir. Nihai kriterler doğrultusunda üzerinde anlaşmaya varılan yayınlar araştırmaya dahil edilmiştir. Sistematik inceleme kapsamında üçüncü adım olarak seçilen makaleler ekip çalışması yapılarak titizlikle incelenmiştir. Girişimci hemşireler konusunda yayınlanmış çalışmaların seçimi için protokol yapılmıştır. Burada yayınlar tam metne erişim, yayın dili İngilizce, 2013-2022 yılları arasında yayınlanan bir araştırma makalesi ve girişimci davranışı olan hemşireler örneklemi olarak dahil edilmiştir. Dışlama kriterleri olarak belirlenen hemşire öğrenciler ve girişimcilik niyeti yayınları, derlemeler, kitaplar, kitap bölümü ve editöre mektuplar araştırma dışında bırakılmıştır. İlk incelemelerde toplam 78.761 yayın tespit edilmiştir. Ancak bu yayınların çoğu doğrudan hemşire girişimcilik davranışı ile ilgili değildi. Konunun amacına yönelik yayın dahil etme ve hariç tutma

kriterleri uygulandığında toplam 21 çalışmaya ulaşılmıştır. Son olarak, taranan makalelerin bibliyografyaları ve diğer sistematik derlemelerde yer alan makaleler yeniden incelenmiş ve aramamızda bulunmayan yayınlar amaca uygun olarak eklenmiştir. Bu aşamadan sonra araştırmaya toplam 30 araştırma dahil edilmiştir.

Bulgular

2013-2022 yıllarını kapsayan sistematik derlemede yer alan 30 araştırma en çok 7 (%23,3) makale ile 2018 yılında yayınlanmıştır. Makalelerin yayınlandıkları dergilere göre dağılımında ilk sırada 3 yayın (%10) ile "Revista Brasileira de Enfermagem" yer alırken, "Journal of the American Association of Nurse Practitioners", "Qualitative Health Research", "The Journal for Nurse Practitioners" izlemektedir. Araştırmalarda hemşire girişimciliğinin 16 (%53,3) çalışma ile daha çok klasik girişimcilik ve 6 (%20) araştırma ile sosyal girişimciliği konu edindiği görülmektedir. Çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemine göre dağılımlara bakıldığında 19 (%63,3) çalışmada nitel, 8 (%26,7) nicel yöntem ve 3 (%10) karma yöntem kullanıldığı görülmüştür. Araştırmanın yapıldığı ülke kapsamında değerlendirildiğinde Brezilya'da 6 (%20,0), ABD'de 6 (%20,0), Kanada ve Türkiye'de 4'er (%13,3) çalışmanın olduğu saptanmıştır. Makalelerin sadece 8'inde bir ölçek kullanılmıştır.

Sınırlılıklar

Araştırma hedeflerine ulaştığımıza inansak da, bu sistematik derlemenin tüm araştırmalarda olduğu gibi bazı sınırlılıkları vardır. Her şeyden önce, bu sistematik inceleme, uluslararası kabul görmüş yedi farklı veri tabanını araştırmakla sınırlıydı. Bu nedenle bazı ulusal ve uluslararası yayınlanmış dergiler yer almadığı için bu dergilerde yayınlanan çalışmalara yer verilmemiştir. Aynı zamanda sadece İngilizce ve tam metin yayınlar incelenmiştir. Bu nedenle diğer dillerdeki ve tam metnine ulaşılamayan bazı çalışmalar gözden kaçmış olabilir. Araştırma aynı zamanda girişimcilik niyeti ve öğrenci hemşireler hakkındaki makaleleri de hariç tuttu. Gelecekteki sistematik incelemelerde, bu çalışmada yer almayan gri literatür taranabilir, öğrenci hemşirelerde girişimcilik niyeti ve girişimcilik araştırması dahil edilme kriteri olarak kullanılabilir.

Öneriler (Teorik, Uygulama ve Sosyal)

Özellikle son dönemde yaşanan COVID-19 pandemisi tüm dünyada hemşirelik mesleğinin rolünü ve önemini bir kez daha hatırlatmıştır. Bununla birlikte, araştırmalar sağlık sektöründe hemşirelerin potansiyelinin yeterince tanınmadığını göstermektedir. Ulusal ve küresel ölçekte sağlığın geliştirilmesi ve sürdürülmesinde hemşirelerden daha fazla yararlanılabilir. Hemşirelerin bu alanda fırsatlar yaratması için meslek kuruluşları ve sağlık otoriteleri tarafından desteklenmesi gerektiğine inanıyoruz. Bu bağlamda geleceğin hemşireleri girişimcilik eğitimi yoluyla girişimcilik bilgi, beceri ve kültürü ile donatılmalıdır. Özellikle mesleki eğitimde yer alacak bir girişimcilik eğitimi ile hemşirelerin kapasiteleri henüz öğrenciyken geliştirilebilir. Sağlık otoriteleri, halk sağlığının korunması ve geliştirilmesinde yetişmiş sağlık insan gücü olarak hemşirelerden daha fazla yararlanmanın yasal ve idari altyapısını şekillendirmeli ve daha fazla hemşirenin girişimci olmasının önünü açmalıdır. İnsanlığın ihtiyaç duyduğu sağlık hizmetlerini küresel ölçekte üretmenin en ekonomik ve sağlıklı yolu, yüzlerce yıllık tecrübeye sahip bu mesleğin potansiyelini geliştirmek gibi görünmektedir.

Özgün Değer

Sistematik inceleme sonucunda hemşire girişimciliğinin hem uygulamada hem de araştırmalarda yeterince ilgi görmediği görülmüştür. Ancak, sınırlı sayıda olmakla birlikte, bu çalışmaların bulgularını gözden geçirmemiz, hemşirelerin girişimci rollerinin yeniden ele alınması gerekliliği hakkında önemli ipuçları sağlamıştır.

Araştırmacı Katkısı: Perihan ŞENEL TEKİN (%50), Fevziye BEKAR (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Akademisyenlik ve Annelik: Fenomenolojik Bir Araştırma [1]

Meryem MEMİŞ DOĞAN [2] - Kübra TEMİZ ARSLAN [3]

Başvuru Tarihi: 28.02.2023 **Kabul Tarihi:** 07.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Değişen dünya koşulları ile eğitimde ve çalışma yaşamında daha çok görünür olan kadınlar için akademisyenlik önemli bir tercihtir. Çalışma yaşamına katılmış olsalar da toplumsal roller ve beklentilerin etkisi ile aile kurma, çocuk sahibi olma gibi sorumluluklar, kadınların günlük yaşantısında egemen olmaya devam etmektedir. Bu çalışma, akademisyen annelerin annelik ve akademisyenlik kimliğine yönelik atıflarını, aidiyet düzeylerini açıklayabilmeyi, iki rol arasında kadınların gündelik yaşam pratiklerini ve duygularını anlayabilmeyi hedeflemektedir. Nitel araştırma yöntemleri çatısı altında bulunan ve amacı insan deneyimlerini anlamak olan fenomenolojik yaklaşımın kullanıldığı çalışmanın örneklemi, nispeten yeni ve genç bir kadroya sahip olan geleneksel toplumsal yapının gözlemlenebildiği Bitlis ilinde bulunan, Bitlis Eren Üniversitesi'nde çalışan çocuk sahibi 8 kadın akademisyenden oluşmaktadır. Bitlis Eren Üniversitesi 30.12.2022 tarihli E-84771431-050.03-76688 sayılı etik kurul iznine sahip olan bu çalışmanın bulguları çerçevesinde, annelik ve akademisyenliğin sınırsız fedakârlık ve sevgi olarak tanımlandığı ve katılımcıların birincil kimlik olarak anneliğe, ikincil kimlik olarak akademisyenliğe aidiyet hissettiği söylenebilir. Araştırma bulguları, çalışma yaşamı ve aile hayatında pek çok sorumluluk ve görevi üstlenen katılımcıların, bu sorumluluk ve görevleri aile bireyleri, komşu, arkadaş ve ücretli çalışanlardan oluşan kadın ağı ile paylaştığını göstermektedir. Katılımcıların yoğun geçen günlük yaşamlarında öncelikle çocuk bakımı, ev işleri, ders verme gibi akademik işlerle ilgilendikleri, bu görevler bittikten sonra akademik üretime zaman ayırabildikleri görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Annelik, Kadın Akademisyenler, Toplumsal Cinsiyet, Fenomenolojik Araştırma*

Atıf: Memiş Doğan, M. ve Temiz Arslan, K. (2023). Akademisyenlik ve annelik: Fenomenolojik bir araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 629-656.

[1] Bu çalışma kapsamında Bitlis Eren Üniversitesi Rektörlüğü Etik İlkeleri ve Etik Kurulu'ndan 30.12.2022 tarihli E-84771431-050.03-76688 sayılı etik kurul izin belgesi alınmıştır.

[2] Bitlis Eren Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü, **meryemmemis@gmail.com**, ORCID: 0000-0001-7418-9318
[3] Bitlis Eren Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Psikoloji Bölümü, **temizkubra96@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-2508-8809

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Academician and Motherhood: A Phenomenological Research

Meryem MEMİŞ DOĞAN [4] - Kübra TEMİZ ARSLAN [5]

Submitted by: 28.02.2023 **Accepted by:** 07.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

Being an academic is an important choice for women who are more visible in education and working life with the changing world conditions. Even though they have participated in the working life, responsibilities such as starting a family and having children continue to dominate in the daily life of women, with the effect of social roles and expectations. This study aims to explain the attributions and belonging levels of mother academicians to motherhood and academician identity and to understand women's daily life practices and feelings between these two roles. In the study, the phenomenological approach, which is one of the qualitative research methods whose purpose is to understand human experiences, was preferred. The sample of the study consists of 8 female academicians with children working at Bitlis Eren University in Bitlis, which has a relatively new and young staff and where the traditional social structure can be observed. Research findings show that the participants, who take on many responsibilities and duties in working life and family life, share these responsibilities and duties with the women's network consisting of family members, neighbors, friends, and paid employees.

Keywords: *Motherhood, Female Academics, Gender, Phenomenological Research*

[4] Bitlis Eren University, Faculty of Science and Letters, Department of Sociology, **meryemmemis@gmail.com**, ORCID: 0000-0001-7418-9318
[5] Bitlis Eren University, Faculty of Science and Letters, Department of Psychology, **temizkubra96@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-2508-8809

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Son yıllarda eğitim alanındaki eşitsizliklerin nispeten azalması ile meslek, kariyer sahibi olan kadın sayısında artış olduğu, kadınların çalışma yaşamında daha aktif rol almaya başladığı görülmektedir. Böylece aile yapısı, anne, baba, çocuk rolleri ve sorumlulukların bölüşümü de değişmiş; kreş, bakıcı, yardımcı gibi profesyonel meslekler gündelik yaşamda bir aktör olmuştur. Sosyal bilimler literatürüne baktığımızda; geleneksel kimlik olan annelik ve mesleki kimlik olan akademisyenlik arasında görev ve sorumlulukların birtakım sosyolojik ve psikolojik sorunları da beraberinde getirdiği söylenebilir (Yılmaz ve Özdemir, 2012).

Bu çalışma, akademisyenlik ve annelik kimliğine sahip olan kadınların; kimlik tanımlarını, birincil ve ikincil kimlik konumlandırmalarını ifade eden aidiyet düzeylerini, gündelik yaşam pratikleri noktasında emek süreçleri ve zaman yönetimini, iki rol arasında duygularını fenomenolojik araştırma yöntemi ile açıklayabilmeyi amaçlamaktadır. Akademisyen anneliğin bir fenomen olarak belirlendiği bu çalışmada; gündelik yaşamdaki düşünce, pratik ve duyguların ortak toplumsal anlamları çıkarılmaya çalışılmıştır. Aile kurma ve çocuk sahibi olma çağı olarak nitelendirilen genç yaşlar bu iki rolün gündelik yaşamdaki kesişimini açıklama noktasında önemlidir. Bu çerçevede çalışma geleneksel toplum yapısına sahip olan Bitlis ilinde yer alan ve nispeten genç bir kadrosu bulunan Bitlis Eren Üniversitesi ile sınırlandırılmıştır. Çalışmanın verileri, 2023 yılının ocak ve şubat aylarında katılımcıların odalarında yüz yüze görüşmeler yapılarak toplanmış ve fenomenolojik yöntem basamakları dikkate alınarak analiz edilmiştir.

Toplumsal cinsiyet tartışmaları çerçevesinde çalışma yaşamında statü sahibi akademisyen anne olarak yer almanın kadınlar üzerindeki etkisini analiz edebilmek çalışmanın literatüre katkısı olarak belirtilebilir. Ayrıca akademisyen annelerin öznel deneyimlerini fenomenolojik yöntemle toplumsal bir olgu olarak analiz etmenin, yaşanılan duygu, düşünce ve problemlerin bireysel değil toplumsal bir sorun olduğu gerçeğinin görülmesi noktasında literatüre önemli bir katkısı olduğu düşünülmektedir. Ekonomik ve kültürel pek çok unsurun iç içe geçtiği bir toplumsal yapıda akademisyen annelerin gündelik yaşamdaki problemlerini sosyolojik ve psikolojik bir gözlemle disiplinler arası bir alanda anlamaya çalışmak da çalışmanın katkısı olarak nitelendirilebilir. Akademisyen annelik ya da çalışan kadın olmaya yönelik literatüre bakıldığında araştırmaların genellikle Ege Üniversitesi, Dokuz Eylül Üniversitesi gibi kozmopolit kentlerde bulunan köklü üniversiteler üzerine yapıldığı görülmektedir. İçinde yaşanılan toplumun kurumlar üzerinde de etkili olduğu gerçeğinden hareketle bu çalışmanın örneklemini oluşturan; kapalı, küçük ve geleneksel bir toplum yapısına sahip olan ve Bitlis ilinde 2007 yılında kurulan yeni bir üniversite olan Bitlis Eren Üniversitesinde çalışan çocuk sahibi akademisyen kadınların aidiyetleri, pratikleri, düşünce ve algılarını açıklama çabası, çalışmanın literatüre yapacağı bir diğer katkı olarak ifade edilebilir.

Annelik Kavramına Kuramsal Yaklaşımlar

Anneliğin kültür tarafından şekillendiğini öne süren Holmes (2006, s.1); ise batıdaki iyi annelik algısının yeni doğan bebeğe duyulan sevgi olarak tanımlandığını, tarihsel süreç içerisinde anneliğin gereklilikten çıkarak kültürel bir kavrama dönüştüğünü ifade etmektedir. Toplumsal kuralları, gelenekleri, kültürü öğrendiğimiz ve alışkanlıklarımızı edindiğimiz öncelikli kurum olan aile içerisinde cinsiyet temelli eşitsizliklerin yeniden üretiminde anneyi tek aktör olarak tanımladığı için eleştirel yaklaşılması gereken Dunn-Mascetti (2000, s. 148) yetişkin kadın ve erkeklerin annelerinden öğrendikleri pek çok alışkanlığı sürdürdüğünü ifade eder. Oysa bu durumun sorumlusunun kadın değil, onun sosyalizasyon sürecinde maruz kaldığı, toplumsal cinsiyet değerlerini yeniden üreten yapılar olduğu ifade edilmelidir. Kadının öznel annelik algısından çok bu algıyı

şekillendiren patriyarkal toplumsal yapı, annelik kavramının tanımını oluşturmakta ve "kutsal" olarak nitelendirilen anneliği hem statü hem de sorumluluk çerçevesinde babalıktan farklı konumlandırmaktadır. Kişisel annelik deneyimi ve bir kurum olarak annelik ayrımı yapan Adrienne Rich'e (1976) göre kurum olarak annelik ataerkillik biçimiyle sonuçlanmakta ve toplumsal kuralları, kanunları içermektedir.

Kadınlara dair toplumsal inşa sürecinde belirlenen idealler ve semboller kimlik inşasında etkilidir (Lester, 2008). Pomeroy (1995)'a göre; geleneksel temsiller kadınları fahişe, tanrıça, eş ve köle olarak nitelendirmektedir. Wade ve Tavris (1994)'e ait olan baş tacı- ayakaltı sendromu (pedestal-gutter syndrome) iki uca yerleştirilen olumlu ve olumsuz nitelendirmeleri temsil etmektedir. Türkiye'deki toplumsal cinsiyet temelindeki kalıp yargıları değerlendiren Sakallı-Uğurlu v.d.'e (2018) göre bekâr kadınlar; ev kızı ve evlilik delisi; evli kadınlar ise anaç, sorumluluk sahibi ve güvenilir olarak betimlenmektedir. Anaçlık; fedakârlık, şefkat, sonsuz sevgi ve anlayış olmak üzere özellikle manevi özellikler ile bezenmiş pek çok anlamı içermektedir. Nüfus artışını destekleyen pronatalist bir yapının/politikaların baskın olduğu toplumlarda kadın kimliğini tamamlayan evlilik doğal ve normal olanı işaret ederken, evliliği reddetmek ya da ertelemek ise patolojik ve tehdit olarak nitelendirilmektedir. Fizyolojik nedenler ile çocuk sahibi olamamak bir hastalık olarak tanımlanarak tedavi önerilmektedir. Nancy Chodorow (1999) anneliğin tüm kadınların isteyeceği bir statü olduğu görüşüne karşı çıkmakta ve kadınların neden anne olmak istediklerini sorgulamaktadır. Tong'un yorumuna göre; Chodorow (1999) "kadınların doğaları gereği kaderi anne olmaktır" ve "kadınlar anne olmaya toplum tarafından şartlanır" temelindeki iki görüşü kadınların toplumsal cinsiyet rollerini özgürce seçtiklerini varsaydıkları için reddeder (Tong ve Botts, 2018, s. 153). Bu alanda yapılan pek çok çalışmada (Letherby,1999; Clark, Martin Mathews ve Mathews, 2006; Daniluk, 1999), gönüllü olarak çocuk sahibi olmamanın; sorumsuzluk, bencillik, asilik, sevgisizlik ile açıklandığı ve çocuk sahibi olmayan kadının damgalanıp, etiketlendiği ve hiyerarşik olarak aşağıda konumlandığı belirtilmektedir.

Görüldüğü üzere kadına yönelik semboller ve idealler birbirine zıt iki temel uçta temsil edilmekte, olumlu uçta olabilmek annelik özelliklerini taşımakla mümkün olabilmektedir. Evlenip çocuk sahibi olmak ataerkil yapının kadın üzerindeki hegemonik belirlenimciliğini ortadan kaldırmamaktadır. Chodorow'a (1999, s.3) göre birçok toplum, kadından sadece çocuk doğurmasını değil, çocuğun bakımı ve sorumluluğu çerçevesinde birincil olmasını ve bebek ile daha fazla zaman geçirdikleri için birincil duygu bağını sürdürmesini beklemektedir. Simon De Beauvoir (2010) da kadının farklı ve ikinci cins olarak konumlandırılmasını doğurganlık ile açıklamaktadır. Hamilelik, doğum ve emzirme gibi öznel ve biyolojik durumlar yaşayan kadın hem bedenine hem de kendi gerçekliğine yabancılaşırken sorumluluklar ve görevler tüm zamanını aldığı için yaratıcı bir varlık olma potansiyelini gerçekleştirememektedir. Ona göre (2010) doğurganlık ile oluşturulan sözde "dişi yaratılış" binlerce yıldır kadını ikincil bir konumda tutmuş, erkeği ise özne konumunda yüceltmiştir (Deguy ve Beauvoir, 2009, s. 43). Bu noktada patriarkal aile içerisinde kadın kimliği otonom değil ilişkisel bir benlik kurmakta ve erkek kimliğine bağlı olarak inşa edilmektedir (Oakley, 1984). Adorno ve Horkheimer (2015, s. 153-156) da "hamarat ev kadını ve çocuklarının annesi" olarak tanımlanan, "kurban ve iyi olmaya gönüllü bir şekilde rıza göstermeyle" kutsallaştırılan kadının tahakküm altına alınarak fedakârlığa zorlandığını belirtmektedir.

Çocuk sahibi olan kadına yönelik beklentilerin karşılanıp karşılanmaması "iyi annelik" nitelendirilmesi ile görünür hale gelmektedir. Bu noktada kadından; önceliğinin çocuğu olması, onun tüm sorumluluklarını yerine getirmesi ve ona sınırsız fedakârlık göstermesi beklenmektedir. Ev içi ücretsiz emeğin karşılığının sevgi ile ödendiğini ifade eden Gülnur Acar Savran (2002, s.62-163); kadınların sevdikleri aileleri ve çocukları için gerçekleştirdikleri ev içi işlerini sevginin dışa vurulması olarak tanımlamaktadır. Bu noktada anne ya da eş konumu sevgi ve ev işlerinin birbirine bağlı olduğu bir gündelik yaşam sunmaktadır. Bunun yanı sıra ev içi

ücretsiz emek probleminin politik bir problem olarak ele algılanmamasının ikincil nedeni, mesai saati olmayan bu işlerin 'televizyon seyrederken çamaşır katlamak' gibi söylemlerle iş tanımından çıkarılması, kadınların gündelik yaşamı ile iç içe geçmesi ve onların günlük rutini haline getirilmesidir.

İyi annelik kavramını farklı bir çerçeveden açıklayan Sharon Hays (1996) uzmanlar tarafından yönlendirilen, duygusal, psikolojik ve ekonomik olarak pek çok beklentinin olduğu annelik tecrübesini, rol ve beklentileri "yoğun annelik" olarak tanımlamaktadır. Elisabeth Badinter (1992) "Annelik Sevgisi" isimli çalışmasında tarihsel süreçteki annelik algısının değişimi çerçevesinde, anneliğin içgüdüsel ve fizyolojik bir özellik olarak tanımlanmasının kadın kimliğine yönelik sorumluluk, tahakküm ve sınırlandırmaları doğal ve değişmez bir yapı olarak nitelendirilmesini meşrulaştırdığını ancak anneliğin içgüdüsel bir olgu olmadığını, toplumsal süreçte öğrenildiğini ifade etmektedir (Badinter, 1992). "Annelik Duygusu" isimli çalışmasında Tina Miller'ın vurguladığı gibi kültürel kalıp yargılar çerçevesinde, öğrenilen değil içgüdüsel bir beceri olarak tanımlansa da kadına ödül ve sorumluluklar ile bezenmiş yeni bir rol yükleyen annelik, pratik yaparak gelişen, sosyal bir benliğin oluşma sürecindeki kariyerdir (Miller, 2010). Görüldüğü gibi ataerkil toplumsal yapıda yaşamın her basamağında olumlanarak ideal olan ve olumsuzlanarak dışlanan öteki kadın kimliği çerçevesinde beklentiler ve sınırlar dahilinde bir tahakküm bulunmaktadır.

Çalışma Yaşamı ve Annelik

18. ve 19. yüzyılda gerçekleşen Sanayi Devrimi ile kamusal alanda daha görünür olmaya başlayan kadınlar iş yaşamına da katılmaktadır. Ancak erkeklerin endüstri kesimine, kadınların ev işlerinden ücretli işlere geçişi aynı süratte ve kolaylıkta ilerlememiştir (Razon, 1983, s. 1). Rekabetin ön planda olduğu serbest piyasa ekonomisi ile birlikte de kadınlar niteliksiz ve yedek iş gücü olarak görülmüş ve erkeklerden daha fazla sömürüye açık hale gelmiştir. Ataerkil kapitalist toplumda çalışma yaşamında kadının emeği ek gelir olarak tanımlanmış (Andersen, 2011, s. 37) değersizleştirilmiş ve kadının ikincil konumu devam etmiştir.

Birinci ve ikinci dünya savaşında erkeklerin cepheye gitmesi nedeniyle Tekeli'nin (2017, s. 13-14) aktardığına göre, evli ve çocuklu kadınlar daha fazla çalışma yaşamına katılmışlardır. İngiltere'de evli kadınların tüm kadın istihdamı içindeki oranı 1931'de %10, 1951'de %22, 1971'de ise %42'dir. Bu noktada çocuk bakımı gibi ev içi sorumlulukları devletler üstlenmiştir. İngiltere'de 1941 de 118 olan çocuk yuvası sayısı 1945'te 1559 olmuştur (Adamson, v.d. 1976; akt. Tekeli, 2017, s. 13-14). Türkiye'ye baktığımızda da benzer şekilde 1915 Balkan Savaşı sırasında erkeklerin cepheye gitmesi sebebiyle bir zorunluluk çerçevesinde kadınların iş gücüne katılımı başlamış ve bu katılım 1. ve 2. Dünya savaşları ile artış göstermiştir. Ancak Türkiye'de kadının gerçek anlamda işgücüne katılımı 1950'li yıllarda kırdan kente yoğun göç ile gerçekleşmiştir (Berber ve Eser, 2008, s. 3). Türkiye'de de 1971 yılında çıkarılan Tüzük'e göre; 1 yaşından küçük çocuğu olan işçi kadınlara ayrı ayrı iki defa 45 dakikalık emzirme izni verilmesi, çalışma yerlerinden ayrı ve işyerine en çok 250 metre uzaklıkta bir emzirme odasının kurulması zorunludur. Ayrıca "150'den çok kadın işçi çalıştırılan işyerlerinde, 0-6 yaşındaki çocukların bırakılması ve bakılması, emzikli kadınların çocuklarını emzirmeleri için işveren tarafından çalışma yerlerinden ayrı ve işyerine yakın bir yurdun kurulması zorunludur." maddesi bulunmaktadır. Bu tüzük 2006 yılında yürürlükten kaldırılmış olsa da Türkiye tarihinde endüstrileşme ve fabrikalaşmanın yükseldiği dönemlerde işgücüne ihtiyaç duyulan kadının annelik ve çocuk temelindeki sorumlulukları resmî kurumlarca paylaşılmıştır. Türkiye'de kadın istihdam oranı 1970 yılında 5 milyon 812 bin 545 iken, 1985 yılında 7 milyon 647 bin 265, 2000 yılında ise 10 milyon 164 bin 540 olmuştur (Berber ve Eser, 2008, s. 3-4). Bu veriler çocuk sahibi kadınların sorumluluklarının resmî kurumlarca paylaşılmasının kadın istihdam oranının artışında etkili olduğu şeklinde yorumlanabilir.

İş yaşamına katılım kadın kimliği çerçevesinde eşit haklar ve eşit ücretleri getirmemiştir. Bu eşitsizliğe, annelik ve ev içi sorumlulukların paylaşılamaması, toplumsal algıda kadının çalışmasının ikincilleştirilmesi eklendiğinde çalışma yaşamına katılma ya da katılmama noktasında ciddi ikilemler oluştuğu söylenebilir. Kadının geliri ücretli çocuk bakımı ile daha da düşmekte ve kadınların çalışma yaşamı erkeklere oranla daha dezavantajlı durumda devam etmektedir. "Hane halkı paylaşım modeline" göre; kadının çocuk bakımı ve ev işlerini ücretli profesyoneller ile paylaşmasının bedeli, kadının iş gücüne katılımı ile kazandığından fazla ise kadın iş gücüne katılmakta, aksi halde vazgeçmektedir (Durmaz,2016, s.42). Bu durumda özellikle düşük gelirli işlerde istihdam edilen kadının hane içindeki sorumluluklarını karşılayacak gelire sahip olmaması; esnek çalışmaya yönelmesi, iş yaşamına ara vermesi veya iş yaşamından ayrılması ile sonuçlanmaktadır.

Dünya savaşları gibi ani bir değişimle çalışma yaşamında kadın görünürlüğü artmış olsa da toplumsal yapı aynı hızda değişim sağlayamamıştır. Toplumsal değişmeyi açıklarken maddi kültürün manevi kültürden hızlı gelişmesini William Ogburn (1964) 'kültürel gecikme' kavramı ile açıklamaktadır. İş yaşamına katılım sonrasında toplumsal algıda kadına yönelik rol, beklenti, sorumluluk ve beklentilerin aynı hızda değişmemesi de kültürel gecikme kavramı ile açıklanabilmektedir. Kültürel gecikmenin çalışan kadın ve anne olma çerçevesinde kadının hem kendi algısında hem de toplumsal algıda ikilemler yarattığı görülmektedir. Çalışma yaşamındaki roller ve evdeki roller arasında kalınan noktada "çocuklarım için çalışıyorum" ile "iyi bir anne olmak için tüm vaktimi çocuklarıma ayırıyorum" (Johnson ve Swanson, 2003, s. 21) dualizmi ortaya çıkmaktadır.

Bu durumda Badinter'e (2017, s. 12) göre; anneliği benimsemek, reddetmek ve müzakere etmek olmak üzere üç olasılık bulunmaktadır. Bu çerçevede kadının çalışma yaşamındaki ekonomik getirisi çocukların geleceği noktasında bir güvence olarak görülmekte, çalışma yaşamına dahil olmak annelik ile ilgili görevler ve sorumluluklar içinde tanımlanmaktadır. Bu durum Freud'un (2004) toplum tarafından kabul edilemeyecek ya da olumsuzlanacak davranışta bulunan bireyin kaygıyı azaltmak için, bu davranışı haklı gösterecek sebepler tasarlaması olarak tanımladığı "akla uygunlaştırma" yaklaşımı ile açıklanabilir (İnanç v.d., 2017, s.39).

Greenhaus ve Beutell (1985, s.77) göre; cinsiyetten bağımsız olarak iki yapıdaki rol ve sorumlulukların uyumsuzluğu bireyin üzerinde baskı yaratmaktadır. Giray ve Ergin (2006) iş yaşamında ve aile yaşamında daha çok görev, sorumluluk ve beklentinin olduğu genç ve orta yaşların, orta yaş üstü ile kıyaslandığında daha fazla iş-aile çatışması yaşadıklarını belirtmektedir. Cinsiyet değişkeni temelinde de yapılan pek çok çalışma (Noor, 2004; Grönlund, 2007; Aycan ve Eskin; 2005) erkeklerin iş-aile çatışması, kadınların ise daha çok aile-iş çatışması yaşadığını belirtmektedir. Greenhaus ve Parasuraman (1993, s.393) iş yaşamının aile üzerindeki baskısını "iş aile çatışması", aile yaşamının iş yaşamına baskısını ise "aile iş çatışması" olarak kavramlaştırmaktadır. Greenhaus ve Beutell (1985: 233) ise; eşlerin uyumsuzluğu, kadının çalışmasına yönelik fikir farklılıkları, eşlerin farklı inançları gibi değişkenleri rol çatışmasının nedenleri olarak sıralamaktadır. İş aile çatışmasının sonuçlarını Tolay ve Baysal (2020, s.802); işe devamsızlık, iş tatmin eksikliği, verimsizlik, endişe, korku, kendine güvensizlik, stres, evlilik ve aileye yönelik tatminsizlik ve boşanma olarak sıralamaktadır. Bu çerçevede iki rolün getirdiği sorumluluklar arasında denge kurmaya çalışan kadın, çalışma yaşamına katılmasını aile bütçesine katkı olarak nitelendirmekte ve çalışma yaşamındaki yerini ikinci olarak kabul etmektedir (Durmaz, 2016, s.45).

Çalışma yaşamına katılan kadın evlenip çocuk sahibi olduğunda Hochschild ve Machung (1989, s.315) tarafından ücretli bir işte çalışan kadın olarak ev içindeki ücretsiz işleri ve sorumluluğu üstlenmesi olarak kavramlaştırılan "çifte yük" ya da "ikinci vardiya" ile karşı karşıya kalmaktadır. Heidi Hartman (1981) ve Christine Delphy'nin (2016) belirttiği gibi; kadınlar ücretli bir işte çalışmaya başlasalar da çifte iş yükleri çalışma saatlerini arttırmaktadır. Kadınlar ev işleri ve çocukla ilgili sorumlulukları üstlenerek kadınlık

normlarını, erkekler ise bu sorumluluklardan kaçınarak erkeklik normlarını sürdürmektedir (West ve Zimmerman, 1987, s.146). 2003 yılı Birleşmiş Milletlerin yayınladığı araştırma verilerine göre; gelişmiş ülkelerde ev kadınları 56 saat, gelişmekte olan ülkelerde 65 saat Türkiye'de ise 80 saatlerini ev işlerine ayırmaktadır. Bu bağlamda kadının ev içi ücretsiz emeğinin karşılığı 11 Trilyon ABD dolarıdır (Öztürk, 2007). Dikeçligil'in (1998, s. 82-84) akademisyen, doktor ve mimarlar üzerine yaptığı çalışmanın sonucunda; toplumsal cinsiyet tartışmaları noktasında eleştirel bir tutuma sahip olsalar bile kadınların geleneksel rol kalıplarını devam ettirdiklerini ifade etmektedir. Tolay ve Baysal (2020) ise akademisyen kadınların eve iş götürdüğünü, iş tanımlarındaki çalışma sürelerinden haftada en az 5 saat fazla çalıştığını ifade etmektedir. Cordalia Fine'ın (2011, s.111) aktardığı verilere göre de California'da öğretim üyesi kadınlar haftada elli bir saati çalışma yaşamına, elli bir saati ise aile ve ev işleri ile ilgili sorumluluklarına ayırmaktadır. Erkek öğretim üyelerinin ise çalışma yaşamı dışındaki sorumluluklarına otuz iki saat ayırdıkları görülmüştür. Bu verileri Fine (2011, s. 111) "her başarılı akademisyen erkeğin arkasında bir kadın var, ama her başarılı akademisyen kadının arkasında soyulmamış bir patates ve biraz ilgi bekleyen çocuk vardır" sözleri ile yorumlamaktadır.

Ev içi sorumluluk paylaşımı temelinde yapılan çalışmalara (Wheelock, 1990; Hartman, 1981) göre; ev içi sorumluluğun paylaşımı, evin geçimini kadının sağlaması ve eşin çalışmıyor olması ile mümkün olabilmektedir. Ev içi sorumlulukların eşit olarak paylaşılabilmesi, Savran'a (2002, s.165) göre ancak eşlerin eşit statü ve gelirde olduğu üst–orta sınıflarda erkeğin bu işleri özel ilgi olarak sürdürmesi ile gerçekleşebilir. Aksi halde çalışma yaşamına giren ve sorumlulukları artan kadın bu sorumluluk ve görevleri yine kadınlar ile paylaşmaktadır. Bu noktada bakım ve ev içi işler ve sorumluluklar arkadaşlar, komşular, yakın akrabalar, ücretli çalışanlar olmak üzere kadınlar ağı içinde bölüşülerek yeniden yapılanmaktadır.

Ayrıca teknolojinin gelişmesi ile birlikte ev işlerine harcanan zamanın azaldığını öne süren görüşlerin arttığını ifade eden Savran'a (2002, s.163) göre; ev işlerinin otomasyonu, hazır giyim ve gıda tüketimin yaygınlaşması her ne kadar ev işlerini kolaylaştırsa da sağlık ve hijyen temelindeki standartlar ve sosyal prestij ölçütleri işleri ayrıntılandırmakta ve ev işlerinin niteliğini değiştirmektedir. Ev yapımı, el işçiliği, sağlıklı beslenme gibi emek yoğun işler sevgi gösterme yolu olarak görülmekte ve iyi annelik olarak tanımlanmaktadır (Savran, 2002, s.163-164).

Bütün bu tartışmalar çerçevesinde toplumsal cinsiyet literatürüne baktığımızda; ataerkillik ve kapitalizmin birbirini besleyen yapılar olarak ele alındığı söylenebilir. Hartman'a (1981) göre; emek sürecinde kadının ikincilleştirilmesinden yalnızca kapitalistler değil erkeklerde yararlanmaktadır. Marksist teoriye eleştirel yaklaşan Juliet Michell (1974, s.42); "ideoloji ve bilinen üretim tarzı birbirine bağımlıdır, ne biri diğerine indirgenebilir ne de birini yönetmek için kullanılan kurallar diğerini yönetmek için kullanılabilir" sözleri ile ataerkil ideoloji ve ekonomiyi ikili bir yapı olarak değerlendirir. Christine Delphy (1999) de; "ataerkil aile içi üretim tarzı" ve "endüstriyel üretim" tarzı olmak üzere sömürünün olduğu iki tür üretim tarzından bahseder. Delphy'den farklı olarak Heidi Hartman (2006, s.180) ise ataerkinin yalnızca ailede değil yaşamın tüm alanlarında olduğunu, patriyarka ve sermaye arasında güçlü bir bağın olduğunu ifade eder. Tarihsel süreçte ataerkilliğin değişimini inceleyen Slyvia Walby (1990'den akt. Güneş, 2017, s. 253) ataerkiyi diğer baskı türleri ile etkileşimde bir yapı olarak nitelendirmekte, kadınları baskı altına alan ev içi üretime karşılık gelen özel ve istihdam, devlet gibi kamusal alanlardaki tahakküme karşılık gelen kamusal ataerki ayrımını yapmaktadır.

Akademisyen kadınlar özelinde literatüre baktığımızda ise; toplumsal cinsiyet bağlamında akademide kadın görünürlüğünü inceleyen pek çok çalışma (Altınoluk, 2008; Özkanlı, 2007; Gönenç v.d.,2013) bulunmaktadır. Kadın akademisyenlerin tükenmişlik duygusunu (Nergiz ve Tokmakçı, 2011), özyeterlik (Uysal, 2013), iş-aile çatışması (Tolay ve Baysal, 2020)'nı analiz eden çalışmalarda bulunmaktadır. Ayrıca annelik pratiğinin akademik yaşantılara etkisi (Belkıs, 2016), kadın akademisyenlerin kariyer kimliklerinin inşası (Bircan ve

Erdoğmuş, 2020) ve kadının görünmez emeği (Özkanlı ve White, 2008) bağlamında çalışmalar olduğu görülmektedir. Görüldüğü üzere Türkiye'de kadın akademisyenlik üzerine yapılmış çalışmaların büyük bir bölümü kadın ve anne kimliğinin akademik kimlik ve başarı üzerine etkisine odaklanmaktadır. Bu çalışmanın temel amacı ise geleneksel ataerkil toplumsal yapıya sahip olan Bitlis özelinde çocuk sahibi olan kadın akademisyenlerin annelik ve akademisyenlik kimliğine yönelik tanımlamalarını, iki rol arasındaki sorumluluklarını, zaman yönetimlerini, sorumluluk paylaşımı noktasında düşünceleri ve pratiklerini, içinde bulundukları duruma yönelik duygu, düşünce ve öznel algılarını açıklayabilmektir.

Yöntem

Bu çalışmada kadın akademisyenlerin annelik ve akademisyenlik kimlikleri ile yerine getirdikleri rolleri, yaşamış oldukları deneyimleri, yetersizlik ve suçluluk duygularını sosyolojik ve psikolojik açıdan açıklayabilmek amaçlanmaktadır. Çalışmanın araştırmacıları, çocuk sahibi kadın akademisyenlerden oluşmaktadır. Bu noktada araştırmacıların deneyimleri ve gündelik yaşamdaki gözlemleri çerçevesinde şekillendirilen bu çalışmada, gözlem ve görüşmeler yapılarak elde edilen veriler ile katılımcıların deneyimlerini anlamlandırmak amacıyla fenomenolojik yöntem kullanılmıştır (Manen, 2007, s.12). Fenomenoloji; günlük yaşamda sıklıkla karşılaştığımız ancak tam anlamını kavrayamadığımız olguları, toplumsal problemleri araştırmak için (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 69), gündelik yaşamdaki fenomen ya da kavramlarla ilgili yaşanmış deneyimlerinden yola çıkarak toplumsal ortak bir anlam çıkarmak amacıyla (Creswell, 2014, s.77) kullanılan bir yöntemdir "Akademisyen anneliğin" fenomen olarak alındığı bu çalışmada, annelik ve akademisyenliğin kesişimindeki tanımlar, gündelik yaşam pratikleri ve duygular çerçevesinde toplumsal bir açıklama hedeflenmiştir. Çalışmanın örneklemi seçkisiz olmayan daha önceden belirlenen çalışmaya uygun bireyler ile çalışılan amaçlı örneklem tekniği ile belirlenmiştir. (Creswell ve Clark, 2017).

Bitlis Eren Üniversitesi genç bir kadroya sahip ve nispeten yeni bir üniversitedir. Ayrıca üniversite ve yeni sanayi kollarının gelişimi ile geleneksel yapısında hızlı bir değişim yaşanan Bitlis ili rol, beklenti, statü ve sorumluluklar çerçevesinde toplumsal değişimin analiz edilebileceği bir özelliğe sahiptir. Bunun yanı sıra anneliğe dair sorumlulukların paylaşılabileceği kurumların ve profesyonel yardımcıların ilde sınırlı olması çalışma yaşamına katılan kadının dezavantajlı durumunu derinleştirmektedir. Bu noktada çalışma araştırmacıların yaşadığı Bitlis ili ve çalıştıkları Bitlis Eren Üniversitesi ile sınırlandırılmıştır. Akademik yaşamda unvanlar, görevler, uzmanlık alanları iş yükünü farklılaştırmaktadır. Bu noktadaki farklılıkları ve kadın akademisyenin yaşadığı problemleri görebilmek adına araştırmanın örneklemi Bitlis Eren Üniversitesinde farklı unvan ve alanlarda çalışan ve çocuk sahibi olan 8 kadın akademisyenden oluşmaktadır. Çalışmada öncelikle araştırmanın problemi belirlenmiş ve fenomen olarak akademisyen annelik tanımlanmıştır. Toplumsal cinsiyet anahtar kavramı çerçevesinde literatür taranmış ve fenomenolojik araştırma sürecinin basamakları ile paralel şekilde araştırma problemi belirlendikten sonra araştırmanın amacı, sınırlılıkları ve kavramsal çerçevesi oluşturulmuştur. Bu çerçevede araştırmanın soruları şunlardır;

- Akademisyen anneler anne kimliğini ve akademisyen kimliğini nasıl tanımlamakta ve aidiyet düzeylerini nasıl açıklamaktadır?
- Akademisyen anneler gündelik yaşam pratikleri çerçevesinde çocuk yapma kararını nasıl almıştır?
- Akademisyen anneler gündelik yaşamdaki sorumluluk ve görevlerini nasıl yönetmektedir?
- Akademisyen anneler gündelik yaşamdaki sorumluluk ve görev paylaşımı nasıldır?

- İkili rol çerçevesinde akademisyen anneler duygularını nasıl ifade etmektedir?
- Son olarak geleneksel, küçük ve kapalı bir toplumsal yapıya sahip olan Bitlis ilinde akademisyen anne olmanın avantajları ve dezavantajları nelerdir?

Araştırmanın örneklemi; Bitlis Eren Üniversitesinde akademisyen kadın olmak, çocuk sahibi olmak, görüşmeyi kabul etmek gibi şartlar çerçevesinde belirlenmiştir. Açık uçlu sorulardan oluşan görüşme formu kullanılan araştırmada veriler; 2023 ocak ve şubat aylarında katılımcıların kendilerini daha rahat hissedebilecekleri üniversitedeki odalarında, yaklaşık 50 dakika süren ve katılımcıların izinleri doğrultusunda ses kaydı alınarak gerçekleştirilen görüşmelerde yüz yüze toplanmıştır. Clark Moustakas'ın (1994) veri analizi aşamalarından yararlanılarak toplanan veriler araştırmacılar tarafından Word dosyasına deşifre edilmiş, araştırmacıların öngörüleri, kişisel deneyimleri fenomenolojik paranteze alma yöntemi ile dışarıda bırakılmış ve çalışmanın amacı çerçevesinde ifadeler gruplandırılarak tematik kümeleme ile gruplandırılan bulgular yorumlanmıştır. Verilerin analizinde verilerden elde edilen tüm ifadeler listelenmiş, araştırma fenomeni olan annelik ve akademisyenlik ile ilgili olmayanlar çıkarılarak "anlam birimleri tanımlanmıştır." Ardından ortak ifadeler gruplandırılarak veriler temalandırılmıştır. Katılımcıların akademisyen annelik ile ilgili deneyimleri "ne oldu" sorusu çerçevesinde gruplandırarak dokusal betimleme, Bitlis özelindeki ortam ve bağlamla ilgili deneyimleri ise yapısal betimleme yapılmış ve en son bu iki betimleme grupları sentezlenmiştir. Bu süreçte anne akademisyenlerin; kimliğe yönelik tanımlamaları, gündelik yaşam pratikleri ve duyguları çerçevesinde üç ana tema ortaya çıkmıştır.

Çalışmanın yöntemsel olarak en önemli kısmı, fenomenolojik bir çalışmaya başlamadan önce araştırmacıların ön yargılarını, düşüncelerini paranteze alması yani kenara bırakmasıdır. Bu farkındalıkla araştırmada annelik ve akademisyenlik ile ilgili tüm ön yargılar kenara bırakılarak kadın akademisyenler anlaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmada bir diğer önemli nokta güvenirlik ve geçerliliktir. Bu sebeple çalışmada kurum kimliği, kuruma yönelik düşünceleri sorgulayan sorulardan kaçınarak gündelik yaşam rutinleri ve sosyo-psikoloji temelinde sorular sorulmuştur. Böylece paranteze alma yöntemine dikkat edilerek soruların içeriklerine de özen gösterilmiştir. Ayrıca güvenirlik ve geçerlilik noktasında Creswell'in (2014; 259) de sıkça vurguladığı gibi, verilerin transkripsiyonları kayıtla karşılaştırılarak kontrol edilmiştir. Bu çalışma Bitlis Eren Üniversitesi 30.12.2022 tarihli E-84771431-050.03-76688 sayılı etik kurul iznine sahiptir.

Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bulguları; annelik ve akademisyenlik kimliğine dair, iki rol arasında gündelik yaşam pratikleri, duygulara yönelik algılar ve Bitlis'te annelik ve akademisyenlik olmak üzere dört ana bölümden oluşmaktadır.

Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 1'de görüldüğü gibi; araştırmaya katılan akademisyen annelerin yaşları 26 ile 43 arasında değişmektedir.

Tablo 1
Sosyo-Demografik Özellikler

	Yaş	Unvan	Memleket	Çocuk Sayısı (Ç.S)	Bitlis'te İkamet Süresi
1.	40	Doçent	Yozgat	2	14
2.	36	Doktor Öğretim Üyesi	Malatya	2	9 yıl
3.	41	Doktor Öğretim Üyesi	Malatya	2	5 yıl
4.	36	Araştırma Görevlisi	Malatya	2	1,5 yıl
5.	41	Doktor Öğretim Üyesi	Ankara	1	6 yıl
6.	38	Doktor Öğretim Üyesi	Gaziantep	1	3 yıl
7.	43	Profesör	Afyon	2	13 yıl
8.	26	Araştırma Görevlisi	Gaziantep	1	6 ay

Annelik ve Akademisyenlik Kimliğine Dair

Bu bölümde katılımcıların annelik, akademisyenlik kimliğine yönelik tanımlarına, iyi annelik temelindeki yaklaşımlarına ve iki kimliğe yönelik toplumsal baskılara yer verilmektedir.

Annelik

Çalışmanın birinci bölümünde değinildiği gibi fizyolojik bir sürecin yanı sıra toplumsal, ekonomik, siyasi, kültürel pek çok boyuta sahip olan anneliği katılımcılar öncelikle "sınırsız fedakârlık" olarak tanımlamakta, akademisyenlik ile karşılatırıldığında birincil kimlik olduğu görülmektedir:

"Annelik fedakârlık. Ve sevgi. Zor, benim anneliğim zor. İkiz olduğu için zor. …..önceliğim çocuklarım. Sonra işim geliyor."(36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Bence annelik fedakârlık yani …annelik kendinden vermek, fedakârlık"(36, Araş. Gör. Doktor)

"Annelik çok zor. Çok fedakâr ama her şeyden önce onları düşünüyorum." (40, Doçent)

Katılımcıların annelik ile ilgili en çok vurguladıkları kavram toplumsal ve kültürel tanımlara paralel şekilde sevgi ve fedakârlıktır. Bu durum Savran'ın (2002) değindiği gibi; ev içinde aileye yönelik gerçekleştirilen işler, sorumluluk ve görevlerin karşılığının sevgi olarak değerlendirilmesi; toplumsal olarak politik bir tartışma konusu olmasını, kadınların ise bu durumu sömürü ilişkisi olarak değerlendirmesini engellemektedir. Bu noktada ev içi ve anneliğe yönelik tüm işler ve sorumluluklar, sevgi temelinde "iyi annelik" olarak tanımlanmaktadır.

"Sonsuz sevgi herhalde ya. Ağlayacağım şimdi." (41, Doktor Öğretim Üyesi (2))

"Yani ben anne olmak için doğmuşum diye düşünmüyor değilim bazen. ….. Aşkların en üstü karşılıksız, en önemlisi karşılıksız beklemeden sevmek ve beklemeden de sevilmek."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

"Annelik, mesela bir sürü okul okuyorsun ama onun duygusu hiçbir şeyle kıyaslanamaz. …sana verildiği andaki duygunun tarifi yok yani. O bir eksiklikmiş onunla tamamlanıyorsun yani."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

"Ben bu dünyada en çok anne olmayı sevdim. Ben en çok anneliği sevdim. Bana sorsalar bir daha hayata geldiğinde ne olmak istiyorsun? Hani tamam meslek belki olabilir ama söyleyeceğim tek şey anneliktir."(43, Profesör)

Veriler çerçevesinde katılımcıların "iyi ve kötü" olmak üzere anneliği sınıflandırdığı görülmektedir. Çalışmanın teorik kısmında değinildiği gibi; evlilik, çocuk sahibi olma gibi pratikleri olumlu kodlayan patriyarkal toplumsal yapı içerisinde büyüyen, sosyalleşen ve eğitim alan kadın akademisyenlerin de iyi ve kötü annelik tanımı olduğu, iyi anneliği fedakarlık ve sorumlulukları üstlenme ile eşdeğer gördüğü söylenebilir. Katılımcılara göre; "iyi annelik" çocuğun biyolojik ihtiyaçları dışında fedakârlık ve sevgi tanımlaması ile paralel şekilde ilgi, zaman ayırma ve önceliğinin çocuğu olması olarak, "kötü annelik" ise bakımı, biyolojik, duygusal ihtiyaçlarını ihmal etme olarak açıklanmaktadır.

Aşağıdaki alıntıda görüldüğü gibi; çocuğun biyolojik ihtiyaçları noktasında "her annenin yapacağı" kabulu, teorik kısımda değinilen Badinter (1992) ve Miller'ın (2010) anneliğin biyolojik ve fizyolojik bir özellik olarak tanımlandığına yönelik görüşleri ile açıklanabilir. Bu kabul; atfedilen duygu, sorumluluk ve görevlerin de doğal olarak nitelendirilmesine, anneliğe dair standart performans beklentisine neden olabilmekte ayrıca kimliğe yönelik toplumsal inşa sürecini de görünmez kılmaktadır. Anneliğin fizyolojik olarak nitelendirilmesi doğal, değişmez bir yapı olarak görülmesine ve eşitsizliğin meşrulaştırılıp sürdürülmesine neden olabilmektedir yorumu yapılabilir:

"Çocukları ihmal etmemiş olması lazım. İlgi göstermeli. (biyolojik ihtiyaçlar) Onu zaten yapar her anne.Kötü anne ise çocuğuyla çok fazla vakit geçirmezse, ilgilenmezse. "(36, Doktor Öğretim Üyesi)

İyi ve kötü sınıflandırması katılımcıların kendi yaşadığı tecrübeler ve kendi çocuğunun yaşı ile değişkenlik göstermektedir. Çocuğu okul çağından küçük olan katılımcıların iyi ve kötü annelik yaklaşımları biyolojik ihtiyaçlar ve ilgi temelinde şekillenirken, aşağıdaki alıntıda da görüleceği gibi okul çağında çocuğu olan katılımcının iyi ve kötü anneliği başarı ve rekabet çerçevesinde şekillenmektedir. Bu farklı yorumlar annelik kimliğinin fizyolojik ve doğuştan bir özellik olmadığını, standart kalıp davranışlar ile sınırlandıramayacağını göstermektedir:

"Sadece altını temizlemek, karnını doyurmakla olmuyor. Çocuğun psikolojisini anlayıp onunla ilgilenmek iyi bir anneliktir.(Kötü Anne) Çok baskıcı hani çevremde var. Ders konusunda hırs yapan anne, bu çocuğa çok yansıyor. (38, Doktor Öğretim Üyesi)

Sınırsız sevgi, fedakarlık ve sorumluluk olarak tanımlanmasının sonucunda, Sevi Bayraktar (2011) annelerin çocukları ile ilgili kendilerini tek sorumlu görme eğiliminde olduğunu ifade etmektedir. Dunn-Mascetti'nin (2000) yetişkin bireylerin alışkanlıklarını annelerinden öğrendikleri yaklaşımına benzer şekilde bazı katılımcılar çocuklarının gelecekteki olumlu ve olumsuz davranışlarında tek sorumlu olarak kendilerini gördüklerini ifade etmektedir. Bu düşünceleri kanıtlar şekilde bazı katılımcılar, çocuğun büyüdüğünde "iyi" bir birey olmasında sorumluluğun annede olduğunu ifade etmekte ve "iyi" anneliği çocuğun gelecekte nasıl bir birey olacağı ile ilişkilendirmektedir. Bu noktada çocuğun yetişmesindeki baba, akrabalar, arkadaşlar, eğitim, toplum, çevre, medya ve diğer etkenlerin yok sayıldığını, sorumluluğun bütünüyle anneye yüklendiği görülmektedir:

"Kendinden önce çocuğunu düşünmesi gerekiyor aslında. Ve çocuğu doğru erdemlerle büyütüyor olması, yetiştiriyor olması.. Her şekilde dürüst, doğru, yalansız. Böyle büyütmüyorsa, yetiştirmiyorsa bir sıkıntı vardır annede."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

Randevu alınarak gerçekleştirilen görüşmeler kendilerini daha rahat hissedebilmesi için kadın akademiyenlerin fakültedeki odalarında gerçekleştirilmiş, bu bağlamda mekan ve kimlik ilişkisi çerçevesinde akademisyen kimliğin ön planda olması beklenmiştir. Ancak beklenenin aksine görüşmelerde hem sorulan sorular, hem de görüşmecilerinin birincil aidiyeti olma sebebiyle annelik kimliğinin ön plana çıktığı, görüşmeler sırasında katılımcıların duygusallaştığı, gözlerinin dolduğu görülmektedir. Bu durum birincil kimlik olarak anneliğe aidiyet hissedilmesi, annelik noktasında kadın akademisyenlerin duygusal bir tutuma sahip olması ile açıklanabilir.

Akademisyenlik

Literatürde kadın akademisyenler üzerine yapılan çalışmalara baktığımızda; Bircan ve Erdoğmuş'un (2020) çalışmasının verilerine göre kadınların aidiyet hissettikleri kimlikler sırasıyla; eğitmen-öğretim görevliliği, annelik ve araştırmacıdır. Altınoluk'un (2018) yaptığı çalışmanın verileri çerçevesinde ise akademisyen kadınlar öncelikli olarak kendilerini akademisyen olarak tanımlamaktadır. Bu verilerin aksine Bitlis Eren Üniversite'sinde yapılan bu çalışmada en net ve görünür olan sonuç; fedakarlık olarak tanımlanan anneliğin birincil aidiyet olduğudur.

Özkanlı ve Korkmaz (2000), rol çatışması sonucunda kadınların erkeklere oranla daha çok çalışma ihtiyacı hissettiğini ve akademik ilerleme için daha fazla çalıştığını belirtmektedir. Benzer şekilde Tolay ve Baysal (2020)'da kadın akademisyenlerin erkeklere oranla haftada en az 5 saat daha fazla çalıştığını ifade etmektedir. Bu noktada katılımcıların akademisyenliği; mesai saati olmayan, tüm günü, emeği ve fedakârlığı isteyen bir zorluk olarak tanımlanması da bu çerçevede yorumlanabilir. Ayrıca esnek çalışma saatleri bir avantaj gibi görünse de kadın akademisyenler çerçevesinde kişisel zamanın mesai olarak değerlendirilmesine sebep olmaktadır:

"Akademisyenliğin saati yok diyebilirim. Sürekli evde de çalışman gerekiyor. Zor, zor bir iş. Çok vakit ayırman gereken bir iş." (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Akademisyenlik delilik.. Ve gerçekten sürekli aklın bir şeylerde. Hiç evine kendini tam olarak veremiyorsun. …Tamamen fedakarlık istiyor" (38, Doktor Öğretim Üyesi)

Çalışmanın bu bölümünde bir parantez açarak annelik ve akademisyenlik kimliği ile bağlantılı olarak katılımcılara kişisel zamanları sorulmuştur. Katılımcılar çocuklar uyuduktan ya da okula, derse gittikten sonra kendilerine vakit ayırdıklarını ifade etmektedir. Kısacası anne akademisyenlerin kişisel zamanı gündelik sorumluluk ve görevlerin tamamlanması ile başlamaktadır:

"Mesela yemek bitti şey bitti, ders bitti. Onların da televizyon vakti bana da televizyon vakti gibi oluyor. Sosyal hayatı sadece bu alanda takip ediyoruz." (41, Doktor Öğretim Üyesi (2))

Ayrıca Savran'ın (2002) belirttiği gibi ev işleri ve çocuk bakımına yönelik sorumluluklar gündelik yaşamın rutini olarak algılanmakta, ev işleri ve çocuk bakımına ayrılan zaman ile dinlenme saati, kişisel zaman birbirinin içine geçmektedir. Bu çerçevede aşağıdaki alıntıda görüldüğü gibi; yemek yapmak, dans etmek, çocuğa bakmak, müzik dinlemek aynı anda gerçekleşmekte ve gündelik rutini oluşturmaktadır:

"Akşam yemeğini yaparken biz müzik dinliyoruz kızımla, dans ediyoruz ya yemeği yaparken ya bulaşıkları toplarken falan."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

Akademisyenlik tanımında bir diğer dikkat çeken nokta zorluğun yanı sıra araştırmacı olmaya duyulan sevgi ve istek olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca katılımcıların büyük çoğunluğu akademisyenliği "hayal" olarak nitelendirmektedir. Bu tanımlama patriyarkal toplumsal yapıda eğitim, çalışma hayatı gibi pek çok kamusal alanda kadının ikincilleştirilmesiyle birlikte uzun bir eğitim ve çalışmayı gerektiren akademisyenliğe ulaşılmasının zor olması ile açıklanabilir. Kısacası akademisyenliğin ideal ve hayal olarak nitelendirilmesi var olan toplumsal yapıda kadın olmak ile birebir ilişkilidir denilebilir:

"Akademisyenlik çok yeni, benim çok idealim olan bir meslekti. Çok güzel ya, bence"(26, Araş. Gör.)

"Akademisyenlik zaten benim en büyük hayalimdi. Lisansta okuyorken. Ben akademisyen olacağımı biliyordum…(40, Doçent)

"Hep idealimdi zaten akademisyen olmak." (41, Doktor Öğretim Üyesi)

Toplumsal Algıda Annelik ve Akademisyenlik

İki kimlik ve role dair toplumsal tepkiler ve baskılar sorulduğunda, katılımcıların büyük bir çoğunluğu "fazla fedakârlık" yaptıkları, kendilerine zaman ayırmadıkları için eleştiriler aldıkları cevabını vermektedir:

"Yani kendine hayatına bak denildiği de oldu. Ama beni tatmin ediyor, mutlu ediyor."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

"Sadece şunu işte çok fazla kendini feda ediyorsun özellikle annem babam onu çok söylerdi. Yani ne gerek var işte kreşe ver ne uğraşıyorsun."(43, Profesör)

Görüldüğü üzere katılımcının görüşmeler sırasındaki açıklamaları, ailesinin uyarılarına rağmen çocuğunu kreşe vermeyi tercih etmemesi, fedakarlık tanımına paralel şekilde iyi annelik algısı ile yorumlanabilir.

Çocuk yapma kararı başlığı altında da değinildiği gibi annelik ve akademisyenlik ile ilgili toplumsal belirlemeler, sınırlandırmalar ve beklentiler kadınlar üzerinde baskı yaratabilmektedir. Bu noktada katılımcılara bu iki kimlik çerçevesinde toplumsal baskı görüp görmedikleri sorulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu annelik ile ilgili çeşitli baskılar gördüğünü ifade etse de bu baskıların çalışan kadın ya da akademisyen kimliği ile ilgili olmaması dikkat çekmektedir. Kültürel, ekonomik, sosyal ve simgesel bir sermayeye sahip olan yüksek statülü akademisyenlik mesleğine yönelik toplumsal algıda ayrıntılı bilgi sahibi olunmadığı, çoğunlukla öğretmen ya da memur olarak tanımlandığı söylenebilir. Aksine geleneksel toplumsal yapıda çok önem verilen annelik kimliği hakkında derinlemesine bilgi ve tecrübe sahibi olunması, ideal annelik tanımının yapılması, iyi ve kötü anne olma noktasında sınırları çizmektedir. Bu sebeple de çalışmanın katılımcılarını oluşturan kadın akademisyenlerin, akademisyenlik ile ilgili değil annelik ile ilgili baskı hissettiğini ifade etmesi bu çerçevede yorumlanabilir:

"Ben kendi üstüme alınabiliyorum bazı söyledikleri şeyleri mesela kayınvalidemin şey demesi kimsenin çocuğu hastalanmıyor da niye siz hastasınız, niye çocuklar hasta mesela?" (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Gördüm tabi. Benim en büyük pişmanlığım Antep'te doğum yapmaktır herhalde. Hepsi karıştı Allah'ım kabus gibiydi zaten lohusayım. O dört buçuk - beş ay çok zor geçti." (38, Doktor Öğretim Üyesi)

"Evet. Eşimden (baskı) gördüğümü düşünüyorum. "Çocuklara yemek verdin mi, ne yaptın? gibi baskı altına alıyor. Arkadaşlardan olabiliyor tabi ki. Çok telefona bakıyorlar gibi.." (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Evet mesela alt kat komşumuz gürültüden rahatsız olduğunu söylüyor ve benim kızıma baskı yapmam gerektiğini söylüyor. "Sen bu çocukları korkutmamışsın ya da ne bileyim sen bu çocuğa zamanında yeterince 'onu yapma bunu yapma' dememişsin." (36, Araş. Gör. Doktor)

Görüldüğü üzere akademisyen kadınlar annelikleri ile ilgili eşlerinden, ailelerinden, akrabalarından hatta komşularından bile baskı gördüğünü ifade etmektedir. Bu noktada yemek, sağlık gibi pek çok konu baskının sebebi olabilmekte ve çocuğun sorumlusu olarak görülen kadın üzerinde baskı yaratabilmektedir. Bu sorumluluk kadın ile o kadar özdeşleşmiştir ki, diğer ebeveyn olan baba bile çocukla ilgili anneyi eleştirebilmektedir. Ayrıca anneden ayrılma (maternal separation) ile anneden mahrumiyet (maternal deprivation) kavramları ile açıklanan kadının çalışma yaşamına girmesi de görev ve sorumluluklarını aksattığı gerekçesi ile baskıya dönüşebilmektedir:

"Çalıştığım için çocuğumla çok kaliteli vakit geçirdiğimi düşünmüyorlar. Zaten ikinciyi bir düşünerek yap. Böyle telkinde bulundular bana."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

İki Rol Arasında Gündelik Yaşam Pratikleri

Akademisyenlik ve annelik ile ilgili gündelik yaşam rutinlerini açıklayabilme amacıyla bu bölümde akademisyen kadınların çocuk yapma kararına, çocuk bakımı ve ev içi işlere yönelik sorumluluk ve görev paylaşımına, gündelik yaşam rutinindeki zaman yönetimine yönelik sorular sorulmuştur.

Anne Olma Kararı

Katılımcıların annelik ve akademisyenlik tanımlarında her iki kimliğinde sorumluluk, fedakârlık olarak tanımlamalarından hareketle katılımcılara çocuk yapma kararını nasıl aldıkları sorulmuştur. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu akademik hayatın yoğunluğu ve sürecine göre çocuk sahibi olmayı planladığını ifade etmektedir. Her ne kadar annelik duygusal bir temelde tanımlanıyor olsa da çocuk yapma kararının mantıksal olarak verildiği görülmektedir. Ancak bu kararın yalnızca kadına yönelik verilmesi; hamilelik, doğum, emzirme ve sonraki süreçteki bakımı ile ilgili birincil sorumlunun kadın olarak görülmesi ile açıklanabilir. Katılımcıların çoğunun 35 yaş sonrası planlı bir şekilde anne olması, çalışma saatlerinin yoğunluğu ve eğitim sürecinin uzunluğunun, kariyerlerini olumsuz etkileyeceği ya da çocuklarına yeterince zaman ayıramayacakları kaygısı ile açıklanabilir:

"Planlıydı. Doktoraya başlamadan düşünmüştüm yüksek lisans tam bitti doktora öncesi çünkü çok zor bir dönem bekliyordu beni doktora öncesiydi."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

"Doktora için erteledik. Doktora bitimine planladık." (36, Doktor Öğretim Üyesi)

Bazı kadın akademisyenlerin verdikleri cevaplar çerçevesinde çocuk sahibi olma noktasında geleneksel beklentiler ile paralel düşüncelere sahip oldukları ve eşlerine karşı sorumluluk hissettikleri söylenebilir. Bu noktada çocuk sahibi olmanın kadının eksik kimliğinin bir parçası olarak tanımlanması ve olumlu, olumsuz kimlik algısında anneliğin vurgulanması aşağıdaki katılımcının görüşme verilerinde görüldüğü gibi kadınlar üzerinde bir baskı yaratabilmektedir:

"Çocuk bende sıkıntı olduğu için ben kendimi kötü hissettim ve onun da çocuğu olsun gibisinden. Suç benden kaynaklanıyormuş gibi olmasın, bendeydi problem, benden kaynaklı çocuğunun olmaması da vicdan azabı olurdu. O psikolojide kalsaydım her şeyim batmış gibi olabilirdi." (41, Doktor Öğretim Üyesi (2))

Teorik arka planda değinildiği gibi kadın kimliğine ataerkil toplumsal yapı, Wade ve Tavris (1994)'in baştacı-ayakaltı olarak kavramlaştırdığı olumlu ve olumsuz özellikler atfı yapmaktadır. Bu toplumsal yapıda doğup büyüyen kadın akademisyenlerin çocuk sahip olup, olmama noktasında bir ayrım yaşamadığı ancak çocuk sahibi olmanın özgür bir tercih olarak yorumlandığı görülmektedir. Bu noktada çocuk yapma kararının özgür bir tercih mi yoksa toplumsal yapının, ailenin etkisi ile verilen bir karar mı olduğu merak konusudur. Nancy Chodorow'un (1999) belirttiği gibi annelik bir tercih gibi görünse de ailenin psiko-dinamik yapısı içinde gizli bir zorunluluk olarak tanımlamaktadır. Niceliksel olarak daha az sayıda olan ve çocuk sahibi olmayı ret eden kadın akademisyenler bu çerçevede başka bir çalışmanın konusu olarak ele alınabilir. Ancak bu çalışmanın verileri çerçevesinde kadın akademisyenlerin büyük bir çoğunluğunun çocuk yapmama fikrine uzak oldukları, çocuk sahibi olduğunda sorumluluklarının artacağı için zamanlama noktasında bir karar aldığı, akademisyenliğin getirdiği sorumluluklar çerçevesinde 30'lu yaşların sonrasına anneliği planlanladığı ve budurm 30'lu yaşlardan önce çocuk sahibi olmasına yönelik toplumsal beklentiye uyumsuzluk olarakta yorumlanabilir.

Sorumluluklar ve Paylaşım

Çocuk bakımının yanı sıra ev içi sorumluluklar, görevler ve özellikle akademisyenlik gibi sürekli zihinsel üretimi talep eden bir çalışma yaşamı söz konusu olduğunda kadının görev ve sorumluluk paylaşımı bir zorunluluktur. Bu noktada çalışmada verilen cevaplar dahilinde bazı katılımcılar sorumluluğu paylaşmak için eşinden talepte bulunduğunu ancak buna rağmen planlama, organizasyon ve eksikleri hesaplama noktasında idarecinin kendisi olduğunu ifade etmektedir:

"Sorumlu benim. Her şeyi benim. Çok yorucu, bazı şeyleri ondan destek alarak yapıyorum ama ben yönetiyorum." (41,Doktor Öğretim Üyesi (2))

"Eşim biraz tembeldir, çok şey beklemiyorum ondan açıkçası ama destektir de yani. Tembeldir yani. .Söyleyince, çok söyleyince yapanlardan." (41, Doktor Öğretim Üyesi (2))

Alıntılar çerçevesinde ataerkil toplumsal yapıda anneliği öğrenen katılımcıların Heidi Hartman (1981) ve Christine Delphy'nin (2016) ifade ettiği gibi çalışma yaşamına katılsalar bile "çifte yük" ya da "ikinci vardiya" tartışmaları ile paralel şekilde çalışma, çocuk bakımı, gündelik yaşam, ev içi emek noktasında tüm sorumluluğu ve görevleri fazla mesai yaparak yerine getirdiği görülmektedir. Ayrıca küçümsenmeyecek derecede önemli olan planlama ve organizasyon gibi tüm sorumlulukları kadının gerçekleştirdiği söylenebilir. Savran (2002, s. 165) ancak üst-orta sınıf ailelerde bakım ve ev içi işler çerçevesinde eşit paylaşımın olabileceğini ifade etmektedir. Ancak bu görüşün aksine bu çalışmanın verileri akademisyenlik gibi statülü ve güvenceli işe sahip kadınların da eşleri ile iş ve sorumluluklar çerçevesinde eşit paylaşım sağlayamadığı, çifte yük altına girdiğini göstermektedir. Araştırma sonuçları çerçevesinde erkeğin sorumluluk almadan yönlendirilme ile bazı noktalarda kadının asli görevleri olarak tanımlanan işlere yardımcı olduğu ifade edilebilir. Kadın akademisyenler sorumluluk ve görev paylaşımı noktasında eşinin ikincil konumundan, evliliğin ilk yıllarında görev paylaşımı yapmadığı için kendisini sorumlu tutmakta hatta bunu eşinin tembel olma mizacı ile açıklamaktadır. Bu açıklamalar psikanaliz teorisindeki "mantığa bürüme" yaklaşımı çerçevesinde açıklanabilir.

Eşin yanı sıra katılımcılar aile bireyleri ya da profesyonel ücretli çalışanlardan destek aldığını ifade etmektedir. Bu destek Savran'ın (2002, s.166) değindiği kadının iş yaşamına girmesi ile işler ve sorumluluklar çerçevesinde kadınlardan oluşan yeni bir ağa karşılık gelmektedir:

"Benim işe gelmem gerekiyorsa Allah'tan annem yanımdao bakıyor."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

"Şöyle, kesinlikle tek başıma yapamıyorum onu söyleyeyim. Şu an annem bebeğe bakıyor"(26, Araş Gör)

Alıntılardan da anlaşılacağı gibi akademisyen annelerin çocuk bakımı ve ev işleri çerçevesinde yardım aldığı kişilerde başka kadınlardır. Bu noktada "kadın işi" olarak görülen ve değersizleştirilen ev içi emek ve çocuk bakımı, akademisyen kadının çalışma yaşamına girmesi ile birlikte eşi ile değil, başka bir kadın ile paylaşılmaktadır:

"Daha önceleri İçişleri Bakan diyorlar ya o moddaydım ama bu beni biraz yordu. Bu sene biraz relaxa bıraktım. Yani zorladım. 3 senedir zorluyorum. Ama yürümeye başladı. ben biraz zamanımı yavaşlatmak istiyorum" (43,Profesör)

"Son sağlık sorunlarımdan sonra daha bir şey yaptım yani; aman evim tertemiz olsun, harika olsun.. Bunlardan biraz geri adım attım. Eşim de bu konuda yardımcı. (Eşim) daha çok evle ilgili alıyor. Çocuklarla ilgili benim kadar ilgilenmez."(36, Doktor Öğretim Üyesi)

Dikkat çekici şekilde katılımcıların bazıları başlangıçta tüm sorumluluğu üzerine aldığını ancak bu süreçte çok yorulup yıprandığını bu sebeple sorumluluk paylaşımı noktasında değişmeye çalıştığını ifade etmektedir. Bu noktada emek sömürüsü vurgusu yapmasa da kadın akademisyenlerin gündelik yaşamın sorumluluklar ve görevler ile bezenmiş rutinlerinden yorgun olduğu ve değişim talep ettiği söylenebilir. Bu değişim ataerkil toplumsal normları sorgulama, sömürüye karşı gelme ya da ataerkil toplumsal normları eleştirme olarak nitelendirilemez. Çünkü katılımcılar görüşmelerde sürdürülemez sorumluluklar neticesinde ortaya çıkan değişim talebinin nedenini yorgunluk ve sağlık sorunları olarak tanımlamaktadır.

Zaman Yönetimi

Çifte yük ya da ikincil vardiya noktasında kadın akademisyenlerin gündelik yaşam pratikleri önem kazanmaktadır. Bu noktada annelik ve akademisyenlik gibi iki rol ve sorumluluğun gündelik yaşamdaki organizasyonu önem kazanmaktadır. Belkıs'a (2016, s.256) göre; anneliğin akademik kariyere olumsuz etkileri; zaman problemi ve özellikle anneliğin getirdiği uykusuzluk, yorgunluk gibi durumların odaklanamama ve dikkat eksikliği gibi sonuçlarıdır. Bu noktada tüm günü ve emeği talep eden iki kimliğin sorumlulukları ve görevleri çerçevesinde kadın akademisyenlerin zaman yönetimine dair düşünceleri ve stratejileri önem kazanmaktadır. Katılımcılar günlük yaşamın büyük bölümünü akademik hayattaki görevlere, sorumluluklara, çalışmalara, ücretsiz ev içi ve çocuk bakımı ile ilgili sorumluluklara ayırdığını ifade etmekte ancak tüm sorumlulukları yerine getirmede kendilerini yetersiz gördükleri gözlemlenmektedir. Bu noktada kadın akademisyenlerin çocuk ve ev ile ilgili üstlendikleri görevleri tamamladıktan sonra kişisel zaman ya da uyku gibi biyolojik ihtiyaçlarını erteleyerek eğitimine ve akademik hayatına yönelik çalışmalar yaptığı görülmektedir. İki rol çatışmasının olası sonuçlarını Tolay ve Baysal (2020, s.802); işe devamsızlık, iş tatmin eksikliği, verimsizlik, endişe, korku, kendine güvensizlik, stres, evlilik ve aileye yönelik tatminsizlik ve boşanma olarak sıralamaktadır. Beaviour'un (2010) belirttiği gibi tüm bu süreç ve bölünmüşlük kadının yaratıcı olma sürecini olumsuz etkilemektedir. Kadınların akademik çalışmaları, çocukların ihtiyaçları ve mesaisine göre

planlanmaktadır. Ayrıca kadın ve erkeklere yönelik standart akademik değerlendirmeler, iki cinsiyet temelinde eşit şartlar olduğunu varsaymakta ve gündelik yaşamdaki kadının sorumluluk ve görevlerini görünmez hale getirmektedir denilebilir:

"Uykumdan yaparım o yüzden kulak kristallerim oynadı doktora sürecimde genelde öyle yaptım. Herkes yattı, ben çalıştım" (40, Doçent)

"Aslında dengeleyemediğim zamanlarda, uyuduktan sonra, çocuk uyuduktan sonra bilgisayarı çok açmışlığım var. Haftada 2-3 gün en az, geceleri 2-3'e kadar çalıştığım oldu. Zaman yönetimi olmuyor o zaman. Anneye 3 saat 4 saat uyumak yetiyor."(41, Doktor Öğretim Üyesi)

"(Daha küçükken) Şimdi bakıyorum insan üstü bir çabayla. Hem oraya koştur, hem buraya koştur hem evlilik.. Uyumadım, çok uyumadım."(41,Doktor Öğretim Üyesi (2))

"(Acil işim olduğunda) Kendi uykumdan fedakarlık yapıyorum. Ya erken kalkacağım ya gece geç yatacağım Gece çok az uyuyordum, 2-3 saatti benim uyku sürem."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

Bu soruya ek olarak katılımcılara bir günlük rutinlerini anlatmaları istendiğinde katılımcıların benzer cevaplar verdikleri görülmektedir. Çocukları kreşe, okula giden katılımcıların mesai saatleri içinde yoğun çalıştığı, mesai saatleri dışında ise diğer sorumluluklara ve görevlere vakit ayırdıkları görülmektedir. Bu durum kadının günlük yaşam pratiğinde ikinci vardiyayı görünür kılmaktadır.

"Kreşe başlamadan önce öğlene kadar çocuklarla vakit geçiriyordum. Koşa koşa geliyordum; öğleden sonra idari görevim, kendi dersim, akademik işler.. Çok zor oluyordu benim için. Yarım güne sıkıştır çok yordu beni. Ama çocuklar kreşe başladıktan sonra onları da erken bırakıp daha uzun vakit ayırabildim akademik işlerde." (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Önce çocuğun okul hazırlıkları, beslenmesi, oydu buydu. Okula gittikten sonra direkt buraya geliyorum. Okula ben götürüyorum. Geldikten sonra acil işlerime bakıyorum önce. O gün için aciliyet neyse onu bitiriyorum. Evde kafam rahat etsin de başka bir şeyle uğraşmayayım diye. Eve gidince zaten ödev süreci devam ediyor. En sonunda artık yemek kalsın, sonra yatış artık." (38, Doktor Öğretim Üyesi)

Alıntılardanda görüldüğü gibi katılımcılar çocuklardan ayrı geçen zaman dilimini yoğun çalışma süresi olarak tanımlamaktadır. Ancak akademik çalışmaların zihinsel bir üretim süreci olduğu düşünüldüğünde kısa zaman dilimleri arasında motivasyonun ve odaklanma sağlanmasının oldukça zor olduğu söylenebilir. Bu noktada kadın akademisyenlerin ev ve çocuk ile ilgili sorumluluklarını yerine getirirken bile zihinsel olarak akademik düşünümsel bir süreçte olduğu yorumu yapılabilir. Bu durumda akademisyen kadınların üretim yapabilmeleri, akademik çalışmalar ortaya koyabilmeleri, çalışma yaşamına katılabilmeleri noktasında kreşlerin, profesyonel ücretli bakıcıların ve eşleri arasında sorumluluğun eşit paylaşımının hayati öneme sahip olduğu söylenebilir.

Duygulara Yönelik Algılar

Bu bölümde annelik ve akademisyenlik bağlamında iki kimlik aidiyetinin getirdiği sorumluluklar, görevler çerçevesinde kadınların duyguları açıklanmaya çalışılmaktadır.

Doğum İzni Sonrası İlk Gün

Katılımcıların doğum izni sonrasında hangi duygular ile baş etmeye çalıştıkları merak edilerek doğum izni sonrası işe ilk başladıkları gün sorulmuştur. Fakat araştırmacıların beklentilerinden farklı olarak katılımcılar doğum sonrası ilk günlerinde olumlu duygular yaşamakta ve işlerine dönmenin mutluluğunu hissetmektedirler. Bu durum akademisyen kadınların kendini gerçekleştirme noktasında akademisyenliğe bir anlam atfetmeleri şeklinde yorumlanabilir. Ayrıca katılımcılar, çalışma saatlerini mesai olarak değil kendilerine ayırdıkları özel zaman dilimleri olarak nitelendirmektedir.

"… Rahatlamış hissettim kendimi. İşlerimizin hem yoğun olduğu hem de annelerin, bayanların hep dinlendiği yerdir. Dinlenip kendimize vakit ayırdığımız alan oluyor". (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Çok mutlu olduğumu hissettim. Özlediğimi hissettim. Çünkü çocuklara baktığım sürede ev hanımı moduna girmiştim. O beni biraz üzmüştü de.." (36, Araş. Gör. Doktor)

"Çok mutlu oldum çünkü odam benim alanım."(43, Profesör)

Sorumluluklar Ve Görevler Çemberinde Duygular

Gündelik yaşamın yoğun temposunda çalışma yaşamı, ev ve çocukla ilgili tüm sorumlulukların üstlenilmesi noktasında akademisyen kadınların düşünce ve duygularını açıklamak amacıyla, iki kimlik arasında kaldıkları zamanki duygu ve düşünceleri sorulduğunda genel olarak stres ve suçluluk yaşadıkları görülmektedir. Yoğun çalışma saatleri nedeniyle çocuklarıyla yeterince vakit geçiremediğini düşünen katılımcıların herhangi bir olumsuz durumda özellikle annelik kimliği temelinde kendilerini yetersiz hissettikleri, suçluluk duygusu ve pişmanlıklar yaşadıkları görülmektedir. Bu durumda kadın akademiyenlerin suçluluk ve pişmanlıklarının akademisyen kimliği ile değil annelik kimliği ile ilgili olması, birincil kimlik aidiyeti olarak anneliği görmesi, çocuk ile ilgili tüm sorumluluk ve görevler çerçevesinde kendilerini tek aktör olarak tanımlamaları ile açıklanabilir. Ayrıca literatürdeki yaklaşımları kanıtlar şekilde, kadın akademisyenlerin aile yaşamındaki sorumlulukları iş yaşamından önce gelmekte ve bu bağlamda aile-iş çatışması yaşamaktadır:

"Kendimi suçluyorum ister istemez. Ona baktıkça, onun konuşmadığını gördükçe, endişelendikçe keşke ben ilgilenseydim, bakıcıya vermeseydim dediğim oluyor ve bununla alakalı tabii ki suçlu hissediyorum." (36, Araş. Gör. Doktor)

"Bazen pişmanlık, bazen arada kalıyorum evet. Stres, bazen çok strese giriyorum. Çünkü yetiştirmem gereken işler oluyor ama yetiştirecek vaktim olmuyor. Yani ilgilenmem gereken çocuklarımın mesela ihtiyaçları oluyor."(36, Araş. Gör. Doktor)

"Oğlumla o vakitleri bir daha yaşayamayacağım için ben çok üzüldüm. Bebekliği benim koşturmamla geçti. Ağlayarak, bakıcıyla mücadele ile geçtiği için daha çok ona üzülüyorum."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

Katılımcılar, çocukların konuşmama gibi gündelik yaşamda yaşadıkları problemler noktasında kendilerini suçlamakta, çalışma yaşamında var olunan zaman ile ilgili pişmanlıklar yaşamaktadır. Bu durum ataerkil toplumsal yapının değerleriyle paralel şekilde akademisyen kadınların anneliği fazla fedakarlık olarak tanımlaması, çocuk ile ilgili sorumluluklar ve problemler neticesinde tek sorumlu aktör olarak kendilerini görmeleri; toplumsal yapıya ya da eşlerine eleştirel yaklaşmak yerine özeleştiri yapmalarının onlar üzerindeki baskı ve stresi arttırdığı şeklinde yorumlanabilir.

Bu olumsuz duygular ile başetme stratejileri sorulduğunda ise bazı katılımcılar annelik ve akademisyenliği tercih ederken bu sorumluluğu almayı kabul ettiklerini belirtmektedir.

"Ben şimdi iyi bir akademisyen olabilirim ama ben evlenmeyi istedim ve ben çocuk istedim. Yani ben bunu istediysem bunun sorumluluğu yapmak zorundayım." (43, Profesör)

Teorik bölümdeki tartışmalara paralel şekilde verilerde de kadınlar annelik temelindeki sorumluluk ve görevleri gündelik yaşamın bir rutini olarak görmekte ve normalleştirmektedir denilebilir.

"Aslında şeye alıştım artık o tempoya. Bir kucakta iki karpuz taşıma olayı. Yani hem annesin hem akademisyensin."(41, Doktor Öğretim Üyesi (2))

"Akademisyenin şöyle güzel bir tarafı var; evdeki hayatı evde bırakıp buraya geliyorum ya, onları unutuyorum Ben o yüzden bu mesleği seviyorum." (43, Profesör)

Ayrıca gündelik yaşamdaki temponun normal rutin olarak tanımlanması ve normalleştirilmesi de akademisyen kadınların gündelik yaşamdaki sorumluluk ve görevlerini içselleştirilmeyi kolaylaştırdığı şeklinde yorumlanabilir.

İki Rol Arasında Bitlis

Çalışmanın örneklemi olan Bitlis Eren Üniversitesi'nde çalışan kadın akademisyenlerin gündelik yaşam pratikleri, duyguları yaşadıkları bölge ve kültürden bağımsız düşünülemez. Kadın akademisyenlerin yaşadıkları bölgedeki sosyolojik yapı anneliğe, akademisyenliğe atfedilen rol ve sorumlulukları da önemli ölçüde şekillendirmekte ve yeniden üretmektedir.

Doğu Anadolu Bölgesinde yer alan Bitlis ili sosyolojik olarak geleneksel bir yapıya sahiptir. İlde üniversitenin, tekstil fabrikalarının açılması, başta memur ve öğrenci olmak üzere yoğun göç alması, ataerkil toplumsal yapıda kısmen değişim yaratsada egemen yapısı sürmektedir denilebilir. Bu toplumsal yapıda annelik; kadın kimliğinin zorunlu bir parçası olarak görülmektedir (Sancar vd., 2006, s.21). Bu zorunluluk bir taraftan kadını sınırlandırırken, bir taraftan makbul annelik ile kimliğini tamamlayıp hiyerarşik olarak yükselen kadın için saygın ve meşru bir alan açmaktadır (Sancar vd., 2006, s.21). Bölgede ücretli bir işte çalışma noktasında kadın istihdam oranı oldukça düşük seviyededir. TUİK 2021 istatistiklerine göre %19,6 ile TRB2 yani Van, Muş, Bitlis, Hakkari bölgesi kadın istihdam oranının en düşük olduğu illerin arasında yer almaktadır.[6]

Yaşanılan bölge akademisyen annelerin sorumluluklar bakımından destek ağını etkilemektedir. Bölgede kadınların eğitim[7] ve istihdam oranlarının düşük, geleneksel toplum yapısına sahip olan ilde çalışan kadın sayısı ile orantılı olarak genellikle kadın işgücünden yararlanılan ev işleri ve çocuk bakımı gibi alanlarda kadın akademisyenlerin destek mekanizmaları oldukça sınırlıdır denilebilir. Okul çağından önce çocukları bırakabilecekleri kreş, anaokulu gibi kurumlar ise hem niceliksel hem de profesyonel kadro açısından yetersiz olması akademisyen kadınların bu kurumlardan aldığı desteği olumsuz etkileyebilmektedir. Ayrıca ildeki bu kurumların bir çoğu tüm gün hizmet vermemektedir. Bu noktada çoğunlukla bölgeye dışardan göç eden kadın

[6]https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2022-49668#:~:text=En%20d%C3%BC%C5%9F%C3%BCk%20kad%C4%B1n%20istihdam%20oran%C4%B1,%2C%20Bitlis%2C%20Hakkari)%20izledi.

[7] 2015 Bitlis Sosyal Analiz Raporu sonuçlarına göre; ilde okuma yazma bilmeyen kadın oranı % 82 iken erkeklerde bu oran %18'dir. 15-19 yaş arası ilköğretim diploması olmayanların oranı bölgede %35, kadınlarda ise %51,6, 20-24 yaş arası ortaöğretim diploması olmayanların genel oranı %74,5 iken kadınlarda bu oran %83,7'dir (https://www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/Bitlis%20Sosyal%20Analiz%20Raporu.pdf)

akademisyenler, aile bireyleri, özelliklede annelerinden destek talep etmekte ya da çocuk bakımını yarım gün kurumlara devrederek iş yaşamını devam ettirmeye çalışmaktadır.

Ancak kadın akademisyenlerin Bitlis iline yönelik değerlendirmeleri; çoğunlukla sosyal alanların kısıtlılığı, sağlık hizmetlerinin yetersizliği, çocukların ilgi alanlarına göre eğitim görememesi çerçevesinde şekillenmektedir. Bu olumsuz değerlendirmelerin yanı sıra küçük bir şehir, ulaşımının kolay ve steril bir alan olarak değerlendirilen ilin güvenlik ve tüketim noktasında çocuklar için uygun olduğunu belirten katılımcılar da bulunmaktadır:

"Bitlis'te çocuk yetiştirmek zor. Çocuğunla vakit geçireceğin yerler çok kısıtlı. Sağlıkla ilgili sorunlar var. Onun dışında eğitim imkânları yetersiz" (36, Doktor Öğretim Üyesi)

"Çok zor, hiçbir sosyal faaliyet yapamıyorsun. Tedavi sürecinde doktor bulamıyorsun. Çok zor yani burada bayağı zorluk yaşıyoruz."(38, Doktor Öğretim Üyesi)

"Bitlis'te çocuk yetiştirmek çok da zor değil. Şu açıdan değil, ulaşım kolay. Tehlike daha az, ulaşım kolay. Ama şöyle bir şey var, imkânları yok." (43, Profesör)

Kadın akademisyenler kadın ve anne olmak noktasında Bitlis ilinin toplumsal yapısına, çocuk bakımı ve ev işleri noktasında paylaşım ağısının sınırlılığına yönelik değerlendirme yapmamıştır. Toplumsal yapıya ve aidiyet hissettiği kimliğe yönelik bir değerlendirme yapılmaması; kadın akademisyenlerin geleneksel toplumsal yapıyı içselleştirmeleri, çalışma ve ikamet ettikleri alanın kampüs içinde bulunması ve ailelerin bu alan içinde sosyalleşmeleri sonucunda kent ve toplumsal yapı ile sınırlı ilişki kurmaları şeklinde yorumlanabilir. Ev işleri ve çocuk bakımı noktasında sınırlı şartlara değinilmemesi ise; aile büyüklerinden destek alması, mesai saatlerinin esnek olması sonucunda akademik çalışmalarını çocuklar anaokulunda/ kreşteyken ya da geceleri ikincil vardiya ile gerçekleştirmeleri ve bu durumu gündelik yaşamın bir rutini olarak görmeleri, hem çalışma yaşamında görünür olmak hem de evlenip çocuk sahibi olmayı tercih olarak tanımlamaları ve bu nedenle de şartları normalleştirip kabul etmeleri ile açıklanabilir.

Sonuç

Bu çalışma ekonomik, kültürel sermaye sahibi olan kadın akademisyenlerin annelik ve akademisyenlik kimliğine atıflarını anlamayı, cinsiyetçi kalıp yargılar çerçevesinde gündelik yaşam pratiklerindeki problemleri ve duygularını fenomenolojik bir yaklaşımla anlayabilmeyi hedeflemektedir. Akademisyen anneler aidiyet hissettiği anneliği fedakarlık ve sevgi, akademisyenliği ise zorluk ve hayal olarak nitelendirmektedir. Teorik arka planda değinilen çalışmaların aksine bu çalışmadaki veriler akademisyen annelerin birincil aidiyetlerinin annelik iken akademisyenliğin ikincil aidiyetleri olduğunu göstermiştir. Sevgi ve fedakarlık tanımlaması, çocuk bakımı ve ev işleri ile ilgili tüm sorumluluğu karşılıksız sahiplenmeyi açıklamaktadır. Uzun süren eğitimin, zihinsel bir üretimin gerekli olduğu statülü bir iş olan akademisyenlik, kadının eğitim ve çalışma yaşamına katılımının normalleşmediği ve sıkça tartışıldığı toplumsal yapıda bir hayal olarak nitelendirilebilmektedir. Bitlis gibi geleneksel toplumsal yapıda çalışma yaşamına katılan kadın sayısı oldukça sınırlıyken bu durum akademisyenlik özelinde daha marjinal olarak tanımlanabilir. Bu sebeple kadın akademisyenler toplumsal baskıyı bilinen, ideal sınırları ve pratikleri olan annelik üzerinden deneyimlemektedir. Kadın akademisyenler annelik ile ilgili eleştiri ve baskıyı ebeveynlik rolünü paylaştığı eşinden, diğer aile bireylerinden, uzak akraba, komşu ve arkadaş olmak üzere herkesten görebilmektedir. Çünkü annelik toplumsal olarak inşa edilen bir kimliktir ve bu sebeple de toplumda standart kalıp davranış beklentisi ve ideal annelik tanımı bulunmaktadır. Bu toplumsal yapı içerisinde doğan, büyüyen, eğitim alan kadın akademisyenler her ne kadar eğitim ve çalışma

yaşamına girerek toplumsal normları esnetmiş olsa da annelik söz konusu olduğunda geleneksel yapıyı devam ettirebilmektedir. Bu noktada kadın akademisyenler çocuk özelinde tüm sorumluluğu üstlenmekte, çocuğun her türlü probleminintek sorumlusu olarak kendisini görmektedir.

Bu iki kimliğe yönelik tanımlamalar ve yaklaşımlar akademisyen annelerin gündelik yaşam pratiklerini belirlemektedir. Sorumluluk ve görevler çerçevesinde akademisyen annelerin kadın ağı ve kurumlardan yardım aldığı, çalışma saatlerini ev içi sorumluluklara göre belirlediği, iki rolün getirdiği çifte yükü ikinci vardiya ile çözmeye çalıştığı, bireysel zaman, mesai saati, ev içi sorumluluklar ve annelik ile ilgili görev ve sorumlulukların iç içe girdiği gündelik yaşam rutinini kadının normali olarak nitelendirildiği söylenebilir. Bu durum yine sınırsız sevgi ve fedakarlık tanımı ile açıklanabilmektedir. Bu ikili rol çatışması kadın akademisyenler özelinde iş-aile değil, aile sorumluluklarının merkeze alındığı aile-iş çatışması olarak tanımlanabilir. İlgili literatürde ikili rol çatışmasının sonuçları; işe devamsızlık, iş tatmin eksikliği, verimsizlik, endişe, korku, kendine güvensizlik, stres, evlilik ve aileye yönelik tatminsizlik ve boşanma olarak sıralanmaktadır. Benzer şekilde bu çalışmada da iki rol çatışmasının ve iki rolün getirdiği çifte yükün sürdürülemez olduğunun belirtildiği ve kadınların bu anlamda pek çok sağlık sorunu yaşayabildiği görülmektedir.

Akademisyen annelerin duygularına baktığımızda, çalışma yaşamının sorumluluk ve görevleri çerçevesinde çocuğunu ihmal ettiği, yoğun gündelik yaşamda çocukları ile yeterince ilgilenemediği, çocuğun yaşadığı problemler noktasında tüm sorumluluğu üstlendiği için suçluluk ve pişmanlık duyduğu görülmektedir. Ayrıca iki rol çatışması, yoğun gündelik yaşamda sağlanmaya çalışılan denge ve gün içindeki görev ve sorumlulukları gerçekleştirme telaşının kadınlar üzerinde baskı ve stres yarattığı söylenebilir. Her ne kadar kadın tüm sorumlulukları üstlense, iyi anne, iyi eş ve iyi akademisyen olmaya çabalasa da hep bir eksik ve suçluluk oluşmaktadır. Son olarak akademisyen annelerin içinde bulundukları durumlara yönelik sıkıntılarının; sosyal alanların, eğitim ve sağlık kurumlarının yetersizliği ile sınırlı olması; akademisyen annelerin anneliğe yönelik geleneksel tanım, rol ve görevlere sahip olması, lojmanda yaşadığı için toplumsal yapı ile sınırlı ilişki kurması gibi nedenler ile açıklanabilir.

Toplumsal cinsiyet temelindeki problemlerin çözümü noktasında; öncelikle eleştirel bir sorgulama ile farkındalık düzeyinin oluşmasının, sonrasında ev içi sorumluluklarda eşit bölüşüm gibi bu farkındalığın pratiklere dönüşmesi ayrıca siyasi, politik, ekonomik tüm alanlarda bu değişimin talep edilmesi gerekmektedir. Kadın probleminin tarihsel, toplumsal alanın, gündelik yaşamın her anında egemen olduğu ve yeniden üretildiği bilinciyle farklı alanlarda farklı değişkenler çerçevesinde akademik çalışmalar yapılmasının önemli olduğu belirtilmelidir. Çalışma yaşamına dahil olmanın toplumsal cinsiyet noktasında kadın üzerindeki olumlu ve olumsuz etkisinin analizine yönelik çalışmalar yapılmasının da önemli olduğu düşünülmektedir.
Toplumsal ve kültürel alandaki toplumsal cinsiyet temelli eşitsizliklerin eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirilmesi zorunluluktur. Dünya nüfusunun yaklaşık yarısını oluşturan kadınların toplumsal cinsiyet temelinde yaşadıkları pek çok problemin çözümü kültürel, ekonomik, siyasi, geleneksel alanlardaki değişim ile mümkün olabilecektir. Toplumsal ve kültürel cinsiyetçi kalıp yargıların değişiminin, insan ömrü ile kıyaslanamayacak derecede bir zaman ihtiyacı olduğu gerçeğinden hareketle, bugünün kadınları için kısa vadeli çözüm önerileri de getirilmelidir. Bu noktada öncelikle eğitim alanında kadının görünürlüğünü ve gündelik yaşamdaki kültürel sermayesini arttıracak önlemler alınmalıdır. Ayrıca çalışma yaşamında düşük ücret alan kadının, emeğinin karşılığını alabilmesi noktasında yasal düzenlemelerin getirilmesi ve uygulanması gerekmektedir. Bunun yanı sıra iş ve aile yaşamındaki sorumluluk ve görevler çerçevesinde rol çatışması yaşayan, genel olarak çalışan, özel olarak ise akademisyen kadınlara yönelik iş yerindeki; görev ve sorumluluklar, atama kriterleri, özel alanda ise çocuk bakımı ve ev işleri noktasında eşler arası eşit paylaşım gibi iş ve aile yaşamına dair değişiklikler yapılması önemlidir.

Kaynakça

Altınoluk, D. (2018). Kadın olmak mı, akademisyen olmak mı? : İşte bütün mesele bu. *Fe Dergi, 10*(1), 57-66. doi: 10.1501/Fe0001_0000000196

Andersen , G. E. (2011). *Tamamlanmamış devrim kadınların yeni rollerine uymak.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Aycan, Z. ve Esgin, M. (2005). Relative contributions of childcare, spousal support, and organizational support in reducing work family conflict for men and women: The case of Turkey. *Sex Roles*, *53,* 453-471. doi: 10.1007/s11199-005-7134-8

Badinter, E. (1992). *Annelik sevgisi.* İstanbul: Afa Kitapevi.

Badinter, E. (2017). *Kadınlık mı annelik mi?* İstanbul: İletişim Yayınları.

Bayraktar, S. (2011). *Makbul anneler müstakbel vatandaşlar.* Ankara: Ayizi Kitap.

Beauvoir, S. D. (2010). *İkinci cins: Evlilik çağı.* İstanbul: Payel Yayınevi.

Belkıs, Ö. (2016). Anneliğin akademik kariyer gelişimine etkileri üzerine nitel bir araştırma. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, *5*(4), 250-263. Erişim adresi: http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/26a.ozlem_belkis.pdf

Berber, M., ve Eser, B. Y. (2008). Türkiye'de Kadın İstihdamı: Ülke ve bölge düzeyinde sektörel analiz. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, *10*(2) 1-16. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/235547

Bïrcan, H. M., ve Erdoğmuş, N. (2020). Kadın akademisyenlerin kariyer kimliği inşası: Araştırma yapmak isteyen anne öğretim üyesi. *Journal of Economy Culture and Society*, (Özel Sayı 1/Supplement 1), 177-206. doi: 10.26650/JECS2020-0087

Bitlis Sosyal Analiz Raporu. (2016, Temmuz 12). DAKA: Erişim adresi: https://www.daka.org.tr/panel/files/files/yayinlar/Bitlis%20Sosyal%20Analiz%20Raporu.pdf

Budak, G., Doğan, H. Z., ve Harlak, H. (1991). Çalışan kadınların sorunları: Bir toplumsal değişme araştırması. *Sosyal Politika Çalışmaları Dergisi*, *1*(1). Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/198059

Chodorow, N. J. (1999). *The reproduction of mothering: Psychoanalysis and the sociology of gender.* California: University of California Press.

Clark, L. H., Matthews, A. M., ve Matthews, R. (2006). The continuity and discontinuity of the embodied self in infertility. *CRSA/RCSA*, *43*(1), 95-113. doi: 10.1111/j.1755-618X.2006.tb00856.x

Creswell, J. W. (2014). *Nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Siyasal Kitapevi.

Creswell, J. W., ve Clark, V. P. (2017). *Designing and conducting mixed methods research.* London: Sage Publications.

Daniluk, J. C. (1999). When biology isn't destiny: Implications for the sexuality of women without children. *Canadian Journal of Counselling and Psychotherapy*, *33*(2), 79-94. Erişim adresi: https://cjc-rcc.ucalgary.ca/article/view/58616/44104

Deguy, J., ve Beauvoır, S. L. (2009). *Simone de beauvoir: Özgürlüğü yazmak.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Delphy, C. (1999). *Baş düşman.* İstanbul: Saf Yayıncılık.

Delphy, C. (2016). *Close to home : A materialist analysis of women's oppression.* New York: Verso Books.

Dikeçligil, F. B. (1998). *Metropolde kariyer meslekleri ve aile yapısı temelinde yaşama tarzları.* Ankara: T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu Başkanllgı Yayınları.

Durmaz, Ş. (2016). İşgücü piyasasında kadınlar ve karşılaştıkları engeller. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *2*(3), 37-60. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/263795

Fine, C. (2011). *Toplumsal cinsiyet yanılsaması.* İstanbul: Sel Yayıncılık.

Freud, A. (2004). *Ben ve savunma mekanizmaları.* İstanbul: Metis Yayınları.

Giray, D., ve Ergin, C. (2006). Çift-kariyerli ailelerde bireylerin yaşadıkları iş-aile ve aile-iş çatışmalarının kendini kurgulama davranışı ve yaşam olayları ile ilişkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, *21*(57), 83-107. Erişim adresi: https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php

Gönenç, İ. M., Akgün, Ş., Özvarış, Ş. B., ve Tunç, T. E. (2013). An Analysis of the Relationship between Academic Career and Sex. *Eğitim ve Bilim*, 166-178. Erişim adresi: https://huksam.hacettepe.edu.tr/Turkce/SayfaDosya/Gender_Academic.pdf

Greenhaus, J. H., ve Parasuraman, S. (1993). Job performance attributions and career advancement prospects: An examination of gender and race effects. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *55*(2), 273-297. doi: 10.1006/obhd.1993.1034

Greenhaus, J. H., ve Beutell, N. J. (1985). Sources of conflict between work and family roles. *Academy of management review*, *10*(1), 76-88. doi: 10.5465/amr.1985.4277352

Grönlund, A. (2007). More control, less conflict? Job demand–control, gender and work–family conflict. *Gender, Work & Organization*, *14*(5), 476-497. doi: 10.1111/j.1468-0432.2007.00361.x

Güneş, F. (2017). Feminist kuramda ataerki tartışmaları üzerine. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *27* (2), 245-256. doi: 10.18069/firatsbed.346526

Hartman, H. (2006). *Marksizmle feminizmin mutsuz evliliği.* İstanbul: Agora Kitaplığı.

Hartmann, H. I. (1981). The family as the locus of gender, class, and political struggle: The example of housework. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, *6*(3), 366-394. Erişim adresi: https://www.journals.uchicago.edu/doi/pdf/10.1086/493813

Hays, S. (1996). *The cultural contradictions of motherhood.* London: Yale University Press.

Hochschild, A. R. ve Machung, A. (1989). *The second shift: Working parents and the revolution at home.* New York: Viking Penguin.

Holmes, C. (2006). *Bornto do ıt? The social construction of motherhood*. Canada: Simon Fraser University.

Horkheimer, M., ve Adorno, W. T. (2015). *Sosyolojik açılımlar.* Ankara: BilgeSu Yayıncılık.

İnanç, B. Y., Bilgin, M., ve Atıcı, M. K. (2017). *Gelişim psikolojisi çocuk ve ergen.* Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Johnston, D. D., ve Swanson, D. H. (2003). Invisible mothers: A content analysis of motherhood ideologies and myths in magazines. *Sex roles*, *49*, 21-33. doi: 10.1023/A:1023905518500

Lester, J. (2008). Performing gender in the workplace: Gender socialization, power, and identity among women faculty members. *Community college review*, *35*(4), 277-305. doi: 10.1177/0091552108314756

Letherby, G. (1999). Other than mother and mothers as others: The experience of motherhood and non-motherhood in relation to 'infertility' and 'involuntary childlessness'. *Women's Studies International Forum, 22*(3), 359-372. doi: 10.1016/S0277-5395(99)00028-X

Manen, M. V. (2007). Phenomenology of practice. Phenomenology ve Practice. *Phenomenology* & *Practice*, 11-30. doi: 10.29173/pandpr19803

Marshall, S. E. (1997). *Splintered sisterhood: Gender and class in the campaign against woman suffrage.* ABD: University of Wisconsin Press.

Mascetti , M. D. (2000). *İçimizdeki Tanrıça: Kadınlığın mitolojisi.* İstanbul: Doğan Kitapçılık.

Miller, T. (2010). *Annelik duygusu: Mitler ve deneyimler.* İstanbul: İletişim Yayınları.

Mitchell, J. (1974). *Psychoanalysis and feminism.* London: Allentane.

Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods.* London: Sage Publications.

Negis, N., ve Tokmakçı, E. (2011). Çalışma yaşamında kadının tükenmişliği: Aile-İş-Sosyal yaşam açısından tükenmişlik. *Journal of Yasar University*, *24*(6), 4041-4070. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/179341

Noor, N. M. (2004). Work-family conflict, work-and family-role salience, and women's well-being. *The Journal of social psychology*, *144*(4), 389-406. doi: 10.3200/SOCP.144.4.389-406

Oakley, A. (1984). *Taking it like a woman.* New York: Random House.

Ogburn, W. (1964). *On culture and social change.* Chicago: The University of Chicago Press.

Özkanlı, Ö., Korkmaz, A. (2000). *Kadın akademisyenler.* Ankara: Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları.

Özkanli, Ö. (2007). The situation of academic women in Turkey. *Egitim ve Bilim*, *32*(144), 59. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/299023149_The_situation_of_academic_women_in_

Özkanlı, Ö., ve White, K. (2008). Leadership and strategic choices: Female professors in Australia and Turkey. *Journal of Higher Education Policy and Management*, *30*(1), 53-63. doi: 10.1080/13600800701745051

Öztürk, T. (2007). *Türkiye'de kadın çalışanların iş yaşamındaki yerinin analizi (Yüksek Lisans Tezi)*. Yaşar Üniversitesi.

Pameroy, S. (1995). *Goddesses, whores, wives, and slaves: Women in classical antiquity.* ABD: Schocken Books.

Razon, N. (1983). *Çalışan anne ve çocuk.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Yayınları.

Rich, A. (1976). *Of woman born: Motherhood as experience and ınstitution.* New York: W. W. Norton & Company.

Sancar, S., Acuner, S. ve Bora, A. (2006). Cinsiyet eşitsizliği bir kadın sorunu değil toplumun sorunudur. *UNDP-Kalkınma ve Demokratikleşme Projelerinde Cinsiyet Eşitliği Hedefinin Gözetilmesi Eğitimi 2005-2006*. İstanbul: UNDP.

Savran, G. A. (2002). Kadınların emeğini görünür kılmak: Marx'tan Delphy'e bir ufuk taraması. *Praksis*, 159-209. Erişim adresi: https://www.praksis.org/wp-content/uploads/2011/07/010-08.pdf

Tekeli, Ş. (2017). *Feminizmi düşünmek.* İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Tolay, E., ve Baysal, S. (2020). Kadın akademisyenlerde iş-aile çatışmasına neden olan faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, *22*(2), 793-821. doi: 10.16953/deusosbil.561014

Tong, R. ve Botts, T. F. (2018). *Feminist thought: A comprehensive introduction.* London: Routledge.

TUİK. (2023, Mart 06). İstatistiklerde Kadın: Erişim adresi: https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Kadin-2022-49668#:~:text=En%20d%C3%BC%C5%9F%C3%BCk%20kad%C4%B1n%20istihdam%20oran%C4%B1,%2C%20Bitlis%2C%20Hakkari)%20izledi

Uğurlu, N. S., Türkoğlu, B., Kuzlak, A. ve Gupta, A. (2018). Stereotypes of single and married women and men in Turkish culture. *Current Psychology*, *40*(1), 213-225. doi: 10.1007/s12144-018-9920-9

Uysal, İ. (2013). Akademisyenlerin genel öz-yeterlik inançları: AİBÜ Eğitim fakültesi örneği. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *3*(2), 144-151. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/200349

Wade, C. ve Tavris, C. (1994). The Longest War: Gender and Culture. W. J. Lonner, & R. Malpass (Dü) içinde, *Psychology and Culture* (s. 121-126). Boston: Allyn and Bacon.

West, C. ve Zimmerman, D. H. (1987). Doing gender. *Gender & Society*, *1*(2), 125-151. Erişim adresi: https://www.gla.ac.uk/0t4/crcees/files/summerschool/readings/WestZimmerman_1987_DoingGender.pdf

Wheelock, J. (1990). Capital restructuring and the domestic economy: Family self respect and the irrelevance of 'rational economic man'. *Capital and Class*, *14*(2), 103-141. doi: 10.1177/030981689004100105

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayınları.

Yılmaz, E., ve Özdemir, G. (2012). Türkiye'de kadın akademisyen ve araştırmacıların karşılaştıkları sorunlar ve tarıma bakış açıları. *Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, *9*(2), 50-56. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/178375

Extended Abstract

Purpose

The main problem of this study is to explain the daily life of female academicians in fulfilling their responsibilities, roles, and duties as a mother and academicians, which requires self-sacrificing work and constant preoccupation. In the social sciences literature, there are many studies within the framework of the sample of female academicians. However, it is thought that this study will make a new contribution to the literature, as it deals with sociological and psychological perspectives together, examines a relatively new university, includes perceptions about the province of Bitlis, and limits its sample to academics who have children.

Design and Methodology

In the parts of the study, the participants; The definition and limitations of motherhood and academics, the problems they experience within the framework of social perception, how life is planned at the point of the decision to have a child, how he shares his responsibilities and duties with family members, how he manages time in daily life, how he feels emotionally and how he copes with these emotions are mentioned. Living space and environment also affect identities and perceptions of these identities. At this point, this study also includes the experiences of female academics in the province of Bitlis.

This study, which is based on field research and uses qualitative research methods; is limited to female academics working at Bitlis Eren University and having children. The sample of the study consists of 8 women who work in different titles and fields at Bitlis Eren University and have children. Considering that their knowledge and experience may be different in the sample, participants from different titles and fields of expertise were preferred. For this reason, the sample of the study was determined by the purposeful sampling technique. Within the framework of the gender key concept, the literature was searched and after the research problem was determined in parallel with the steps of the phenomenological research process, the purpose, limitations, and conceptual framework of the research were created. With the voluntary consent of the participants, audio recordings were taken during the interviews and the data were deciphered by the researchers.

Findings

Motherhood with many conceptual definitions; In addition to a physiological process, it has many social, economic, political, and cultural dimensions. It is seen that motherhood, which is defined as "unlimited sacrifice" within the framework of the research data, is the primary identity according to academicians.
The concept that academic women emphasize the most about motherhood is love and self-sacrifice in parallel with social and cultural definitions.

At this point, all duties and responsibilities related to domestic and motherhood are defined as “good motherhood” on the basis of love and constitute the routine of women's daily life. Motherhood, which is loaded with emotional and spiritual meaning, is hierarchically above all identities and offers an important belonging at the point of self-realization.

It shows that the participants, who take on many responsibilities and duties in working life and family life, share these responsibilities and duties with the women's network consisting of family members, neighbors, friends, and paid employees.

Research Limitations

Since Bitlis Eren University has a young staff and is a relatively new university, the study was limited to female academics with children working in different disciplines at Bitlis Eren University. A purposeful sampling technique was used to explain the identity of the mother and the academician, as well as the women who assumed all responsibilities and duties, and the study was limited to the duration of the study.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

It is seen that sexist definitions, approaches, and practices are dominant in many public areas such as health, education, economy, and many private areas such as practical life practices. Solving problems on the basis of gender; first of all, with a critical inquiry, the behavior of the logic frameworks, and then this understanding, such as the equal distribution of work and domestic responsibilities, should be transformed into practices, and all political, political and economic sections should be consumed in this way. It should be noted that it is also important that the problem of women is carried out academically within the scope of different variables in different fields, with the awareness that the problem of women is dominant and reproduced in every moment of its historical, social spread, and planetary life. In addition, it is important to carry out the general gender analysis on the positive and negative wing analysis of women in working life.

Originality/Value

The collection of data with in-depth interviews of this study, in which the qualitative research method was adopted, is important in understanding the sociological and psychological processes of the subject. The effort to understand working women, especially academic women, adds originality to the work. In addition, with an interdisciplinary perspective, both sociological and psychological evaluation reveals the original value of the study. Another unique aspect of the study is that the problems experienced in the province of Bitlis in the Eastern Anatolia Region, within the framework of its advantages and disadvantages, and the differences and similarities of the problems experienced in metropolitan city centers become visible.

Araştırmacı Katkısı: Meryem MEMİŞ DOĞAN (%50), Kübra TEMİZ ARSLAN (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Turizm Araştırmalarında Nedensellik: Q1 Dergilerde Deneysel Tasarımın Kullanımına Yönelik Bir İnceleme [1]

Seda SÖKMEN [2] - Merve DOĞAN [3] - Eniser ATABAY [4]

Başvuru Tarihi: 21.01.2023 **Kabul Tarihi:** 14.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışmada, nedensel ilişkileri test etmede en güçlü nicel yöntem olarak kabul edilen deneysel tasarım konu edilmiştir. Deneysel tasarım yönteminin turizm araştırmalarındaki niceliksel ve niteliksel durumuna ilişkin bir anlayış geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda turizm alanında öncü olan ve Social Sciences Citation Index (SSCI)'de taranan dergilerde, deneysel tasarım yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiş 195 araştırma makalesi, yıl sınırlaması olmaksızın incelenmiştir. Makaleler dergiler, yazarlar, yıllar ve konular bağlamında R istatistik programı ile bilimsel haritalama ve raporlama yöntemleri analiz edilmiştir. Ayrıca makaleler deney türü, deney ortamı, tasarım türü, rassal atama, manipülasyon yöntemi ve manipülasyon kontrolü gibi temel deneysel tasarım öğeleri bağlamında da analiz edilmiştir. Bulgular, 2010 yılından itibaren deneysel araştırmalarda dikkat çekici bir artış olduğunu 2016 ve sonrasında ise deneysel tasarım yöntemi kullanımının zirveye ulaştığını ortaya koymuştur. International Journal of Contemporary Hospitality Management, International Journal of Hospitality Management, Journal of Travel Research ve Tourism Management dergilerinin en fazla deneysel tasarım araştırması yayımlayan dergiler olduğu tespit edilmiştir. Destinasyon imajı, tüketici davranışı, Covid-19, tatmin, reklam vb. anahtar kelimelerin deneysel araştırmalarda ön plana çıktığı; sağlık bilinci, iyi oluş, beslenme bilgisi gibi konuların ise niş konular olduğu dikkat çekmektedir. Deneylerin çoğunlukla gerçek deney ve denekler-arası olarak tasarlandığı, rassal atama şartının sağlandığı, saha deneylerinin azınlıkta olduğu ve manipülasyon kontrolüne önem verildiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Deneysel Tasarım, Nedensellik, Turizm Araştırmaları, Sistematik Literatür Taraması, Bilimsel Haritalama*

Atıf: Sökmen, S., Doğan, M. ve Atabay, E. (2023). Turizm araştırmalarında nedensellik: Q1 dergilerde deneysel tasarımın kullanımına yönelik bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 657-684.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, **sedasokmen@anadolu.edu.tr**, ORCID: 0000-0003-3793-9145

[3] Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, **mrvdgn26@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-0695-4177

[4] Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları Meslek Yüksekokulu Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, **eniseratabay@akdeniz.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-8481-1086

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Causation in Tourism Research: A Review of the Use of Experimental Design in Q1 Journals

Seda SÖKMEN [5] - Merve DOĞAN [6] - Eniser ATABAY [7]

Submitted by: 21.01.2023 **Accepted by:** 14.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

In this study, it is aimed to develop an understanding of both quantitative and qualitative status of experimental design in tourism research, which is known as the most powerful quantitative method in testing causal relationship. Accordingly, 195 research articles which were published in the pioneer journals (Social Science Citation Index, Q1) of the field of tourism are reviewed without publication year limitation. The articles were analysed in the context of journals, authors, years, and topics using R statistical software and scientific mapping and reporting techniques. Moreover, articles are examined in terms of basic elements of experimental design such as, type, environment, random assignment, manipulation method and manipulation control. According to findings, there has been a remarkable increase in experimental research since 2010 and reaches the peak after 2016. Also, International Journal of Contemporary Hospitality Management, International Journal of Hospitality Management, Journal of Travel Research and Tourism Management are published experimental articles more frequently. Whereas destination image, consumer behaviour, Covid-19, satisfaction etc. are the most prevalent keywords in the articles; well-being, health consciousness, food knowledge etc. are niche topics. In terms of design elements, true experiments, between subjects studies are more frequent and manipulations are checked highly. However, field experiments are rare.

Keywords: *Experimental Design, Causality, Tourism Researches, Systematic Literature Review, Science Mapping*

[5] Anadolu University, Faculty of Tourism, Department of Tourism Management, **sedasokmen@anadolu.edu.tr**, ORCID: 0000-0003-3793-9145
[6] Bilecik Şeyh Edebali University, Faculty of Applied Sciences, Department of Tourism Management, **mrvdgn26@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-0695-4177
[7] Akdeniz University, Göynük Cuisine Arts Vocational School, Department of Hotel, Restaurant and Catering, **eniseratabay@akdeniz.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-8481-1086

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Araştırmaların temel amacı, içinde bulundukları alanın bilimsel bilgi birikimine katkı sağlamaktır. Bu nedenle sosyal bilim araştırmacıları nitel, nicel ya da karma yöntemler vasıtasıyla yapılar/değişkenler arasındaki ilişkileri betimlemeye, anlamaya ve açıklamaya çalışırlar. Sosyal bilimlerin her alanında olduğu gibi turizm alanında da ihtiyaca ya da trendlere göre belirli araştırma yaklaşımları ve yöntemleri, belirli dönemlerde baskın hale gelir (Nunkoo, Thelwall, Ladsawut ve Goolaup, 2020). Örneğin erken dönem turizm çalışmalarının, ekonomi alanından beslenmesi ve araştırmacıların daha "bilimsel" görünmeyi arzulaması nedeniyle, turizm çalışmalarının pek çoğunda pozitivizmin baskın paradigma haline geldiği, bunun bir sonucu olarak da nicel yöntemlerin daha çok benimsendiği görülür (Echtner ve Jamal, 1997; Riley ve Love, 2000). Nitekim turizm araştırmalarının literatürdeki gelişimi incelendiğinde, yaygın olarak nicel yöntemlerin kullanıldığı anlaşılır (Dann, Nash ve Pearce,1988; Dann ve Phillips, 2001; Faulkner ve Goeldner, 1998; Nunkoo ve diğerleri, 2020; Tribe ve Airey, 2007). Bilimsel bilgi birikiminin gelişimi için nedenselliğe dayalı araştırma sonuçları ortaya koymak kritik öneme sahiptir. Bu kapsamda deneysel araştırmaların teorilere katkı sağlamak ve uygulayıcılara faydalı önerilerde bulunmak adına turizm alanına sunduğu katkı göz ardı edilemez (Viglia ve Dolnicar, 2020).

Sosyal bilimlerdeki pek çok alanda uzun yıllardır yaygın olarak kullanılan deneysel araştırma desenlerine turizm araştırmalarında daha az başvurulmaktadır. Deneysel tasarım, dışsal etkileri en aza indirmedeki gücünden dolayı psikoloji, sosyal psikoloji, eğitim, davranışsal ekonomi, pazarlama gibi alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Oh, Kim ve Shin, 2004; Sığırcı, 2023). Turizm alanında ise nicel yaklaşımla gerçekleştirilen bilimsel çalışmalarda, tarama yöntemlerinin hâkim olduğu ve deneysel tasarımın niş olarak kaldığı anlaşılmaktadır (Dolnicar ve Ring, 2014; Line ve Runyan, 2012). Deneysel yöntemlerin turizm alanında kullanım oranları düşük olsa da aslında kökleri 1990'lı yıllara dayanmaktadır (Baloglu ve Assante, 1999; Fong, Law, Tang ve Yap, 2016; Morley, 1994; Yoo, Lee ve Bai, 2011). Deney, en genel ifade ile bir bağımsız değişkenin, başka bir bağımlı değişken üzerindeki nedensel etkisini belirleme amacı taşır. Dolayısıyla deneysel tasarım, sosyal bilimlerdeki nedensel ilişkileri incelemeye yönelik kullanılır (Büyüköztürk, 2016; Doğan, 2019). Deneyler neden sonuç ilişkilerine güçlü kanıtlar sağlarlar. Bunun yanı sıra tarama araştırmalarındaki rassallığın sağlanamaması, kesitsel veri elde edilmesi ve sonuçların yalnızca katılımcıların beyanlarına dayalı olarak sunulması gibi kısıtlılıkların da üstesinden gelirler (Viglia ve Dolnicar, 2020). Deneysel tasarım, araştırmacılara araştırmalarının bağlamı dışında kalan diğer değişkenlerin dışsal etkilerini bertaraf etmeyi ya da bu etkileri en aza indirmeyi zorunlu kılar. Bu yönüyle teori testinde ve farklı ortamlardaki değişkenler arası ilişkileri karşılaştırmada oldukça kullanışlıdır. Dolayısıyla deneysel tasarımın teorik ve uygulamaya yönelik çıkarımlar sağlamada ideal bir yöntem olduğunu söylemek mümkündür (Fong, Gursoy ve Sigala, 2020).

Turizm alanındaki ulusal ve uluslararası araştırmalarda, deneysel tasarımın diğer araştırma yöntemlerine göre daha az tercih ediliyor olması, alanyazında çok sayıda araştırmacının dikkatini çekmiştir. Söz konusu araştırmacıların, nedenselliği ortaya koyan çalışmaların zenginleşmesi için turizm akademisyenlerini daha fazla deneysel yöntem kullanmaya teşvik ettiği görülmektedir (Dolnicar ve Ring, 2014; Fong ve diğerleri, 2016; Fong ve diğerleri, 2020; Lynn ve Lynn, 2003; Mattila, 2004; Sökmen ve Doğan, 2021; Sun, Law ve Zhang, 2020; Viglia ve Dolnicar, 2020). Buna rağmen deneysel araştırma eğilimini belirlemede, kapsam bakımından eksik oldukları düşünülmektedir. Araştırma eğilimlerini tespit etmede sıklıkla kullanılan derleme (review) çalışmaları, araştırmaların kaydettiği ilerlemeleri ve mevcut tutarsızlıkları belirleyen ve belirli bir bilimsel disiplinde birikmiş bilginin en güncel görüntüsünü sunan akademik araştırma uygulamalarıdır. Ele alınan bir konunun ilerleyişine dair ayrıntılı analizler ve gelecekteki gelişimine ilişkin öngörüler sunması bakımından da oldukça önemlidir (Palmatier, Houston ve Hulland, 2018).

Sun ve arkadaşlarının (2020) Social Sciences Citation Index'de (SSCI) taranan 20 dergide yayımlanan toplam 91 deneysel tasarım makalesini incelediği çalışma, deneysel tasarım yönteminin turizm alanındaki kullanımıyla ilgili en güncel derlemedir. Yazarlar çalışmalarında, deneysel araştırmaların gelişimini ortaya koymak için

yazar sayısı, araştırma konusu, teorik temel, örneklem, örneklem boyutu, manipülasyon kontrolü, yöntem, deney türü, veri analizi gibi bir dizi kriter belirlemiş ve deneysel çalışmaları bu çerçevede incelemişlerdir. Ayrıca bu deneysel çalışmaların bölgelere ve yıllara göre dağılımını da söz konusu incelemeye dahil etmişlerdir. Ancak 2010-2019 yılları arasındaki makaleleri dikkate aldıkları için Sun ve arkadaşlarının (2020) çalışması, kapsayıcılık bakımından yetersizdir. Yazarlar, gelecek çalışmalar ile ilgili olarak deneysel araştırmalara odaklanmayı bir gereklilik olarak sunmuşlardır. Mevcut çalışmada da bu vurguya paralel olarak yıl sınırlaması olmaksızın şu ana kadar SSCI'nın ilk çeyreğinde (Q1) yer alan 12 dergide yayınlanmış toplam 195 makale incelenmektedir. Bu kapsamda bilimsel haritalama ve derleme teknikleri ile kavramsal ve sosyal yönelimler, alana katkı sunan yazarlara ait farklı metrik değerler irdelenmektedir. Ayrıca iki yüze yakın makalenin deneysel tasarım ögelerini içerip içermediğini anlamak için geniş bir değerlendirme tablosu da sunulmaktadır. Bu bağlamda daha kapsamlı ve güncel deneysel tasarım çalışmalarına ulaşıldığı, böylece bir önceki çalışmanın bulgularının güçlendirildiği düşünülmektedir.

Bu araştırmanın amacı, turizm alanının öncü dergilerinde yayınlanan makalelerin analizi ile deneysel tasarım yönteminin turizmdeki kullanım durumunu ortaya koymaktır. Bu amaçla kullanılan sistematik tarama ve bilimsel haritalama analizleri ile deneysel tasarımın hangi araştırmacılar tarafından, hangi yıllarda, hangi konular bağlamında kullanıldığına; içerik analizi ile de bu çalışmaların temel tasarım öğelerini taşıyıp taşımadığına bakılmıştır. Araştırma kapsamında ilk olarak kavramsal çerçeve sunulmuş nedensellik ve nedenselliğin araştırmalardaki önemine, deneysel tasarımla ilgili metodolojik bilgilere ve turizm alanyazınında deneysel tasarımın gösterdiği gelişime yer verilmiştir. Ardından yöntem kısmında veri toplam süreci ve veri analizi için bahsi geçen sistematik tarama, bilimsel haritalama ve içerik analizlerinin tercih edilme amaçları açıklanmıştır. Son olarak elde edilen bulgular doğrultusunda turizm alanındaki deneylere yönelik yapılan çıkarımlar ve öneriler ile bir sonuca varılmıştır.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal bilimlerde keşfetme ya da test etme yoluyla üretilen bilgiye, olay ve olguları tanımlayabilmek, açıklayabilmek ve onlarla ilgili öngörülerde bulunabilmek için ihtiyaç vardır (Christensen, Johnson ve Turner, 2015; Hair, Black, Babin ve Anderson, 2014). Birinci, ikinci ve üçüncü dereceden olmak üzere bilginin üç çeşidi bulunmaktadır. Birinci dereceden bilgi, yapıların tanımlanması ve adlandırılması ile elde edilirken yapılar arasındaki ilişkiler hakkında herhangi bir bilgi sağlamaz. İkinci dereceden bilgi, yapılar arasındaki ilişkisel anlamlara açıklık getirir. Üçüncü dereceden bilgi ise sebep-sonuç ilişkilerini ortaya çıkaran nedensel ilişkileri açıklar (Rossiter, 2001; 2002). Söz konusu bilgi çeşitleri bilgi üretme sürecinin çıktılarıdır. Bilgi üretme sürecinde araştırma sorusu ve/veya araştırma amacı rehberliğinde, belirli bir araştırma yaklaşımı benimsenir. Araştırma yaklaşımları bilindiği üzere nitel, nicel ya da karma olarak sınıflandırılır. Nicel ve karma araştırma yaklaşımları kapsamında, değişkenler arasındaki ilişkiler test edilir. Yalnızca ilişkisellik test ediliyorsa iki veya daha fazla değişkenin hem birbirleriyle olan ilişkilerini belirlemek hem de ilgili değişkenlerin birlikte ne yöne hareket ettiğini ortaya koymak amaçlanır. Ancak nedenselliğin test edilmesi hedefleniyorsa, bağımlı değişkeni etkileyen bir ya da birden fazla bağımsız değişkenin, neden-sonuç ilişkisi bağlamında ele alınması gerekir (Büyüköztürk, 2016; Creswell, 2014; Punch, 2011).

İlişkisellik ve nedensellik arasındaki fark, turistlerin memnuniyet, sadakat ve tekrar ziyaret etme niyetleri arasındaki ilişkiyi test edecek bir araştırma tasarımı üzerinden örneklendirilebilir. Turizm alanında, bu araştırmayı tek seferlik kesitsel bir tarama çalışması şeklinde tasarlama eğilimi vardır. Oysa böyle bir tasarım, "daha memnun olan turistler, aynı zamanda destinasyona daha sadıktırlar" gibi yalnızca yapılar arasındaki ilişkiler hakkında sonuçlara varılmasını sağlayacaktır. Nitekim bu yordamalar, yukarıda sözü edilen ikinci dereceden bilgiyi temsil ederler. İlişkileri tanımlar ancak açıklayamazlar. Bir diğer ifadeyle turist memnuniyetinin sadakate mi yoksa sadakatin yeniden ziyaret niyetine mi neden olduğu, belirsizliğini korur

(Dolnicar, Coltman ve Sharma, 2015; Viglia ve Dolnicar, 2020). Üçüncü dereceden bilgi devreye girdiğinde ise bu araştırmayı ileriye taşımak ve hem teoriye hem de uygulamaya dönük daha güvenilir tavsiyelerde bulunmak mümkün hale gelir (Leung ve Law, 2007).

Bir araştırmada nedenselliğin gereklerini yerine getirebilmek için sebebin sonuçtan önce gerçekleşmesi, sebeple sonuç arasında bir ilişkinin olması ve alternatif açıklamaların ortadan kaldırılmış olması ön koşuldur (Shadish, Cook ve Champbell, 2002). Bir diğer ifadeyle A ile B arasında bir nedensellikten bahsediliyorsa, A ve B kaçınılmaz olarak ilişkili olmalı, A zamansal olarak B'den önce gerçekleşmeli ve B'deki değişim sadece A'daki değişimden kaynaklanmalıdır. Söz konusu ön koşullar sağlanmazsa, iyi bir deneysel tasarım yapılamaz ve dolayısıyla bu tasarım uygulanamaz. Deneysel tasarım, araştırmacılara ele aldıkları ilişkileri etkileyen değişkenleri kontrol edebilme imkânı sağlar. Deneysel tasarımı kullanan bir araştırmacı, A ve B dışındaki her şeyi sabit tutarak A'daki herhangi bir değişikliğin B'deki değişime neden olduğunu iddia edebilir. Bu nedenle deneysel tasarım, nicel desenler içinde nedenselliği en güçlü şekilde ortaya koyan yöntemdir (Neuman, 2016; Nunkoo, 2018; Veal, 2018).

Deneylerin iyi tasarlanması ve yürütülmesi, elde edilen araştırma sonuçlarının geçerlik ve güvenilirliği açısından önemlidir. Bu nedenle deneysel araştırmaların temel özellikleri iyi bilinmelidir. Bahsedilen özellikler; en az iki katılımcı grubunun olması ve denklerin gruplara rassal olarak atanması, bağımsız değişkenlerin manipüle edilmesi ve deneysel işlem sonucunda meydana gelen değişimin ölçülmesidir (Chambliss ve Schutt, 2018; Creswell, 2014; Fraenkel ve Wallen, 2006; Viglia ve Dolnicar, 2020). Deneyler genellikle gerçek deney (true experiment) ve yarı-deneysel (quasi experiment) olmak üzere iki türde karşımıza çıkmaktadır. Her iki türde de en az bir deney ve bir kontrol grubu olmakla birlikte katılımcıların gruplara atanmasında farklılıklar bulunmaktadır (Lynn ve Lynn, 2003). Buna göre, gerçek deney katılımcıların deney ve kontrol gruplarına rassal biçimde atandığı deney türü olarak tanımlanmaktadır (Doğan, 2019). Gerçek deneyin aksine, yarı-deneysel araştırmalarda katılımcıların gruplara atanmasında rassallık söz konusu değildir. Bu sebeple literatürde yarı-deneysel araştırmaların düşük içsel geçerliliğini sorgulayan eleştiriler mevcuttur (Fong ve diğerleri, 2016). Ayrıca yarı-deneysel araştırmalar rassal atama içermediğinden bu tür tasarım kapsamında bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki nedensellik ilişkisi sıkı (rigor) şekilde ortaya konulamayacağına yönünde görüşler de bulunmaktadır (Doğan, 2019). Yarı-deneysel araştırmalar rastgele atamanın daha zor olduğu saha deneylerinde dolayısıyla saha araştırmalarının (otel, destinasyon vb.) oldukça önemli olduğu uygulamaya yönelik bir alan olan turizm araştırmalarında sıklıkla tercih edilmektedir (Viglia ve Dolnicar, 2020). Öte yandan, bu türde katılımcılar bir deneyin parçası olduklarının farkında olmadıklarından ve deneyler genellikle sahada, doğal ortamda gerçekleştirildiğinden yarı-deneysel araştırmaların dışsal geçerlilik bakımından avantajlı olduğu bilinmektedir (Doğan, 2019).

Deney koşulları, deney çeşitlerinde belirleyici unsurdur. Deneyler denekler-arası, denekler-içi ve karma tasarım olmak üzere üç şekilde uygulanabilir. Denekler-arası deneysel tasarım, deneyin katılımcılarının rassal şekilde deney koşullarına atandığı tasarımdır. Bu tür tasarımda her bir katılımcı deney manipülasyonlarından birine maruz kalmakta yada kontrol koşuluna atandıysa hiçbir manipülasyona maruz kalmamaktadır. Denekler-arası deneysel tasarımda manipülasyon içeren en az bir deney koşulu yer almaktadır. Kontrol koşulu ve deney koşulu olmak üzere toplam iki koşul içerebildiği gibi daha fazla sayıda koşulu da içerebilen denekler-arası deneysel tasarımda kontrol koşuluna atanan katılımcılar hiçbir manipülasyona maruz kalmaz iken deney koşuluna atananlar ise bağımsız değişkenlerde değişim oluşturabilmek amacıyla uygulanan manipülasyona maruz kalmaktadırlar (Doğan, 2019). Bu tür tasarım kapsamında sağlanacak olan nedensellik çıkarımının içsel geçerliliği için, karşılaştırılan koşulların ne düzeyde eş olduğu oldukça önemlidir. Çünkü koşullar arasındaki manipülasyon harici farklılıklar nedensellik çıkarımını zayıflatabilmektedir. Bu tehdidi ortadan kaldırabilecek en etkin tasarım ise denekler-içi deneysel tasarımdır. Denekler-içi deneysel tasarımda her bir katılımcı aslında kendisinin kontrol koşulu ve deney koşulu konumundadır. Bu bir anlamda her deneğin hem kontrol koşulunu

hem de deney koşulunu deneyimlediği anlamına gelmektedir. Dolayısıyla katılımcıların hepsi süreçteki tüm manipülasyonlara maruz kalmaktadır (Morley, 2012, s.118; Shadish ve diğerleri, 2002) Diğer bir deyişle, katılımcılar farklı koşullara rassal olarak atanmamakta ve deney sürecini farklı deneyimlememektedirler. Bu yüzden denekler-içi deneysel tasarımda rassal atama gerekmemektedir. Özetle, denekler-arası deneysel tasarımda farklı koşullara atanmış olan katılımcılar arasındaki fark test edilirken denekler-içi deneysel tasarımda ise aynı katılımcının iki farklı ölçümü arasındaki fark test edilmektedir (Doğan, 2019). Bir diğer deneysel tasarım türü olan karma tasarımda ise hem denekler-arası hem de denekler-içi tasarım bir arada kullanılmaktadır.

Deneylerde, bağımsız değişkendeki etkiyi ortaya koyabilmek için manipülasyona başvurulur. Bağımsız değişkenlerin manipülasyonu, deneyleri diğer araştırma yöntemlerinden ayırır ve böylece araştırmacılara değişkenlerin veya olayların nedensel zinciri hakkında güçlü çıkarımlarda bulunma fırsatı verir (Kirk, 2012). Manipülasyon kontrolü, bağımsız değişkenden beklenen etkinin gerçekten manipülasyondan kaynaklanıp kaynaklanmadığını garanti eder. Dolayısıyla, bağımsız değişken(ler)e ilişkin yapı geçerliliğini ortaya koymada kritik öneme sahiptir (Büyüköztürk, Kılıç-Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2014; Viglia ve Dolnicar, 2020). Eğer manipülasyon kontrolü başarısız olursa farklı bir manipülasyon denemek ya da manipülasyonu güçlendirmek gerekir. Bu nedenle, araştırmacıların asıl deneyi gerçekleştirmeden önce bir pilot çalışma ile çeşitli katılımcılar üzerinde manipülasyonu test etmeleri tavsiye edilir. Böylece büyük ölçekli deneyler için kaynak yatırımı yapmadan, gerekli düzenlemeler tespit edilip uygulanabilir (Myers ve Hansen, 2012). Manipülasyon aracı olarak en genel ifadeyle yazılı, görsel ya da işitsel araçlara başvurulabilir. Öyle ki bunlardan birkaçının bir arada kullanıldığı deneysel araştırmalara da rastlamak olasıdır. Deney kapsamında, katılımcıların verilen senaryoya göre bazı görevleri yerine getirmesi ya da yeni bir role girmesi beklenebilir. Geçmiş deneyimlerini hatırlamaları ya da yeni bir deneyim yaşamaları sağlanabilir (Ruble, 2017).

Deneysel tasarımı diğer araştırma tasarımlarından ayıran bir diğer temel özellik, rassal atamadır (Gonzalez, 2009; Doğan, 2019; Shadish ve diğerleri 2002). Rassal atama, katılımcıların deney koşullarından herhangi birine seçilme olasılıklarının eşit olması diğer bir ifadeyle katılımcıların deney koşullarına şansa dayalı atanması anlamına gelmektedir. Rassal atama sayesinde her bir katılımcının herhangi bir koşula atanma olasılığı eşit olup rassal atama neticesinde birçok açıdan eş grupların oluşması beklenmektedir. Böylece rassal atamanın mükemmel etkinlikle gerçekleştirildiği durumda, kontrol grubu ve deney grubuna atananlar birbirine birçok açıdan eş gruplar olacaktır. Aksi takdirde, bağımlı değişkendeki değişimin alternatif açıklamalardan kaynaklanabildiği şüphesi oluşabileceğinden bağımsız değişkenin bağımlı değişkenin nedeni veya öncülü olduğu çıkarımı risk altına girebilmektedir (Büyüköztürk, 2016; Doğan, 2019). Rassal atamanın temel amacı, deney koşulları arasında oluşturulan kasıtlı farklılık haricindeki diğer olası sistematik farklılık/hata unsurlarını ortadan kaldırmaktır (Field ve Hole, 2003). Rassal atama ile deney koşulları arasında oluşturulan kasıtlı farklılıklar dışındaki alternatif farklılıkları ortadan kaldırmak mümkün hale gelir (Keppel ve Wickens, 2004). Rassal atamanın varlığında, iki koşul arasında yapılacak karşılaştırmanın sonucunda elde edilecek olası farkın tek sebebi, deney grubuna uygulanan manipülasyon olacaktır. Diğer bir ifadeyle, deney koşuluna atananlar ile kontrol grubuna atananlar arasındaki tek fark manipülasyon olduğu için iki koşul arasındaki ölçüm farkının tek nedeninin manipülasyon, yani bağımsız değişken/değişkenlerdeki değişim olduğu görülecektir (Doğan, 2019).

Deneyler genellikle saha ve laboratuvar ortamlarında gerçekleştirilir. Günümüzde bunlara ek olarak çevrimiçi ortamların da sıklıkla tercih edildiği görülür. Bu ortamların her birinin belirli avantajları ve dezavantajları vardır (Viglia ve Dolnicar, 2020). Araştırma tasarımında deney ortamı belirlenirken, içsel geçerlilik ve dışsal geçerlilik konuları dikkate alınmalıdır. İçsel geçerlilik, bağımsız değişken üzerindeki etkilerin gerçekten manipülasyondan kaynaklı olup olmadığıyla ilgiliyken dışsal geçerlilik nedensel etkilerin genellenebilirliğiyle ilgilidir (Fong ve diğerleri, 2016; Shadish ve diğerleri, 2002). Laboratuvar ortamındaki deneylerde,

araştırmacılar dışsal etkileri büyük ölçüde kontrol edebilme imkanına sahiptir. Dolayısıyla laboratuvar deneylerinin bu avantajı, içsel geçerliliği sağlayabilmek ve nedensel etkileri belirleyebilmek bakımından kritiktir (Lynn ve Lynn, 2003). Öte yandan, bağlamsal gerçekliğin düşük düzeyde oluşu sebebiyle dışsal geçerlilik açısından zayıftır (Dahlstrom, Nygaard ve Crosno, 2008). Saha deneyinde ise manipülasyon doğal ortamda yapıldığından dışsal etikleri kontrol etmek zorlaşmakta ve içsel geçerlilik tehlikeye girmektedir. Dışsal geçerlilik ise yüksektir (Myers ve Hansen, 2012).

Deneysel tasarımın temel öğeleri, yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı üzere; deney türü, deney tasarımının türü, manipülayon kontrolü, manipülayon aracı, rassal atama ve deney ortamıdır. Bu tasarım öğelerine, turizm alanında gerçekleştirilen deneysel araştırmalarda da yer verilmelidir. Turizm alanında deneysel tasarım yöntemine dikkat çeken, bu yöntemi araştırmalarında kullanmaları için araştırmacılara çağrıda bulunan çok sayıda çalışma vardır (Dolnicar ve Ring, 2014; Larsen, 2007; Levy, Getz ve Hudson, 2011; Lynn ve Lynn, 2003; Mattila, 2004; Namasivayam, 2004; Oh ve diğerleri, 2004; Tasci, Gartner ve Cavusgil, 2007). Ancak deneysel tasarım kullanımına ilişkin ilk derleme çalışması, Fong ve arkadaşları (2016) tarafından gerçekleştirilmiştir. Söz konusu çalışma kapsamında, Hospitality and Tourism Complete Database (EBSCO) adlı indekste taranan, 2014 yılına kadar yayınlanmış toplam 28 dergideki 161 makale üzerinde inceleme yapılmıştır. Konaklama ve turizm olarak ikiye ayrılan dergilerde deneysel tasarım kullanımının 2004-2014 yılları arasında özellikle konaklama yayınlarında önemli ölçüde arttığı bulunmuştur. Ardından Sun ve arkadaşları (2020), Science Direct, Scopus ve Web of Science olmak üzere üç büyük veritabanını kullanarak bir derleme çalışması daha gerçekleştirmiştir. Bir öncekinin güncellenmiş versiyonu gibi düşünülebilecek bu çalışmada, 2010-2019 yılları arasında yayınlanan 91 deneysel çalışma derlenmiştir. Deneysel tasarım yöntemini kullanan bu makalelerin, sayı olarak 2015'te zirveye ulaştığı tespit edilmiştir.

Söz konusu bu iki derleme çalışması, deneysel tasarımın turizmde kullanımıyla ilgili uluslararası alanyazında iki önemli gelişmeyi tetiklemiştir. İlk gelişme, Annals of Tourism Research adlı derginin toplam 15 küratörlü koleksiyonunun ikisini, deneysel tasarıma ayırmasıdır. Bunlar Giampaolo Viglia küratörlüğünde oluşturulan "Experimental Research in Tourism and Hospitality" adlı koleksiyon ve Astrid Kemperman küratörlüğünde oluşturulan "Discrete Choice Experiments in Tourism" adlı koleksiyondur (Kemperman, 2021). Bu iki koleksiyon, güncel deneysel turizm araştırmaları üzerinden bu tür çalışmaların değerini vurgulayarak araştırmacılar tarafından daha fazla benimsenmesini teşvik etmektedir. İkinci gelişme ise turizmde yaşanan sorunları çözmede deneylere başvurmayı teşvik eden Asia Pacific Journal of Tourism Research adlı derginin "Experimental Research in Tourism" başlıklı özel sayısıdır (Fong ve diğerleri, 2020). Deneysel tasarım yönteminin öne çıkarıldığı bu derleme çalışmaları, küratörlü koleksiyonlar ve özel sayı, araştırmacıların turizm alanındaki deneysel araştırma eğilimlerini gözden geçirmeleri ve gelecekteki araştırmalar için bir yön tayin etmeleri gerektiğine işaret etmektedir.

Bu araştırma, turizm alanındaki öncü dergilerde yayınlanan makaleler üzerinden deneysel tasarım yönteminin kullanımını analiz etmeyi amaçlar. Böylece şu soruları cevaplamaya çalışarak turizm alanındaki deneysel araştırmaların hem niceliksel hem de niteliksel durumuna ilişkin bir anlayış geliştirilmesi hedefler:

- Turizm araştırmacıları, hangi yıllarda deneysel tasarım yöntemini daha sık kullanmıştır?
- Deneysel tasarım yönteminin kullanıldığı bu çalışmalarda bağlam nedir?
- Analiz birimini oluşturan söz konusu çalışmalar, temel tasarım öğelerini ne derece içermektedir?

Yöntem

Araştırma amaçlarına ulaşabilmek için akademik alanın en temel iletişim kanalı olan dergilere başvurulmuştur. Bu çalışmada, ikincil kaynaklar incelendiği için etik kurul onayı alınmamıştır. Belirli periyotlarda akademik dergilerdeki kavramsal, teorik, metodolojik eğilimleri sistematik biçimde incelemek, alandaki değişim ve gelişimleri ortaya koymak, gelecekteki araştırmalara yön vermek açısından oldukça değerlidir (Xiao ve Smith,

2006a, 2006b). Bu kapsamda araştırma, dünyanın en güvenilir ve yayıncıdan bağımsız küresel atıf veritabanı olan Web of Science (WoS)'daki dergiler üzerinden yürütülmüştür. Science Citation Index Expanded (SCIE), Social Sciences Citation Index (SSCI) ve Arts ve Humanities Citation Index (AHCI) olmak üzere üç atıf indeksinden oluşan bu veritabanında, SSCI'de taranan ve ilk çeyreklikte (Quartile 1 - Q1) yer alan makaleler derlenmiştir. Turizm araştırmacılarının SSCI listesindeki dergileri, derleme çalışmalarında kalite göstergesi olarak kullandıkları bilinse de (Wong, Koseoglu ve Kim, 2021) daha da ileri bir elemeye gidilerek yalnızca Q1 sınıfındakiler araştırmaya dahil edilmiştir. Hakem değerlendirme sürecinin profesyonel şekilde işlemesi, bilimsel etki ve yayın saygınlığı anlamındaki değerlerinin diğer dergilere göre daha fazla olması bu kararda etkili olmuştur (Clarivate, 2022).

Çalışmanın yönteminde, sistematik tarama ve bilimsel haritalama kullanılmıştır. Bu yöntemle belirli bir konunun gelişim aşamalarını tespit etmek (Dereli, Baykasoglu, Altun, Durmusoglu ve Türksen, 2011) mümkündür. Üstelik belirli bir zaman aralığında alanyazındaki yayınlara, yazarlara ve kavramlara yönelik nitel verilerin yanı sıra, nicel analiz ve istatistiklerden faydalanmak da olasıdır (Saab ve diğerleri, 2019). Bu nedenle sistematik tarama ve bilimsel haritalama, bu araştırmanın amaçlarına hizmet etmektedir. R istatistik programında bibliometrix paketinin (Aria ve Cuccurullo, 2017) işe koşulduğu çalışmada, raporlaştırma ve görselleştirmeler için paketin betiksiz kullanımına fırsat veren shiny arayüzü tercih edilmiştir. Aşağıda yer alan dahil etme ve hariç tutma kriterleri vasıtasıyla deneysel araştırma makalelerine erişilmiştir:

- Web of Science veritabanında yayınlanması
- İngilizce dilinde yayınlanması
- Makale formatında yayınlanması
- Anahtar kelime, başlık ya da özet içerisinde deneysel araştırma kavramının geçmesi
- "Hospitality Leisure Sport Tourism" kategorisinde listelenmesi
- SSCI Turizm dergilerinde yer alması

WoS veritabanında yıl kısıtlaması olmaksızın yapılan aramada, aşağıdaki parametreler kullanılmış ve Tablo 1'de yer alan dergiler tespit edilmiştir:

(ALL=("EXPERIMENT* DESIGN")) AND (DT==("ARTICLE") AND TASCA==("HOSPITALITY LEISURE SPORT TOURISM") AND LA==("ENGLISH"))

Böylece 15 Eylül 2022 tarihinde yapılan arama sonucunda "experimental design – deneysel tasarım" sözcük öbeğinin geçtiği 12 turizm dergisine ve bu dergilerde yayınlanmış toplam 199 makaleye erişilmiştir. Ancak detaylı okumalardan sonra bu makalelerden dördünde deneysel tasarım yöntemi kullanılmadığı tespit edildiğinden elenmesine karar verilmiştir. Böylece nihai veri setindeki makale sayısı 195 olmuştur. Veriler öncelikli olarak betimsel analizlerle raporlaştırılmış ve deneysel tasarım yönteminin kullanımına ilişkin genel bir fotoğraf sunulması amaçlanmıştır. Ardından kavramsal yapıya yönelik ilişkisel ve tematik incelemeler yapılmıştır. Kavramsal yapıya ilişkin olarak deneysel tasarımın temel unsurları belirlenmiş ve araştırma kapsamında incelenen makalelerin içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Nitekim temaları veya örüntüleri, kodlama ve tanımlamaya yönelik sistematik sınıflandırma süreci aracılığıyla metin verilerinin içeriğinin yorumlanması (Hsieh ve Shannon, 2005) şeklinde ifade edilen içerik analizi, önceki derleme çalışmalarında da sıklıkla kullanılmıştır (Law, Leung, Au ve Lee, 2012; Morosan, Bowen ve Atwood, 2014; Xin, Tribe ve Chambers, 2013). Deneysel tasarımın temel öğeleri, alanyazına dayalı olarak (Fong ve diğerleri, 2016; Sun ve diğerleri, 2020; Viglia ve Dolnicar, 2020) şu şekilde belirlenmiştir: deneyin türü, deney tasarımının türü, rassal atama, manipülasyon kontrolü, manipülasyon aracı ve deney ortamı (bkz. Tablo 4).

Bulgular ve Tartışma

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular, betimsel ve kavramsal yapıya yönelik bulgular olmak üzere iki başlık altında sunulmaktadır:

Betimsel Bulgular

Araştırma kapsamında yıl sınırlaması olmadan yapılan taramada, Tablo 1'de de görüldüğü gibi 1994 ve 2023 yılları arasında toplam 195 adet deneysel tasarım makalesine ulaşılmıştır.

Tablo 1
Q1 Turizm Dergilerinde Deneysel Tasarım Kullanılan Makale Sayısı

	Derginin Adı	Veritabanı	Etki Faktörü (2021)	Yayına Başladığı Yıl	WoS'da Taranmaya Başladığı Yıl	WoS'da Taranan Makale Sayısı	Deneysel Tasarım Kullanan Makale Sayısı
1	Annals of Tourism Research	Science Direct	12.853	1973	1982	2.268	7
2	International Journal of Contemporary Hospitality Management	Emerald Insight	9.321	1989	2009	1.668	43
3	International Journal of Hospitality Management	Science Direct	10.427	1982	2008	2.273	46
4	Journal of Hospitality and Tourism Management	Science Direct	7.629	1994*	2016	732	13
5	Journal of Hospitality Marketing & Management	Taylor & Francis	9.821	1992	2015	331	13
6	Journal of Sustainable Tourism	Taylor & Francis	9.470	1993	2008	1.337	6
7	Journal of Travel & Tourism Marketing	Taylor & Francis	8.178	1992	2008	904	14
8	Journal of Travel Research	Sage Journals	8.933	1961**	2008	1.064	20
9	Qualitative Research in Sport Exercise and Health	Taylor & Francis	7.591	2009	2018	271	-
10	Tourism Geographies	Taylor & Francis	11.355	1999	2007	618	-
11	Journal of Sport and Health Science	Science Direct	13.077	2012	2012	410	1
12	Tourism Management Perspectives	Science Direct	7.608	2012	2015	732	6
13	Tourism Management	Science Direct	12.879	1980***	1994	3.373	20
14	Tourism Review (The Tourist Review)	Emerald Insight	7.689	1946	2016	350	6
Toplam						16.331	195

*: 1994-2005 yılları arasındaki sayılarda yer alan makalelere dijital ortamda erişilememektedir. **: 1961-1967 yılları arasındaki sayılarda yer alan makalelere dijital ortamda erişilememektedir. ***: 1980 ve 81 yıllarındaki sayılarda yer alan makalelere dijital ortamda erişilememektedir.

Turizm alanında 2021 yılındaki etki faktörlerine göre Q1'de yer aldığı görülen 14 dergiden ikisinde (Qualitative Research in Sport Exercise and Health ve Tourism Geographies) deneysel tasarım yöntemini kullanan herhangi bir makale yayınlanmadığı anlaşılmıştır. Dergilerin etki faktörleri ve yayına başladığı yıllar incelendiğinde etki faktörü bakımından en iyi derginin Journal of Sport and Health Science, en köklü derginin ise Tourism Review olduğu ortaya çıkmıştır. Etki faktörünün atıf sayılarına göre belirlendiği düşünülürse, Q1 dergiler arasında yayın hayatına yeni başlayan bir derginin etki faktörü bakımından en başarılı dergi olması anlamlandırılabilecektir. Bu dergiler arasında 46 makale ile en çok International Journal of Hospitality Management deneysel tasarım makalesi yayımlamış, 43 makale ile International Journal of Contemporary Hospitality Management da onu takip etmiştir. Bu noktada üçüncülüğü 20 makale ile Journal of Travel Research ve Tourism Management paylaşmıştır.

Araştırma kapsamında yer alan Q1 dergilerden Journal of Hospitality and Tourism Management, Journal of Travel Research ve Tourism Management'ın – tablo altındaki açıklamada da görüldüğü gibi - belirli periyotlarındaki yayınlara erişilememiştir. Araştırmanın sınırlılıklarında da belirtilecek olan WoS'un dergilerin yayın hayatına başladığı yıldan itibaren yayınladıkları tüm sayıları ve makaleleri kapsamına alamadığı gerçeği, bu noktada en kapsamlı derlemenin yapılmasına engel olmuştur. Nitekim dergilerin ait olduğu veri tabanlarından ayrı ayrı bu derlemeyi yapmak da mümkün değildir çünkü bazı dergilerin tümsayılarına ilgili veri tabanlarından erişilememiştir. Böylece toplamda 16.331 makalenin 195'inde (yaklaşık %1'inde) deneysel tasarım yönteminin kullanıldığı anlaşılmıştır.

Belirlenen deneysel turizm araştırmalarının sadece %4,62'sinin tek yazarlı olarak yayınlandığı, buna rağmen araştırmalardaki ortalama eş yazar sayısının 2,81 olduğu tespit edilmiştir. Makale başına düşen yazar sayısı ise 2,06 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler arasındaki farkın sebebi, herhangi bir yazarın birden çok çalışmaya dahil olmasından kaynaklıdır. Bu karmaşıklığı azaltmak için Atabay, Çizel ve Ajanovic (2019) tarafından geliştirilen Yazar Gezinti Endeksi (AFI) yardımıyla yazarlar ve katılım sayıları arasındaki ilişki incelenmiştir.

AFI = 1 - ((Yazar Ortalaması)/(Eş Yazar Ortalaması))

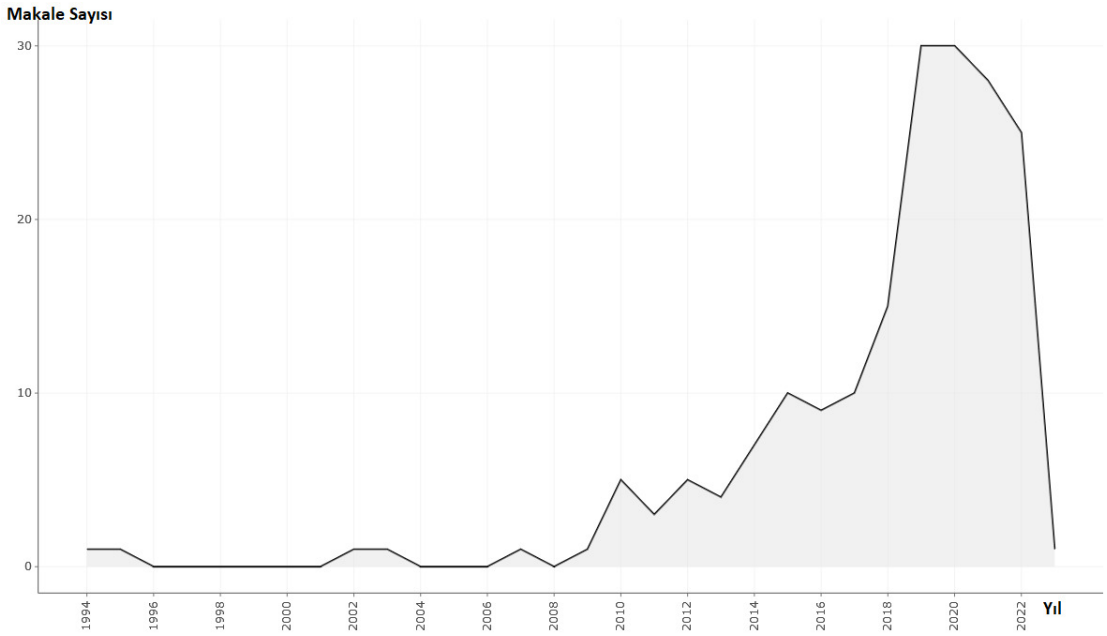
Araştırma kapsamındaki Q1 dergilerde yayınlanan deneysel araştırmaların, AFI değerinin 0,27 olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, araştırmacıların makalelerde görece gezinme eğilimde olduğuna işaret etmektedir. Ayrıca araştırmalardaki çok ulusluluk oranı da %29'un üzerindedir. İlk deneysel içerikli makalenin 1994 yılında yayınlanmasına rağmen tüm yayınların ortalama yaşının 4 olması ve bu yayınlara ortalama 29 atıf verilmesi alana olan ilginin yoğunluğuna işaret etmektedir.

Tablo 2
Deneysel Tasarım Yönteminin Kullanıldığı Makalelere İlişkin Betimsel Veriler

Genel Açıklamalar		Makalelerle İlgili Açıklamalar		Yazarlarla İlgili Açıklamalar	
Dergi Sayısı	12	Makale Sayısı	195	Yazar Sayısı	403
Ortalama Yayın Yaşı	4,09	Tek Yazarlı Makale Sayısı	9	Yazarların Katılım Sayısı	548
Ortalama Atıf Oranı	29,31	İlk Yayın Yılı	1994	Makale Başına Yazar Oranı	2,07
Ortalama Atıf (Yıla Göre) Oranı	1,05	Keyword Plus	718	Makale Başına Eş-Yazar Oranı	2,81
Kaynak Sayısı	11.476	Anahtar Kelime Sayısı	862	Yazar Gezinti Endeksi (AFI)	0,27

Bibliyometrik metaveriler içerisinde yer alan yazar anahtar kelimeleri, kavramsal yapıyı en yalın dille ifade etmek için yazarlar tarafından seçilen kelimelerdir. Keyword Plus ise bir çalışmadaki referans alınan diğer çalışmaların başlıklarından elde edilen farklı terimleri ifade etmek için kullanılmaktadır. Dolayısıyla Keyword Plus entelektüel yapıya yönelik bir veri iken, anahtar kelimeler kavramsal yapıya yönelik önemli ipuçları sunmaktadır (Zhang vd. 2016). Bulgulara göre entelektüel yapıyı 718 ifade ile anlatan Keyword Plus terimi mevcutken, kavramsal yapıyı temsil eden 862 yazar anahtar kelimesi mevcuttur.

Araştırmadan elde edilen bir diğer bulgu ise deneysel tasarım yöntemini kullanan makalelerin yıllar itibariyle dağılımına ilişkindir (bkz. Şekil 1). Buna göre 2010 yılı, deneysel araştırmalar için bir kırılma noktasını temsil etmektedir. Çünkü bu tarihten sonra istikrarlı ve kayda değer bir nicelik artışı tespit edilmiştir.



Şekil 1. Deneysel Tasarım Yöntemini Kullanan Makalelerin Yıllar İtibariyle Dağılımı

Deneysel tasarım yönteminin kullanımına katkıda bulunan yazarlarla ilgili olarak Tablo 3'te Anna S. Mattila, Stephanie Q. Liu, Melissa A. Baker ve Soobin Seo'nun en üretken araştırmacılar oldukları görülmektedir. En çok yayın yapan ilk 10 araştırmacı arasındaki Anna S. Mattila, Stephanie Q. Liu ve Aslı D. A. Tasci, indeksli dergilerde 200'ün üzerinde atıf almıştır.

Tablo 3
Deneysel Tasarım Yönteminin Kullanımına Katkıda Bulunan Yazarlar

Yazarlar	h_index	g_index	m_index	YS*	TA**	YB***
Anna S. Mattila	7	12	0,636	12	329	2012
Stephanie Q. Liu	5	7	0,833	7	263	2017
Melissa A. Baker	4	6	0,8	6	106	2018
Soobin Seo	4	6	0,667	6	89	2017
Kawon Kim	4	5	0,8	5	99	2018
Beverley Sparks	4	4	0,4	4	180	2013
Svetlana Stepchenkova	4	4	1	4	53	2019
Aslı D. A. Tasci	4	4	0,25	4	232	2007
Vincent W. S. Tung	4	4	0,667	4	172	2017
S. Sreejesh	3	4	0,429	4	26	2016

*: YS - Yayın Sayısı. **: TA - Toplam Atıf. ***: YB - Yayın Başlangıç.

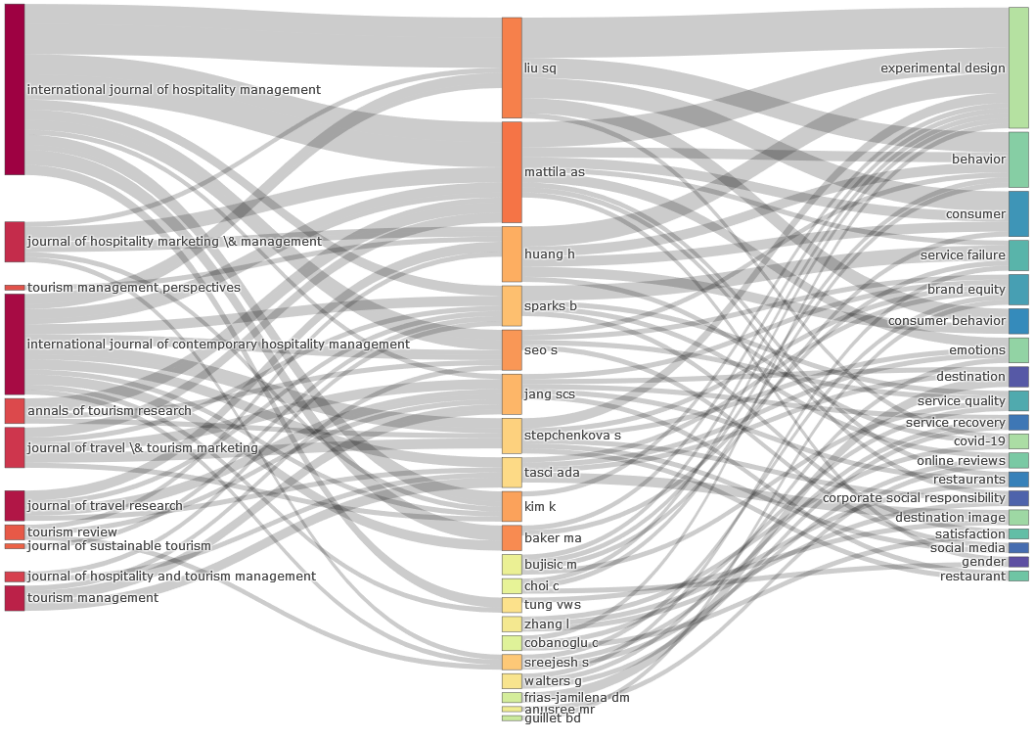
En çok yayın yapan, atıf alan ve aynı zamanda deneysel araştırma çalışmalarına en erken başlayan yazar Anna S. Mattila'dır. Dolayısıyla Anna S. Mattila'nın h_index ve g_index değerleri bakımından ilk sırada olduğu görülmektedir. Ancak m_index değerinin yakın tarihli atıflara daha duyarlı olması sebebiyle Svetlana Stepchenkova pozitif anlamda diğer yazarlardan ayrışmıştır. H-index yayın ve atıf sayısını temel alan, literatürde en çok kullanılan yazar etki değeri ölçüm metriğidir (Hirsch, 2005). G-index ise h-index'in bir dizi makalenin küresel atıf performansını ölçmesi için iyileştirilmiş hali olarak 2006 yılında tanıtılmıştır (Egghe, 2006). Temelde g-index, h-index'ten hep büyük ya da eşit olacaktır zira daha çok atıf alan makalelere daha fazla değer vermektedir. Bu bakımdan h-index'in bu konudaki "duyarsızlığını" gidermek için geliştirilmiştir. M-index ise h-index'in kariyer uzunluğuna bağlı olarak artma eğiliminde olan yapısının iyileştirilmesi üzerine geliştirilmiştir. M-indeksi temelde yayın yıllarının yeniliğini önemsemektedir (Ence, Cope, Holliday ve Somerson. 2016).

Kavramsal Yapıya Yönelik Bulgular

Çalışma kapsamında incelenen makalelerde kavramsal yapıyı keşfedebilmek için ilk olarak kelimelerin yüzde dağılımlarını temsil eden ağaç haritası oluşturulmuştur. Bu harita yardımıyla makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimeler, yüzdelik dilimler halinde ve karşılaştırmalı olarak görselleştirilmiştir. Harita incelendiğinde "experimental design – deneysel tasarım" anahtar kelimesinin yanı sıra "COVID-19", "destination image – destinasyon imajı", "behavior - davranış", "online reviews – çevrimiçi yorumlar", "restaurant -restoran", "satisfaction - tatmin" gibi kavramların ön plana çıktığı görülmüştür.

Şekil 2. Deneysel Tasarım Yöntemini Kullanan Makalelerdeki Anahtar Kelimeler

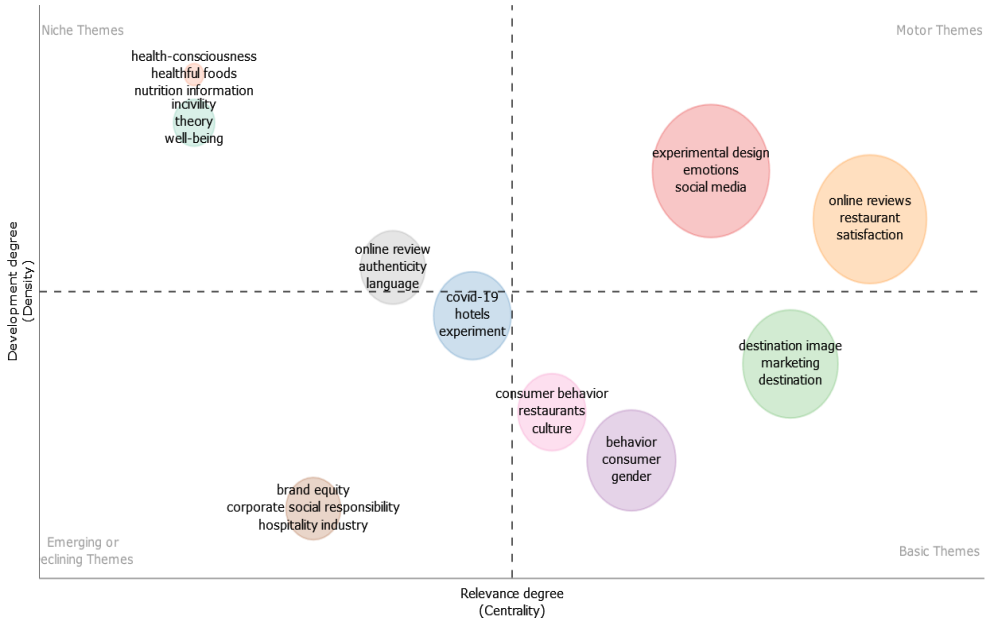
1994 -2023 yılları arasında yayınlanmış Q1 dergilerdeki deneysel turizm araştırmaları, dergiler, yazarlar ve anahtar kelimeler arasındaki ilişki, Üç-Alan (Three Field) Diyagramı kullanılarak analiz edilmiştir. Söz konusu diyagram metriklerin ilişki sıklığını gösterdiği gibi kendi kategorilerindeki ağırlıklarını da dikkate alarak görselleştirme yapmaktadır. Bu şekildeki görselleştirmelerin genel isimleri Sankey diyagramıdır (Lupton ve Allwood, 2017).



Şekil 3. Deneysel Tasarım Yöntemini Kullanan Makalelerin Üç-Alan Diyagramı

Mevcut çalışmadaki üç alan diyagramı, sol tarafında "kaynaklar", orta bölmesinde "yazarlar", sağında ise "kelimeler" yer alacak şekilde düzenlenmiştir (Şekil 3). En etkin ve gösterimi mümkün olan ilk 20'şer birime yer verilen analiz incelendiğinde, çalışmaların büyük bir kısmının International Journal of Hospitality Management dergisinde yayınlandığı; benzer şekilde International Journal of Contemporary Hospitality Management dergisinin de önemli sayıda yayına yer verdiği görülmüştür. Etkin yazarlardan biri olan Anna S. Mattila ve Stephanie Q. Liu'nun en çok International Journal of Hospitality Management dergisinde yayın yaptıkları ve "experimental design – deneysel tasarım" dışında "consumer – tüketici" ve "behaviour – davranış" anahtar kavramlarını kullanmayı tercih ettikleri anlaşılmıştır.

Yoğunluk ve merkezilik oranları temel alınarak hesaplanan tematik analizde ise stratejik bir karar örgüsü görselleştirilir. Tematik analizde, motor temaların, niş temaların, yükselen ve kaybolan temalar ile temel temaların yer aldığı dört bölüm vardır (Muñoz-Leiva, Viedma-del-Jesus, Sánchez-Fernández ve López-Herrera, 2012). Bu analiz, literatürün kavramsal yapısını ortaya çıkarmak için seçili metriklerden (anahtar kelime, özet ya da başlık) hareketle, tüm sosyal ağı daha rafine bir halde sunar.



Şekil 4. Deneysel Tasarım Yöntemini Kullanan Makalelerin Tematik Analizi

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere, sağ üst köşede motor temalar bulunmaktadır. Bu temalar hem merkezi hem de yaygın konumda yer aldıkları için literatürün en önemli temalarını temsil ederler. Deneysel araştırmaların yer aldığı çalışmalar için motor temaların "experimental design - deneysel tasarım", "emotions - duygular", "social media - sosyal medya", "online reviews - çevrimiçi yorumlar", "restaurant - restoran" ve "satisfaction - tatmin" gibi kavramlardan oluştuğu tespit edilmiştir. Sol yukarıda bulunan kavramların oluşturduğu temalar ise marjinal öneme sahiptir. Bu temaların yaygınlığı yüksek olsa da merkeziliği düşüktür. Sol üst köşede yer alan temaların genellikle sağlıkla ilişkili olduğu açıktır. Sol alt köşedeki kavramların oluşturduğu temalar hem az gelişmiştir hem de marjinal olarak sınıflandırılırlar. Zira bu temaların hem merkeziliği hem de yoğunluğu düşüktür. Bir diğer ifadeyle yeni ortaya çıkmış ya da kaybolmaya başlayan temaları temsil eden bölgedir. "COVID-19", "corparate social responsiblity –kurumsal sosyal sorumluluk" gibi kavramlar bu kapsamda değerlendirilebilir. Sağ alt köşedeki kavramlarla aktarılan temalar ise bir araştırma

alandaki önemli ancak tam anlamıyla gelişmemiş alanları temsil ederler. "Destination image - destinasyon imajı", "marketing - pazarlama", "consumer behavior – tüketici davranışı", "culture - kültür", "gender - cinsiyet" gibi kavramlar, bu temaları temsil ederler.

Temel tasarım öğeleri bağlamında elde edilen bulgulara, Tablo 4'de yer verilmektedir. Buna göre makalelerin yaklaşık %61'inin gerçek deneysel, %39'unun ise yarı deneysel türünde olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaların %88'inin denekler-arası, %9'unun denekler-içi, %2'sinin ise karma olarak tasarlandığı belirlenmiştir. Makaleler deney ortamı parametresine göre incelendiğinde deneylerin %71'inin çevrimiçi ortamlarda (Amazon Mechanical Turk, e-posta, sosyal medya vb.), %20'sinin laboratuvar ortamında, %9'unun sahada gerçekleştirildiği görülmüştür. Deneysel tasarımı diğer araştırma tasarımlarından ayıran en önemli unsur olan rassal atama bakımından ise deneysel araştırmaların %86'sında rassal atama koşulunun sağlandığı; %14'ünde rassal atama uygulanmadığı ya da iyi ihtimalle raporlanmadığı anlaşılmıştır.

Tablo 4
Deneysel Turizm Araştırmalarında Deneysel Tasarım Öğeleri

Deney Türü		Tasarım Türü			Man. Kont.		Rassal Atama		Deney Ortamı		
Gerçek Deney	Yarı Deney	DA*	Dİ**	Karma	Var	Yok	Var	Yok	LAB	Saha	Çevrimiçi
119	76	171	19	5	181	10	167	28	38	18	139
61%	39%	88%	9%	2%	93%	7%	86%	14%	20%	9%	71%
Manipülasyon Aracı											
Film/Video		Yazılı Uyarıcı		Görsel Uyarıcı		Yazılı + Görsel Uyarıcı		Senaryo		Deneyim	
15		17		24		9		116		14	
8%		9%		12%		5%		60%		7%	

*: DA - Denekler Arası. **: Dİ - Denekler İçi.

Makaleler deneysel tasarımın bir diğer ayırt edici unsuru olan manipülasyon bağlamında incelendiğinde, senaryonun en çok tercih edilen (%60) manipülasyon aracı olduğu bulunmuştur. Öte yandan, eğitim, tur, sanal tur, tadım vb. deneyimlerin diğer manipülasyon araçlarına kıyasla daha düşük oranda kullanıldığı (%7); çoğunlukla saha ve laboratuvar deneylerinde tercih edildiği görülmüştür.

Son olarak araştırmalarda yapı geçerliliğini sağlamada kritik öneme sahip manipülasyon kontrolü parametresi bağlamındaki bulgular ise araştırma tasarımlarında manipülasyon kontrolüne yaygın biçimde yer verildiğini (%93) kanıtlar niteliktedir.

Sonuç

Literatür taramaları özünde bir alanın mevcut entelektüel haritasını çıkarma imkânı sağlayan bir yöntem olduğundan mevcut bilgi birikiminin gelecekteki araştırmalarda uygulanabilmesi için araştırmacılara önemli fırsatlar sunar (Pahlevan-Sharif, Mura ve Wijesinghe, 2019). Hem geleneksel hem de sistematik literatür taramaları herhangi bir alanın epistemolojik, teorik ve metodolojik ilerleme süreçlerinin anlaşılması bakımından oldukça önemlidir. Bu çalışma kapsamında gerçekleştirilen sistematik tarama ve bilimsel haritalama ile alanda öncü dergilerdeki araştırmalarda deneysel tasarım yönteminin kullanımı incelenerek metodolojik bir durum analizi yapılmıştır.

Alandaki araştırmalarda yaygın olarak kullanılmayan, alanda yeni olan ya da popüler olan teknikleri ve yöntemleri içeren makalelerin incelenmesi diğer araştırmacılar için farkındalık yaratma ve yol gösterme bakımından değerlidir. Örneğin mevcut araştırmayla benzerlik gösteren Sığırcı (2023)'nin araştırmasında, ulusal pazarlama alanında deneysel tasarım yöntemi ele alınmış; yöntemin pazarlama ve tüketici davranışları araştırmalarındaki kullanım durumu ortaya konmuştur. İlgili araştırma deneysel yöntemin temel unsurlarını tespit edilen makaleler üzerinde incelemiş ve alana önemli katkılar sunmuştur. Turizm alandaki yeni araştırma tekniklerinin kullanımına yönelik bir örnek ise Scott, Zhang, Le ve Moyle (2019) araştırmasıdır. Araştırmacılar bu çalışmada, son yıllarda dikkat çeken ve turizm alanında nadiren karşımıza çıkan göz izleme (eye-tracking) tekniğinin turizm araştırmalarındaki durumunu incelemişlerdir. Tavakoli ve Wijesinghe (2019) ise netnografi yöntemi için sistematik literatür taraması yaparak yöntemin alandaki gelişimini ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde, Nunkoo, Ramkissoon ve Gursoy (2013) turizm alanında 2000'li yılların başlarında kullanılmaya başlanan ve 2010 sonrasında oldukça popüler hale gelen Yapısal Eşitlik Modellemesi üzerine kapsamlı bir sistematik inceleme yaparak alanın nitelikli biçimde gelişebilmesi için araştırmacılara önerilerde bulunmuşlardır. Khoo-Lattimore, Mura ve Yung (2019), turizm araştırmalarında nicel ya da nitel yöntemler kadar yaygın kullanılmayan karma yöntem üzerine yaptıkları sistematik literatür taramasında metodolojik boşluklara dikkat çekmişlerdir. Bilindiği üzere, nitelikli dergilerde yayın yapmak için araştırmacıların metodolojik olarak kendilerini geliştirmeleri ve günceli takip ederek alandaki boşlukları yakalayabilmeleri önemli hususlardır (Brennan, 2019). Dolayısıyla alanda gelişim potansiyeli olan konular ya da yöntemler bağlamında gerçekleştirilecek sistematik incelemeler, gelecekteki çalışmalar için yol gösterici olacaktır. Özellikle yeni ya da yaygın olmayan yöntemleri, teknikleri öğrenen araştırmacılar hem bunları kendi çalışmalarında uygulayabilecek hem de yenilikçi bir bakış açısı geliştirerek alanlarındaki geleneksel yöntem paradigmasının değişimine etki edebileceklerdir. Araştırma tasarımındaki eksiklik ya da hatalar bir çalışmanın gerek ulusal gerekse uluslararası düzeydeki nitelikli dergilerde yayımlanmasını da güçleştirmektedir (Sop ve Kozak, 2021). Bu bakımdan deneysel yöntemin üstün ve zayıf yönlerini, tasarımdaki önemli öğeleri ele alan bu araştırmanın turizm alanında yönteme yönelik bilincin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Araştırma kapsamında deneysel tasarım araştırmaları dergi bazında incelendiğinde *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *International Journal of Hospitality Management*, *Journal of Travel Research* ve *Tourism Management* dergilerinin en fazla deneysel tasarım araştırması yayımlayan dergiler olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamındaki diğer dergilere kıyasla International Journal of Contemporary Hospitality Management dergisinde deneysel araştırma sayısının belirgin düzeyde fazla oluşu, yılda on iki sayı yayımlanmasından kaynaklanıyor olabilir. Benzer şekilde International Journal of Hospitality Management, Journal of Travel Research ve Tourism Management dergilerinde de yılda yaklaşık sekiz sayı yayımlanmaktadır. Pek tabi dergilerin hedef ve kapsamları, benimsedikleri paradigmalar vb. faktörler yayımlanan makalelerin konu ve yöntemlerinde belirleyici olabilir ancak bu bağlamda yıllık yayımlanan dergi sayısı faktörünün etkili olduğu varsayılmıştır. Öte yandan, genellikle her bilimsel dergi, bir araştırma ekolünü takip etmektedir. Buna göre de dergilerde yayınlanan makalelerde benimsenen bilimsel yaklaşımlar, araştırmaların yöntemleri belirgin biçimde farklılaşabilmektedir. Örneğin, alanın önde gelen dergilerinden birisi olan Annals of Tourism Research çoğunlukla nitel yönteme sahip makaleleri yayımlaması bakımından dikkat çekmektedir (Nunkoo ve diğerleri, 2020).

Makaleler yazar sayısı bakımından incelendiğinde tek yazarlı yayın sayısının belirgin düzeyde az olduğu görülmüştür. Ortalama yazar sayısının ikiden daha fazla olması, deneysel tasarım araştırmalarının genellikle disiplinlerarası özellikte olmasından kaynaklanmış olabileceği gibi aynı zamanda tasarım ve uygulama için gerekli yüksek bütçeler, anket çalışmalarına kıyasla daha fazla zaman ve emek gerektirmesi gibi nedenlere de bağlı olabileceğini düşündürmüştür. Araştırmaların yıllara göre dağılımına yönelik bulgular 2010 yılından itibaren deneysel araştırmalarda dikkat çekici bir artış olduğunu 2016 ve sonrasında ise deneysel tasarım yöntemi kullanımının zirveye ulaştığını göstermektedir. Öte yandan, ulusal turizm literatüründeki öncü

dergilerde (ULAKBİM'de taranan) yayımlanan araştırmalarda ise deneysel tasarım kullanım düzeyi oldukça düşük olup 2018 ve sonrasında literatüre girdiği bilinmektedir (Sökmen ve Doğan, 2021). Nedensel ilişkileri açıklamadaki avantajı ve gücü göz önüne alındığında deneysel tasarımın ulusal literatürde bu denli göz ardı edilmesi ise üzerine düşünülmesi gereken bir durumdur. Yazar ve atıflara dair bulgular, yayınların tarihleri yeni olsa da atıfların fazla olduğuna işaret etmektedir. Eş yazar sayısının da yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Bu durum benzer yazarların bir kısır döngü içerisinde alana katkı sunduğunu düşündürmüştür. "Yazar Gezinti Endeksi" de bu bulguları destekler niteliktedir.

Yöntemi deneysel tasarım olan araştırmalarda destinasyon imajı, davranış, duygular, tüketici, tüketici davranışı, tatmin, reklam vb. anahtar kelimelerin ön plana çıktığı görülmüştür. "Üç Alan Diyagramı" analizi bulguları da alanda etkin olan yazarların en fazla tüketici ve davranış anahtar kelimelerini kullandıklarını ortaya koymuştur. Buradan hareketle deneysel tasarım yönteminin yoğun olarak pazarlama ve tüketici davranışı alanlarındaki araştırmalarda kullanıldığı söylenebilir. Bir diğer önemli bulgu ise makalelerde kullanılan anahtar kelimeler arasında "Covid-19" un en üst sırada yer almasıdır. Nitekim tematik analiz bulgularında da Covid-19 temasının yeni ortaya çıkmış, gelişmekte olan bölgede yer alırken bu iki bulgunun birbirini desteklediğini söylemek mümkündür. Buna dayalı olarak Covid-19 konulu araştırmalarda deneysel tasarım yönteminin sıklıkla tercih edildiği çıkarsanabilir. Öte yandan, sağlık bilinci, iyi oluş (well-being), sağlıklı yiyecekler, beslenme bilgisi gibi temaların turizm araştırmalarında görece daha az tercih edilen niş konular olduğu görülmüştür. Anahtar kelime ve tematik analiz bulguları gelecekteki araştırmacılar için alandaki boşlukları görmede ve araştırma tasarlamada yol gösterici olabilir.

Temel tasarım öğelerine yönelik incelemede araştırmaların büyük çoğunluğunun gerçek deney olarak tasarlandığı tespit edilmiştir. Rassal atama koşuluna sahip araştırmaların yüksek oranı da bu bulguyu destekler niteliktedir. Çünkü bilindiği üzere rassal atama koşulunu sağlayan araştırmalar, gerçek deney olarak nitelendirilmektedir (Fong ve diğerleri, 2016). Öte yandan, yarı deneysel araştırmalarda ise rassallık şartı aranmadığından (Doğan, 2019) rassal atama şartını sağlamayan makale sayısı ile yarı deney türündeki makalelerin sayısının birbiriyle uyumlu olması beklense de aralarında dikkat çekici düzeyde bir farklılık olduğu görülmüştür. Bu farklılığın sebebi raporlamadaki hatalar olabileceği gibi yazarların yarı deneysel türde tasarladığı deneylerde yine de katılımcıları gruplara rassal biçimde ataması olabilir. Deney türü bakımından ise denekler-arası tasarım türünün en fazla tercih edilen tasarım türü olduğu tespit edilmiştir. Denekler-arası tasarımın daha fazla katılımcı gerektirmesine ve buna bağlı olarak daha maliyetli olmasına rağmen daha çok kullanılması dikkat çekici bir bulgudur. Deney ortamına yönelik incelemeler araştırma kapsamındaki deneylerin genellikle çevrimiçi ortamlarda çoğunlukla da MTurk ile gerçekleştirildiğini; sahada uygulanan deneylerin ise azınlıkta olduğunu göstermiştir. MTurk platformunun bu denli yaygın tercih edilme sebeplerinin veri toplama süresi bakımından sağladığı avantaj ve sunduğu örneklem çeşitliliği (Doğan, 2018) olduğu düşünülmektedir. Bilindiği üzere turizm uygulama odaklı bir alandır. Saha deneyleri doğal ortamda gerçekleşmesi, bulguların gerçeği daha çok yansıtması gibi nedenlerle özellikle turizm alanında daha da önemlidir. Turizm alanındaki araştırma bulgularının genellenebilirliğinin sağlanması için araştırmacıların saha deneylerine daha fazla ağırlık vermesi önerilmektedir (Jerit, Barabas ve Clifford, 2013). Buradan hareketle alandaki araştırmacılar saha deneylerini arttırmak adına endüstrideki uygulayıcılarla daha fazla iş birliği yapmalıdır. Çünkü saha deneyleri, araştırmaları dışsal geçerlilik bakımından güçlendirmenin yanında fikirlerin gerçek dünyaya uygulanabilirliğiyle endüstriye faydalı çıktılar sağlayabilir.

Nedensel araştırmalarda bağımsız değişkende beklenen etkinin manipülasyondan kaynaklandığını garanti eden ve bağımsız değişken(ler)e ilişkin yapı geçerliliğini ortaya koymada kritik öneme sahip olan manipülasyon kontrolüne dair bulgular, araştırmalarda bu tasarım unsuruna önem verildiğini ve yüksek oranda manipülasyon kontrolünün yapıldığını ortaya koymuştur. Manipülasyon kontrolünün alanın ulusal literatüründeki (ULAKBİM'de taranan) deneysel turizm araştırmalarda en fazla göz ardı edilen tasarım unsuru

(Sökmen ve Doğan, 2021) olduğu düşünüldüğünde, Q1 sınıfındaki dergilerde yayımlanan deneysel makalelerde bu unsura yönelik bulgular dikkat çekicidir. İncelenen araştırmalarda çok çeşitli manipülasyon yöntemleri kullanılırken senaryonun en fazla tercih edilen yöntem olduğu görülmüştür. Ayrıca reklam, resim, logo, fotoğraf ve benzeri görsel uyarıcılar da sıklıkla kullanılan diğer manipülasyon yöntemleridir. Öte yandan, genellikle saha deneylerinde uygulanan eğitim, tur, tadım ve benzeri deneyim manipülasyonları azınlıktadır ve saha deneylerinin sayısına dair bulgularla da tutarlıdır. Ulusal alandaki deneysel araştırmalarda da senaryonun yaygın olarak uygulanan manipülasyon yöntemi olduğu bununla birlikte saha deneylerinin çoğunlukta uygulandığı, tadım ve eğitim manipülasyonlarının da ön plana çıktığı bilinmektedir (Sökmen ve Doğan, 2021).

Araştırmanın bulguları turizm alanındaki öncü dergilerde deneysel tasarım yöntemine önem verildiğini göstermektedir. Ayrıca alanyazındaki yöntem kullanımını teşvik çabalarının da (Dolnicar ve Ring, 2014; Fong ve diğerleri, 2016; Fong ve diğerleri, 2020; Lynn ve Lynn, 2003; Mattila, 2004; Sun ve diğerleri, 2020; Viglia ve Dolnicar, 2020) olumlu yönde etki yaptığını söylemek mümkündür. Son olarak psikoloji bilim dalı bünyesinde doğan ve daha evvel bahsi geçtiği üzere pek çok sosyal bilim alanında yaygın olarak kullanılan deneysel tasarım yönteminin turizm araştırmalarında da yaygınlaşmaya başlaması, turizmin disiplinlerarası bir alan olduğunu bir kez daha kanıtlamaktadır.

Bir araştırma tasarımı seçmek araştırmacının kişisel bir tercihi değildir ya da olmamalıdır. Yayına kabul edilmeyi hızlandırmak adına popüler olan bir tasarımı seçmekten ziyade temel kriter araştırma tasarımının araştırma sorusuna uygunluğu göz önünde bulundurulmalıdır. Öte yandan, bir araştırma tasarımın araştırma sorusuna uygunluğu ve uygulama kalitesi araştırmadan geçerli ve güvenilir sonuçların çıkarılıp çıkarılmayacağını belirlemektedir (Viglia ve Dolnicar, 2020). Dolayısıyla eğer araştırma sorusu bir şeyin nedeni açıklamak üzerineyse anket ya da gözlem uygun bir yaklaşım olmayacaktır. Örneğin, bir anket araştırması turistlerin bir destinasyonu nasıl algıladıklarını belirlemek için; bir gözlem araştırması ise turistlerin bir destinasyondaki spesifik davranışlarını tanımlamak için uygundur. Daha memnun olan turistlerin destinasyona daha sadık oldukları; daha sadık olanların yeniden ziyaret etmeye daha fazla niyetli oldukları ve benzeri bulgular yapılar arasındaki ilişkileri tanımlamaya yöneliktir. Turist memnuniyetinin sadakate, sadakatin yeniden ziyaret niyetine neden olup olmadığı belirsizdir. Çünkü korelasyonlar olası ilişkilere işaret edebilirken hangi yapının hangi yapıyı/yapıları yönlendirdiğini diğer bir deyişle yapılar arasındaki neden sonuç ilişkilerini kanıtlayamazlar. Bunlara dayanarak turizm araştırmalarında deneysel tasarım yönteminin kullanılması doğru uygulamalarla birlikte alana geçerli ve güvenilir katkılar sağlayacaktır. Ayrıca özellikle sahada (doğal ortamında) gerçekleştirilmiş deneylerin turizm uygulayıcılarına yönelik faydalı çıkarımlar sağlamadaki avantajı da turizm alanındaki araştırmalarda deneysel yöntemlerin kullanılmasını önemli kılmaktadır (Leung ve Law, 2007). Öte yandan, deneysel tasarımın teori oluşturma ve teori testinde en kullanışlı yöntem olduğu kabul edilmektedir. Bilindiği üzere teoriler araştırmacılara en temel bilimsel sorular olan farklı olgulara ait "nasıl" ve "neden" sorularına yanıt bulma imkânı vermektedir (Shoemaker, Tankard ve Lasorsa, 2004). Teori ve deneysel tasarım yöntemi arasındaki bu ilişki ve Doğan (2022)'nin teorik temelli ulusal turizm araştırmalarının son yıllarda artış eğiliminde olduğu bulgusu turizm araştırmalarında deneysel tasarım kullanımının gerekliliğini ve önemini destekler niteliktedir. Buradan hareketle gelecekteki araştırmalarda teorik temelli araştırmalarda deneysel tasarım kullanımına yönelik bir inceleme yapılabilir.

Dergilerin etki faktörleri değişken olduğundan Q sınıflandırmasındaki konumları da sabit değildir. Bu nedenle yıllık olarak değişen bu çeyreklikler, yapılan değerlendirmeleri o sene için geçerli kılmaktadır. Buna ek olarak WoS veritabanına üyelik tarihine göre değişkenlik gösteren makale sayıları, dergilerin yayın hayatına başladığı andan günümüze kadarki süreci kapsayan kapsamlı bir tarama yapılması engellemektedir. Bu WoS dışındaki tüm veri tabanlarında da geçerli olan bir sınırlılıktır. Bilimsel konferanslar sonrası yayınlanan bildiri kitapları da alana yön veren bilimsel yayınlardır. Bu çalışma ve öncesinde gerçekleştirilen çalışmalarda, dergilerin ve makalelerin tarandığı görülür. Bu anlamda gelecekteki araştırmalarda analiz birimi genişletilerek alandaki

önemli kongrelerin bildiri kitapları da incelenebilir. Bilimsel makalelerde araştırma sürecinin yeterince bilinmemesi ve araştırma yönteminin yanlış kullanılmasından kaynaklı hatalarla sıkça karşılaşılmaktadır (Toy ve Tosunoğlu, 2007). Mattila, Luo, Xue ve Ye (2020)'nin turizm alanındaki deneysel araştırmalarda sıkça yapılan hatalarla ilgili kavramsal çalışmalarından hareketle, alandaki deneysel araştırmalar "sık yapılan tasarım hataları" bağlamında incelenebilir.

Bu araştırmanın bulgularından hareketle iyi tasarlanmış ve doğru uygulanmış deneysel tasarımın önemini vurgulamak ve özellikle ulusal turizm araştırmalarında yaygınlaşması için kullanımını teşvik etmek üzere aşağıdaki öneriler getirilebilir:

- Ulusal turizm dergilerinde, yöntemi deneysel tasarım olan araştırmalar için özel sayılar çıkarılabilir ya da bu yöntemle ilgili teknik not, editör notu, tartışma vb. türünden yayınlara yer verilebilir,
- Benzer şekilde bilimsel konferanslarda sunum oturumları yöntem özelinde planlanabilir,
- Bilimsel toplantılar (kongre, konferans vb.) kapsamında, deneysel tasarımla ilgili eğitim veya seminer programları düzenlenebilir,
- Lisansüstü programlar kapsamındaki araştırma yöntemi ve benzeri derslerde deneysel tasarıma daha fazla dikkat çekilebilir ya da deneysel tasarım yöntemi ders açılabilir,
- Pazarlama, sosyal psikoloji ve psikoloji gibi deneysel tasarım yönteminin daha yaygın kullanıldığı alanlardaki araştırmacılarla iş birliği yapılabilir.

Kaynakça

Aria, M. ve Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics, 11*(4), 959-975. doi: 10.1016/j.joi.2017.08.007

Atabay, E., Çizel, B. ve Ajanovic, E. (2019). Turizm fotoğraf keşfinde kullanılan yenilikçi yöntemlere panoramic bir yolculuk. C. Cobanoglu, E. Günlü-Küçükaltan, M. Tuna, A. Basoda ve S. Dogan (Ed.), *Daha iyi bir dünya için turizm* (ss. 523-534) içinde. Florida, ABD: M3 Publishing.

Baloglu, S. ve Assante, L. M. (1999). A content analysis of subject areas and research methods used in five hospitality management journals. *Journal of Hospitality* & *Tourism Research, 23*(1), 53-70. doi: 10.1177/109634809902300105

Brennan, N. M. (2019). 100 research rules of the game: How to make your research world class; how to successfully publish in top ınternational refereed journals. *Accounting, Auditing & Accountability Journal, 32*(2), 691-706. doi: 10.1108/AAAJ-02-2019-032

Büyüköztürk, Ş. (2016). *Deneysel desenler öntest-sontest kontrol grubu desen ve veri analizi* (5. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2014). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (17. Baskı). Ankara: Pegem Akademi.

Chambliss, D. F. ve Schutt, R. K. (2018). *Making sense of the social world: Methods of investigation*. ABD: Sage Publications.

Christensen, L. B., Johnson, R. B. ve Turner, L. A. (2015). *Research methods, design, and analysis* (12. Baskı). ABD: Pearson.

Clarivate (2022). Changing the way the world's risk-takers and trailblazers create life-changing innovations. Erişim adresi (10.10.2022): https://clarivate.com/about-us/

Creswell, J. W. (2014). *Araştırma deseni: Nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları* (Çev. Ed. S. B. Demir). Ankara: Eğiten Kitap.

Dahlstrom, R., Nygaard, A. ve Crosno, J. L. (2008). Strategic, metric, and methodological trends in marketing research and their implications for future theory and practice. *Journal of Marketing Theory and Practice, 16*(2), 139-152. doi: 10.2753/MTP1069-6679160204

Dann, G. ve Phillips, J. G. (2001). Qualitatitive tourism research in the late twentieth century and beyond. B. Faulkner, G. Moscardo ve E. Laws (Ed.), *Tourism in the twenty-first century: Reflections on experience* (ss. 247–265) içinde. Londra: Continuum.

Dann, G., Nash, D. ve Pearce, P. (1988). Methodology in tourism research. *Annals of Tourism Research, 15*(1), 1-28. doi: 10.1016/0160-7383(88)90068-0

Dereli, T., Baykasoglu, A., Altun, K., Durmusoglu, A. ve Türksen, I. B. (2011). Industrial applications of type-2 fuzzy sets and systems: A concise review. *Computers in Industry, 62*(2), 125-137. doi: 10.1016/j.compind.2010.10.006

Doğan, V. (2018). *Davranışsal ve sosyal bilim araştırmacıları için veri toplama platformu: Amazon Mechanical Turk (Mturk)*. İstanbul: Beta Yayınevi.

Doğan, V. (2019). Pazarlama araştırmacıları için deneysel tasarım: Felsefi arka plan ve metodolojik tartışma. *Pazarlama Teorisi ve Uygulamaları Dergisi, 5*(1), 123-160. Erişim adresi: https://www.betadergi.com/patu/yonetim/icerik/makaleler/62-published.pdf

Doğan, M. (2022). Araştırmalarda teori kullanımı: Ulusal turizm araştırmaları bağlamında bir inceleme. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergis*i, *23*(1), 55-70. doi: 10.17494/ogusbd.1017912

Dolnicar, S. ve Ring, A. (2014). Tourism marketing research – past, present and future. *Annals of Tourism Research, 47*, 31-47. doi: 10.1016/j.annals.2014.03.008

Dolnicar, S., Coltman, T. ve Sharma, R. (2015). Do satisfied tourists really intend to come back? Three concerns with empirical studies linking satisfaction to behavioral intentions. *Journal of Travel Research, 54*(2), 152-178. doi: 10.1177/0047287513513167

Echtner, C. M. ve Jamal, T. B. (1997). The disciplinary dilemma of tourism studies. *Annals of Tourism Research, 24*(4), 868-883. doi: 10.1016/S0160-7383(97)00060-1

Egghe, L. (2006). Theory and practise of the g-index. *Scientometrics, 69*(1), 131-152. doi: 10.1007/s11192-006-0144-7

Ence, A. K., Cope, S. R., Holliday, E. B. ve Somerson, J. S. (2016). Publication productivity and experience: Factors associated with academic rank among orthopaedic surgery faculty in the United States. *The Journal of Bone and Joint Surgery, 98*(10), e41. doi: 10.2106/JBJS.15.00757

Faulkner, B. ve Goeldner, C. R. (1998). Progress in tourism and hospitality research. *Journal of Travel Research, 37*(1), 76-80. doi: 10.1177/004728759803700111

Field, A. ve Hole, G. (2003). *How to design and report experiments*. Büyük Britanya: Sage Publications.

Fong, L. H. N., Gursoy, D. ve Sigala, M. (2020). Experimental research in tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25*(7), 707-709. doi: 10.1108/IJCHM-10-2014-0506

Fong, L. H. N., Law, R., Tang, C. M. F. ve Yap, M. H. T. (2016). Experimental research in hospitality and tourism: A critical review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 28*(2), 246-266. doi: 10.1108/IJCHM-10-2014-0506

Fraenkel, J. R. ve Wallen, N. E. (2006). *How to design and evaluate research in education* (6. Baskı). New York: McGraw-Hill International Edition.

Gonzalez, R. (2009). *Data analysis for experimental design*. New York: Guilfor Press.

Hair, J. F., Black, B., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis: Global edition* (7. Baskı). ABD: Pearson.

Hirsch, J. E. (2005). An index to quantify an individual's scientific research output. *Proceedings of the National Academy of Sciences, 102*(46), 16569-16572. doi: 10.1073/pnas.0507655102

Hsieh, H. F. ve Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research, 15*(9), 1277-1288. doi: 10.1177/1049732305276687

Jerit, J., Barabas, J. ve Clifford, S. (2013). Comparing contemporaneous laboratory and field experiments on media effects. *Public Opinion Quarterly, 77*(1), 256-282. doi: 10.1093/poq/nft005

Kemperman, A. (2021). A review of research into discrete choice experiments in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Discrete Choice Experiments in Tourism. *Annals of Tourism Research, 87*, 103137. doi: 10.1016/j.annals.2020.103137

Keppel, G. ve Wickens, T. D. (2004). Design and analysis: A researcher's handbook (4. Baskı). New Jersey: Pearson.

Khoo-Lattimore, C., Mura, P. ve Yung, R. (2019). The time has come: A systematic literature review of mixed methods research in tourism. *Current Issues in Tourism, 22*(13), 1531-1550. doi: 10.1080/13683500.2017.1406900

Kirk, R. E. (2012). Experimental design. I. B. Weiner (Ed.), *Handbook of psychology* (ss. 3-32) içinde. ABD: Wiley.

Larsen, S. (2007). Aspects of a psychology of the tourist experiences. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism, 7*(1), 7-18. doi: 10.1080/15022250701226014

Law, R., Leung, D., Au, N. ve Lee, H. A. (2012). Progress and development of information technology in the hospitality industry: Evidence from cornell hospitality quarterly. *Cornell Hospitality Quarterly, 54*(1), 10-24. doi: 10.1177/1938965512453199

Leung, R. ve Law, R. (2007). Information technology publications in leading tourism journals: A study of 1985 to 2004. *Information Technology & Tourism, 9*(2), 133-144. doi: 10.3727/109830507781367357

Levy, S. E., Getz, D. ve Hudson, S. (2011). A field experimental investigation of managerially facilitated consumer-to-consumer interaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing, 28*(6), 656-674. doi: 10.1080/10548408.2011.603633

Line, N. D. ve Runyan, R. C. (2012). Hospitality marketing research: Recent trends and future directions. *International Journal of Hospitality Management, 31*(2), 477-488. doi: 10.1016/j.ijhm.2011.07.006

Lupton, R. C. ve Allwood, J. M. (2017). Hybrid Sankey diagrams: Visual analysis of multidimensional data for understanding resource use. *Resources, Conservation and Recycling, 124*, 141-151. doi: 10.1016/j.resconrec.2017.05.002

Lynn, A. ve Lynn, M. (2003). Experiments and quasi-experiments: methods for evaluating marketing options. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 44*(2), 75-84. doi: 10.1016/S0010-8804(03)90020-6

Mattila, A. S. (2004). Consumer behavior research in hospitality and tourism journals. *International Journal of Hospitality Management, 23*(5), 449-457. doi: 10.1016/j.ijhm.2004.10.001

Mattila, A. S., Luo, A., Xue, X. ve Ye, T. (2020). How to avoid common mistakes in experimental research?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 33*(1), 367-374. doi: 10.1108/IJCHM-07-2020-0696

Morley, C. (2012). Discrete choice analysis and experimental design. L. Dwyer, A. Gill ve N. Seetaram (Ed.), *Handbook of research methods in tourism* (ss. 113-126) içinde. ABD: Edward Elgar Publishing.

Morley, C. L. (1994). Experimental destination choice analysis. *Annals of Tourism Research, 21*(4), 780-791. doi: 10.1016/0160-7383(94)90083-3

Morosan, C., Bowen, J. T. ve Atwood, M. (2014). The evolution of marketing research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 26*(5), 706-726. doi: 10.1108/IJCHM-11-2013-0515

Muñoz-Leiva, F., Viedma-del-Jesús, M. I., Sánchez-Fernández, J. ve López-Herrera, A. G. (2012). An application of co-word analysis and bibliometric maps for detecting the most highlighting themes in the consumer behaviour research from a longitudinal perspective. *Quality* & *Quantity, 46*(4), 1077-1095. doi: 10.1007/s11135-011-9565-3

Myers, A. ve Hansen, C. (2012). *Experimental psychology* (7. Baskı). Kaliforniya: Wadsworth.

Namasivayam, K. (2004). Repeated measures experimentation in hospitality research: a brief overview. *Journal of Hospitality* & *Tourism Research, 28*(1), 121-129. doi: 10.1177/1096348003261220

Neuman, W. L. (2016). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar 2* (Çev. S. Özge). Ankara: Yayın Odası.

Nunkoo, R. (2018). The state of research methods in tourism and hospitality. R. Nunkoo (Ed.), *Handbook of research methods for tourism and hospitality management* (ss. 3-23) içinde. ABD: Edward Elgar Publishing.

Nunkoo, R., Ramkissoon, H. ve Gursoy, D. (2013). Use of structural equation modeling in tourism research: Past, present, and future. *Journal of Travel Research, 52*(6), 759-771. doi: 10.1177/0047287513478503

Nunkoo, R., Thelwall, M., Ladsawut, J. ve Goolaup, S. (2020). Three decades of tourism scholarship: Gender, collaboration and research methods. *Tourism Management, 78*, 104056. doi: 10.1016/j.tourman.2019.104056

Oh, H., Kim, B. Y. ve Shin, J. H. (2004). Hospitality and tourism marketing: Recent developments in research and future directions. *International Journal of Hospitality Management, 23*(5), 425-447. doi: 10.1016/j.ijhm.2004.10.004

Pahlevan-Sharif, S., Mura, P. ve Wijesinghe, S. N. (2019). A systematic review of systematic reviews in tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 39*, 158-165. doi: 10.1016/j.jhtm.2019.04.001

Palmatier, R. W., Houston, M. B. ve Hulland, J. (2018). Review articles: Purpose, process, and structure. *Journal of the Academy of Marketing Science, 46*(1), 1-5. doi: 10.1007/s11747-017-0563-4

Punch, K. F. (2011). *Sosyal araştırmalara giriş nicel ve nitel yaklaşımlar* (Çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Riley, R. W. ve Love, L. L. (2000). The state of qualitative tourism research. *Annals of Tourism Research, 27*(1), 164-187. doi: 10.1016/S0160-7383(99)00068-7

Rossiter, J. R. (2001). What is marketing knowledge? Stage I: Forms of marketing knowledge. *Marketing Theory, 1*, 9–26. doi: 10.1177/147059310100100101

Rossiter, J. R. (2002). The five forms of transmissible, usable marketing knowledge. *Marketing Theory, 2*, 369–380. doi: 10.1177/147059310200200407

Ruble, R. A. (2017). Experimental manipulation. M. Allen (Ed.), *The sage encyclopedia of communication research methods* (ss. 474-477) içinde. ABD: Sage Publications.

Saab, M., Dartus, J., Erivan, R., Reina, N., Ollivier, M. ve Devos, P. (2019). Publication output of French orthopedic and trauma surgeons: Quantitative and qualitative bibliometric analysis of their scientific production in orthopedics and other medical fields. *Orthopaedics & Traumatology: Surgery & Research, 105*(8), 1439-1446. doi: 10.1016/j.otsr.2019.09.018

Scott, N., Zhang, R., Le, D. ve Moyle, B. (2019). A review of eye-tracking research in tourism. *Current Issues in Tourism, 22*(10), 1244-1261. doi: 10.1080/13683500.2017.1367367

Shadish, W., Cook, T. D. ve Campbell, D. T. (2002). Experimental and quasi-experimental designs for generalized causal inference. ABD: Houghton Mifflin.

Shoemaker, P. J., Tankard Jr, J. W. ve Lasorsa, D. L. (2004). *How to Build Social Science Theories*. CA: Sage Publications.

Sığırcı, Ö. (2023). Deneysel Araştırma Tasarımı ve Pazarlama Araştırmalarında Deneysel Araştırma Tasarımı Kullanan Yayınların İncelenmesi. *TroyAcademy, 8*(1), 101-135. doi: 10.31454/troyacademy.1235967

Sop, S. A. ve Kozak, M. (2021). Araştırma yöntemleri bilgisinin önemi: Turizm alanına yönelik bir gömülü teori çalışması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 32*(2), 171-183. doi: 10.17123/atad.756946

Sökmen, S. ve Doğan, M. (2021). Ulusal turizm araştırmalarında deneysel tasarım kullanımı. C. Avcıkurt, A. Köroğlu ve O. İlban (Ed.), *21. Ulusal – 5. Uluslararası Turizm Kongresi Bildirler Kitabı* (ss. 974-983) içinde. Ankara: Detay Yayıncılık.

Sun, S., Law, R. ve Zhang, M. (2020). An updated review of tourism-related experimental design articles. *Asia Pacific Journal of Tourism Research, 25*(7), 710-720. doi: 10.1080/10941665.2019.1699128

Tasci, A. D. A., Gartner, W. C. ve Cavusgil, S. T. (2007). Measurement of destination brand bias using a quasi-experimental design. *Tourism Management, 28*(6), 1529-1540. doi: 10.1016/j.tourman.2007.02.009

Tavakoli, R. ve Wijesinghe, S. N. (2019). The evolution of the web and netnography in tourism: A systematic review. *Tourism Management Perspectives, 29*, 48-55. doi: 10.1016/j.tmp.2018.10.008

Toy, B. Y. ve Tosunoğlu, N. G. (2007). Sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda bilimsel araştırma süreci, istatistiksel teknikler ve yapılan hatalar. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1*, 1-20. Erişim Adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/842689

Tribe, J. ve Airey, D. (Ed.) (2007). A review of tourism research. J. Tribe ve D. Airey (Ed.), *Developments in tourism research* (ss. 19-30) içinde. ABD: Routledge.

Veal, A. J. (2018). *Research methods for leisure and tourism* (5. Baskı). Birleşik Krallık: Pearson.

Viglia, G. ve Dolnicar, S. (2020). A review of experiments in tourism and hospitality. *Annals of Tourism Research, 80*, 102858. doi: 10.1016/j.annals.2020.102858

Wong, A. K. F., Koseoglu, M. A. ve Kim, S. (2021). Creation and dissemination of hospitality and tourism research outputs in the new millennium. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 33*(2), 377-401. doi: 10.1108/IJCHM-05-2020-0493

Xiao, H. ve Smith, S. L. (2006a). Case studies in tourism research: A state-of-the-art analysis. *Tourism Management, 27*(5), 738-749. doi: 10.1016/j.tourman.2005.11.002

Xiao, H. ve Smith, S. L. (2006b). The making of tourism research: Insights from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research, 33*(2), 490-507. doi: 10.1016/j.annals.2006.01.004

Xin, S., Tribe, J. ve Chambers, D. (2013). Conceptual research in tourism. *Annals of Tourism Research, 41*(1), 66-88. doi: 10.1016/j.annals.2012.12.003

Yoo, M., Lee, S. ve Bai, B. (2011). Hospitality marketing research from 2000 to 2009: Topics, methods, and trends. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 23*(4), 517-532. doi: 10.1108/09596111111130010

Zhang, J., Yu, Q., Zheng, F., Long, C., Lu, Z. ve Duan, Z. (2016). Comparing keywords plus of WOS and author keywords: A case study of patient adherence research. *Journal of the Association for Information Science and Technology, 67*(4), 967-972. doi: 10.1002/asi.23437

Extended Abstract

Purpose

The aim of this study is to reveal the use of experimental design method in tourism by analysing the articles published in the leading journals of the tourism field. For this purpose, systematic review and scientific mapping analyses were used to determine which researchers used experimental design, in what years, and in the context of what topics, and content analysis was used to determine whether these studies contain basic design elements. For this purpose, the following questions were attempted to be answered:

- In which years have tourism researchers used the experimental design method more frequently?
- What is the context of these studies in which the experimental design method is used?
- To what extent do these studies, which constitute the unit of analysis, include basic design elements? Thus, it is aimed to develop an understanding of both the quantitative and qualitative status of experimental research in the field of tourism.

Design and Methodology

The methodology of the study was systematic review and scientific mapping. In order to achieve the research objectives, journals were consulted, which are the main communication channel of the academic field. In order to carry out a systematic review in the study, the articles of the journals indexed in SSCI in Web of Science (WoS) and ranked in the first quartile (Quartile 1 - Q1) were collected. The bibliometrix package (Aria and Cuccurullo, 2017) was implemented in the R statistical software, and the shiny interface was preferred for reporting and visualisation. Experimental research articles were included according to the following inclusion and exclusion criteria:

- Publication in the Web of Science database
- Publication in English
- Publication in article format
- Mention of the concept of experimental research in the keyword, title or abstract
- Inclusion in the category "Hospitality Leisure Sport Tourism
- Inclusion in SSCI tourism journals

Thus, as a result of the search conducted on 15 September 2022, 12 tourism journals containing the phrase "experimental design" and a total of 199 articles published in these journals were accessed. However, after close reading, it was found that four of these articles did not use the experimental design method, so it was decided to eliminate them. The number of articles in the final dataset was therefore 195. The data were first reported through descriptive analyses, aiming to give a general picture of the use of the experimental design method. Relational and thematic analyses were then carried out for the conceptual structure. Regarding the conceptual structure, the basic elements of experimental design were identified, and the content analysis of the articles examined in the research was carried out. The basic elements of experimental design were determined based on the literature (Fong et al., 2016; Sun et al., 2020; Viglia and Dolnicar, 2020) as follows: type of experiment, type of experimental design, random assignment, manipulation control, manipulation tool, and experimental setting.

Findings

A total of 195 articles on experimental design were found between 1994 and 2023 in the 12 journals included in the study. This means that approximately 1% of the total number of accessible publications were experimental in design. Only 4.62% of the experimental tourism studies had a single author, while the average number of co-authors per study was 2.81. The number of authors per article was calculated to be 2.06. To better understand this difference, the Author Footprint Index (AFI) value (0.27), which indicates the rate of "co-authorshipness" between articles, was taken into account. In addition, the rate of internationality was found to be 0.29. Anna S. Mattila, Stephanie Q. Liu, Melissa A. Baker and Soobin Seo were found to be the most productive researchers. Anna S. Mattila was found to be the most prolific researcher based on h-index and g-index values. It was seen that concepts such as "COVID-19", "destination image", "behaviour", "online reviews", "restaurant", "satisfaction" stood out in addition to the keyword "experimental design". Most of the studies were published in the International Journal of Hospitality Management; similarly, the International Journal of Contemporary Hospitality Management was found to have a significant number of publications. Anna S. Mattila and Stephanie Q. Liu, two of the most active authors, primarily published in the International Journal of Hospitality Management and frequently used the keywords 'consumer' and 'behaviour' in addition to 'experimental design'. The driving themes consisted of concepts such as 'experimental design', 'emotions', 'online reviews', 'restaurant' and 'satisfaction'. Approximately 61% of the articles were of the true experimental type and 88% of the studies were between-subjects, 9% were within-subjects and 2% were mixed. 71% of the experiments were carried out online, 20% in the laboratory and 9% in the field. 86% of the experimental research had a random assignment condition, while 14% did not have a random assignment condition or it was not reported. Manipulation control was found to be widely used in research designs and the scenario was the most preferred manipulation tool (60%).

Research Limitations

The Q classifications considered in the research are not fixed and only the journals in Q1 are included. Only the WoS database was considered, and it should be recognised that not all articles of journals can be found in the WoS database. In addition, only studies in article format were analysed.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

In order to emphasize the importance of well-designed and correctly applied experimental design and to encourage its use, especially in national tourism research, the following suggestions can be made:

- In national tourism journals, special issues can be published for research whose method is experimental design, or publications such as technical notes, editorials, discussions, etc. related to this method can be included.
- Similarly, presentation sessions at scientific conferences can be planned specifically or the method.
- Training or seminar programs on experimental design can be organized as part of scientific meetings (congresses, conferences, etc.).
- More attention can be given to experimental design in research methodology, and similar courses in graduate programs or courses in experimental design methodology can be opened.
- Collaborate with researchers in fields such as marketing, social psychology, and psychology where experimental design is more widely used.

Originality/Value

Despite calls in the literature for a review of experimental research, the number of studies carried out is considered to be small and inadequate in scope. Review studies are of great importance to explore the current structure in more detail and to shed light on the future. This study analyses a total of 195 articles published in 12 journals in the first quarter (Q1) of the SSCI so far, without any year limitation. In doing so, it is assumed that more comprehensive and up-to-date experimental design studies have been analysed, thus reinforcing the findings of previous studies through systematic review and science mapping.

Araştırmacı Katkısı: Seda SÖKMEN (%33,3), Merve DOĞAN (%33,3), Eniser ATABAY (%33,3).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

C-131/12- Google İspanya v. AEPD Davası ve 2014/19685 Numaralı C.K. Anayasa Mahkemesi Bireysel Başvurusu Kapsamında Avrupa Birliği Hukukunda Unutulma Hakkı ve Türk Hukuk Sistemine Yansıması [1]

Didem SAYGIN [2] - Yağmur Ekim YILMAZ [3]

Başvuru Tarihi: 27.02.2023 **Kabul Tarihi:** 14.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Dijitalleşmenin son derece gelişim gösterdiği çağımızda bilgi güç hâline gelmiş, kişisel veriler işlenerek yürütülen ticari faaliyetlerle birlikte kişisel veriler dijital ortamda önem kazanmıştır. Bu durum ise, kitlesel kişisel veri işleme karşısında bireylerde kişisel verilerinin kontrollerini kendi ellerinde tutamadığı düşüncesine yol açmış, böylece bireyler dijital pazara güvenlerini kaybetmiş, kişisel verilerin korunması hakkının ötesinde unutulma hakkı olarak gündeme getirilen başka bir hakka ihtiyaç duyulmuştur. Avrupa Birliği hukukunun önce içtihat sonra yasama yoluyla kazandırdığı bu hak, fikir ayrılıklarına ve uygulama farklılıklarına da neden olmuştur. Türk hukukunda da unutulma hakkı ile ilgili bir mevzuat bulunmasa da dünyadaki seyrine uygun şekilde unutulma hakkına içtihatlarda sıkça yer verildiği görülmektedir. Bu makalede, unutulma hakkının ortaya çıkışına zemin hazırlayan tarihsel gelişiminden bahsedilerek, Avrupa Birliği hukukundaki yerine, sonrasında ise Türk hukukuna yansımalarına değinilecek, doktrindeki görüşler, Avrupa Birliği Adalet Divanı, Anayasa Mahkemesi ve Yargıtay içtihatlarına yer verilerek unutulma hakkına genel bir bakış sunulacaktır. Bu çalışma, ampirik bir çalışma olmayıp herhangi bir bulguya ulaşılamamıştır. Sonuç olarak, unutulma hakkının Türk içtihatlarında olması gerekenden farklı yorumlandığı ve kişisel verilerin korunması hakkı zemininde düşünülerek düzeltilmesi gerektiğine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Unutulma Hakkı, Kişisel Veri, Mahremiyet, Dijital Ortam*

Atıf: Saygın, D. ve Yılmaz, Y. E. (2023). C-131/12- Google İspanya v. AEPD davası ve 2014/19685 numaralı C.K. Anayasa Mahkemesi bireysel başvurusu kapsamında Avrupa Birliği Hukukunda Unutulma Hakkı ve Türk Hukuk Sistemine yansıması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 685-700.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, **didemsaygin@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-2832-351X

[3] Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Biga İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi Bölümü, **yagmurekimyilmaz@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-8484-3600

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Right to be Forgotten in European Union Law and Its Reflection on Turkish Legal System within the Scope of C-131/12-Google Spain v. AEPD Case and C.K. Constitutional Court Individual Application No. 2014/19685

Didem SAYGIN [4] - Yağmur Ekim YILMAZ [5]

Submitted by: 27.02.2023 **Accepted by:** 14.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

In our age of digitalisation, information has become power and personal data has gained importance in the digital environment with commercial activities carried out by processing personal data. This situation, on the other hand, has led individuals to think that they cannot control their personal data in the face of mass personal data processing, thus individuals have lost their trust in the digital market, and another right, which is brought to the agenda as the right to be forgotten beyond the right to protection of personal data, has been needed. This right, which was introduced by the European Union law first through case law and then through legislation, has also caused differences of opinion and differences in practice. Although there is no legislation on the right to be forgotten in Turkish law, it is seen that the right to be forgotten is frequently included in the case law in accordance with the course of the world. In this article, the historical development of the right to be forgotten, the place of the right to be forgotten in the European Union law, and then its reflections on Turkish law will be mentioned, and an overview of the right to be forgotten will be presented by including the opinions in the doctrine, the case law of the Court of Justice of the European Union the Constitutional Court and the Court of Cassation. This study is not an empirical study and no findings have been reached. As a result, it is concluded that the right to be forgotten is interpreted differently than it should be in Turkish jurisprudence and should be corrected by considering it on the basis of the right to protection of personal data.

Keywords: *Right to be Forgotten, Personal Data, Privacy, Digital Media*

[4] Çanakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration, **didemsaygin@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-2832-351X
[5] Çanakkale Onsekiz Mart University, Biga Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Administration **yagmurekimyilmaz@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-8484-3600

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Unutulma hakkı, belirli durumlarda bir birey hakkındaki özel bilgilerin internet aramalarından ve diğer dizinlerden kaldırılmasını isteme hakkıdır. Unutulma hakkının (bilgiye erişim açısından) uluslararası bir insan hakkı olarak tesis edilmesinin pratikliği konusunda tartışmalar bulunmaktadır. Bu kısmen, böyle bir hakkı uygulamaya çalışan mevcut içtihadın belirsizliğinden kaynaklanmaktadır. Ayrıca, ifade özgürlüğü hakkı üzerindeki etkisi, özel hayatın gizliliği hakkı ile etkileşimi ve unutulma hakkının yaratılmasının sansür ve tarihin yeniden yazılması yoluyla internetin kalitesini düşürüp düşürmeyeceği konusunda da endişeler vardır. Unutulma hakkının savunucuları, intikam amacı güdülen bir kişinin adının ilgili arama motoru sonuçlarında görünmesi ve bu sonuçların bireylerin geçmişte işlemiş olabilecekleri küçük suçlarla ilgili olduğu durumlar gibi konular nedeniyle bu hakkın gerekli olduğunu savunmaktadır. Temel endişe, bu tür arama sonuçların kaldırılmadığı takdirde bir kişinin çevrimiçi itibarı üzerinde neredeyse süresiz olarak sahip olabileceği potansiyel aşırı etkidir.

Unutulma hakkı "Bir bireyin belirli verilerinin silinmesini ve böylece üçüncü tarafların artık kendisini takip edememesini talep etmesini ifade eder." (Akgül, 2015, s.17). Unutulma hakkı, bireylerin kendileri hakkındaki bilgi, video veya fotoğrafların arama motorları tarafından bulunamaması için belirli internet kayıtlarından silinmesine izin verme etkisine sahiptir.

Yine unutulma hakkı, öğretide alışılmadık bir gelişim gösteren atipik bir hak olarak değerlendirilmektedir. Bunun ana sebebi ise unutulma hakkının, ulusal veya uluslararası hukuk tarafından öngörülmüş bir hak olmamasıdır. Unutulma hakkı, kişisel verilerin korunmasına ilişkin kuralların hukukçular ve mahkemelerce yorumlanması ile ortaya çıkarılmıştır (Abril ve Lipton, 2014). 13 Mayıs 2014'te Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD)'ın Google İspanya SL v. Agencia Espanola de Protecci (AEPD-İspanya Veri Koruma Ajansı) kararıyla unutulma hakkı hukuk dünyasına girmiştir (ABAD, 2014). Bu noktada, unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkının bir görünümü olarak karşımıza çıkmaktadır.

Avrupa Birliği hukukunda kişisel verilerin korunması hakkının tarihsel gelişiminin ve bu gelişimde ABAD başta olmak üzere diğer Avrupa Birliği kurumlarının rollerinin analiz edilmesi, unutulma hakkını hayata geçiren yol haritasının anlaşılması bakımından önemlidir. Çünkü unutulma hakkı ortaya çıkışı bakımından yasa koyucular tarafından bağımsız olarak tanınmış bir hak değildir. Özellikle Avrupa Birliği hukukunun kişisel verilerin korunması konusunda gösterdiği önemin bir sonucudur.

Literatür Taraması

Unutulma hakkı, dijital ortam hafızasının silinmesi, yani dijital içeriğin talep doğrultusunda önceki hâlindeki erişilebilirliğinde olmayacak hâle getirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Nalbantoğlu, 2018, s.589). Unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkı ile yakından ilişkili olup, bireyin dijital ortamdaki kişisel verilerini kontrol etmesini sağlamaktadır (Akgül, 2015, s.17) Bu yönüyle unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkının devamı niteliğinde görülmekte ve yeni bir hak olmadığı iddia edilmektedir. Kişisel verinin kişinin kendisi tarafından düzenlenmesi, kişinin verisinin hukuka uygun olmayan biçimde işlenmesi hâlinde bu işlemeye itiraz hakkı gibi kişisel verilerin korunması hukukuna hâkim olan çeşitli ilkelerin ayrıca tanımlanacak bir unutulma hakkına ihtiyaç duyulmaksızın istenilen sonucun sağlayacağı ifade edilmektedir (Fleischer, 2011). Ancak dijital ortam, kişisel verilerin saklandığı ve işlendiği diğer fiziki ortamlardan farklı olarak en üst düzeyde herkesin her an erişimine açıktır. Bu bağlamda fiziki ortamda arşive kaldırılacak yahut belli bir süre geçmesiyle güncelliğini yitirecek ve zaman geçtikçe daha az tercih edilir ve erişilir olacak veriler, dijital ortamda geçen zamana ve değişen gündeme rağmen ilk zamanki güncelliğini korumakta, herkesin en önceki tarihli kişisel veriye dâhi her an ulaşabilmesi mümkün olmaktadır. Bu da dijital ortamı, kişisel verilerin işlendiği diğer mecralardan ayıran, burada kişinin veri mahremiyetinin daha fazla korunmasını gerektiren ve unutulma

hakkını ortaya çıkaran en önemli sebeplerden biridir (Reding, 2012). Bununla birlikte unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkından bağımsız da düşünülemeyecektir. Unutulma hakkının konusunu, dijital ortamdaki kişisel veriler oluşturmaktadır (M. Akkurt, 2020, s. 23). Unutulma hakkı konusu olan kişisel verilerin işlenmesine de kişisel verilerin korunması hukukuna hâkim olan prensipler eşlik edecektir (Genel Veri Koruma Tüzüğü, t.y.). Bu bilgiler ışığında, unutulma hakkının hukuk hayatına nispeten yeni girmiş bir hak olduğu da göz önünde bulundurulduğunda kişisel verilerin korunması hakkı ile arasındaki ince çizginin anlaşılamaması ve yanlış uygulamalara yol açması söz konusu olabilecektir. Unutulma hakkıyla ilgili mevcut literatür hakkın tanımlanması ile sınırlıdır. Ancak söz konusu tanımlamalar unutulma hakkının kapsamını belirlemediği ve diğer haklarla bağını ortaya koymadığı gibi güncel dava örnekleri ile de desteklenmemiştir. Bu çalışmada, unutulma hakkının sınırları belirlenecek, Avrupa Birliği hukuku ve Türk hukukundaki unutulma hakkı uygulamaları incelenecek ve unutulma hakkının nasıl uygulanması gerektiğine ilişkin çözüm önerileri sunulacaktır.

Yöntem

Bu çalışmada, Avrupa Birliği hukuku kuralları, ABAD içtihatları, doktrindeki görüşler ve Türk hukukundaki içtihatlar çerçevesinde unutulma hakkı açısından genel bir bakış sunulması amaçlanmıştır. Çalışma, hukuk makalesi olduğundan ampirik bir çalışma değildir ancak unutulma hakkının Türk hukuku için nispeten yeni bir hak olması sebebiyle diğer haklarla özellikle başta kişisel verilerin korunması hakkı, yanı sıra şeref ve itibarın korunması hakkı ile birlikte yorumlanmaya çalışıldığı ve Anayasa Mahkemesi (AYM) ve Yargıtayca unutulma hakkının hukuk disiplinindeki yerinin tam olarak anlaşılamadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Konuyla ilgili yapılacak ileriki çalışmalar açısından da AYM ve Yargıtay uygulamalarında unutulma hakkının nasıl uygulandığının güncel tarihli kararlarla araştırılması ve unutulma hakkının ortaya çıkışına ve tarihsel gelişimine uygun ve yeknesak bir yorumun geliştirilmesi faydalı olacaktır. Bu çalışmada sırasıyla unutulma hakkının tarihsel gelişimine, unutulma hakkını ortaya çıkaran C-131/12- Google İspanya v. AEPD davasına, unutulma hakkının Türk hukukundaki yansımalarına ve AYM Bireysel Başvurusu olarak 2014/19685 numaralı C.K. başvurusuna yer verilmiştir (AYM, 2018).

Avrupa Birliği Hukukunda Unutulma Hakkına Temel Olarak Kişisel Verilerin Korunması

2000'de yürürlüğe giren Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı, Avrupa Birliği hukukunda kişisel verilerin korunması yönünde anayasal düzeyde atılan ilk adımdır (Fabbrini and Celeste, 2020, s.57). Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.8'e paralel olarak düzenlenen ve ilgili hakkın Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı nezdinde yeniden tanınması şeklinde yorumlanan Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı m.7, "Herkes, özel ve aile yaşamına, konutuna ve haberleşmesine saygı gösterilmesini isteme hakkına sahiptir." hükmüyle özel hayata ve aile yaşamına saygı gösterilmesini garanti altına almıştır (Charter of Fundamental Rights of the European Union, t.y.). Böylelikle kişinin özel yaşamına, aile yaşamına, konutuna ve haberleşmesine ilişkin kişisel verileri de koruma altına alınmıştır. Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı m.8 ise Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.8 ile sağlanan güvenceyi bir adım ileri götürerek, açık bir şekilde kişisel verilerin korunmasını talep etme hakkını öngörmüştür (Charter of Fundamental Rights of the European Union, t.y. ; European Convention on Human Rights, t.y.). Buna göre "Herkes, kendisine ilişkin kişisel bilgilerinin korunmasını isteme hakkına sahiptir. Bu tür bilgiler, belirtilen amaçlar için ve ilgili kişinin muvafakatine veya yasada öngörülen başka meşru temele dayalı olarak adil şekilde kullanılmalıdır." (Charter of Fundamental Rights of the European Union, t.y. ; European Convention on Human Rights, t.y.)

2009'da yürürlüğe giren Lizbon Antlaşması ise Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma m.16 ile kişisel verilerin korunması hakkını hüküm altına almış, ilgili maddenin 1. fıkrasında herkesin kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunması hakkına sahip olduğu, 2. fıkrasında da Avrupa Birliği ve Konsey'in olağan yasama usulü

ile Birlik hukuku kapsamında kişisel verilerin korunmasına ilişkin kuralları koymak üzere yetkilendirildiği ifade edilmiştir (Consolidated Version of the Treaty on the Functioning of the European Union, t.y.) [6]. Lizbon Antlaşması'nın getirisi olan Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkındaki Antlaşma söz konusu hükümle birlikte Avrupa Birliği Temel Haklar Şartı m.7 ile kişisel verilerin korunmasına tanınan Anayasal değerdeki merkezi rolün teyit edildiği ve kişisel verilerin korunmasının Avrupa Birliği'nde tam bir hukuki değere kavuştuğu belirtilmektedir (Fabbrini ve Celeste, 2020, s.57).

Bunun yanında 1970'lerde Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi m.8'de tanımlanan özel hayata ve aile hayatına saygı hakkı ile birlikte kişisel verilerin korunmasının Avrupa Birliği hukukunda sınırlı bir dereceye kadar gelişim gösterdiği, 1981'de imzaya açılan 108 Sayılı Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Bireylerin Korunması Sözleşmesi'nin kişisel verilerin korunmasının bir hak olarak tanınması gerekliliği düşüncesine zemin hazırladığı belirtilmektedir (Bartolini ve Siry, 2016, s.221). Özellikle Avrupa Konseyi tarafından 1981'de Strazburg'da imzaya açılan ve 1985'te yürürlüğe giren 108 Sayılı Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Bireylerin Korunması Sözleşmesi, giriş bölümünde ve 1. maddesinde kişisel verilerin otomatik işleme tabi tutulması ve kişisel verilerin sınır ötesi akışının yoğunluk kazanması karşısında kişilerin özel hayata saygı hakkının genişletilmesi ve güvence altına alınması gerektiğini dile getirmiştir (108 Sayılı Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Bireylerin Korunması Sözleşmesi, t.y.). 1995 yılında yürürlüğe giren 95/46/EC Sayılı Veri Koruma Direktifi ise, Avrupa Birliği hukukunda kişisel verilerin korunmasının usul ve esaslarını tanımlayan metin olması açısından önem taşımaktadır (Veri Koruma Direktifi, t.y.). Veri Koruma Direktifi'nin en belirgin özelliği, verilerin ancak meşru bir amaç doğrultusunda, ölçülü ve şeffaf olarak işlenebileceğini, kişinin rızası olmaksızın verilerin işlenmesinin veya başka bir işleme tabi tutulmasının mümkün olmayacağını öngörmesi, aynı şekilde kişisel verilerin Veri Koruma Direktifi'nce belirlenen amaçlara aykırı şekilde işlenmesi hâlinde düzeltilmesi, silinmesi ve işlenmesinin engellenmesini şart koşmasıdır (Čtvrtník, 2023, s. 116-117). Başka bir deyişle, Veri Koruma Direktifi, kişisel verilerin ancak kişinin rızası dâhilinde, meşru bir amaca dayalı olarak işlenmesini, işlenmenin ölçülü ve şeffaf olmasını yani kişinin işlenen veriden ve işlenme sürecinden her durumda haberdar olabilmesini, bu ölçütlerle bağdaşmayan veri işlemenin sona erdirilmesi gerektiğini öngörmektedir.

İleride daha geniş anlamda bahsedileceği üzere, 1995 tarihinde yürürlüğe giren Veri Koruma Direktifi'nde öngörülen bu prensiplerin satır aralarından ABAD 13 Mayıs 2014 tarihli Google İspanya SL v. Agencia Espanola de Protecci kararıyla içtihadi bir yorumla unutulma hakkını gündeme getirmiştir (Owings, 2015, s. 21). Bununla birlikte, unutulma hakkı, 22 Ocak 2012'de Avrupa Komisyonu'nun Adalet, Temel Haklar ve Vatandaşlıktan Sorumlu Üyesi Viviane Reding, Dijital,Yaşam ve Tasarım İnovasyon Konferansı'nda 1995 yılında yürürlüğe giren Veri Koruma Direktifi'nde reforma gidilmesi gerektiğini dile getirerek, unutulma hakkına ihtiyaç olduğunu resmi olarak duyurmuştur. Veri Koruma Direktifi'ni hazırlayan 1993 döneminde kişisel verilerin internet üzerinde işlenme oranının %1 olduğunu, ancak 2012 itibarıyla %97'ye çıktığını, güvenilir bir dijital pazara ulaşabilmek için kişisel verilerin mahremiyetinin ön planda tutulması gerektiğini ifade eden Reding, dijital ortamda kişilerin verileri üzerinde hâkimiyetlerini kaybettiklerini düşündüklerini, bu düşüncenin kişisel verilerin adeta para birimine dönüştüğü dijital pazarda olumsuzluğa yol açacağını belirtmiştir. Buna çözüm önerisi olarak, kişisel verilerin olabildiğince şeffaf ve kişinin rızası dâhilinde işlenmesini sunan Reding, unutulma hakkının da kişinin verileri üzerindeki hâkimiyetini sağlamasında gerekli olduğunu dile getirmiştir. Reding'e göre, dijital ortamda en küçük bilgi kırıntıları dâhi yıllarca saklanabilmekte, bu da verilerin paylaşıldıktan yıllar sonra dâhi etkisini aynı şekilde sürdürmesine neden olmakta, kişilerin çevrimiçi kimliklerini yeniden inşa etme olanaklarını ortadan kaldırmaktadır. Reding, unutulma hakkının

[6] Avrupa Birliği'nin İşleyişi Hakkında Antlaşma m.16 '1. Herkes, kendisiyle ilgili kişisel verilerin korunması hakkına sahiptir.
2 Avrupa Parlamentosu ve Konsey, Birlik hukuku kapsamına giren faaliyetlerin yürütülmesinde, Birlik kurum, organ, ofis veya ajansları ile üye devletler tarafından kişisel verilerin işlenmesi sırasında bireylerin korunmasına ve bu bilgilerin serbest dolaşımına ilişkin kuralları olağan yasama usulü uyarınca belirler. Bu kurallara uyulması, bağımsız otoritelerin denetimine tabidir.'

resmi olarak ilk duyurusunu yapan kişi olarak konuşmasında unutulma hakkının sahip olacağı niteliklere ilişkin olarak bazı ipuçları da vermiştir. Buna göre, unutulma hakkı mutlak bir hak olmayıp, ifade özgürlüğünden veya medya özgürlüğünden önce gelmeyecektir. Bununla birlikte unutulma hakkı, tarihin toptan silinmesi anlamına gelmeyecek, gazete arşivleri gibi meşru ve hukuki bir menfaatin varlığı hâlinde kişisel veriler işlenmeye devam edecektir (Reding, 2012). Ancak, Viviane Reding'in konuşmasının ardından unutulma hakkı medyada ve Avrupa vatandaşları arasında büyük bir tepkiyle karşılanmıştır. Unutulma hakkının, internetteki ifade özgürlüğünün önünde en büyük engel olduğu ifade edilmiş, özellikle kişinin sadece kendisinin dijital ortamda paylaştığı kişisel verilerin değil kişi hakkındaki her türlü bilginin unutulma hakkının konusu olması eleştiri konusu olmuştur. Başka bir deyişle kişinin kendisinin paylaştığı, ancak bir başkasının kişinin kendisinin paylaştığı veriyi kopyalayıp tekrar paylaştığı, aynı şekilde başkalarının kişi hakkında paylaştığı veriler unutulma hakkına dâhil edilmektedir. Özellikle başkalarının kişi hakkında paylaştığı verilerin unutulma hakkı içerisinde değerlendirilmesi ifade özgürlüğü açısından kısıtlayıcı bulunmuştur. İlgili kişisel verilerin örneğin gazetecilik yahut tarihsel araştırma gibi meşru bir amaçla tutulduğunun ispatının da kişisel veriyi işleyen tarafa ait olması da olumsuz olarak değerlendirilmiştir (Rosen, 2012). Buna benzer şekilde başka bir görüşe göre unutulma hakkı, sansürü haklı çıkarmak için mahremiyetin ve özel hayatın gizliliğinin kullanılmasından başka bir şey değildir. Unutulma hakkı, bilgisayarların da tıpkı insan beyni gibi unutmaya programlanması fikrine dayanmakta olup, insanların acı veren geçmişlerini dijital ortamda da silme hakkın a sahip oldukları savını destekleyebilirse de tarihin hatırlanması gerektiği ve kültürün hafızadan ibaret olduğu göz ardı edilmemelidir (Fleischer, 2011). Başka bir açıdan da unutulma hakkının, Fransızca 'le Doit a l'Oubli' teriminden yani Avrupa'da güçlü kökleri bulunan, insanların geçmişlerinden kaçmalarına imkân veren mahremiyet kavramından türetildiğinin altı çizilmekte, unutulma hakkının başkasının kişi hakkında yayınladığı veriler de dâhil kişi ile ilgili tüm verileri kapsamasının Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği üyeleri arasında büyük bir karşıtlığa yol açacağı belirtilmektedir. Çünkü Amerika Birleşik Devletleri'nde kişinin hakkında başkasının yayınladığı veriler, yayınlayanın ifade özgürlüğü içerisinde kabul edilerek unutulma hakkına konu edilemeyecektir. Örnek olarak bir kişinin işlediği cinayete ilişkin Wikipedia sayfasında yayınlanan bilgi, Avrupa Birliği üye devletlerinde kişiye geçmişinden kaçma olanağı verilmesi anlamında yorumlanarak unutulma hakkı çerçevesinde silinebilecektir. Ancak Amerika Birleşik Devletleri'nde bu Wikipedia sayfasına ifade özgürlüğü çerçevesinde dokunulamayacaktır (Shoor, 2014, s. 492-493).

Unutulma hakkına tek eleştiri akademik alanda gerçekleşmemiştir. 2013'te Fransız arşivciler tarafından unutulma hakkı gerekçesiyle internet arşivlerindeki kişisel verilerin silinmesi ya da anonimleştirilmesinin kamu kurumları ya da kültürel mirasın oluşmasına katkı sağlayan özel kuruluşlara örneğin arşivleme kuruluşlarına da zorunlu kılınmasına karşı çıkan bir dilekçe yazılmış ve 50.000 arşivci ve tarihçi tarafından imzalanmıştır. Fransız arşivcilere göre, internet bilgilerin saklanmasını geçmişe göre çok daha güvenli şekilde sağlamaktadır. Ancak kişisel verilerin güvenliğini kâr amacıyla ihmal eden kuruluşlardan farklı olarak kültürel mirasın oluşmasına çalışan özel kuruluşlar ile kamu hizmetini yerine getiren kamu kurumları kişisel verilerin işlenmesinde etik ilkeler uyarınca profesyonel şekilde hareket etmektedir. Bu kurum ve kuruluşlar, veri güvenliğinde ticari kuruluşlarla aynı kefeye konulmamalı, üçü de aynı şekilde unutulma hakkı gerekçesiyle kişisel verileri silmek veya anonimleştirmek zorunda bırakılmamalıdır. Bu biçimde ancak bir kolektif hafıza kaybına neden olunacaktır (l'AAF, 2023).

Bunların sonucunda 2018 yılında yürürlüğe giren Genel Veri Koruma Tüzüğü m.17'de unutulma hakkı tanımlanarak, yasal boşluk giderilmiştir (Genel Veri Koruma Tüzüğü, t.y.)[7]. Avrupa Birliği hukukunda

[7] "Genel Veri Koruma Tüzüğü m. 17 'Silme hakkı ('unutulma hakkı')
1. Veri sahibinin kendisi ile ilgili kişisel verilerin herhangi bir gecikmeye mahâl verilmeksizin silinmesini kontrolörden talep etme hakkı bulunur ve, aşağıdaki hâllerden birinin geçerli olması durumunda, kontrolörün kişisel verileri herhangi bir gecikmeye mahâl vermeksizin silme yükümlülüğü bulunur:
(a) kişisel verilerin toplanma veya işlenme amaçlarıyla ilişkili olarak artık gerekli olmaması;
(b) veri sahibinin 6(1) maddesinin (a) bendi veya 9(2) maddesinin (a) bendine göre işleme faaliyetinin dayandığı izni geri çekmesi ve işleme faaliyetiyle ilgili başka bir yasal gerekçe bulunmaması;

unutulma hakkının öngörülme şeklinin direktif değil de tüzük olması, başka bir deyişle bütün üye devletlerde, bu devletlerin ayrıca mevzuatlarına dâhil etmelerine gerek kalmaksızın doğrudan yürürlüğe girmesi, unutulma hakkı özelinde Avrupa Birliği çapında yasal kesinliğin ve üye devletler arasında uyumun sağlanmaya çalışıldığı şeklinde yorumlanmıştır (Shoor, 2014, s. 489-490). Genel Veri Koruma Tüzüğü'nde unutulma hakkı yalnızca öngörülmekle kalmamış, uygulanmasında çıkabilecek problemler de diğer kurallar ile giderilmeye çalışılmıştır. Bu noktada, unutulma hakkının Avrupalı olmayan şirketler ve arama motorları tarafından da uygulanması gerekliliği getirilmiş, bireyler açısından unutulma hakkının daha etkili olabilmesi için ispat yükü tersine çevrilerek kişisel verilerin işlenmesinin meşru bir amaca dayandığını ispata kişisel veriyi işleyen taraf yükümlü kılınmış, kişisel verinin unutulma hakkı kapsamında silinmesine mahkeme veya düzenleyici kuruluş tarafından kesin ve son karar verilmiş olması hâlinde kişinin de kendi verisini silebilmesinin önü açılmıştır (European Commission, 2014).

Unutulma hakkı, Genel Veri Koruma Tüzüğü uyarınca kişisel verilerin korunması ve işlenmesine ilişkin meşru amaçlar ve prensipler zeminine oturmaktadır. Genel Veri Koruma Tüzüğü m.5'te hüküm altına alınan kişisel verilerin işlenmesine ilişkin ilkelerin de belirttiği üzere kişisel verinin hukuka uygun, adil ve şeffaf bir şekilde işlenmesi, açık ve meşru bir amaçla toplanması ve bu amaç devam ettiği sürece işlenmeye devam etmesi, bu amaç bulunmadığı takdirde ise işlenmemesi gerekmektedir. İşlenen veriler güncel ve doğru olmalıdır. Unutulma hakkı da kişisel verilerin saklanma amacının ortadan kalkması, bu nedenle verinin işlenmeye devam edememesi veya verinin güncelliğini yitirmesi hâlinde gündeme gelen bir hak olmaktadır. Genel Veri Koruma Tüzüğü m.5/1-b'de genel bir karine şeklinde bazı amaçlar kendiliklerinden meşru amaç olarak kabul edilmiştir (Genel Veri Koruma Tüzüğü, t.y.). Bunlar, aynı zamanda ilgili Tüzük'ün 89/1. maddesinde de belirlenmiş olup kamu yararına arşivleme amaçları, bilimsel veya tarihi araştırma amaçlarıyla veya istatistiki amaçlardır. Meşru amaçlar doğrultusunda ve meşru amaçlar devam ettiği sürece işlenebilen kişisel verilerin, karine olarak kabul edilen ve 89/1 maddesinde belirlenen amaçlarla işlenmesi hâlinde daha uzun süreler boyunca saklanabileceği, Genel Veri Koruma Tüzüğü m.5/1-e'de ifade edilmiştir. Bu hâlde, birtakım amaçlar karine olarak meşru amaçlar kabul edilmiş olmakta ve bu kabulden bir adım öteye geçilerek bu amaçlarla işlenen kişisel verilerin meşru amaçlarla saklanabileceğinden daha uzun süreler boyunca saklanabilmesine izin verilmektedir (Genel Veri Koruma Tüzüğü, t.y.).

Söz konusu istisna, 2013'te Fransız arşivci ve tarihçilerin düzenledikleri dilekçenin Genel Veri Koruma Tüzüğü çerçevesinde kazandığı bir zafer olarak değerlendirilmektedir (Čtvrtník, 2023, s. 118).

Unutulma hakkının kapsamına, yukarıda da değinildiği gibi kişisel veri girmektedir, 1995 Veri Koruma Direktifi m.2/a uyarınca tanımlanan kişisel veri kimliği belirli veya belirlenebilir bir gerçek kişiyle ('veri sahibi') ilgili herhangi bir bilgidir. Kişiyle ilgili herhangi bir bilgiye, kişinin IP adresi, haberleşme ve sosyal medya içerikleri, kanaatlerini içeren yazı ve makaleler, adli, tıbbi ve çeşitli diğer sicillerdeki kayıtları, fiziki

(c) veri sahibinin 21(1) maddesi uyarınca işleme faaliyetine itirazda bulunması ve işleme faaliyetine yönelik ağır basan meşru bir gerekçe bulunmaması ya da veri sahibinin 21(2) maddesi uyarınca işleme faaliyetine itirazda bulunması;
(d) kişisel verilerin yasa dışı biçimde işlenmiş olması;
(e) kontrolörün tabi olduğu Birlik veya üye devlet hukukundaki bir yasal yükümlülüğe uygunluk sağlanması amacı ile kişisel verilerin silinmesinin zorunlu olması;
(f) kişisel verilerin 8(1) maddesinde atıfta bulunulan bilgi toplumu hizmetlerinin sağlanması ile ilgili toplanmış olması.

2. Kontrolörün kişisel verileri kamuya açıklamış olduğu ve 1. paragraf uyarınca kişisel verileri silmek zorunda olduğu hâllerde, kontrolör, mevcut teknoloji ve uygulama maliyetini göz önünde bulundurarak, veri sahibinin talep etmiş olduğu kişisel verileri işleyen kontrolörleri söz konusu kişisel verilere yönelik her türlü bağlantı veya bu verilerin her türlü nüshası ya da çoğaltmasının söz konusu kontrolörlerce silinmesi hususunda bilgilendirmek üzere teknik tedbirler de dahil olmak üzere makul adımları atar. 3. 1 ve 2. paragraflar işleme faaliyeti aşağıdaki amaçlar doğrultusunda gerekli olduğu ölçüde uygulanmaz:
(a) ifade ve bilgi edinme hakkının kullanılması;
(b) kontrolörün tabi olduğu Birlik veya üye devlet hukuku çerçevesinde işleme faaliyeti gerektiren bir yasal yükümlülüğe uygunluk açısından veya kamu yararına gerçekleştirilen bir görevin yerine getirilmesi veya kontrolöre verilen resmi bir yetkinin uygulanması açısından;
(c) 9(2) maddesinin (h) ve (i) b entlerinin yanı sıra 9(3) maddesi uyarınca hâl k sağlığı alanındaki kamu yararı sebeplerinden dolayı;
(d) 1. paragrafta atıfta bulunulan hakkın ilgili işleme hedeflerinin yakalanmasını imkansız hâl e getirmesi veya yakalanmasına ciddi şekilde zarar vermesinin muhtemel olduğu ölçüde, 89(1) maddesi uyarınca kamu yararına arşivleme amaçları, bilimsel veya tarihi araştırma amaçları ya da istatistiki amaçlar doğrultusunda veya
(e) yasal iddialarda bulunulması, bu iddiaların uygulanması veya savunulması açısından. "

görüntüsünü yansıtan fotoğraf ve çizimler, parmak izi,göz retinası, isim ve soyismi, adresi gibi münhasır veriler girmektedir (M. Akkurt, 2020, s. 23). Bunun yanında kişiyle ilgili herhangi bir bilgi kavramının kişinin kendi paylaştığı, kişinin ilgili paylaşımından başkasının kopyalayıp paylaştığı ve başkasının kişi hakkında paylaştığı veriler anlaşılmaktadır. Ancak ifade özgürlüğünün tam olarak başkasının kişi hakkında paylaştığı verilerle başladığı, bu nedenle unutulma hakkı ve ifade özgürlüğü arasındaki dengenin gözetilmesi gerektiği, "başkasının kişi hakkında paylaştığı verilerden kamuya açık olarak sunulan ve rahatsız edici, onur kırıcı, bilinmesi istenmeyen verilerin anlaşılması gerektiğinin amaca uygun olduğu" ifade edilmektedir (S. S. Akkurt, 2016, s.2624). Unutulma hakkı yalnızca dijital verileri kapsamaktadır, içerik yazı, ses, görüntü gibi çeşitli biçimlerde olabilecektir, ancak içeriğin dijital ortamda bulunması gerekmektedir. Başka bir deyişle fiziki ortamlarda örneğin televizyon ya da radyo yayınında ya da gazete, dergi gibi yazılı basında bulunan veriler, dijital ortama taşınmadıkça unutulma hakkının konusu olamayacaktır (Nalbantoğlu, 2018, s.589).

C-131/12- Google İspanya SL ve Google Inc v. AEPD Davası

Google İspanya ve Google Inc v. AEPD Davası, ABAD'ın 1995 Veri Koruma Direktifi'ni yorumlayarak "unutulma hakkı"nı tanımladığı karar olarak Avrupa Birliği kişisel veri hukukunda yerini almıştır. Yukarıda da belirtildiği üzere, unutulma hakkı bağımsız bir hak olarak düşünülemeyecektir, 1995 Veri Koruma Direktifi'nde unutulma hakkına zemin hazırlayan kişisel verilerin korunması hakkı, usul ve esasları yer almaktadır. 1995 Veri Koruma Direktifi m.6, 2018'de yürürlüğe giren Genel Veri Koruma Tüzüğü ile paralel olarak kişisel verilerin güncel ve doğru olmasını hüküm altına almış olup, kişisel verilerin işlenmesine ilişkin meşru amaç, kişinin rızası, hukuka uygunluk prensipleri de aynı şekilde yer almakta, bu nitelikleri taşımayan verilerin düzeltilmesi, silinmesi ya da bu verilere erişimin engellenmesini talep hakkı tanınmaktadır (Guadamuz, 2017, s. 64).

Google İspanya v. AEPD davasında, Bay Costeja González, İspanya'da yüksek tirajlı bir gazete olarak yayımlanan La Vanguardia gazetesinde, kendisinin sigorta borçlarının tahsili için gerçekleştirilecek haciz işlemlerine ilişkin açık arttırma haberinin Google arama motorunda kendi ismi yazılınca ilk sırada çıktığını belirtmiştir. 9 Mart 1998'de yapılan bu haberdeki haciz işleminin, başvuru tarihi olan 14 Mart 2010 itibarıyla tamamen çözülmüş olduğunu, bunun hakkındaki haberin ve ilgili linklerin kaldırılması gerektiğini söyleyerek İspanya Veri Koruma Ajansı AEPD'e başvuruda bulunmuştur. AEPD, haberi kaldırmamış ancak başvurunun kişinin ismi yazılınca çıkan Google linkleriyle ilgili kısmını onaylamıştır. Google ise kararı temyiz etmiş ve İspanya Ulusal Yüksek Mahkemesi'ne taşımıştır. Ulusal Yüksek Mahkeme de ABAD'a ön karar prosedürü ile sorular yöneltmiştir. Bu sorular şu şekildedir:

Web'i indeksleme ve tarama işlemi bir kişisel veri işleme eylemi midir? Cevap evet ise, arama motorları (ve potansiyel olarak web tarayıcıları), kişisel verileri koruma yükümlülüğü altında oldukları anlamında veri denetleyicileri midir?

Cevap yine evet ise, veri koruma yetkilileri bir arama motoruna, kişisel verilerin yayınlandığı web sitelerine doğrudan bu web sitelerine adres vermek zorunda kalmadan arama sonuçlarından kaldırılmasını emredebilir mi? Başka bir deyişle soru, web sitelerindeki verilerinden bağımsız olarak arama motorlarında listelenen arama sonuçların verilerin kişisel veri olarak kabul edilip edilmeyeceğidir (ABAD, 2014).

ABAD, arama motorlarının kişisel veri denetleyicileri olduğunu, arama motorlarında kişinin adına dayalı yapılan aramaların sonuçlarının da kişisel veri kişiyle ilgili tüm bilgileri kapsadığı için kişisel veri olarak kabul edileceğini içtihat etmiştir (ABAD, 2014).

ABAD, arama motorlarının veri denetleyicisi olup olmadıkları konusunda iki savı değerlendirmek durumunda kalmıştır. Bir sava göre arama motorları, kendilerine yüklenen verilerden ve içeriklerinden haberdar olmadıkları, bir anlamda aracı sorumlu oldukları için, kişisel verilerin denetleyicisi sıfatını taşımamaktadır.

Karşıt sava göre ise, kişisel verinin içeriğinden haberdar olmasa da arama motorları kişisel verinin dağıtımında, hangi verinin daha önce, üst sıralarda veya gündemde görüneceğinde belirleyici bir rol oynamakta, kişiye ilişkin verileri listeleyerek kişinin çevrimiçi kimliği hakkında bir fikir oluşturmaktadır. Veri denetleyicisi, 1995 Veri Koruma Direktifi m.2/d'de "kişisel verilerin işlenme amaçlarını ve araçlarını tek başına veya diğerleriyle birlikte belirleyen gerçek veya tüzel kişi, kamu makamı, ajans veya diğer herhangi bir organ"olarak tanımlanmıştır. ABAD da arama motorlarının kişisel verinin içeriğinden bağımsız olarak, bu verinin listelenmesinde ve öne çıkarılmasında arama motorlarının belirleyici olduğunu, veri denetleyicisini geniş yorumlayarak bu sonuca ulaşılabileceğini, böyle bir yorumun verilerin tam ve eksiksiz korunması amacına uygun olduğunu ifade etmiştir. ABAD'ı söz konusu sonuca götüren bir bakıma davanın karakteri olmuştur. Çünkü davada İspanyol Veri Koruma Ajansı tarafından Bay González'in kişisel verisini içeren haber kaldırılmamış, bunun yerine 1998 yılına ait bu haberin 2010 yılında halen güncelmiş gibi arama motorunda ilk sırada yer alması sebebiyle arama motoru linkleri kaldırılmıştır. Kişisel verinin içeriğinin öneminden ziyade, arama motorlarının bu veriyi listeleme biçimi sorun teşkil etmiştir. Bu sebeple, arama motorlarının aracı sorumlu sıfatıyla verinin içeriğinden haberdar olmadıkları takdirde verinin işlenişinden sorumlu olmadıkları kabulü ABAD tarafından reddedilmiştir. Arama motorları her ne kadar verinin içeriğinden haberdar olmasa da verinin işlenme amaç ve araçlarını belirleyici roldedir (ABAD, 2014).

İlgili içtihatta aynı zamanda Google Inc. temyiz başvurusunda arama motorlarında verilerin listelenmesi ve indekslenmesi veri işleme faaliyeti kabul edilirse, verilerin işlenmesinden kendisinin sorumlu olduğunu, Google İspanya'dan yalnızca reklamcılık konusunda destek aldığını ifade etmiştir. ABAD ise Google Inc.'nin bu iddiasını reddederek Google İspanya'nın Avrupa Birliği içerisinde Avrupa Birliği hukukuna tabi bir kuruluş olduğunu, bu sebeple 1995 Veri Koruma Direktifi dâhil tüm mevzuata uygun davranması gerektiğini, Google İspanya tarafından doğrudan listeleme faaliyeti gerçekleştirilmese de reklamcılık faaliyetini yürütürken listelemeye etki ettiğini belirtmiştir. ABAD, Avrupa Birliği'nde faaliyet gösteren arama motorlarını, veri işleyen bir veri denetleyicisi olarak kabul etmenin bir adım ötesine geçerek arama motorlarının listeleme faaliyetleri başka bir deyişle arama motorlarının kişisel veri işleme faaliyetleri Avrupa Birliği merkezli arama motorunca gerçekleştirilmemiş olsa dâhi faaliyetiyle bağlantılı olarak listelemeye etki etmesi hâlinde de hukuka uygun veri işlemeyi sağlamakla sorumlu tutmuştur. Bunlara, kişisel veriyi işleme faaliyetinin ötesinde kişisel verinin Avrupa Birliği mevzuatına uygun olarak işlenmesini sağlama görevini yüklemiştir (ABAD, 2014).

Google Inc. bununla birlikte, Bay González'in kişisel verisiyle ilgili başvurusunu Google Inc. veya Google İspanya'dan önce kişisel verinin içeriğinden haberdar olan web sitesine yapması gerektiğini iddia etmiştir. Çünkü Kişisel verilerle ilgili başvurular veriyi işleyen veri denetleyicisine yapılmalıdır. Kişisel veriden haberdar olarak, bu veriyi kamuya açık hâle getiren ve yasallığı konusunda değerlendirme yapabilecek merci bu veriyi yayınlayan web sitesidir. ABAD, Google Inc. arama motorunu, veri listeleme ve dağıtım faaliyetlerini yerine getirdiği için veri denetleyicisi sıfatıyla kabul ederken, kişisel veriyle ilgili başvurunun veri denetleyicisi olarak arama motoruna da yapılabilmesini karara bağlamıştır. Aksi hâlde, veri denetleyicisi verinin içeriğinden haberdar olan web sayfası olacak, Google Inc'nin de veri denetleyicisi sıfatını taşımadığı söylenebilecektir. Bu noktada, ABAD'ın arama motorlarını veri işleyen ve veri denetleyen olarak kesin bir şekilde kabul ettiği ifade edilebilir (ABAD, 2014).

Arama motorlarına veri denetleyicisi sıfatının verilerek kişisel verilerin korunması ve unutulma haklarının kendisine yöneltilebileceği merci olarak kabul edilmesi, bunun sonucunda da bunlara ilgili hakların korunması çerçevesinde arama motorlarındaki verinin anonimleştirilmesi veya silinmesi görevinin verilmesi, arama motorlarının ifade özgürlüğü ve bilgi edinme haklarında üstlendiği önemli rolün göz ardı edilmesi olarak yorumlanmıştır. Bu görüşe göre, arama motorları, ifade özgürlüğü ve bilgi edinme hakkı çerçevesinde ve bunları korumak amacıyla hareket etmelidir. Kişisel verilerin korunması hakkına ve bununla bağlantılı olarak unutulma hakkına uygun davranmaları gerekliliğini getirmek, arama motorlarının ifade özgürlüğü ve bilgi

edinme hakkına yeteri kadar önem vermemeleri sonucunu doğuracaktır. Ayrıca, arama motorlarının veri denetleyicisi sıfatını taşıdıkları savunuluyorsa 1995 Veri Koruma Direktifi m.8 uyarınca öngörülen özel veri kategorilerinde yüklenen verilerden de doğrudan sorumlu olmaları gerekmektedir, ancak kişisel verinin içeriğinden haberdar olmayan arama motorlarının kendilerine yüklenen kişisel verilerin içeriğinden de haberdar olmadıkları düşünüldüğünde veri denetleyicisi olarak sorumlu tutulmaları adil olmayacaktır (La Quadrature du Net ve Reporters Without Borders, 2014, s. 5-6). Keza, 1995 Veri Koruma Direktifi m.8 ırk veya etnik köken, siyasi görüşler, dini veya felsefi inançlar, sendika üyeliği ve sağlık veya cinsel yaşamla ilgili verileri ifşa eden kişisel verilerin işlenmesinin yasaklanacağını hüküm altına almıştır.

Buna karşıt başka bir görüşe göre, unutulma hakkı gündeme geldiğinde içeriğin kendisi kaldırılmamakta arama sonuçlarındaki bağlantıları kaldırılmaktadır, böylece veri kaybolmamakta, veriye yayınlandığı web sitesi üzerinden erişim halen mümkün olmaktadır. Kişinin mahremiyet hakları yani özel hayatın gizliliği, kişisel verilerin korunması ve unutulma hakları açısından arama motorlarınca kitlesel veri işleme ve toplamanın ve böylece oluşturulan çevrimiçi kimliğin büyük bir tehdit hâline geldiği gözden kaçırılma malıdır. İfade özgürlüğü ve mahremiyet haklarının dengesi unutulma hakkı çerçevesinde ve ancak sınırlı bir veri silme faaliyeti yürütülürse sağlanabilecektir. Burada amaç dijital hafızanın silinmesi değil kişinin mahremiyet hakkının korunmasıdır (Guadamuz, 2017, s. 75).

Bununla birlikte bir başka görüşe göre, arama motoru veri denetleyicisi değildir, veriden haberdar olmadığı için veri işleyen olarak kabul edilemez, ancak ikincil bir görevi vardır. Arama motorları, veri denetleyicisi sıfatını taşısa bile veri denetleyicisine yöneltilen kişisel veri silinmesi veya anonimleştirilmesi taleplerini yerine getirmelidir, ancak Google kişisel verileri doğrudan silmemekte veya anonimleştirmemekte, arama sonuçlarındaki bağlantılarını kaldırmaktadır, bu ise kişinin verisinin işlenmesine itiraz etmesinin geniş bir yorumudur. Dolayısıyla mevzuatta tanımlanmış olsa bile unutulma hakkı hukuken yoktur (Bartolini ve Siry, 2016, s. 233).

Arama motorları veri denetleyicisi değildir, ancak ABAD'ın gerekçelendirmesine uygun şekilde veriyi toplamak ve yaymak ve kişi hakkında dijital bir izlenim oluşturmaktaki etkisi azımsanamaz. Kişisel verinin içeriği kadar arama motorlarındaki sonuçlarda listelenme sırası da önemlidir. Özellikle, arama motorları, ifade özgürlüğünün ve haber yayma özgürlüğünün başka bir bağlamda ve sonuç olarak kendisi tarafından da kullanıldığını göz ardı etmemelidir. Arama motorları, editörlerin gazetedeki haber sırasına karar vermesi, hangi haberin manşet olacağını hangi haberin son sayfada küçük yazıyla kaleme alınacağını belirlemesi gibi, kişi hakkındaki verilerin sıralamasını ve listelemesini üstlenmektedir. Bu da verinin içeriğinden haberdar olmasa dâhi sonuç itibarıyla verinin dağıtımında bir rol üstlendiği gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Ancak veri denetleyicisinin verinin içeriğinden haberdar olmaması düşünülemeyecektir. Bu nedenle, unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkından bağımsız bir haktır. Aksi hâlde Google İspanya ve Google Inc v. APED davasında unutulma hakkı türetilmek yerine dava ABAD tarafından kişisel verilerin korunması hakkı kapsamında çözümlenirdi. Unutulma hakkına, veri denetleyicisi niteliklerini taşımayan arama motorlarını veri denetleyicisi sıfatı verilerek kişisel verilerin korunması hakkı dolayısıyla tam bir sorumluluk yüklenemeyeceği hâlde başvurulmuştur. Bu noktada unutulma hakkı, yalnızca sonuçları bakımından kişinin verisi ile ilişkisinde sorumlu olan arama motorları için türetilmiştir.

Türk Hukukunda Unutulma Hakkı

Unutulma hakkı, 1982 Anayasası'nda tanımlanan bir hak değildir. Bununla birlikte Avrupa Birliği hukukunda gelişim gösterdiği üzere bir yargı kararı ile öngörülmemiş, 6698 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu'nda da yer almamıştır. Ancak AYM bireysel başvuru kararlarında ve Yargıtay kararlarında unutulma hakkından sıkça söz edilmektedir. Yargıtay Hukuk Genel Kurulu içtihadında unutulma hakkını, "Unutulma hakkı; üstün bir kamu yararı olmadığı sürece, dijital hafızada yer alan geçmişte yaşanılan olumsuz olayların bir süre sonra

unutulmasını, başkalarının bilmesini istemediği kişisel verilerin silinmesini ve yayılmasının önlemesini isteme hakkı olarak ifade edilebilir." şeklinde tanımlamıştır (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu, 2015). Yargıtay, unutulma hakkını Anayasa m.5'te yer alan "insanın maddi ve manevi varlığının gelişmesi için gerekli şartları hazırlamaya çalışmak" şeklindeki pozitif yükümlülük, Anayasa m.17'de düzenlenen şeref ve itibarın korunması hakkı ve Anayasa m.20'de düzenlenen kişisel verilerin korunması hakkının doğal bir sonucu olarak görmektedir (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, t.y.). Yargıtay'a göre unutulma hakkı, internet vasıtasıyla bilgilere çok kolay ulaşılması ve uzun süre hafızada kalması yönüyle, kişiye geçmişini istediği gibi şekillendirerek manevi varlığını geliştirebilme hakkını, kişisel verisini silebilme hakkını, şeref ve itibarının zedelenmesini önleme hakkını ortaya çıkarmaktadır. Yargıtay, unutulma hakkına başvurulmamasının kişinin şeref ve itibarının zedelenmesine yol açacağına içtihat etmiş, unutulma hakkını doğrudan şeref ve itibarın zedelenmesi hakkı ile bağdaştırmıştır. Bunun yanında unutulma hakkının ihlalinden söz edilebilmesi için bazı ölçütler ortaya koymuştur. Bunlar; yayının içeriği, yayında kaldığı süre, güncelliğini yitirip yitirmesi, tarihsel bir veri olarak kabul edilmemesi, kamu yararına katkısı olmaması, habere konu kişinin siyasetçi veya ünlü olup olmaması, haber veya makalenin konusu, bu bağlamda haberin olgusal gerçekler ya da değer yargısı içerip içermediği, halkın ilgili veriye yönelik ilgisinin bulunup bulunmadığının her somut olay açısından değerlendirilmesi ölçütleridir (Yargıtay 19. Ceza Dairesi, 2021). AYM'nin de unutulma hakkı ile şeref ve itibarın korunması hakkını birlikte yorumladığı, Yargıtay ile benzer bir tutum sergilediği görülmektedir : Hatta AYM bir adım ileriye giderek, "İnternet'in etkin olarak kullanmasıyla beraber ifade ve basın özgürlükleri ile şeref ve itibarın korunması arasındaki dengenin ilki lehine bozulduğunu, bu dengenin tekrar kurulabilmesinin şeref ve itibar yönünden bireylerin unutulma hakkının kabul edilmesi ile mümkün olabileceğini" belirtmiştir (AYM, 2016; AYM, 2017). Ancak ilgili durum AYM bireysel başvurularında sorunlara yol açmakta, bu bağlı yorum, unutulma hakkının kişilik hakkı olarak kabul edilmemesini dâhi sonuçlamaktadır.

AYM Bireysel Başvurularında Unutulma Hakkının Yansımaları

2014/19685 numaralı C.K. başvurusu

Bireysel başvuruda, C.K., mankenlik ajansı sahibi olup, ajansında 2001 yılında Türkiye Yüz Güzeli seçilen ve 2004 yılında aşırı doz uyuşturucudan hayatını kaybeden bir manken çalışmıştır. Bu manken hayatını kaybetmeden önceki son röportajında uyuşturucu ve fuhuş dolayısıyla C.K.'yı sorumlu tutmuştur. C.K. da olaylarla ilgili adli makamlarca sorgulandığını ancak iddiaların asılsız çıktığını belirtmiş, arama motoruna isminin yazıldığında bu haberlerin listelendiğini, şeref ve itibarının zedelendiğini ileri sürerek, söz konusu bağlantılara erişimin engellenmesini talep etmiştir. Ancak başvurucunun 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun m.9 uyarınca yaptığı erişimin engellenmesi talebi reddedilmiştir (AYM, 2018).

Bireysel başvuru sonucu AYM'ye taşınan davada AYM, 5651 Sayılı Kanun m.9 uyarınca erişimin engellenmesine kişilik haklarının ihlalin ilk bakışta belli olacak şekilde ve zararın süratle giderilmesi gerektiği hâllerde başvurulabildiğini, 2004 yılında çıkan haberler için 2014 yılında yapılan erişimin engellenmesi talebinin zararı süratle gideremeyeceğini belirtmiştir. Aynı zamanda kişisel verilerinin amacı dışında işlenmediğini, böylece kişisel verilerin korunması hakkının ihlal edilmediğini, şeref ve itibarın zedelenmesi bakımından bir kişilik hakkı ihlali iddiasında bulunuyorsa da kişinin diğer hukuk yollarına başvurmasının yerinde olduğunu söyleyerek başvuru yollarının tüketilmediği gerekçesi ile başvuruyu reddetmiştir (AYM, 2018).

Karşı oyda, ihlal edilen kişilik hakkının unutulma hakkı olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmiştir. Karşı oy, "yayımlandığı tarihte belirli ağırlık eşiğini aşmayan veya kişinin kendi eylemlerinden kaynaklanan haber ve yazıların internet ortamında uzun süre erişilebilir kalması hâlinde kişilerin şeref ve itibarını zedeleyebileceğini" belirtmiş ve bu durumu unutulma hakkı kapsamında incelemiştir. Karşı oya göre şeref ve

itibarın zedelenmesi anlamında belirli bir eşiği aşmayan hak ihlallerine ilişkin içerikler uzun süre internet ortamında yer aldığında şeref ve itibarın zedelenmesi sonucu doğurabilecek ve unutulma hakkını gündeme getirecektir (AYM, 2018).

Kararın hukuki değerlendirmesi yapıldığında, 5651 Sayılı Kanun m.9 uyarınca erişimin engellenmesi koşulları, internet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik hakkının ihlali, bu ihlalin ilk bakışta anlaşılabilecek düzeyde olması ve erişimin engellenmesi kararı verilmediği takdirde kişilik hakkı ihlali nedeniyle uğranılan zararın süratle giderilmesinin mümkün olmaması olarak görülebilecektir[8]. AYM değerlendirmesinde, kişilik hakkı olarak kişisel verilerin korunması hakkını ve şeref ve itibarın korunması hakkını göz önüne almıştır. Kişisel verilerin korunması hakkının ihlal edilmediğine, kişinin rızası dışında verisi işlenmediği sebebiyle karar vermiştir. Unutulma hakkının ihlalini ise, kişilik hakkı ihlali olarak değerlendirmemiştir. Kişisel verilerin korunması hakkının ihlalinin yalnızca kişinin rızası olmaksızın kişisel verisinin işlenmesi yoluyla olmayacağı, bunun yanında verilerin meşru bir amaç olmaksızın, şeffaf ve ölçülü olmayan şekilde işlenmesinin de kişisel verilerin işlenmesi hakkının ihlali anlamına geleceği ifade edilmelidir. Bunun yanında, ilgili AYM başvurusunda başvurucu C.K. arama motorunda isminin yazılması sonucu listelenen geçmiş tarihli bağlantıların kaldırılmasını istemiştir, ki bu talebin ABAD'ın Google İspanya v. AEPD kararındaki taleple aynı olduğu görülebilecektir. C.K.'nın talebi unutulma hakkına ilişkin olup, unutulma hakkının ihlalinin de kişilik hakkı ihlali olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Önemli bir nokta olarak, unutulma hakkı kişinin çevrimiçi geçmişini silmesi ve yeniden bir çevrimiçi kimlik oluşturması anlamına gelmektedir. Bu sebeple, 5651 Sayılı Kanun m.9 uyarınca erişimin engellenmesi koşullarından olan erişimin engellenmesi kararı verilmediğinde zararın süratle giderilmesinin mümkün olmaması koşulu unutulma hakkı açısından geniş yorumlanmalıdır. Çünkü unutulma hakkı, karakteristiğinde zaman geçmesini gerektirmekte olup, kişinin verisiyle bir dijital hafıza oluşması, sonrasında bu dijital hafızanın insan hafızası gibi unutulmaya programlanması düşüncesinden doğmuştur (Fleischer, 2011).

Sonuç

Unutulma hakkı, bağımsız bir hak değildir. Ancak, karşı oyda savunulduğu gibi, diğer hakların örneğin şeref ve itibarın korunması hakkının belirli bir eşiği aşmadığı ancak uzun süreli ihlal edilmesi hâlinde gündeme gelecek bir hak olarak da yorumlanmamalıdır. Yine AYM'nin başka bir bireysel başvurusunda aynı yorumun izlendiği görülmektedir: "Sonuç olarak başvurucu hakkında yapılan haberler unutulma hakkı kapsamında değerlendirilmesi gereken haberlerdir. İnternet ortamının sağladığı kolaylıklar gözetildiğinde başvurucunun şeref ve itibarının korunması için anılan habere erişimin engellenmesi gerekmektedir. Bu bağlamda erişiminin engellenmesine yönelik talebin reddedilmesiyle ifade ve basın özgürlükleri ile kişinin manevi bütünlüğünün korunması hakkı arasında adil bir dengenin kurulduğu söylenemez (AYM, 2016)." Böyle bir yorum, unutulma hakkının hukuk hayatına kazandırılmasına aykırı olduğu gibi, kişiyi uzun süre yayınlanan içerik dolayısıyla şeref ve itibarının zedelendiğini ispata mecbur bırakacaktır. Aksine örneğin boşandığı eşiyle olan fotoğraflarının arama motoru sonuçlarında çıkmasını istemeyen bir kişinin boşandığı eşiyle olan fotoğrafından dolayı şeref ve itibarının zedelenmesi söz konusu değildir ancak kişisel verisine ilişkin olarak unutulma hakkını kullanabilmesi gerekecektir. Unutulma hakkını şeref ve itibarın zedelenmesi hakkıyla bağlı kabul etmek kişiyi, boşandığı eşinin örnek olarak haysiyetsiz bir yaşam sürdüğüne, bu nedenle onunla olan fotoğraflarının şeref ve itibarını zedelediğine ve kaldırılması gerektiğine ispata zorlayacaktır. Unutulma hakkı, kişisel verilerin korunması hakkının arama motorları üzerindeki görünümü olarak yorumlanmalı, kişiye ait başka bir hak veya hukuki değerin ihlalinin ayrıca aranması gerekmemelidir.

[8] 5651 Sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun m.9 'İçeriğin Yayından Çıkarılması ve Erişimin Engellenmesi- İnternet ortamında yapılan yayın içeriği nedeniyle kişilik haklarının ihlal edildiğini iddia eden gerçek ve tüzel kişiler ile kurum ve kuruluşlar, içerik sağlayıcısına, buna ulaşamaması hâlinde yer sağlayıcısına başvurarak uyarı yöntemi ile içeriğin yayından çıkarılmasını isteyebileceği gibi doğrudan sulh ceza hâkimine başvurarak içeriğin çıkarılmasını ve/veya erişimin engellenmesini de isteyebilir.'

Kaynakça

108 Sayılı Kişisel Verilerin Otomatik İşleme Tabi Tutulması Karşısında Bireylerin Korunması Sözleşmesi. Erişim adresi: https://inhak.adalet.gov.tr/Resimler/Dokuman/2712020140848108_tur.pdf

ABAD (2014). Google İspanya SL v. Agencia Espanola de Protecci (AEPD-İspanya Veri Koruma Ajansı), C-131/12 (Avrupa Birliği Adalet Divanı 13 Mayıs 2014).

Abril, P. S. ve Lipton, J. D. (2014). The right to be forgotten: Who decides what the world forgets? *Kentucky Law Journal*, *103*(3), 363-389. Erişim adresi: https://uknowledge.uky.edu/klj/vol103/iss3/4

Akgül, A. (2015). Kişisel verilerin korunmasında yeni bir hak:"Unutulma hakkı" ve AB adalet divanı'nın "Google kararı. *Türkiye Barolar Birliği Dergisi*, 0(116), 1-38.

Akkurt, M. (2020). Kişisel veri kavramının hukukî niteliğine ilişkin yaklaşımlara mukayeseli bir bakış. *Kişisel Verileri Koruma Dergisi*, *2*(1), 20-32. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1187007

Akkurt, S. S. (2016). 17.06.2015 tarih, E. 2014/4-56, K. 2015/1679 sayılı Yargıtay hukuk genel kurulu kararı ve mukayeseli hukuk çerçevesinde "unutulma hakkı". *Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, *65*(4), 2605-2635. https://doi.org/10.1501/Hukfak_0000001872

AYM (2016). N.B.B. Bireysel Başvuru, Sy 2013/5653 (Anayasa Mahkemesi 03 Mart 2016).

AYM (2017). Fahri Göncü Bireysel Başvuru, Sy 2014/17943 (Anayasa Mahkemesi 05 Ekim 2017).

AYM (2018), C.K. Bireysel Başvuru, Sy 2014/19685 (Anayasa Mahkemesi 15 Mart 2018).

Bartolini, C. ve Siry, L. (2016). The right to be forgotten in the light of the consent of the data subject. *Computer Law ve Security Review*, *32*(2), 218-237. https://doi.org/10.1016/j.clsr.2016.01.005

Charter of Fundamental Rights of the European Union. (t.y.). Erişim adresi: https://www.europarl.europa.eu/charter/pdf/text_en.pdf

Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union. (t.y.). Erişim adresi: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:12012E/TXT:en:PDF

Čtvrtník, M. (2023). The Right to (Not) Be Forgotten, Right to Know, and Model of Four Categories of the Right to Be Forgotten. İçinde M. Čtvrtník, *Archives and Records* (s. 111-137). https://doi.org/10.1007/978-3-031-18667-7_5

European Commission. (2014). *Factsheet on the "Right to be Forgotten" (C-131/12)*. Erişim adresi:https://www.huntonprivacyblog.com/wp-content/uploads/sites/28/2014/06/factsheet_data_protection_en.pdf

European Convention on Human Rights. (t.y.). Erişim adresi: https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

Fabbrini, F. ve Celeste, E. (2020). The right to be forgotten in the digital age: The challenges of data protection beyond borders. *German Law Journal*, *21*(1), 55-65. https://doi.org/10.1017/glj.2020.14

Fleischer, P. (2011, Mart 9). Privacy...?: Foggy thinking about the Right to Oblivion. *Peter Fleischer*. Erişim adresi: http://peterfleischer.blogspot.com/2011/03/foggy-thinking-about-right-to-oblivion.html

Genel Veri Koruma Tüzüğü. (t.y.). Geliş tarihi 27 Şubat 2023, Erişim adresi: https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32016R0679vefrom=EN

Guadamuz, A. (2017). Developing a Right to be Forgotten. In T.-E. Synodinou, P. Jougleux, C. Markou, ve T. Prastitou (Ed.), *EU Internet Law* (ss.59-76). https://doi.org/10.1007/978-3-319-64955-9_3

Kreß, S. (2018). *Criminal Compliance und Datenschutz im Konzern*. Baden-Baden: Nomos. https://doi.org/10.5771/9783845288512

La Quadrature du Net ve Reporters Without Borders. (2014). *Recommendations on the right to be forgotten*. Erişim adresi: https://rsf.org/sites/default/files/recommendations_on_the_right_to_be_forgotten.pdf

l'AAF. (2023, Şubat 26). *Au nom du droit à l'oubli, quel patrimoine pour l'Europe de demain ?* Association des archivistes français. Erişim adresi: https://www.archivistes.org/Au-nom-du-droit-a-l-oubli-quel

Nalbantoğlu, S. (2018). Bir temel hak olarak unutulma hakkı. *Türkiye Adalet Akademisi Dergisi*, *35*, 583-605. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/980809

Owings, L. (2015). The right to be forgotten. *Akron Intellectual Property Journal*, *9*(1), 45-82. Erişim adresi: https://ideaexchange.uakron.edu/akronintellectualproperty/vol9/iss1/3

Reding, V. (2012). *Innovation Conference Digital, Life, Design* [Text]. European Commission - European Commission. Erişim adresi: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/SPEECH_12_26

Rosen, J. (2012, Şubat 13). *The Right to Be Forgotten*. Stanford Law Review. Erişim adresi: https://www.stanfordlawreview.org/online/privacy-paradox-the-right-to-be-forgotten/

Shoor, E. A. (2014). Narrowing the Right to Be Forgotten: Why the European Union Needs to Amend the Proposed Data Protection Regulation. *Brook. J. Int'l L.*, *39*(1), 487-519.

Türkiye Cumhuriyeti Anayasası. Erişim adresi: https://www5.tbmm.gov.tr/anayasa/anayasa_2018.pdf

Veri Koruma Direktifi. (t.y.). [Text/html; charset=UTF-8]. Official Journal L 281 , 23/11/1995 P. 0031 - 0050; OPOCE. Erişim tarihi 27 Şubat 2023, Erişim adresi: https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX%3A31995L0046%3Aen%3AHTML

Yargıtay 19. Ceza Dairesi, 2021/633 E., 2021/2773 K (Yargıtay 19. Ceza Dairesi 10 Mart 2021).

Yargıtay Hukuk Genel Kurulu, E. 2014/56, K. 2015/1679 (Yargıtay Hukuk Genel Kurulu 17 Haziran 2015).

Extended Abstract

Purpose

The right to be forgotten is a right that European Union law has introduced into legal life as a reflection of the right to respect for private and family life, in other words, the right to privacy and the right to protection of personal data in the digital world, especially on search engines. The right to be forgotten has emerged as a result of all these rights and is not an absolute right. It is also closely related to freedom of the press, freedom of expression, and the right to protection of one's honor and reputation. At this point, the scope of the right to be forgotten and its relationship with other rights, as well as the points where it differs from them, should be determined and the border lines should be drawn. In this study, the scope and limits of the right to be forgotten in European Union law and Turkish law will be determined and an answer to the question of how it should be applied will be sought.

Design and Methodology

In this study, the starting point of the right to be forgotten and the different views on this right in the doctrine are given and the practices of the right to be forgotten in terms of European Union law and Turkish law are evaluated. For this reason, the existing case law in the literature has been utilized and the decisions of the Court of Justice of the European Union regarding these cases have been classified and analyzed. According to the historical order, Google Spain SL and Google Inc. v. APED judgments rendered by the Court of Justice of the European Union between 2014 and 2021, which introduced the right to be forgotten into the legal life, and N.B.B. Individual Application and C.K. Individual Application in Turkish law are analyzed. The impact of the doctrinal views on the case law has been discussed, problematic parts of the case law have been analyzed and solutions have been proposed in the light of the literature. The cases examined were selected among the cases that most clearly demonstrate how the right to be forgotten is applied by the courts.

Findings

The study is not an empirical study as it is a law article, but it has been found that since the right to be forgotten is a relatively new right for Turkish law, it has been tried to be interpreted together with other rights, especially the right to protection of personal data, as well as the right to protection of honour and reputation, and the Constitutional Court (AYM) and the Court of Cassation have not fully understood the place of the right to be forgotten in the legal discipline.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

As the case law shows, the right to be forgotten is not an absolute right but an independent right. Therefore, neither the right to the protection of personal data, the right to protection of honor and reputation, nor the right to freedom of expression should be seen as directly identical or complementary. The importance of search engines in the digital world should not be overlooked in the context of the distribution of responsibility. In particular, the responsibility of search engines in terms of personal data, although it can be interpreted indirectly, cannot be equal to the data controller. Likewise, it is not a right that can be raised if the news that has not exceeded the threshold of damage to honor and reputation remains in the digital environment for a long time, because the right to be forgotten can be asserted regardless of whether honor and reputation are damaged, for this, it is not necessary to prove that the right to protection of honor and reputation has been violated, on the contrary, the relationship with the person's data comes to the fore. Therefore, the right to be forgotten is a separate right.

Originality

This study evaluates the right to be forgotten in European Union law from the emergence of the right to be forgotten to the emergence of the right to be forgotten and examines its reflection on the jurisprudence in Turkish law. The study is unique in that it evaluates the case law on the right to be forgotten in Turkish law from the past to the present, identifies the problems, and proposes solutions to them. In addition, the right to be forgotten is an issue that has been developing with recent lawsuits. In this respect, the applicability and exemplary nature of the jurisprudence and the decisions in the cases filed to support the originality of the subject. Especially in the recent period, the increase in the use of the internet and the development of technology, as well as the fact that electronic use has become effective even in state institutions, is proof of how important the internet is. In this respect, the protection of personal data and the protectability of the information given to the internet and the existence of legal gaps will reveal the existence of legal gaps, and the new cases filed and their examination will be guiding.

Araştırmacı Katkısı: Didem SAYGIN (%60), Yağmur Ekim YILMAZ (%40).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Algılanan Yönetici Desteğinin Prososyal Hizmet Davranışları Üzerindeki Etkisi: Algılanan İçsellik Statüsünün Aracı Rolü [1]

Bilgen METE [2]

Başvuru Tarihi: 22.03.2023 **Kabul Tarihi:** 14.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Çalışan-örgüt ilişkisi, çalışanların örgütleri ile kurdukları ilişkiyi inceleyen bir yapıdır. Bu yapı, sosyal değişim teorisini temel alır ve çalışanların, örgütten aldıkları faydaya olumlu şekilde karşılık vereceğini öngörür. Bu araştırmanın amacı, sosyal değişim teorisi temelinde otel işletmeleri çalışanlarının yöneticilerinden aldıkları desteğin karşılığını prososyal davranış göstererek verip vermeyeceklerinin belirlenmesidir. Bu süreçte bu ilişkiye, algılanan içsellik statüsünün aracılık edeceği öne sürülmüştür. Özellikle hizmet kalitesinin algılanmasında büyük öneme sahip olan prososyal hizmet davranışlarının öncüllerinin belirlenmesi açısından, araştırma sonuçlarının önem taşıdığı düşünülmektedir. Araştırma yöntemi olarak ilişkisel analiz yaklaşımı seçilmiş ve veriler, Rize ilinde hizmet veren otel işletmelerinde görev yapan 138 çalışandan elde edilmiştir. Veri toplama aracı olarak; Eisenberger ve diğerleri (1986), Bettencourt ve Brown (1997) ve Stamper ve Masterson (2002) tarafından geliştirilen ölçeklerden yararlanılarak oluşturulan anket kullanılmıştır. Algılanan yönetici desteğinin ve algılanan içsellik statüsünün, prososyal hizmet davranışı üzerindeki direkt etkileri ve algılanan içsellik statüsünün aracılık etkisi Process makrosu ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, algılanan yönetici desteğinin ve algılanan içsellik statüsünün prososyal hizmet davranışını artırdığını ve algılanan içsellik statüsünün aracılık etkisini kanıtlamıştır.

Anahtar Kelimeler: *Algılanan Yönetici Desteği, Prososyal Hizmet Davranışları, Algılanan İçsellik Statüsü, Sosyal Değişim Teorisi*

Atıf: Mete, B. (2023). Algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisi: Algılanan içsellik statüsünün aracı rolü. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 701-720.

[1] Bu çalışma kapsamında Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 08.09.2022 tarihli ve 2022/165 sayılı kararı ile etik kurul izin belgesi alınmıştır.

[2] Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Ardeşen Meslek Yüksekokulu, Otel, Lokanta ve İkram Hizmetleri Bölümü, **bilgen.mete@erdogan.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9126-3337

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Effect of Perceived Supervisor Support on Prosocial Service Behaviors: The Mediator Role of Perceived Insider Status

Bilgen METE [3]

Submitted by: 22.03.2023 **Accepted by:** 14.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

The employee-organization relationship (EOR) is a construct that examines the relationship of employees with their organizations. This construct is based on the theory of social exchange and predicts that employees will respond positively to the inducements they receive from their organization. The purpose of this research is to determine whether hotel employees will respond to the support they receive from their supervisors by showing prosocial service behavior on the base of social exchange theory. In this process, it has been suggested that the perceived insider status will mediate this relationship. The study is important especially in terms of determining the antecedents of prosocial service behaviors, which are of great importance in the perception of service quality in hotels. The relational analysis approach was chosen as the research method and the data were collected from 138 employees working in the hotels operating in the province of Rize by a questionnaire. The data were analyzed with Process macro to determine the direct effects of supervisor support and perceived insider status on prosocial service behavior and the mediating effect of perceived insider status. The findings provided evidence that supervisor support and perceived insider status increase prosocial service behavior and the mediating effect of perceived insider status.

Keywords: *Supervisor Support, Prosocial Service Behaviors, Perceived Insider Status, Social Exchange Theory*

[3] Recep Tayyip Erdogan University, Ardesen Vocational High School, Tourism and Hotel Management Department, **bilgen.mete@erdogan.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9126-3337

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Hizmet işletmelerinde hizmet sunumu ve tüketimi çoğunlukla eş zamanlı olarak çalışan misafir etkileşimi ile gerçekleştirilir (Karamustafa, 2018, s. 13). Bu etkileşim sırasında çalışanların sergilediği tutum ve davranışların, misafirlerin hizmet kalitesi algısını etkilediği öne sürülmüştür (Pimpakorn ve Patterson, 2010, s. 57). Yapılan çalışmalara göre; hizmet işletmelerinin misafir memnuniyeti sağlayabilmesi ve mevcut misafirlerini koruyabilmesi, işletmenin sunduğu hizmetlerin ve misafirler ile personel arasındaki ilişkilerin kalitesine bağlıdır (Bitner vd., 1990, s. 72; Kim ve Cha, 2002, s. 322). Dolayısıyla misafirlerle bire bir iletişim kuran personel, işletmenin misafirlere bulunduğu vaatleri yerine getirerek, işletme için olumlu bir imaj yaratarak ve misafirler için görevinin gerektirdiklerinin ötesine geçerek hizmet kalitesine katkıda bulunmaktadır (Bettencourt ve Brown, 1997). Çalışan davranışının bu denli önemli olduğu bu işletmelerde çalışanların, görevlerinin gereklerini yerine getirmelerinin yanı sıra misafirlere ve çalışma arkadaşlarına yardımcı olmaları olarak tanımlanan prososyal hizmet davranışı (PHD) göstermelerinin zorunlu olduğu öne sürülmüştür (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41; Tsaur vd., 2014, s. 130).

Prososyal hizmet davranışları ile ilgili araştırmalar incelendiğinde PHD öncüllerinin genel olarak iki gruba ayrıldığı görülmektedir. Bir grup çalışma daha çok kişisel farklılıklara, bir diğer grup çalışma ise bağlamsal değişkenlere odaklanmaktadır. Bunun yanında kısıtlı sayıda çalışmanın yönetimsel konuları ele aldığı görülmektedir. Yapılan çalışmalar; iş tatmini, hizmet ödülleri, personel güçlendirme, lider desteği, otantik liderlik tarzı ile PHD'nın arttırılabileceğini göstermiştir (Lee vd., 2006, s. 251; Malhotra ve Ackfeldt, 2016, s. 4132; Netemeyer vd., 1997; Yeşiltaş vd., 2013). Algılanan yönetici desteğinin de karşılıklılık normu gereği çalışanların rol ötesi davranışlar göstermesini sağlayabileceği öne sürülmüştür (Shanock ve Eisenberger, 2006, s. 689). Ancak, yapılan çalışmalarda bu davranışların ortaya çıkmasını sağlayan sürece yeterince odaklanılmadığı görülmektedir. Yönetici desteğinin, rol ötesi davranışlar arasında sayılan örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisinin, işle ilgili boyutlar olan; iş stresi, iş tatmini ve iş gerilimi üzerinden gerçekleştiği öne sürülmüş, bir başka araştırmada ise bu ilişkiyi hizmet ikliminin düzenlediği sonucuna ulaşılmıştır (Chen ve Chiu, 2008, s. 1; Chu vd., 2006, s. 496; Wang M.-L., 2012, s. 311). Yapılan çalışmalarda, bu süreçle ilgili olarak kişinin içsel süreçlerinin ele alınmadığı görülmektedir. Bu nedenle, yönetici desteğinin, prososyal davranışın artmasını nasıl sağlayabileceği konusu araştırmaya değer bulunmuştur.

Masterson ve Stamper (2003)'a göre; çalışanların özellikle örgütsel vatandaşlık davranışı gibi rollerinin ötesine geçecek davranışlar sergilemelerinin açıklanmasında, örgütleriyle olan ilişkilerine yönelik algılarına odaklanılmalıdır. Bu süreci açıklamada çalışan-örgüt ilişkisi (Employee-Organization Relationship – EOR) kavramından destek alınabilir. En basit hâliyle çalışan-örgüt ilişkisi, çalışan ve işveren arasındaki değişim (exchange) ilişkisini kabul eden bir yapıdır ve değişimdeki her iki tarafın (çalışan, örgüt temsilcisi olarak birincil yönetici ve örgütün diğer üyeleri ile olan ilişkiler) algılarının ve beklentilerinin incelenmesini içerir. Karşılıklılık normu, bu değişim ilişkileri ile ilgili anlayışın temelini oluşturur (Gillis, 2017, s. 1). Çalışan-örgüt ilişkisinde birincil yöneticinin, çalışanın EOR'e ilişkin algılarında kilit noktada bulunduğu öne sürülmüştür (Zhang vd., 2008, s. 111). LaPalme ve diğerleri (2009), çalışanların yöneticilerinden aldığı desteği örgüte atfederek kendilerini örgütün içerisinde hissedeceklerini iddia etmişlerdir. Kendilerini örgütün içinde hisseden çalışanların ise daha fazla gönüllü davranışlar sergileyecekleri ileri sürülmüştür (Stamper ve Masterson, 2002, s. 875). Tüm bu teorik ve olgusal çalışmalardan yola çıkarak çalışmanın araştırma sorusu: "Yöneticilerinden destek alan çalışanlar, kendilerini örgütün içerisinde hissederek aldıkları bu desteğin karşılığında, prososyal hizmet davranışları sergilerler mi?" şeklinde oluşturulmuştur.

Kavramsal Çerçeve ve Geliştirilen Hipotezler

Yardım etme, özgecilik, paylaşma, bağışta bulunma, işbirliği yapma ve gönüllü olma gibi davranışlar prososyal davranış türleri arasında sayılmış; sosyal ve davranış bilimciler tarafından uzun yıllar boyunca inceleme konusu yapılmıştır (Wispe, 1972, s. 2). Bu davranışların örgüt ortamında nasıl gösterildiğinin incelenmesi ise nispeten daha yeni bir konudur. Yapılan araştırmalarda, prososyal davranışların örgütler için önemli etkilere sahip olduğu ileri sürülmüştür (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 710).

Katz (1964), örgütsel davranışın motivasyonel temellerini incelediği çalışmasında örgütlerin etkin bir işleyiş içerisinde çalışabilmesi için çalışanların bazı davranış kalıplarını yerine getirmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Bu davranış kalıplarından ilki, insanların sisteme girmeye ve sistemde kalmaya teşvik edilmesi ile ilgilidir. İkinci davranış kalıbı, insanların kendilerine verilen rolleri güvenilir bir şekilde yerine getirmelerini ifade eder. Son davranış kalıbı ise kişilerin rol özelliklerinin ötesine geçebilmeleri ve örgütsel hedeflere ulaşmada yenilikçi bir şekilde davranabilmeleridir (Katz, 1964, s. 132). Prososyal davranışın bir türü olan bu son davranış kalıbının örgütün varlığını sürdürebilmesi için hayati öneme sahip olduğu iddia edilmiş, ayrıca prososyal örgütsel davranış kavramının bu tanıma benzemekle birlikte, daha geniş kapsamlı olduğu, birey ve örgütün etkinliği için farklı sonuçlar yaratabileceği vurgulanmıştır (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 710).

Prososyal davranışlar genel olarak, davranışın gösterildiği kişi ya da kişilere fayda sağlayan davranışlar şeklinde tanımlanmıştır (Dovidio, vd. 2006, s. 5). Örgüt ortamında prososyal davranış ise prososyal hizmet davranışı ve prososyal örgütsel davranış isimleri altında incelenmiştir (Jin vd., 2021, s. 3). Prososyal örgütsel davranış; (a) örgütün üyesi tarafından gerçekleştirilen, (b) örgütsel rolünü yerine getirirken etkileşimde bulunduğu bireye, gruba veya örgüte yönelik ve (c) yönlendirildiği bireyin, grubun veya örgütün refahını artırma niyetiyle gerçekleştirilen davranıştır (Brief ve Motowidlo, 1986, s. 711). Prososyal örgütsel davranışlar; rol tanımlı ve rol ötesi prososyal davranışlar ve müşterilere yönelik ya da çalışma arkadaşlarına yönelik prososyal davranışlar olarak farklı şekillerde sınıflandırılmıştır (Bellou ve Andronikidis, 2008, s. 945). Bu sınıflamalardan yola çıkarak Bettencourt ve Brown (1997) özellikle hizmet işletmeleri için üç farklı prososyal davranış türü olduğunu öne sürmüş ve kavramı prososyal hizmet davranışı olarak tanımlamıştır. Bu davranışlardan ilki; müşterilerle temas hâlindeki çalışanların onlara hizmet ederken kendi istekleri ile rol gereklerinin ötesine geçmelerini ifade eden müşterilere yönelik rol ötesi hizmet davranışlarıdır. İkincisi; çalışanların iş tanımlarında ya da performans değerlendirme formlarında yer alan, rolleri gereği yerine getirmek zorunda oldukları davranışları içeren rol tanımlı prososyal davranışlardır. Sonuncu prososyal davranış türü ise işbirliğidir. İşbirliği; çalışanların yakın temaslı olduğu çalışma arkadaşlarına karşı yardımsever davranışlar göstermesini ifade etmektedir (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41-42).

Prososyal hizmet davranışı; müşterilerle girilen iletişim sürecinde çalışanların müşterilere, çalışma arkadaşlarına ve örgüte gösterdikleri yardım etme davranışlarına odaklanarak özellikle müşterilerden gelen geri bildirimleri içerir (Ackfeldt ve Wong, 2006, s. 728). Hem hizmet kalitesi hem de hizmet memnuniyeti üzerine yapılan olgusal çalışmalar genel kalitenin ve hizmetten duyulan memnuniyetin değerlendirilmesinde müşteri ile çalışan arasındaki etkileşimin önemini teyit etmektedir (Bitner vd., 1990, s. 72). Bu açıdan bakıldığında hizmet işletmelerinin, hizmet kalitelerini artırabilmeleri için, çalışanlarının prososyal hizmet davranışı göstermelerini nasıl sağlayacakları üzerine odaklanmaları gerektiği iddia edilebilir.

Örgütsel destek teorisi, örgütten alınan desteğin, çalışanların örgütsel hedeflere ulaşmak için gösterdikleri fazladan çabanın, örgüt tarafından ödüllendirileceğine dair beklentilerini artıracağını öne sürmüştür. Algılanan destek, övgü ve onaylanma ihtiyaçlarını da karşıladığı ölçüde, çalışanlar örgüt üyeliğini benliğine dahil edecek ve böylece örgüte karşı olumlu bir duygusal bağ geliştirecektir. Bu çaba-sonuç beklentisi ve

duygusal bağlanma, çalışanların daha fazla katılım ve performans yoluyla kuruluşun hedeflerine ulaşma çabalarını arttıracaktır (Eisenberger vd., 1986, s. 501). Yine aynı teoriye göre; yöneticiler çalışanların performansını değerlendirme ve yönetme yetkisine sahip oldukları için örgütün bir temsilcisi olarak hareket ederler ve çalışanlar da yöneticilerin kendilerine yönelik olumlu ya da olumsuz tutumunu örgütün desteğinin bir göstergesi olarak görürler. Çalışanların, yöneticilerinden aldıkları bu desteği, örgüte atfedeceği, bunun da performanslarını etkileyeceği öne sürülmüştür (Eisenberger vd., 2002, s. 565-566).

En genel tanıma göre yönetici desteği, yönetici ve astı arasındaki olumlu iş etkileşimidir (Bhanthumnavin, 2003, s. 79) Bir diğer tanımda yönetici desteği, çalışanların birincil yöneticilerinden aldıkları destek şeklinde ifade edilmiştir (Yoon ve Lim, 1999, s. 925). Bhanthumnavin'e (2000) göre yönetici desteği, çalışan ve yönetici arasındaki; bilgi desteği, maddi destek ve duygusal destek biçimindeki kişiler arası ilişkilerdir. Bu ilişkiler; çalışanların motivasyonunu, performansını ve iş etkinliğini arttırmaktadır (Bhanthumnavin, 2000, s. 157). Yapılan araştırmalarda yöneticilerinden destek alan çalışanların özgeciliğinin, rol içi ve ekstra rol performanslarının, örgütsel vatandaşlık davranışı ve prososyal davranışlarının olumlu yönde etkilendiği öne sürülmüştür (Chen ve Chiu, 2008, s. 1; Chu vd., 2006, s. 496) (Haynie vd., 2022, s. 575; Özkara vd., 2022, s. 788; Shanock ve Eisenberger, 2006, s. 689). Bu teorik ve olgusal çalışmalar doğrultusunda araştırmanın ilk hipotezi şöyle oluşturulmuştur:

H_1: Algılanan yönetici desteği, çalışanların prososyal hizmet davranışlarını arttırmaktadır.

Masterson ve Stamper (2003), çalışanların özellikle örgütsel vatandaşlık davranışı gibi rollerinin ötesine geçecek davranışlar sergilemelerinin açıklanmasında, örgütleriyle olan ilişkilerine yönelik algılarına odaklanılması gerektiğini öne sürmüşlerdir. Bu amaçla yaptıkları çalışmada, Graham'ın (1991) örgütsel vatandaşlık ile ilgili çalışmasını başlangıç noktası olarak ele almış ve McMillan ve Chavis'in (1986) toplum psikolojisi çalışmasıyla birleştirerek algılanan örgütsel üyelik ile birlikte algılanan içsellik statüsü kavramını öne sürmüşlerdir. Algılanan içsellik statüsü, çalışanların örgüt içerisinde "kişisel bir alan" kazanmaları ve örgütün üyeleri olarak kabul görmeleri olarak tanımlanmıştır (Masterson ve Stamper, 2003, s. 474). McMillan ve Chavis (1986)'a göre; topluluk psikolojisinde insanların gruba aidiyetlerinin oluşmasında öncelikli olarak gruba ait olan ve olmayan insanların belirlenmesini sağlayan sınırlar çizilmektedir. İnsanlar kişisel alanlarını korumak için sınırlar oluşturmakta ve ortak dil, giyim tarzı ve paylaşılan sembollerle bu sınırları biçimlendirmektedir. Böylece grup içerisindeki insanlar ihtiyaçlarını ve hislerini paylaşarak birbirleriyle yakın ilişki kurmaktadırlar (McMillan ve Chavis, 1986, s. 9). Benzer şekilde Masterson ve Stamper (2003), örgütte böyle bir kişisel alanın olabileceğini ve bu kişisel alanın çalışanlar için bir yakınlık duygusu yaratabileceğini, bunun da çalışanların diğer iç üyeler tarafından kabul edilmiş bir duygu geliştirmesine yardımcı olabileceğini ve hatta çalışanların kendilerini işlerine adamalarını sağlayabileceğini veya örgüte aidiyet algılarını artırabileceğini düşünmüşlerdir. Bu nedenle algılanan içsellik statüsü, aidiyet duygusunu ve çalışanın kendisini örgüte kattığı ve örgüte ait olmaya hakkı olduğu hissini temsil etmektedir. Dahası, çalışanlar ve örgüt arasındaki ilişkinin bir parçasıdır (Dai ve Chen, 2015, s. 67).

Chen ve Aryee (2007) ise algılanan içsellik statüsünü benlik kavramı perspektifinden incelemişlerdir. Benlik kavramı, bir bireyin kendisine bir nesne olarak atıfta bulunan duygu ve düşüncelerinin toplamı olarak tanımlanmıştır. Benlik kavramı oldukça karmaşık olmasına rağmen Gecas (1982) kavramı, benlik değerlendirmeleri ve benlik algılaması olmak üzere iki boyutta incelemiştir. Benlik algılaması kimlik ile tanımlanmıştır. Chen ve Aryee'nin (2007) çalışmasında kimliğin, kişinin kendini örgütün içinden hissetme durumunu yansıttığı vurgulanmıştır. Buna göre, algılanan içsellik statüsü benlik kavramının benlik algılaması boyutunu yansıtmaktadır (Chen ve Aryee, 2007, s. 4).

Çalışan-örgüt ilişkisinin incelenmesinin altında yatan iki varsayım vardır: (a) çalışan, örgütü insani niteliklerle ilişkilendirir, bu süreç antropomorfizasyon (insan biçimcilik) olarak adlandırılır ve (b) örgüt perspektifinden bakıldığında; örgüt temsilcilerince, çalışanlarla kurulan ilişkilerde örgütün çıkarları gözetilir (Coyle-Shapiro ve Shore, 2007, s. 167). Örgütün antropomorfizmi örgütsel destek teorisinde de görülebilir. Örgütsel destek teorisi bu kişiselleştirmeyi, örgütün temsilcilerine karşı yasal, ahlaki ve mali sorumlulukları olması ile açıklamaktadır (Eisenberger vd., 1986, s. 500). LaPalme vd. (2007) tarafından da öne sürüldüğü gibi, çalışanlar grup içindeki statülerini belirlerken, diğer bir deyişle kendilerini ne kadar örgütün içinde hissettiklerine karar verirken, otorite figürünün onlara nasıl davrandığına göre hareket ettikleri düşünülmektedir. Tüm bu olgusal ve teorik çalışmalar doğrultusunda araştırmanın ikinci hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

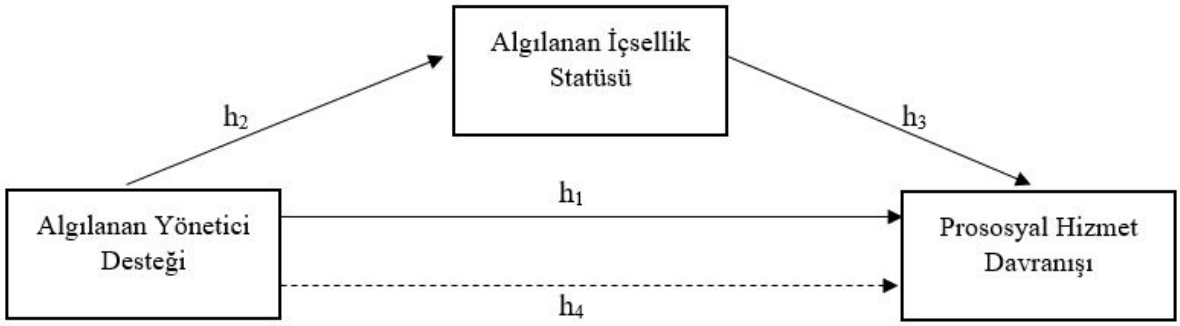
H_2: Algılanan yönetici desteği, çalışanların algılanan içsellik statüsünü arttırmaktadır.

Algılanan içsellik statüsü; çalışanın örgüt ile olan ilişkisine yönelik bir algı olduğu için, ondan, en çok etkilenebilecek davranış türünün isteğe bağlı iş davranışları olduğu öne sürülmüştür (Stamper ve Masterson, 2002, s. 879). Kendini örgütün içerisinde hisseden çalışanların örgüt ile ilgili sorumlulukları kabul edeceği ve gönüllü davranışlar sergileyeceği iddia edilmiştir (Wang vd., 2010, s. 153). Yapılan çalışmalarda algılanan içsellik statüsünün örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde olumlu yönde etkili olduğuna dair kanıt sağlanmıştır (Buonocore vd., 2009, s. 1; Özdevecioğlu ve Balcı, 2011, s. 41; Wang vd., 2010, s. 148). PHD; müşterilerle temas hâlindeki çalışanların onlara hizmet ederken kendi istekleri ile rol gereklerinin ötesine geçmeleri, benzer şekilde çalışma arkadaşlarına karşı gösterdikleri yardımsever davranışlar ve rolleri gereği yerine getirmek zorunda oldukları davranışları içerir (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41-42). Bu bakımdan kavram teorik temel olarak örgütsel vatandaşlık davranışı ile benzerlik göstermektedir. Dolayısıyla kendisini örgütün içinde hisseden çalışanların prososyal hizmet davranışı sergileyecekleri düşünülmektedir. Tüm bu çalışmalar doğrultusunda araştırmanın üçüncü hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H_3: Algılanan içsellik statüsü çalışanların prososyal hizmet davranışlarını arttırmaktadır.

Araştırmanın son hipotezi; algılanan içsellik statüsünün, algılanan yönetici desteği ve prososyal hizmet davranışı ilişkisine aracılık edeceğidir. Bu ilişkiye çalışan-örgüt ilişkisi kapsamında ve sosyal değişim teorisi temelinde yaklaşılmıştır. Çalışan-örgüt ilişkisi (Employee-Organization Relationship – EOR), çalışan ve işveren arasındaki değişim ilişkisini tanımlayan kapsayıcı bir terimdir (Shore vd., 2015, s. 292). Çalışan-örgüt ilişkisi teorik temellerini karşılıklılık normuna vurgu yapan sosyal değişim teorisinden almaktadır (Tsui vd., 1997, s. 1091). Kavram konuya işveren bakış açısıyla yaklaşmakta ve çalışanların örgütleriyle dört tür ilişki içerisinde olduğunu öne sürmektedir. Bu ilişkiler; karşılıklı yatırım, fazla yatırım, eksik yatırım ve yarı spot sözleşmedir. Bu ilişkilerden karşılıklı yatırım ilişkisinde, örgütün sunduğu teşvikler kısa vadeli parasal ödüllerin ötesine geçer ve çalışanın refahının yanı sıra, kariyeri ile ilgili yatırımın kapsamlı bir şekilde değerlendirilmesini de içerir. Çalışan da buna karşılık; çalışma arkadaşlarına yardım etmeye ve örgütün çıkarlarını düşünmeye istekli olur (Tsui vd., 1997, s. 1093). Bu değişim ilişkisinin çalışanın algılanan içsellik statüsünü olumlu yönde etkileyeceği öne sürülmüştür (Stamper ve Masterson, 2002, s. 891). Yöneticilerin çalışanlara nasıl davrandığı çalışanların örgüte ne kadar "dahil" oldukları ile ilgili bir algı geliştirmelerine neden olacağı ve aldıkları bu desteği örgüte atfederek özellikle gönüllü davranışlarının oluşma olasılığının artacağı ileri sürülmüştür (Lapalme vd., 2009, s. 923) (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41-42). Buna göre, yöneticilerinden destek alan çalışanların kendilerini örgütün içerisinde hissederek prososyal hizmet davranışlarının artacağı düşünülmektedir. Tüm bu bilgilere dayanarak araştırmanın son hipotezi şu şekilde oluşturulmuştur:

H_4: Algılanan içsellik statüsü, algılanan yönetici desteği ve prososyal hizmet davranışı arasındaki ilişkide aracı etkiye sahiptir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Yapılan kuramsal açıklamalar ve verilen görgül araştırmalardan yararlanılarak geliştirilen hipotezleri gösteren araştırma modeli Şekil 1'de verilmiştir.

Yöntem

Araştırmada ilişkisel analiz yöntemi kullanılmıştır. Öncelikle; araştırmanın teorik temellerini oluşturan çalışan-örgüt ilişkisi (EOR), örgütsel destek teorisi ve sosyal değişim teorisi incelenmiş ve araştırma modeli bu teorilere göre şekillendirilmiştir. Daha sonra prososyal hizmet davranışları, algılanan yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsü ile ilgili yapılmış olan teorik ve olgusal çalışmalar taranmıştır. Veri toplama aracı olarak, konu ile ilgili daha önceki çalışmalarda kullanılmış olan ölçeklerden yararlanılarak anket oluşturulmuş ve otel işletmeleri çalışanları üzerinde uygulamaya geçilmeden önce Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu'nun 08.09.2022 tarihli ve 2022/165 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

Araştırmanın Varsayım ve Sınırlılıkları

Katılımcıların anket maddelerine cevaplarken etki ve baskı altında kalmadıkları ve soruları anlayarak cevap verdikleri kabul edilmiştir. Araştırmanın örnekleminin Rize'de hizmet veren konaklama işletmeleri çalışanlarından oluşması araştırmanın bir diğer kısıtıdır. Ayrıca araştırmada aracı değişken olarak sadece algılanan içsellik statüsü seçilmiş olması ve farklı bir değişken ya da moderatör kullanılmamış olması araştırmanın başka bir sınırlılığıdır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Algılanan yönetici desteğini ölçmek için; Eisenberger ve diğerleri (1986) tarafından örgütsel desteği ölçmek amacıyla hazırlanan ve yapılan analizlerde faktör yükü en yüksek olan 6 maddelik ölçekten yararlanılmıştır. Bu ölçekteki "örgütüm" ifadesi "yöneticim" ifadesi ile değiştirilerek Pekdemir ve diğerleri (2013) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Yapılan analizde ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0,94 olarak bulunmuştur (Pekdemir vd., 2013, s. 92).

Prososyal hizmet davranışlarını ölçmek için Bettencourt ve Brown (1997) tarafından geliştirilen ölçeğin konuklara yönelik prososyal hizmet davranışı boyutunu oluşturan 5 maddesi kullanılmıştır. Ölçek Türkçeye uyarlanmış ve çeşitli araştırmalarda kullanılmıştır. Bu araştırmalarda ölçeğin güvenilirliği 0,89 ve 0,86 olarak bulunmuştur (Biçkes vd., 2019, s. 6118; Yürür ve Mengenci, 2014, s. 6).

Algılanan içsellik statüsünü ölçmek için ise, Stamper ve Masterson (2002) tarafından geliştirilen 6 maddelik ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin 4., 5. ve 6. maddeleri ters kodlanmıştır. Ölçek, Çalışkan ve diğerleri (2014) tarafından Türkçeye çevrilmiş ve farklı çalışmalarda kullanılmıştır. Bu çalışmalarda, ölçeğe yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach's alfa katsayısı 0,86 olarak bulunmuştur (Çakal ve Özdemir, 2016, s. 110; Çalışkan vd., 2014, s. 161).

Ölçeklerde, kişilerin verilen ifadelere ne ölçüde katıldıklarını ölçebilmek için "1-Kesinlikle Katılmıyorum"dan "5-Kesinlikle Katılıyorum"a doğru derecelendirilen 5'li likert kullanılmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Rize ilinde bulunan turizm işletme belgeli konaklama işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Rize ili ekoturizm, yayla turizmi, macera ve rafting turizmi gibi doğa temelli turizm çeşitleri açısından Türkiye'nin önde gelen destinasyonları arasındadır. Ayrıca kişiye özel konaklama imkânı sunan işletmelere sahip olduğu için özellikle Covid-19 pandemisi sonrası, talebi önemli şekilde artan bir il konumundadır. Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü'nün verilerine göre Rize ilinde 19 adet turizm işletme belgeli konaklama tesisi bulunmaktadır (Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2022). Araştırma kapsamında bu tesislerden araştırma yapılmasını kabul eden 13 işletme ziyaret edilmiştir. Bölgedeki işletmeler sezonluk olarak faaliyet gösterdiğinden ve anketler düşük sezon olan kasım - aralık aylarında gerçekleştirildiğinden çalışan sayısı yüksek sezona göre daha azdır. Ziyaret edilen bu işletmelerden kolayda örnekleme yöntemi ile 138 çalışandan veri toplanmıştır. Örneklemin istatistiki modeli test etme konusunda yeterli olup olmadığına karar verebilmek için Cohen (1988)'in çalışmasından yararlanılarak, Soper (2020) tarafından geliştirilen hesaplama motoru kullanılmıştır. Beklenen etki büyüklüğünün 0,15; istatistik gücünün 0,90; istatistiki anlamlılığın 0,05 olarak belirlendiği hesaplamada araştırma modelindeki bağımsız değişkenlerin 12 ifadesi dikkate alındığında önerilen örneklem büyüklüğü 129 olarak hesaplanmıştır (Cohen, 1977; Soper, 2020). Bu doğrultuda elde edilen anket sayısının değişkenler referans alınarak hesaplanan yönteme göre de yeterli olduğu kanaatine varılmıştır. Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1
Katılımcıların Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	60	43,5
	Erkek	78	56,5
Yaş	20'nin altında	9	6,5
	20-29	49	35,5
	30-39	56	40,6
	40-49	16	11,6
	50 yaş ve üstü	8	5,8
Bölüm	Mutfak	35	25,4
	Servis	25	18,1
	Kat Hizmetleri	20	14,5
	Ön Büro	43	31,2
	Diğer	15	10,8
Toplam		138	100

Veri Analiz Süreci

Araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılıkları için Cronbach's Alpha katsayıları hesaplanmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliliğine kanıt sağlayabilmek ve verilerin model ile uyumunu görebilmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler Hayes'in (2018) Process makrosu ile analiz edilmiştir. Kurulan modellerde öncelikle algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışı üzerindeki toplam etkisi ve algılanan içsellik statüsü üzerindeki etkisi değerlendirilmiş, daha sonra algılanan yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsünün, prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Aracılık etkisi için dolaylı etkiler incelenmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığını ölçebilmek için Cronbach's Alfa katsayıları hesaplanmış ve Tablo 2'de gösterilmiştir. Tablodan da görülebileceği üzere değişkenlerin katsayıları yüksek ve kabul edilebilir düzeydedir (α >0,7).

Tablo 2
Ölçeklerin Güvenirlik Analizi Bulguları

Ölçekler	Cronbach's Alpha katsayısı
Algılanan Yönetici Desteği	0,85
Algılanan İçsellik Statüsü	0,96
Prososyal Hizmet Davranışı	0,89

Daha sonra değişkenlerin yapı geçerliliklerinin test edilebilmesi için ölçeklere doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Analizin ilk sonucunda x2/df:4,997; CFI: ,806; TLI: ,772; NFI: ,770; RMSEA: ,171 olarak elde edilmiştir. Daha sonra modifikasyon indislerine göre, e7 – e8 ve e9, e5 – e6 ve e14 – e16 hata terimleri arasındaki ilişkiler tanımlanmıştır. Bu düzeltmelerden sonra analiz tekrarlanmış ve x2/df:2,877; CFI: ,915; TLI: ,912; NFI: ,90; RMSEA: ,078 olarak elde edilmiştir. Modelin indeks değerlerine göre, modelin veri ile uyumunun kabul edilebilir değerler arasında olduğu görülmüş ve analiz sonuçları Tablo 3'te raporlanmıştır (Tablo 3).

Tablo 3
Model Uyum İndeksi

Uyum Indeksleri	Kabul Edilebilir Uyum	Model Sonucu
x2/df	≤ 4-5	2,877
CFI	≥ .90	,915
TLI	≥ .90	,912
NFI	≥ .90	,900
RMSEA	≤ .80	,078

Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi

Değişkenlere ilişkin ortalama, standart sapma ve değişkenler arası Pearson korelasyon katsayıları Tablo 4'te verilmiştir. Katsayılara bakıldığında değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu görülmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde; araştırmanın bağımlı değişkeni prososyal hizmet davranışı ile algılanan yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsü arasında anlamlı ve olumlu yönde ilişki olduğu (r=,565; p<0,01, r=,602; p<0,01) görülmektedir. Korelasyon katsayılarının 0,3-0,8 aralığında olması değişkenler arasında orta derecede ilişki olduğunu göstermektedir (Cramer ve Howitt, 2004, s. 39) Ayrıca bağımsız değişkenler; algılanan yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsünün korelasyon katsayıları da 0,90'dan küçüktür (r=,783; p<0,01) (Tabachnick ve Fidell, 2020, s. 88). Bu da bağımsız değişkenler arasında çoklu doğrusal bağlantı sorununun olmadığını göstermektedir.

Tablo 4
Ölçeklerin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Ölçekler Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Ölçekler	**Tanımlayıcı İstatistikler**		**Pearson Korelasyon Katsayıları**		
	Ortalama	**Std. Sapma**	**1**	**2**	**3**
1-Algılanan Yönetici Desteği	3,77	,86	1		
2-Algılanan İçsellik St.	3,95	1,06	,783**	1	
3-Prososyal Hiz. Dav.	4,07	,87	,565**	,602**	1

**p<.01 (2-tailed)

Regresyon ve Aracılık Analizi Bulguları

Daha sonra hipotez testlerine geçilmiştir. Model aracılık modeli olduğundan bazı koşulların sağlanması gerekmektedir. Bu koşullar Baron ve Kenny (1986) tarafından şöyle belirlenmiştir; öncelikli olarak bağımsız değişken bağımlı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmalıdır, ikincisi bağımsız değişken aracı değişken üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmalıdır ve son olarak aracı değişken ile bağımsız değişken birlikte modele dahil edildiğinde bağımsız değişkenin katsayısı düşmeli (kısmi aracılık) ya da anlamsızlaşmalıdır (tam aracılık). Bu koşullar sağlandığında aracılık etkisinden söz edilebilir (Baron ve Kenny, 1986, s. 1176).

Bu analizlerin yapılabilmesi için Hayes (2018) tarafından geliştirilen Process makrosu kullanılmıştır. Process makrosu yukarıda bahsedilen tüm ilişkileri incelemekte ve tek bir rapor hâlinde sunmaktadır. Analiz yapılırken bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 5'te özetlenmiştir. Buna göre ilk modelde algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışı üzerindeki toplam etkisi analiz edilmiştir. Analiz sonuçları incelendiğinde algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı ve olumlu yönde olduğu görülmektedir (B= ,573; p< ,05). Ayrıca algılanan yönetici desteği prososyal hizmet davranışının % 31,8'ini açıklamaktadır. Böylece aracılık analizinin ilk koşulu sağlanmış ve araştırmanın H_1 hipotezi desteklenmiştir.

İkinci model bağımsız değişken olan algılanan yönetici desteğinin aracı değişken olan algılanan içsellik statüsü üzerindeki etkisini göstermektedir. Buna göre algılanan yönetici desteğinin algılanan içsellik statüsü üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi bulunmaktadır (B= ,969; p< ,05). Algılanan yönetici desteği algılanan içsellik statüsünün %61,2'sini açıklamaktadır. Aracılık analizinin ikinci koşulu da sağlanmış ve araştırmanın H_2 hipotezi de desteklenmiştir.

Son modelde ise algılanan içsellik statüsü ve algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışı üzerindeki direkt etkileri analiz edilmiştir. Algılanan içsellik statüsünün prososyal hizmet davranışı üzerindeki etkisi olumlu ve anlamlıdır (B= ,338; p< ,05). Bu durumda araştırmanın H_3 hipotezine kanıt sağlanmıştır. Analiz bulguları algılanan yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsü birlikte modele dahil edildiğinde,

algılanan yönetici desteğinin katsayısının düştüğünü ve etkinin anlamlılığını koruduğunu göstermektedir (B= ,245; p< ,05). Buna göre algılanan içsellik statüsü algılanan yönetici desteği ile prososyal hizmet davranışı ilişkisinde kısmi aracılık görevi görmektedir.

Tablo 5
Regresyon Analizi Bulguları*

Değişkenler	Model 1: PHD			Model 2: AIS			Model 3: PHD		
	B	S.H.	p	B	S.H.	p	B	S.H.	p
Sabit	1,911	,278	,000	,301	,255	,245	1,809	,266	,000
Algılanan Yönetici Desteği	,573	,071	,000	,969	,066	,000	,245	,110	,027
Algılanan İçsellik Statüsü							,338	,088	,000
F		63,651			215,142			42,209	
p		,000			,000			,000	
R^2		,318			,612			,384	

*Standardize edilmemiş katsayılar raporlanmıştır.

Algılanan içsellik statüsünün aracılık etkisinin incelendiği son analizin sonuçları Tablo 6'da raporlanmıştır.

Tablo 6
Aracılık Analizi Bulguları*

	Dolaylı Etki	S.H.	Bootstrap Güven Aralığı LLCI	Bootstrap Güven Aralığı ULCI
Algılanan İçsellik Statüsü	,327	,1155	,1219	,5728

*Standardize edilmemiş katsayılar raporlanmıştır.

Bootstrap yöntemiyle yapılan aracılık etkisi analizlerinde araştırma hipotezinin kabul edilebilmesi için analiz sonucunda elde edilen % 95 güven aralığının (Confidence Interval, CI) alt ve üst değerlerinin (0) değerini içermemesi gerekir (MacKinnon vd., 2004, s. 121). Tablo incelendiğinde LLCI ve ULCI değerlerinin 0'dan büyük olduğu görülmektedir. Buna göre; algılanan içsellik statüsünün algılanan yönetici desteği ve prososyal hizmet davranışı arasındaki ilişkide aracılık görevi göreceğini ileri süren H_4 hipotezine kanıt sağlanmıştır.

Sonuç ve Değerlendirme

Hizmet işletmelerinin doğası üretim işletmelerinden farklılık göstermektedir. Bu işletmelerde üretim; çalışan ve müşteri arasındaki etkileşim sırasında gerçekleşirken çalışanların müşterilere karşı çeşitli duygu gösterimlerinde bulunmaları istenebilir. Konaklama işletmelerinde bu duygu gösterimleri; güleryüzlü ve sıcakkanlı olmak, misafirperver davranmak şeklinde sıralanabilir (Chu ve Murrmann, 2006, s. 1181). Bunun yanında çalışanlardan, rollerinin bir parçası olmasa bile misafirlere yardımcı olmaları, ellerinden gelenin fazlasını yapmaları, misafirlere görevleri dışındaki sorunlarda da destek olmaları istenebilmektedir. Prososyal hizmet davranışı olarak ifade edilen, bu davranışların, misafirlerin hizmet algıları üzerinde ve misafir sadakatinin geliştirilmesinde etkili olduğu ortaya konmuştur (Bettencourt ve Brown, 1997, s. 41). Bu nedenle prososyal hizmet davranışlarının arttırılması konaklama işletmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Çalışanların örgütleri ile ilişkilerini inceleyen yaklaşımlardan biri, aradaki ilişkiyi çalışanın sunduğu katkı ile işverenin sunduğu teşvikler arasındaki değişim ilişkisi olarak görür (Tsui ve Wang, 2002, s. 78). Tsui ve diğerlerine (1997) göre; sosyal değişim teorisi kısa vadeli parasal ödüllerin ötesine geçer ve çalışanların refahını

da dikkate alır (Tsui vd., 1997, s. 1092). Sosyal değişim teorisi çerçevesinde bakıldığında yöneticilerinden destek gören çalışanların bu desteğin karşılığını verebilmek için olumlu davranışlar sergileyeceği iddia edilmiştir (Chen ve Chiu, 2008, s. 3). Ayrıca çalışanların grup içindeki statülerini belirlerken, diğer bir deyişle kendilerini ne kadar örgütün içinde hissettiklerine karar verirken, otorite figürünün onlara nasıl davrandığına göre hareket ettikleri düşünülmektedir (Lapalme vd., 2009, s. 919). Bu araştırmanın amacı yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Ayrıca araştırmada bu ilişkideki sürece odaklanılmış ve algılanan içsellik statüsünün (kişinin kendisini örgütün içerisinde hissetmesinin) bu ilişkiye aracılık edip etmediği araştırılmıştır.

Öncelikle algılanan yönetici desteğinin prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu etki olumlu ve anlamlıdır. Buna göre; kişinin yöneticisinden aldığı destek algısı arttıkça prososyal hizmet davranışlarında anlamlı bir artış olmaktadır. Bu sonuç, çalışanların yöneticilerinden aldıkları katkının karşılığını, olumlu örgütsel çıktılar olarak vereceğini iddia eden sosyal değişim teorisi ile tutarlıdır. Buna göre; çalışanların, bu değişim ilişkisi ile bir yükümlülük altına girdikleri ve bunun da olumlu sosyal davranışlar sergilemelerine yol açtığı iddia edilebilir. Ayrıca bulunan sonuç, çalışanların diğer kişilerden aldıkları iyilik, destek ve takdirin karşılığını; örgütsel vatandaşlık davranışı ve prososyal davranış gibi rol ötesi davranışlar olarak vereceğini iddia eden araştırmaların sonuçları ile de uyumludur (Chen ve Chiu, 2008, s. 1; Haynie vd., 2022, s. 575; Kim ve Qu, 2020, s. 644).

Yönetici desteğinin algılanan içsellik statüsü üzerindeki etkilerine bakıldığında ise bu etkinin de anlamlı ve olumlu olduğu görülmektedir. Bu sonuç yönetici ve çalışma arkadaşı desteğinin çalışanların algılanan içsellik statüsünü arttıracağını iddia eden araştırmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir (Farmer vd., 2015, s. 583; Hui vd., 2015, s. 439). Çalışanların yöneticilerinden aldıkları destek arttıkça kendilerini daha fazla örgütün içinde görmekte ve onun bir parçası olduklarını hissetmektedirler. Bu sonuç da çalışanların yöneticilerini örgütlerinin bir temsilcisi olarak gördükleri ve bu nedenle yöneticilerinin onlara davranış şeklinin kendilerini örgütün içerisinde hissetmelerinde etkili olduğu önermesini doğrulamaktadır.

Daha önce yapılan çalışmalar, algılanan içsellik statüsünün çalışanın örgütü ile ilişkisine yönelik bir algı olduğu için, bundan en çok etkilenecek davranış türünün isteğe bağlı iş davranışları olduğunu öne sürmüştür (Stamper ve Masterson, 2002, s. 879). Ulaşılan sonuçlar da bu iddia ile tutarlıdır. Araştırma sonuçlarına göre; algılanan içsellik statüsünün, prososyal hizmet davranışı üzerinde olumlu yönde ve anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. Buna göre; kendini örgütün üyesi olarak gören çalışanların prososyal hizmet davranışları gösterme olasılıkları artmaktadır.

Bu araştırmada sadece bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi incelenmemiş, bu ilişkinin nasıl ortaya çıktığı sorusu da cevaplanmaya çalışılmıştır. Aracı değişken ilişkideki sürece odaklanan ve nasıl sorusuna yanıt veren değişkendir (Hayes, 2018, s. 78). Araştırmanın sonuçları yönetici desteği ve algılanan içsellik statüsünün prososyal hizmet davranışını arttırdığı hipotezlerini doğrulamıştır. Son soru ise süreç ile ilgilidir. Yönetici desteği ile prososyal hizmet davranışı arasındaki ilişkiye algılanan içsellik statüsünün aracılık ettiği öne sürülmüş ve bu hipotez doğrulanmıştır. Buna göre aslında çalışanların prososyal hizmet davranışları göstermesini sağlayan şey, yönetici desteği ile artan algılanan içsellik statüsüdür. Bu sonuç, algılanan içsellik statüsünün örgütsel destek ve yönetici desteği ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiye aracılık edeceğini öne süren araştırma sonuçlarını da desteklemektedir (Hui vd., 2015, s. 439).

Araştırmanın sonuçları, hizmet işletmelerinde hizmet kalitesini, misafir memnuniyeti ve sadakatini etkileyen prososyal hizmet davranışlarının nasıl arttırılabileceği ile ilgili önemli bir katkı sağlamaktadır. Araştırmanın sonuçlarına göre kişi yöneticiden aldığı destekle kendisini örgütün içerisinde hissetmekte ve bu sayede prososyal hizmet davranışları göstermektedir. Yani kişinin görev ötesi davranışlar sergilemesinin asıl nedeni

aslında kendisini örgütün içinde hissetmesidir. Dolayısıyla kişinin kendisini örgütün içinde hissetmesinin sağlanması, prososyal hizmet davranışının artmasına katkıda bulunacaktır.

Gelecekteki Araştırmalar İçin Öneriler

Araştırmanın çeşitli kısıtları bulunmaktadır. Bunlardan birisi, araştırmanın kesitsel verilere dayanmasıdır. Bu da aslında nedensel çıkarımlar yapma konusunda sınırlılıklar getirmektedir. İleride yapılacak olan çalışmalar için boylamsal bir araştırma tasarımı kullanılabilir. Araştırmanın gerçekleştirildiği örneklem de bir diğer kısıttır. Gelecekte yapılacak olan araştırmalar, turizm sektörü içerisinde farklı işletmelerde (restoranlar, seyahat acenteleri vb.) ya da farklı hizmet işletmelerinde (banka, eğitim, sağlık vb.) gerçekleştirilebilir. Bu da bu ilişkilerin farklı işletmelerdeki sonuçlarını görmek açısından faydalı olacaktır.
İleride yapılacak araştırmalar farklı aracı değişkenler (örgütsel güven, örgütsel adalet ve örgütsel bağlılık gibi örgüt düzeyinde ya da öz-saygı ve öz-yeterlilik gibi kişisel düzeyde) kullanılarak gerçekleştirilebilir. Ayrıca bağlamsal etkenler (örgüt iklimi gibi) de moderatör olarak modele dahil edilebilir.

Uygulayıcılar İçin Öneriler

Konaklama işletmelerinde hizmet sunumu sırasında çalışanların gösterdiği tutum ve davranışlar büyük önem taşımaktadır. Yöneticiler çalışanlarının her daim sıcakkanlı, yardımsever, güler yüzlü ve problem çözücü olmalarını beklemektedir. Ayrıca çalışanların müşterilere görev ötesi davranışlarda bulunmalarını da istemektedirler çünkü bu davranışlar müşterilerin hizmet kalitesi algısını etkilemektedir. Araştırma sonuçlarından yola çıkarak yöneticilere çalışanlarına ihtiyaç duyduklarında yardım etmeleri, başarılarını önemsemeleri, çalışanlarının işle ilgili isteklerini dikkate almaları ve onların iyiliğini düşünmeleri önerilebilir. Tüm bunların yapılması çalışanların kendilerini örgütün içerisinde hissetmelerini sağlayacak bu da istenildiği gibi prososyal hizmet davranışlarını arttıracaktır. Ayrıca algılanan içsellik statüsü buradaki ilişkiye aracılık ettiğinden, çalışanların algılanan içsellik statülerinin farklı yollarla nasıl arttırılacağının da araştırılması faydalı olacaktır.

Kaynakça

Ackfeldt, A. L. ve Wong, V. (2006). The antecedents of prosocial service behaviors: an empirical ınvestigation. *The Service Industries Journal, 26*(7), 727-745. doi: 10.1080/02642060600898237

Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology, 51*(6), 1173-1182. doi: 10.1037//0022-3514.51.6.1173

Bellou, V. ve Andronikidis, A. (2008). The impact of internal service quality on customer service behaviour evidence from the banking sector. *International Journal of Quality & Reliability Management, 25*(9), 943-954. doi: 10.1108/02656710810908098

Bettencourt, L. A. ve Brown, S. W. (1997). Contact employees: relationships among workplace fairness, job satisfaction and prosocial service behaviors. *Journal of Retailing, 73*(1), 39-61. doi: 10.1016/S0022-4359(97)90014-2

Bhanthumnavin, D. (2000). Importance of supervisory social support and its ımplications for HRD in Thailand. *Psychology and Developing Societies*, 155-166. doi: 10.1177/097133360001200203

Bhanthumnavin, D. (2003). Perceived social support from supervisor and group members' psychological and situational characteristics as predictors of subordinate performance in Thai work units. *Human Resource Development Quarterly, 14*(1), 79-97. doi: 10.1002/hrdq.1051

Biçkes, D. M., Yılmaz, C. ve Erdem, B. (2019). Psikolojik sahiplenme ile müşteri odaklı davranışlar arasındaki ilişkide örgüt temelli özsaygının aracılık etkisi. *International Social Sciences Studies Journal, 5*(48), 6114-6126. doi: 10.26449/sssj.1802

Bitner, M. J., Booms, B. H. ve Tetreault, M. S. (1990). The service encounter: diagnosing favorable and unfavorable ıncidents. *Journal of Marketing, 54*, 71-84. doi: 10.2307/1252174

Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life.* New York: John Wiley and Sons.

Brief, A. P. ve Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *The Academy of Management Review, 11*(4), 710-725. doi: 10.2307/258391

Buonocore, F., Metallo, C. ve Salvatore, D. (2009). Behavioral consequences of job insecurity and perceived insider status for contingent workers. *System Congress*, 1-29. Erişim adresi: https://www.assioa.it/wp-content/uploads/2009-11.pdf

Chen, C. C. ve Chiu, S. F. (2008). An integrative model linking supervisor support and organizational citizenship behavior. *Journal of Business and Psychology, 23*, 1-10. doi: 10.1007/s10869-008-9084-y

Chen, Z. X. ve Aryee, S. (2007). Delegation and employee work outcomes: an examination of the cultural context of mediating processes in China. *Academy of Management Journal.* Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/20159849

Cheng, C. C., Chen, C. T., Hsu, F. S. ve Hu, H. Y. (2012). Enhancing service quality ımprovement strategies of fine-dining restaurants: new ınsights from ıntegrating a two-phase decision-making model of IPGA and DEMATEL analysis. *International Journal of Hospitality Management, 31*(4), 1155-1166. doi: 10.1016/j.ijhm.2012.02.003

Chu, C. I., Lee, M. S.ve Hsu, H. M. (2006). The impact of social support and job stress on public health nurses' organizational citizenship behaviors in rural Taiwan. *Public Health Nursing, 23*(6), 496-505. doi: 10.1111/j.1525-1446.2006.00599.x

Chu, K. H. L. ve Murrmann, S. K. (2006). Development and validation of the hospitality emotional labor scale. *Tourism Management, 27*, 1181-1191. doi: 10.1016/j.tourman.2005.12.011

Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences.* New York: Academic Press.

Coyle-Shapiro, J. A. M. ve Shore, L. M. (2007). The employee-organization relationship: Where do we go from here? *Human Resource Management Review, 17*, 166-179. doi: 10.1016/j.hrmr.2007.03.008

Cramer, D. ve Howitt, D. (2004). *The sage dictionary of statistics.* Londra: Sage Publications.

Çakal, M. ve Özdemir, Y. (2016). Acil sağlık hizmetleri çalışanlarının algılanan aidiyet durumları. *Vizyoner Dergisi, 7*(14), 105-118. doi: 10.21076/vizyoner.245980

Çalışkan, A., Turunç, Ö. ve Akkoç, İ. (2014). How does organizational culture affect the innovative behaviours? The mediating role of perceived insider status. *International Journal of Innovation and Learning, 16*(2), 151-172. doi: 10.1504/IJIL.2014.064364

Dai, L. ve Chen, Y. (2015). A systematic review of perceived insider status. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies, 3*, 66-72. doi: 10.4236/jhrss.2015.32010

Dovidio, J. F., Piliavin, J. A., Schroeder, D. A. ve Penner, L. A. (2006). *The social psychology of prosocial behavior*. London: Lawrence Erlbaum Associates.

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology, 71*(3), 500-507. Erişim adresi: https://psycnet.apa.org/buy/2010-19901-002

Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. ve Rhoades, L. (2002). Perceived supervisor support: contributions to perceived organizational support and employee retention. *Journal of Applied Psychology, 87*(3), 565-573. doi: 10.1037//0021-9010.87.4.698

Farmer, S. M., Dyne, L. V. ve Kamdar, D. (2015). The contextualized self: How team-member exchange leads to coworker identification and helping OCB. *Journal of Applied Psychology, 100*(2), 583-595. doi: 10.1037/a0037660

Gecas, V. (1982). The self-concept. *Annual Review of*(8), 1-33. doi: 10.1146/annurev.so.08.080182.000245

Gillis, T. L. (2017). Employee-organization relationship. C. R. Scottve L. Lewis (Dü) içinde, T*he international encyclopedia of organizational communication.* John Wiley & Sons.

Graham, J. W. (1991). An essay on organizational citizenship behavior. *Employee Responsibilities and Rights Journal, 4*(1), 249-270. Erişim adresi: https://motamem.org/wp-content/uploads/2020/02/An-essay-on-organizational-citizenship-behavior.pdf

Hartline, M. D. ve Ferrell, O. C. (1996). The management of customer-contact service employees: An empirical investigation. *Journal of Marketing, 60*, 52-70. doi: 10.1177/0022242996060004

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis.* New York: Guilford Press.

Haynie, J. J., Varma, V. ve Ragland, E. (2022). Daily supervisor support, engagement and prosocial behavior: How turnover intentions reduce the resources to pay it forward. *Journal of Managerial Psychology, 37*(6), 575-590. doi: 10.1108/JMP-04-2021-0255

Hui, C., Lee, C. ve Wang, H. (2015). Organizational inducements and employee citizenship behavior: The mediating role of perceived insider status and the moderating role of collectivism. *Human Resource Management, 54*(3), 439-456. doi: 10.1002/hrm.21620

Jin, Y., Cheng, L., Li, Y. ve Wang, Y. (2021). Role stress and prosocial service behavior of hotel employees: A moderated mediation model of job satisfaction and social support. *Frontiers in Psychology*. doi: 10.3389/fpsyg.2021.698027

Kang, H. J., Kim, W. G., Choi, H. M. ve Li , Y. (2020). How to fuel employees' prosocial behavior in the hotel service encounter. *International Journal of Hospitality Management, 84*, 1-10. doi: 10.1016/j.ijhm.2019.102333

Karabulut , G., Bilgin, M. H., Demir, E. ve Doker, A. C. (2020). How pandemics affect tourism: International evidence. *Annals of Tourism Research*(84), 1-5. doi: 10.1016/j.annals.2020.102991

Karamustafa, K. (2018). Hizmet kavramı ve otel işletmelerinde hizmet çeşitleri. K. Karamustafa, D. A. Gürelve M. A. Kozak (Dü.) içinde, H*izmet tasarımı* (s. 2-30). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Katz, D. (1964). The motivational basis of organizational behavior. *Behavioral Science, 9*, 131-146. doi: 10.1002/bs.3830090206

Kelley, S. W. ve Hoffman, K. D. (1997). An investigation of positive affect, prosocial behaviors and service quality. *Journal of Retailing, 73*(3), 407-427. doi: 10.1016/S0022-4359(97)90025-7

Kim, H. ve Qu, H. (2020). The mediating roles of gratitude and obligation to link employees' social exchange relationships and prosocial behavior. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32*(2), 644-664. doi: 10.1108/IJCHM-04-2019-0373

Kim, W. G. ve Cha, Y. (2002). Antecedents and consequences of relationship quality in hotel ındustry. *Hospitality Management, 21*, 321-338. doi: 10.1016/S0278-4319(02)00011-7

Lapalme, M. E., Stamper, C. L., Simard, G. ve Tremblay, M. (2009). Bringing the outside in: can "external" workers experience ınsider status? *Journal of Organizational Behavior, 30*, 919-940. doi: 10.1002/job.597

Lee, Y. K., Nam, J. H., Park, D. H. ve Lee, K. A. (2006). What factors ınfluence customer-oriented prosocial behavior of customer-contact employees? *Journal of Services Marketing, 20*(4), 251-264. doi: 10.1108/08876040610674599

Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 57-72. doi: 10.5465/AME.2002.6640181

Luthans, F., Youssef, C. M. ve Avolio, B. J. (2007). *Psychological capital: developing the human competitive edge* . New York: Oxford University Press. doi: 10.1093/acprof:oso/9780195187526.001.0001

MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M. ve Williams, J. (2004). Confidence limits for the ındirect effect: distribution of the product and resampling methods. *Multivariate Behavioral Research, 39*(1), 99-128. doi: 10.1207/s15327906mbr3901_4

Malhotra, N. ve Ackfeldt, A. L. (2016). Internal communication and prosocial service behaviors of front-line employees: Investigating mediating mechanisms. *Journal of Business Research, 69*(10), 4132-4139. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.03.038

Masterson, S. S. ve Stamper, C. L. (2003). Perceived organizational membership: An aggregate framework representing the employee-organization relationship. *Journal of Organizational Behavior, 24*, 473-490. doi: 1002/job.20.203

Masterson, S. S., Lewis, K., Goldman, B. M. ve Taylor, M. S. (2000). Integrating justice and social exchange: The differing effects of fair procedures and treatment on work relationships. *Academy of Management Journal, 43*(4), 738-748. doi: 10.2307/1556364

McMillan, D. W. ve Chavis, D. M. (1986). Sense of community: a definition and theory. *Journal of Community Psychology, 14*, 6-23. doi: 10.1002/1520-6629(198601)14:1<6::AID-JCOP2290140103>3.0.CO;2-I

Netemeyer, R., Boles, J., McKee, D. ve McMurrian, R. (1997). An investigation into the antecedents of organizational citizenship behaviors in a personal selling context. *Journal of Marketing, 61*(3), 85-98. doi: 10.2307/1251791

Özdevecioğlu, M. ve Balcı, F. İ. (2011). Algılanan içsellik statüsünün örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(37), 41-64. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/66572

Özkara, Z. U., Taş, A. ve Aydıntan, B. (2022). The relationships among supervisor support, affective commitment, and altruistic behavior. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 14*(1), 788-801. doi: 10.20491/isarder.2022.1410

Pekdemir, I., Koçoğlu, M. ve Gürkan, G. Ç. (2013). Birey-örgüt uyumunun açıkça konuşma davranışı üzerindeki etkisinde algılanan yönetici desteğinin aracılık rolü: MBA öğrencilerine yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadı Enstitüsü Yönetim Dergisi, 24*(75), 83-104. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/98074

Pimpakorn, N. ve Patterson, P. G. (2010). Customer-oriented behavior of front-line service employees: The need to be both willing and able. *Australasian Marketing Journal, 18*, 57-65. doi: 10.1016/j.ausmj.2010.02.004

Rhoades, L. ve Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology, 87*(4), 698-714. doi: 10.1037/0021-9010.87.4.698

Rize İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2022). Eylül 10, 2022 tarihinde https://rize.ktb.gov.tr/TR-331064/turizm-isletme-belgeli-konaklama-tesisleri.html adresinden alındı

Shanock, L. R. ve Eisenberger, R. (2006). When supervisors feel supported: relationships with subordinates' perceived supervisor support, perceived organizational support, and performance. *Journal of Applied Psychology, 91*(3), 689-695. doi: 10.1037/0021-9010.91.3.689

Shore, L. M., Tetrick, L. E., Taylor, M. S., Coyle Shapiro, J. A., Liden, R. C., Parks, J. M. ve Van Dyne, L. (2015). The employee-organization relationship: A timely concept in a period of transition. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 291-370. doi: 10.1016/S0742-7301(04)23007-9

Soper, D. S. (2020). A-priori sample size calculator for structural equation models [Software]. https://www.danielsoper.com/statcalc adresinden alındı

Stamper, C. L. ve Masterson, S. S. (2002). Insider or outsider? How employee perceptions of insider status affect their work behavior? *Journal of Organizational Behavior, 23*, 875-894. doi: 10.1002/job.175

Tabachnick, B. G.ve Fidell, L. S. (2020). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı.* (M. Baloğlu, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Tsang, J. A. ve Martin, S. R. (2017). Four experiments on the relational dynamics and prosocial consequences of gratitude. *The Journal of Positive Psychology, 14*(2), 188-205. doi: 10.1080/17439760.2017.1388435

Tsaur, S. H., Wang, C. H., Yen, C. H. ve Liu, Y. C. (2014). Job standardization and service quality: The mediating role of prosocial service behaviors. *International Journal of Hospitality Management, 40*, 130-138. doi: 10.1016/j.ijhm.2014.04.004

Tsui, A. S., Pearce, J. L., Porter, L. W. ve Tripoli, A. M. (1997). Alternative approaches to the employee-organization relationship: Does investment in employees pay off? *Academy of Management Journal, 40*(5), 1089-1121. doi: 10.2307/256928

Tsui, A. ve Wang, D. (2002). Employment relationships from the employer's perspective: Current research and future directions. C. L. Cooperve I. T. Robertson (Dü) içinde, *International review of ındustrial and organizational psychology* (Cilt 17, s. 77-115). New York: John Wiley & Sons.

Wang , L., Chu, X. ve Ni, J. (2010). Leader-member exchange and organizational citizenship behavior: A new perspective from perceived insider status and Chinese traditionality. *Frontiers of Business Research in China, 4*, 148-169. doi: 10.1007/s11782-010-0007-1

Wang, M. L. (2012). Why do social support affect prosocial service behaviors? The moderating role of service climate. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 2*(6), 311-325. Erişim adresi: https://knowledgewords.com/images/why-do-social-support-affect-prosocial-service-behaviors-the-moderating-role-of-service-climate.pdf

Wispe, L. G. (1972). Positve forms of social behavior: An overview. *Journal of Social Issues, 28*(3), 1-19. doi: 10.1111/j.1540-4560.1972.tb00029.x

Yeşiltaş, M., Kanten, P. ve Sormaz, Ü. (2013). Otantik liderlik tarzının prososyal hizmet davranışları üzerindeki etkisi: Konaklama işletmelerine yönelik bir uygulama. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, 42*(2), 333-350. Erişim adresi:https://www.proquest.com/openview/4d834293f298213a70b78546c7513071/1.pdf?pq-origsite=gscholar&cbl=1796365

Yoon, J. ve Lim, J. C. (1999). Organizational support in the workplace: The case of Korean hospital employees. *Human Relations, 52*(7), 923-945. doi: 10.1177/001872679905200704

Yürür, S. ve Mengenci, C. (2014). Örgütsel adalet ve ekstra-rol davranışları ilişkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*(24), 1-17. doi: 10.11611/JMER389

Zhang, A. Y., Tsui, A. S., Song, L. J., Li, C. ve Jia, L. (2008). How do I trust thee? The employee-organization relationship, supervisory support, and middle manager trust in the organization. *Human Resources Management, 47*(1), 111-132. doi: 10.1002/hrm.20200

Extended Abstract

Purpose of Research

According to Masterson and Stamper (2003), the researchers should focus on employees' perceptions of their relationships with their organizations, especially in explaining that they exhibit behaviors that go beyond their roles. In Employee-Organization Relationship (EOR) can help explaining this process. The employee-organization relationship is a structure that accepts the exchange relationship between the employee and the organization and includes examining the perceptions and expectations of both parties in the exchange. According to EOR, the primary supervisor is at a key point in the employee's perceptions of EOR (Zhang et al., 2008, p. 111).. It has been argued that employees who feel themselves in the organization will exhibit more voluntary behaviors (Stamper ve Masterson, 2002, p. 875). The research question of the study was formed as whether the employees who receive support from their managers will feel themselves in the organization and display prosocial service behaviors in return for this support.

Design and Methodology

Relational analysis method was used in this research. First of all, employee-organization relationship (EOR), organizational support theory and social change theory, which constitute the theoretical foundations of the research, were examined, then theoretical and empirical studies on prosocial service behaviors, perceived supervisor support and perceived insider status were examined. As a data collection tool, a questionnaire was generated by using the scales used in previous studies on the subject, and ethics committee approval was obtained before the application was made on hotel employees.

The population of the research consists of the employees of the accommodation enterprises with tourism operation license in Rize. According to the data of Rize Provincial Directorate of Culture and Tourism, there are 19 accommodation operations with tourism operation certificate in Rize. Within the scope of the research, 13 businesses that agreed to conduct research from these facilities were visited and questionnaires were collected from a total of 138 people.

Cronbach's Alpha coefficients were calculated for the internal consistency of the scales used in the research. Confirmatory Factor Analysis (CFA) was used to provide evidence for the construct validity of the scales and to see the compatibility of the data with the model. Hayes's (2018) Process macro was used to analyze the relationships between the variables. In the established models, first of all, the total effect of perceived manager support on prosocial work behavior and the effect on perceived internality status were evaluated, then the effects of perceived manager support and perceived internality status on prosocial work behaviors were evaluated. Indirect effects were examined for the mediation effect.

Findings

Confirmatory factor analysis was applied to the scales in order to test the construct validity of the variables. According to the index values of the model, the fit of the model with the data was among the acceptable values. The model is a mediation model. So there is some assumptions of this model. First, the independent variable should have a significant effect on the dependent variable. Second, the independent variable should have a significant effect on mediator variable. And finally, when the mediator and the independent variables are included in the regression model together, the coefficient of the independent variable should decrease (partial mediation) or become non-significant (full mediation). When these conditions are met, the mediation effect can be mentioned.

The Process macro developed by Hayes (2018) was used. The Process macro examines all the above-mentioned relationships and presents them in a single report. During the analysis, 5000 resampling options were preferred with the bootstrap technique. The obtained results are summarized in Table 5. Accordingly, the total effect of perceived supervisor support on prosocial service behavior in the first model was analyzed. When the results of the analysis are examined, it is seen that the effect of perceived supervisor support on prosocial service behavior is significant and positive (B= ,573; p< ,05). The second model shows the effect of perceived supervisor support, which is the independent variable, on the perceived insider status, which is the mediating variable. Accordingly, perceived supervisor support has a positive and significant effect on perceived insider status (B= .969; p< .05). In the last model, the direct effects of perceived insider status and perceived supervisor support on prosocial service behavior were analyzed. The effect of perceived insider status on prosocial service behavior is positive and significant (B= .338; p< .05). Analysis findings show that when perceived supervisor support and perceived insider status are included in the model together, the coefficient of perceived supervisor support decreases and the effect remains significant (B= .245; p< .05). Accordingly, perceived insider status acts as a partial mediator in the relationship between perceived supervisor support and prosocial service behavior.

Research Limitations

The study has some limitations. It was accepted that the participants were not under influence and pressure while answering the survey items and they answered the questions with understanding. The sample of the research consists of the employees of the hotel operations serving in Rize. In future research, conducting similar studies on different types of businesses in the service sector and in different regions will enable comparison with the results of this research.

Implications

Based on the findings of this research, some reccommedations are offered. Only perceived insider status was chosen as the mediating variable in the study. In future research, personality traits can be included in the model or different mediating variables can be added. Thus, it is thought that the results of the research will be expanded. In this research there is no moderator. In future research some contexual variables can be included in the model.

Orginality / Value

According the results of previos studies, prosocial behaviors affect the perception of service quality. The results of this research make an important contribution to how prosocial service behaviors that affect service quality, guest satisfaction and loyalty can be increased in service businesses. According to the results of the research, the person feels himself in the organization with the support he receives from the manager and thus shows prosocial service behaviors. In other words, the reason why the person exhibits extra-task behaviors is that he feels himself in the organization with the support he receives from his manager. Therefore, making the person feel inside the organization will contribute to the increase of prosocial service behavior.

Araştırmacı Katkısı: Bilgen METE (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Vergi Sistemlerinde Cinsiyet Eşitsizliklerinin Giderilmesine Yönelik Reform Önerileri [1]

Ali ÇELİKKAYA [2]

Başvuru Tarihi: 30.04.2023 **Kabul Tarihi:** 18.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Gelir vergisi, vergilemede cinsiyete dayalı eşitsizliklerin temel kaynağını oluşturmaktadır. Ancak bu çalışmanın amacı ilaveten; tüketim harcamalarında, mülk ediniminde ve kullanım ücretlerinin tahsilindeki cinsiyete dayalı eşitsizlikleri de araştırmaktır. Çalışmada ülkelerin birincil mevzuatlarına ve kaynak taramasına dayalı bir yöntem kullanılmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre, gelir vergisinde cinsiyete dayalı eşitsizliklerin giderilmesi için tamamen bireysel esaslı vergileme tercih edilmelidir. Ayrıca çocuk bakım masrafları için cömert indirimler sağlanmalıdır. Tüketim kalıplarındaki farklılıklardan kaynaklanan eşitsizlikleri gidermek için pembe vergiler kaldırılmalıdır. Ayrıca kadınların bu mallara erişimini kolaylaştırmak için amaçlı sübvansiyonlar yapılmalıdır. Arazi ve diğer mülklerin edinimindeki cinsiyet farklılığını azaltmak için kadınların mülk ediniminde vergi kolaylığı sağlanmalıdır. Başta eğitim ve sağlık olmak üzere kamu hizmetine erişimdeki eşitsizlikleri gidermek için özellikle de kadınların bu hizmetlerden ücretsiz ya da düşük kullanım ücreti karşılığında yararlanması sağlanmalıdır. Vergilemede cinsiyete dayalı bu tür eşitsizliklerin giderilmesi temel bir insan hakkı olmanın yanında aynı zamanda refaha dayalı bir ekonomik büyüme için de son derece önemlidir.

Anahtar Kelimeler: *Aile Esaslı Vergileme, Bireysel Esaslı Vergileme, Cinsiyete Dayalı Vergileme, Cinsiyetçi Ön Yargı, Pembe Vergi*

Atıf: Çelikkaya, A. (2023). Vergi sistemlerinde cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesine yönelik reform önerileri. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 721-750.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, **acelikka@ogu.edu.tr,** ORCID: 0000-0003-4218-404X

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Reform Recommendations to Overcome Gender Inequalities in Tax Systems

Ali ÇELİKKAYA [3]

Submitted by: 30.04.2023 **Accepted by:** 18.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

Income tax is the main source of gender-based inequalities in taxation. However, the aim of this study is also investigate gender-based inequalities in consumption expenditures, property acquisition and usage fees collection. In the study, a method based on the primary legislation of the countries and the literature review was used. According to the results, completely individual-based taxation should be preferred in order to eliminate gender-based inequalities in income tax. Generous discounts should also be provided for childcare costs. Pink taxes should be abolished to address gender inequalities resulting from differences in consumption patterns. In addition, purpose-based subsidies should be made to facilitate women's access to these goods. In order to reduce the gender gap in the acquisition of land and other property, women's property acquisition should be facilitated by taxation. In order to eliminate inequalities in access to public services, especially education and health, women should be able to benefit from these services free of charge or with a low usage fee. Elimination of such gender-based inequalities in taxation is not only a basic human right, but also extremely important for welfare-based economic growth.

Keywords: *Family-Based Taxation, Individual-Based Taxation, Gender-Based Taxation, Gender Bias, Pink Tax*

[3] Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Public Finance, **acelikka@ogu.edu.tr,** ORCID: 0000-0003-4218-404X

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Vergi sistemleri, kadın ve erkeklerin rollerine ilişkin hakim sosyal normları yansıtan bir şekilde tasarlandıkları için cinsiyet açısından tarafsız olmaktan uzaklaşmaktadır (Stotsky, 1997, s.30; Brys, Perret, Thomas ve O'Reilly, 2016, s. 2; Harding, Navarro ve Simon, 2021, s. 2; Grown, Özer ve Bronchi, 2022, s. 1; Smith, 1999, s. 28). Vergilemede cinsiyet eşitliğinin sağlanması temel bir insan hakkıdır ve refaha dayalı bir ekonomik büyüme için temel bir gerekliliktir. İstihdamda, girişimcilikte ve mülkiyet haklarının paylaşımında cinsiyet eşitliğinin sağlanması; verimliliğin ve üretkenliğin artmasına ve çok daha yüksek bir ekonomik büyümeye yol açacaktır (Ferrant ve Kolev, 2016, s. 31; Astudillo, Cibils, Pessino ve Rossignolo, 2022, s. 6). Bu nedenle vergi sistemlerinde yer alan cinsiyet eşitsizliklerinin giderilmesi büyük önem arz etmektedir. Burada cinsiyet eşitsizliğinden kasıt, vergi sistemlerinde yer alan ve genellikle kadınların aleyhine olan eşitsiz uygulamalardır. Vergi sistemlerinde yer alan cinsiyete dayalı eşitsizlikler politika tartışmalarında genellikle göz ardı edilmiştir. Ancak özellikle 1980'lerin ortalarından itibaren bazı ülkeler vergi sistemlerini cinsiyetler arasında eşitliği sağlayacak şekilde yeniden yapılandırmaya başlamıştır. Bu konuda öncü ülkelerden biri Avustralya'dır. Avustralya hükümeti 1984 yılında Cinsiyete Dayalı Ayırımcılığı Önleyen Yasa'nın yürürlüğe girmesi ile birlikte bazı gelir unsurlarını ilk kez cinsiyete dayalı olarak yeniden gözden geçirmiştir. O gün başlayan bu süreç yaklaşık 40 yılı aşkın süredir çeşitli vergi sistemlerinde yavaş da olsa devam etmektedir (Stotsky, 1996, s. 17; Barnett ve Grown, 2004, s. 1; Hui, 2013, s. 5; Coelho, Davis, Klemm ve Buitron, 2022, s. 10; Fabrizio, Fruttero, Gurara, Kolovich, Malta, Tavares, ve Tchelishvili, 2020, s. 11).

Vergi sistemlerinde yer alan cinsiyete dayalı eşitsizlikler farklı vergi türleri aracılığıyla olabilmektedir. Ancak bu alanda yapılan çalışmalar kadın işgücü istihdamı üzerindeki etkisi nedeniyle ağırlıklı olarak emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki cinsiyete dayalı önyargılara yoğunlaşmıştır. Kadınlar birçok ülkede genellikle eşler arasında ikinci kazanan konumundadır. Avrupa ülkelerinde de ikinci kazananların %78'i kadındır (European Communities [EC], 2022, s. 11). Bu da emek gelirinin vergilendirilme şekline bağlı olarak kadınların erkeklere göre daha yüksek marjinal gelir vergisi oranları ile karşılaşma olasılıklarını artırmaktadır. Bu nedenle emek gelirlerinin vergilendirilmesi kadınlara karşı cinsiyete dayalı önyargıların temel kaynağını oluşturmaktadır. Ancak bu çalışmada ilaveten; mülk ediniminde, tüketim harcamalarında ve özellikle az gelişmiş ülkelerde halen önemli bir yeri olan kullanım ücretlerinde cinsiyete dayalı olarak gerçekleştirilen eşitsizliklere de yer verilmektedir. Genel olarak servet mülkiyetinde ve servetin edinim şeklinde kadın ve erkekler arasında büyük farklılıklar bulunmaktadır. Bu noktada özellikle arazi ve diğer mülkiyet üzerinden alınan vergiler daha çok kadınlara karşı cinsiyetçi önyargıların kaynağı olmaktadır. Tüketim kalıplarındaki farklılıklar dolayısıyla tüketim üzerinden alınan vergiler de cinsiyete dayalı eşitsizliğe katkıda bulunmaktadır. Özellikle son on yılda sadece kadınları ilgilendiren ve erkeklerle hiçbir ilişkisi bulunmayan bazı malların katma değer vergisine ve ithalat vergilerine tabi tutulması; vergilendirmede eşitsizliğe yol açtığı ve aynı zamanda insan haklarına da aykırı olduğu yönünde eleştirilmektedir. Türkiye dahil bazı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler artan toplum baskısının da etkisiyle kadınlara özgü bu ürünlerdeki tüketim vergilerini kısmen ya da tamamen kaldırmaya başlamıştır. Benzer şekilde özel tüketim vergileri ve hizmet esaslı kullanım harçları da yine spesifik bir takım cinsiyetçi ön yargılar içerebilmektedir.

Vergi sistemlerinde yer alan cinsiyete dayalı eşitsizliklerin tarihsel gerçekliğine ve geri planına karşılık bu çalışmada vergi sistemlerinin cinsiyete dayalı eşitsizlikleri giderecek şekilde yeniden tasarlanmasının mümkün olabileceği tartışılmaktadır ve aynı zamanda bu yönde yapılması gereken reform önerileri sıralanmaktadır. Bu amaçla çalışma üç kısım şeklinde planlanmıştır. İlk olarak cinsiyet ve vergileme üzerine daha önce yapılmış olan çalışmalar değerlendirilmektedir. Daha sonra gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin vergi sistemlerinde yer alan cinsiyete dayalı ön yargıların kaynakları araştırılmaktadır. Bazı ülkeler cinsiyete dayalı ön yargıları kaldırmakla birlikte, bazı ülkelerin vergi sistemlerinde halen bu tür açık ya da örtülü ön yargılar varlığını

sürdürmektedir. Ancak kültürel normlardaki farklılıklar özellikle örtülü önyargıların tespitini güçleştirdiği için çalışmada böyle bir ikili ayrıma gidilmemiştir. Açık ve örtülü ön yargıların ayrıntılarına çalışmanın ekler kısmında yer verilmektedir. En sonunda da ülkeler için reform önerileri sıralanmaktadır.

Literatür İncelemesi

Literatürde vergilemenin cinsiyet algısı üzerine yapılan çalışmalar daha çok emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki cinsiyetçi önyargılara ilişkindir. Bu konudaki ilk çalışmalardan biri Avrupa Komisyonu tarafından yapılmıştır. Komisyon üye ülkelerin vergi sistemlerinde yer alan cinsiyetçi ön yargılara ilişkin kapsamlı bir çalışma yapmış ve vergilemedeki cinsiyete dayalı eşitsizliklerin giderilmesi için üye ülkelere tavsiyelerde bulunmuştur (EC, 1985). Vergilemede cinsiyete dayalı eşitsizlikler konusunda öncü çalışmaları olan Stotsky (1996, 1997, 2017, 2022) cinsiyet eşitsizliklerini ilk kez açık ve örtülü önyargılar şeklinde iki gruba ayırmıştır. Daha sonraki çalışmalar bu metodolojiden geniş ölçüde yararlanmıştır. Barnett ve Grown (2004) ilaveten cinsiyet eşitsizliğinin dört kaynağına dikkat çekmektedir. Bunlar; ücretsiz bakım ekonomisi, ücretli istihdam, eşler arasında karar alma süreçleri ve mülkiyet haklarındaki eşitsizliklerdir ve çoğunlukla kadınların aleyhine olmaktadır.

Emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki eşitsizlik temel bir insan hakkı ihlali olarak değerlendirilmektedir (Hodgson ve Sadiq, 2017; Taskeen, 2020; Consumer Unity and Trust Society, 2021; Smith, 1999). Aynı zamanda vergi uyumu açısından da incelenmektedir. Sınırlı sayıda araştırma kadınların vergiye gönüllü uyumunun erkeklerden daha fazla olduğunu göstermektedir (Grown, 2010; Torgler ve Valev, 2010; D'Attoma, Volintiru ve Malezieux, 2018; Rossignolo, 2018; Yimam ve Asmare, 2020; Kangave vd., 2021).

Emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki cinsiyet eşitsizliğinin kaynağı gelirin vergilendirilme şeklidir. Literatürde gelirin vergilendirilmesinde birlikte beyan yerine ayrı beyanın esas alınmasının genellikle eşler arasında ikinci kazanan durumunda olan kadınların marjinal vergi oranlarını düşüreceği ve kadın işgücü istihdamını artıracağı yönünde bir görüş birliği bulunmaktadır (EC, 1985; Elson, 2006; Bettio ve Verashchagina, 2009; Casale, 2012; Hui, 2013; Lin ve Tong, 2014; Schulze, Jong, Hadjihristova, Scott, Linares ve Ghailani, 2015; Lahey, 2015; Thomas ve O'Reilly, 2016; Bick ve Fuchs-Schündeln, 2017; Benedict ve Stotsky, 2017; Gunnarson vd., 2017; Lahey, 2018; Fuenmayor, Granell ve Mediavilla, 2018; Doorley, 2018; Fabrizio ve diğerleri, 2020; Theunissen, Kuijper ve Alencar, 2019; Joshi, K.angave, Boogaard ve Van den, 2020; Richards, 2021; Lind ve Gunnarsson, 2021; Organization for Economic Co-operation and Development (OECD, 2022a); Astudillo ve diğerleri, 2022; Perret, 2022; Cedro, Kristoffersson, Ponton Aricha ve Zivkovic, 2023; Schechtl, 2023).

Başta OECD üyesi ülkeler olmak üzere birçok ülkede gelirin vergilendirilmesinde birlikte beyan yerine ayrı beyanı esas alınmaktadır. Birlikte beyanın esas alındığı ülkelerde ise gelirin vergilendirilmesinde bireysel esaslı iyileştirmeler yapılmaktadır. Halen vergilemede birlikte beyanı esas alan az sayıda ülkeden biri olan ABD'de 1981 yılında yürürlüğe giren bir vergi yasası ile 16 dilimli gelir vergisi tarifesindeki marjinal vergi oranları her bir dilimde % 23 oranında azaltılmıştır. Bu, daha düşük gelirli eşin gelirinin yüzde 10'una kadar bir gelir vergisi indirimi sağlamıştır. Eissa (1996) bu yasa değişikliğinin kadınların işgücüne katılımını % 2,6 oranında artırdığını hesaplamıştır. LaLumia (2008, 2017) artık uygulanmayan bu ikinci kazanan indiriminin yeniden getirilmesinin kadın istihdamını artıracağını savunmaktadır.

Küresel manada istihdamdaki cinsiyet eşitsizliğinin 12 trilyon ABD doları (dünya gelirinin %16'sı) gelir kaybına yol açtığı tahmininden hareketle, emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki eşitsizliğin tasfiyesi halinde bunun gelecek 15 yılda küresel büyümeye katkısının % 0,03-0,6 aralığında olacağı öngörülmektedir (Ferrant ve Kolev, 2016).

Bazı alan araştırmaları emek gelirlerinin vergilendirilmesindeki cinsiyete dayalı eşitsizliğin giderilmesine yönelik öneriler sunmaktadır. Akpan ve Sempre (2019 ve 2022) Nijerya'da halen uygulanan sabit oranlı gelir vergisinin yerine satılan ürünün türüne göre değişen bir gelir vergisinin uygulanmasının ve ayrıca daha hoşgörülü ve sabırlı oldukları için kadın vergi denetmeni sayısının artırılmasının faydalarına dikkat çekmektedir. Ligomeka (2019) Zimbabve'de kayıt dışılığın yoğun olduğu küçük pazarlarda verginin yüküne daha çok kadınların katladığını tespit etmiştir. Rodriguez ve Itriago (2019) Latin Amerika ve Karayipler bölgesinde ve Henrik vd., (2019) ise Danimarka'da kadın işgücü istihdamının artırılması için genellikle kadınların üstlendiği ücretsiz evde bakım işlerinin teşvik edilmesini önermektedir. Harding ve diğerleri (2020) daha kapsamlı bir çalışmada OECD genelinde erkeklerin ve kadınların kazanç seviyeleri arasındaki büyük farklılıkların kadın işgücü arzını olumsuz etkilediğini bulmuştur. Benzer bir tespit de Acheson ve Collins (2020) tarafından İrlanda için yapılmıştır. Yaşa ve Kovancı (2022) ve Hayrullahoğlu (2020) da Türkiye'de kadın işgücü istihdamı üzerinde olumlu etkisi olan gelir vergisi teşviklerini sıralamaktadır.

Gelir vergisinin aksine servet ve tüketim vergilerindeki cinsiyete dayalı eşitsizlikleri araştıran çalışma sayısı daha sınırlıdır. Servet vergileri ile ilgili yapılan çalışmalar kadınların mülkiyetinden vergi alınmamasının faydalarına dikkat çekmektedir. Awasthi, Pyle, Aggarwal ve Rakhimova (2023) Hindistan'da tapu vergisi ve kayıt harçlarının indirilmesinin kadınların ekonomik ve sosyal olarak güçlenmelerine katkı sağladığını ileri sürmektedir. Joshi ve diğerleri (2020) ve Chhatkuli, Nairesiae, Shrestha, Joshi ve Dev (2020) Nepal'de tapu vergisinin indirilmesinin arazilerin kadınlar adına tescilini teşvik ettiğini ve aynı zamanda kadınları sosyal ve ekonomik olarak güçlendirdiğini savunmaktadır. Komatsu, Ambel, Koolwal ve Yonis (2021) Etiyopya'da kadınların tarımdaki rolünü sınırlayan normlar ve cinsiyete dayalı üretkenlik farklılıkları nedeniyle götürü kırsal arazi kullanım ücreti ve tarımsal gelir vergisinin büyük kısmına katlanan kadınların (erkeklerden %37 daha fazla) vergi yükünü azaltmak için, küçük arazi sahiplerine istisna sağlayan hektar başına artan oranlı bir vergi önermektedir. Ayrıca verginin değer yerine bölgeye dayalı uygulanmasının cinsiyetler arasında yatay ve dikey adaletin sağlamasını zorlaştırdığına dikkat çekmektedir.

Tüketim harcamalarındaki cinsiyetçi ön yargıların tespitine yönelik çalışmalar ise daha çok kadın hijyen ürünlerinin vergilendirilmesine yoğunlaşmıştır (Rambocas, Kissoon, Kennedy, Mohammed, Khan, Motilal ve Bissessa, 2023; Flinders ve Lowery, 2023; Francesca, 2023; Coelho ve diğerleri, 2022; Kathryn, 2022; Feria ve Walpole, 2020; Giokaris ve Pouliasi, 2020; Rüll, 2020; Rossouw ve Hana, 2020; Ngo, Fong, Lorraine ve Shang, 2019; Bridget ve Spivack, 2017). İlaveten Meier, Holmes, Brennan ve Angus, (2021) alkol tüketimindeki cinsiyetçi ön yargıları incelemektedir. Bazı ülkeler son yıllarda tüketim ürünlerinin fiyatlarında ayrımcılığı giderecek düzenlemeler yapmaya başlamıştır (Febriyanti ve Yuwono, 2022; Danielle, 2023; Grether, 2022, Bertero, 2011, Andrejevic, Andreopoulos ve Panayides, 2008). Kaliforniya 1995 yılında cinsiyete göre fiyat ayrımcılığını yasaklayan ilk yasayı çıkartmıştır. ABD Kongresi'nde Nisan 2019 tarihinde Pembe Verginin Kaldırılması Yasası tanıtılmıştır (Betz, Fortunato ve O'Brien, 2021). Türkiye dahil bir çok ülke de kadınların tükettiği ürünlere özel pembe vergileri giderici iyileştirmeler yapmaktadır. Bu gelişme tüketim vergileri ile ilgili kısımda değerlendirilecektir.

Emek Gelirlerinin Vergilendirilmesi

Gelir vergisi bireylerin şahsi ve ailevi durumlarına göre farklılaştırmaya müsait bir vergi olduğu için; vergilendirme biriminin seçimi ile istisna muafiyet ya da indirimlerin tahsis şekli gelir vergisindeki cinsiyetçi önyargıların kaynağını oluşturmaktadır.

Vergilendirme biriminin seçimi

Kişisel gelirin vergilendirilmesinde uygun vergilendirme birimi farklı gelir türleri için değişebilmekle birlikte genellikle ya birey ya da aile olmaktadır. Bir başka ifadeyle gelirin beyan edilme şekline göre ya ayrı ya da birlikte vergilendirilme söz konusu olabilmektedir.

OECD üyesi ülkelerin çoğunluğu 1970'li yılların başlarında birlikte vergilendirmeyi esas alırken bugün neredeyse bütün ülkeler bireysel vergilemeyi tercih etmekte ya da seçenek sunmaktadır. Avrupa'da İsveç ve Finlandiya tam bir bireysel vergileme modeli uygulamaktadır. İsveç 1971 yılından beridir kazanılmış geliri ayrı vergilendirmektedir. Bu değişim çalışma hayatında ve eşler arasında cinsiyet eşitliğinin sağlanması talepleri bağlamında gerçekleşmiştir. 1971 yılında artık eşler arasında devredilemeyen temel bir indirim getirilmiştir. Bununla birlikte; emlakten, sermayeden ve bazı durumlarda girişimcilikten elde edilen henüz gerçekleşmemiş gelirler 1988 yılına kadar ortak vergilendirilmiştir. Birlikte vergilemenin son unsurları ancak 1991 yılında kaldırılabilmiştir. Servetin birlikte vergilendirilmesi ise 2007 yılında servet vergisi tamamen kaldırılana kadar sürmüştür (EC, 2017, s. 2). Avrupa'da 1972 yılında Avusturya, 1973 yılında Hollanda ve 1976 yılında Finlandiya kadın istihdamını artırmak amacıyla bireysel vergilemeye dönmüştür. En son İngiltere yaklaşık iki yüz yıldır uyguladığı geleneksel birlikte vergilendirme sisteminden 1990 yılında tercihe dayalı ayrı vergilendirme sistemine geçmiştir. Türkiye de 1999 yılından itibaren aile gelirinin koca adına verilen tek bir beyannamede birleştirilmesi ve toplamı üzerinden verginin koca adına tarh edilmesi uygulamasına son vermiştir. Avrupa dışında da bireysel esaslı vergileme yaygınlaşmaktadır. Malezya'da 2003 yılında ortak beyan seçeneğinin de bulunduğu (mukim kadınlar ve geliri olmayan kocalar için) bireysel bir sisteme geçilmiştir. Kenya'da 2005 yılında ortak beyan zorunluluğu kaldırılmıştır. Evli çiftlerin vergileri ayrı olarak hesaplanmaktadır. Arjantin'de 2017 yılında ortak mülkün kocaya tahsis edilmesi sonlandırılmış ve bireysel vergilemeye geçilmiştir. Jersey Adası'nda 2021 yılında kadınların bireysel beyanda bulunmak için kocalarından izin almaları zorunluluğu kaldırılmıştır. Tablo 1'den de görüleceği gibi uygulamada çoğu ülke eşleri ayrı birer vergi mükellefi olarak kabul etmektedir.

Bazı ülkeler ise halen geleneksel birlikte beyan esasını kullanmakla birlikte bunda bireysel esaslı iyileştirmeler yapmaktadır. ABD'de evlilerin vergi dilimi bekârlara kıyasla iki kat genişletilmiştir. Norveç'te ikinci kazanan eş indirimi uygulanmaktadır. Fransa'da 1983 yılından itibaren beyannameyi her iki eşin de imzalaması zorunluluğu getirilmiştir. İlaveten 2018 yılında kaynakta vergilendirme sistemine geçilmiş ve verginin kazanca bağlı olarak paylaştırılması seçeneği sunulmuştur. İrlanda'da 1993 yılında ortak beyan zorunluluğu kaldırılmış ve 2000 yılından itibaren kadın olan eşin birincil vergi mükellefi olabilmesi imkanı sağlanmıştır. İspanya'da (1998) ve Lüksemburg'da (2018) kişilerin ayrı ya da müşterek beyan arasında seçim yapmalarına izin verilmektedir.

Diğer yandan Latin Amerika, Asya ve Afrika ülkeleri dahil bir kısım ülkede (Guernsey, Jamaika ve Kongo) beyan sorumluluğu kocaya ait olmayı sürdürmektedir. Dominik Cumhuriyeti'nde, kadın kazancı olduğunu kanıtlayamadığı sürece koca ile ortak beyan yapılmaktadır (Cedro ve diğerleri, 2023, s. 381; Seely, 2023, s. 4; Stotsky, 1996 ve 1997, s. 7, 30; OECD, 2022a, s. 21; Hui, 2013, s. 8; Schechtl, 2023, s. 69; Lind ve Gunnarsson, 2021, s. 583; Sheila, 2018, s. 67; Kristoffersson, 2023, s. 3; LaLumia, 2017, s. 8; Schulze ve diğerleri, 2015, s. 10; Doorley, 2018, s. 2; Shephard ve Gayle, 2019, s. 1; UN Women, 2016, s. 32; Rossignolo, 2018, s. 180; Coelho ve diğerleri, 2022; s. 15, 25-26; Harding ve diğerleri, 2020, s. 2; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 5; EC, 1985, s. 5; Enriquez, Gherardi ve Rossignolo, 2010, s. 68; Grown, 2010, s. 13; Sharma ve Jindal, 2020, s. 1; Rodriguez ve Itriago, 2019, s. 5; Steenkamp, 2022, s. 6).

Tablo 1
Gelir Vergisi Sistemlerinin Karakteristik Özellikleri

Ülke	Birlikte/ Bireysel/ Seçimlik	Bireysel esaslı ise:			Diğer
		Ortak esaslı indirim	Bakmakla yükümlü eş indirimi	Transfer edilebilir indirim	
Avustralya	Bireysel	Evet			
Avusturya/18	Bireysel		Evet		
Belçika/1	Bireysel		Evet		Kısmi bölme
Kanada	Bireysel	Evet		Evet	Kısmi bölme*
Şili/9	Seçimlik				
Çekya/2	Bireysel	Evet	Evet		
Danimarka	Bireysel			Evet	
Estonya/5	Seçimlik	-	-	-	
Finlandiya	Bireysel				
Fransa	*Birlikte*	-	-	-	
Almanya/3	Seçimlik				
Yunanistan	Bireysel	Evet			
Macaristan	Bireysel	Evet			
İzlanda	Bireysel			Evet	
İrlanda	Seçimlik		Evet		
İsrail/6	Seçimlik				
İtalya	Bireysel	Evet	Evet		
Japonya	Bireysel		Evet		
Kore	Bireysel		Evet		
Lüksemburg/7	*Birlikte*	-	-	-	
Litvanya/11	Bireysel	-	-	-	
Meksika/10	Bireysel				
Hollanda	Bireysel	Evet	Evet	Evet	
Yeni Zelanda	Bireysel	Evet			
Norveç	Seçimlik				
Polonya	Seçimlik				
Portekiz/17	Seçimlik	-	-	-	
Slovak Cumh.	Bireysel		Evet		
Slovenya	Bireysel	Evet	Evet		
İspanya/4	Seçimlik				
İsveç	Bireysel				
İsviçre	Seçimlik	-	Evet	-	
Malta/16	*Birlikte*				
Türkiye	Bireysel		Evet		
Birleşik Krallık	Bireysel	Evet			
ABD/8	Seçimlik				
Güney Afrika	Bireysel				
Kolombiya/12	Bireysel		Evet		
Brezilya/13	Seçimlik				
Panama/14	Seçimlik				
Peru/15	Bireysel				
Diğer/19	Bireysel				

Tablo 1

Gelir Vergisi Sistemlerinin Karakteristik Özellikleri (Devamı)

* 2014-2015 yıllarında 18 yaşından küçük çocuğu olan eşler için kısmi gelir paylaşımına izin verilerek 2.000 CAD vergi tasarrufu sağlanmıştır ve eşler arasında 50.000 CAD transfer yapılabilmiştir. Bu seçenek 2016'da kaldırılmıştır.

1/ 2001'de kısmi bireysel beyan getirilmiştir. Ortak beyanname olmasına rağmen vergiler ayrı hesaplanmaktadır. Bu eşinin geliri olmayan ya da çok düşük olan çiftlerin yükünü azaltmaktadır. Geliri olmayana, diğerinin gelirinin %30'unun tahsis edildiği bu kısmi bölme sistemi, erkeklerin lehine ve gerileyici olmuştur. İndirim çocuk sayısından bağımsızdır ve bekar ebeveynlere verilmemektedir. İşsizlik tuzağı olarak kabul edilen bu evlilik kotasının kaldırılması ve tamamen bireysel esasa geçilmesi tartışılmaktadır. Çocuk masraflarının %45'i indirilebilmektedir.

2/Çocuk vergi indirimi.

3/Çocuk vergi indirimi.

4/ Eşlerden birinin vergi borcu diğerinin alacağından mahsup edilebilmektedir. Çocuk indirimi vardır.

5/Ortak beyan zorunluluğu 2017'de kaldırılmış ve temel indirim 2.160 Euro olarak sabitlenmiştir. Diğer eşin gelirinin 50.400 Euro'yu geçmemesi şartıyla, gelire bağlı olarak 2.160 Euro'ya kadar indiriminden yararlanılabilmektedir. Eşlerden birinin çalışmadığı durumlarda temel indirimin birleştirilmesi mümkündür.

6/Tercihen ya da inceleme elemanı, beyannameyi verecek eşi seçebilmektedir. Bu seçimin bağlayıcı olabilmesi için kayıtlı eşin gelirinin, diğer eşin altı yıllık ortalama gelirinin en az %25'i olması gerekmektedir. Aksi belirtilmezse, inceleme elemanı 2 yıl geliri yüksek olan eşi kayıtlı mükellef adayı gösterebilmektedir. Birlikte beyana izin verilmekle birlikte, serbest geliri olanlar için bireysel beyan daha faydalıdır.

7/Çalışanlar için evlilik indirimi vardır. 2018'den itibaren bireysel beyan (tam ya da gelirin yeniden tahsisi şeklinde) tercih edilebilmektedir. Vergi indirimlerinden ya da daha düşük oranlardan faydalanmak için gelir transferine izin verilmektedir ve evlilik indirimi eşit bölünmektedir.

8/Ayrı beyan halinde kazanılmış gelir vergisi indirimi (EITC) yoktur. Çocuk indirimi aile esaslıdır.

9/Çocuk indirimleri ortak esaslıdır. Bireysel beyan mümkün olmakla birlikte ortak mülkiyette ya da bir eşin diğerinin mallarını yönettiği durumda, birlikte beyanda bulunulması gerekebilmektedir.

10/Bireysel beyan esastır. Eşin gelirinin mukim eşinin beyannamesine dahil edilmesi mümkündür, ancak avantajı yoktur.

11/Çocuk indirimi tek kişi için evlilerden yüksektir.

12/Bakmakla yükümlüler için brüt gelirin %10'una kadar aylık indirim vardır. Bu gruba; çocuklar, üniversite öğrencileri, engelli yetişkinler ve çalışmayan eşler dahildir.

13/ Eşlerin müşterek beyanı seçmesi durumunda bakmakla yükümlü eş indirimi vardır. Bu eşin düşük gelirli olması durumunda daha avantajlıdır.

14/Birlikte beyanda PAB800 indirimi vardır.

15/Bireysel beyan esastır. Ortak mülkiyette müştereken beyan tercih edilebilir.

16/ Ortak beyanda indirim daha yüksektir.

17/ 2015 yılında bireysel vergilendirme bir seçenek olarak getirilmiştir. 2016 yılında 1989'dan beri uygulanan aile kotası, çocuk veya diğer bakmakla yükümlü olunan kişi başına sabit bir indirim ile yer değiştirmiştir.

18/İkinci kazanan vergi indirimi ve ayda 10'un üzerinde fazla mesai indirimi vardır.

19/Gana, Kenya, Arjantin, Malezya, Guatemala, Honduras, Jersey Adaları, Vietnam, Hindistan.

Kaynak: (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 42-43; Thomas ve O'Reilly, 2016, s. 10; EC, 2017, s. 3vd.)

Emek gelirlerinin birlikte vergilendirilmesi halinde eşler gelirin toplamı üzerinden vergilendirileceği için aynı marjinal vergi oranına tabi olacaktır. Bu eşler arasında genellikle daha az kazanan konumunda bulunan kadınların daha yüksek marjinal gelir vergisi oranlarıyla karşılaşmaları anlamına gelmektedir. Bu sözde "evliliği cezalandırıcı" vergileme tercihi kadın işgücü istihdamını engellemektedir. Bu nedenle literatürde eşlerin ayrı vergilendirilmesine yönelik reformların daha cinsiyet tarafsız olacağı görüşü hakimdir (Stotsky, 1996, s. 6; Grown, 2006, s. 10; Lin ve Tong, 2014, s. 3; Thomas ve O'Reilly, 2016, s. 5; Benedict ve Stotsky, 2017, s. 282; Bick ve Fuchs-Schündeln, 2017, s. 100; Hodgson ve Sadiq, 2017, s. 22; LaLumia, 2017, s. 6; Doorley, 2018, s. 3; Shephard ve Gayle, 2019, s. 1; Ligomeka, 2019, s. 18; Acheson ve Collins, 2020, s. 26; Fabrizio ve diğerleri, 2020, s. 5; IMF, 2021, s. 5; Lind ve Gunnarsson, 2021, s. 583; OECD, 2022a, s. 25; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 8; Harding ve diğerleri, 2020, s. 49).

Tam anlamıyla bireysel vergilemeye geçen İsveç'te kadınların marjinal vergi oranları (özellikle de düşük ve orta gelirli kadınlar ile kocaları yüksek kazanan evli kadınlar) önemli ölçüde düşmüştür. Evli kadınların istihdamdaki payı 1963-1990 döneminde %47 'den %87'ye çıkmıştır. Küçük çocuklu kadınların istihdamındaki artış ise daha da yüksek (%38'den %87'ye) olmuştur (EC, 2017, s. 2). Kadın istihdamındaki benzeri görülmemiş bu artışta bireysel vergilendirme reformunun nispeten etkisi olmuştur. Selin (2009) bireysel vergilemeye geçilmesinin İsveç'te kadın istihdamına katkısını 1975 yılında (yani reformdan hemen sonra) %10 olarak hesaplamıştır. Bunun yanında ayrıca; ücret farkının azalmasının; gelirle orantılı cömert çocuk bakımının; 16 aya çıkartılan esnek çalışma izninin de büyük katkısı vardır (EC, 2017, s. 2). Avusturya, İsveç'i örnek alarak 1972 yılında bireysel vergilemeye geçmiştir. Bunun da etkisiyle AB'deki en yüksek ikinci kadın istihdam oranına (2016'da %70,9 ve yarı zamanlı %47,9) ulaşmıştır (EC, 2017, s. 3-4). Benzer şekilde bireysel vergilemeye geçilmesinden sonra kadınların işgücüne katılım oranı İrlanda'da %5-6 ve İspanya'da %1,6 oranında artmıştır (Doorley, 2018, s. 2; Coelho ve digerleri, 2022, s. 13; Fuenmayor ve diğerleri, 2018, s. 541).

Vergi Tercihlerinin Tahsisi

Kişisel gelir vergilerinin artan oranlı yapısı içerisinde; vergi indirim ve muafiyetlerinden kocanın yararlandırılması; temettü, faiz, kira gibi emek dışı gelirlerin kocaya tahsis edilmesi; evli kadınların vergi oranlarının evli olmayan kadınlar ve evli ya da bekar erkeklere göre daha yüksek olması gibi cinsiyetçi ön yargılar söz konusu olabilmektedir (Grown, 2006, s. 9-10; Elson, 2006, s. 3; Taskeen, 2020, s. 32; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 5; EC, 1985, s. 9).

Bu tür cinsiyetçi önyargılardan bir kısmı zaman içinde kaldırılmıştır. Hollanda 1984 yılında evli erkeklere evli kadınlara göre daha yüksek vergi indirimi sağlamaktan vazgeçmiştir. Güney Afrika'da 1995 yılında kadınların daha yüksek oranda vergilendirilmesi sonlandırılmıştır. Pakistan (2010) ve Hindistan (2013) kadın ve erkeklerin istisna eşiklerini eşitlemiştir (Stotsky, 1996, s. 6-12; OECD; 2022a, s. 23; Cedro ve diğerleri, 2023, s. 381; Hui, 2013, s. 12; Coelho, Davis, Klemm ve Buitron, 2022, s. 25-26; Chakraborty, Chakraborty, Karmakar ve Kapila, 2010, s. 103; Joshi vd., 2020, s. 18; Benedict ve Stotsky, 2017, s. 277; Taskeen, 2020, s. 36).

Bazı ülkelerde özellikle erkeklerin lehine cinsiyetçi ön yargılar halen sürmektedir. Burkina Faso'da koca talep etmediği sürece kadının indirim hakkı bulunmamaktadır. Gine'de koca daha çok indirimden yararlanmaktadır. Zimbabwe'de sadece çalışan koca özel indirimden yararlanmaktadır. Uganda'da erkek egemen mesleklere (silahlı kuvvetler, polis, hapishane, parlamento) indirim sağlanmaktadır. Fas'ta kadın eşinin ve çocuğunun kendisine bağımlı olduğunu kanıtlarsa ancak o zaman çocuk indirimden yararlanabilmektedir. Ürdün'de kocanın istemesi ya da kadının tek çalışan olması halleri dışında, belirli indirimlerden sadece koca yararlanabilmektedir. Tunus'ta doğal aile reisi olan koca için özel bir indirim vardır. Endonezya'da çalışan evli bir kadın bireysel beyanı seçerse evlilikten önce yararlanabildiği vergi indiriminden yararlanamamaktadır (Theunissen ve diğerleri, 2019, s. 4; Taskeen, 2020, s. 22; Grown, 2010, s. 13; Sharma ve Jindal, 2020, s. 1; Stotsky, 1996, s. 5; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 22-26; OECD, 2022a, s. 21; Seely, 2023, s. 4-5; Barnett ve Grown, 2004, s. 32; Thomas ve O'Reilly, 2016, s. 7; Nasruddin, 2022, s. 2).

Vergi indirimlerinden eşler arasında ilk kazanan konumunda olan kocanın yararlandırılması genellikle ikinci kazanan konumunda olan kadınların marjinal vergi oranlarını daha da artırmaktadır. Ayrıca bakmakla yükümlü çocuk sayısındaki artışa bağlı olarak erkek ve kadın istihdamı arasındaki fark daha da yükselmektedir. Eşler arasında çocuk bakımının yüküne daha çok kadınlar katlandığı için, çocuk bakım masraflarının indirilmesine izin verilmemesi, kadınların istihdamı üzerinde caydırıcı etki oluşturmakta ve bir tür zımni vergiye dönüşmektedir. Bu aynı zamanda ücretsiz bir zaman yatırımı olarak kadınların yarı zamanlı işleri daha çok tercih etmelerinde de sebep olmaktadır (EC, 2017, s. 3; Soler, 2023, s. 1).

Son yıllarda çocuk bakım masraflarının eşler arasında ikinci kazanan konumunda olan kadın tarafından indirilmesine izin veren ülke sayısı artmaktadır (Bkz., Tablo 2). Dahası Macaristan 2020 yılından beridir sadece kadınların yararlanabileceği özel bir çocuk bakım indirimi uygulamaktadır. Bu sayede aynı zamanda azalan nüfusun korunması amacına da hizmet edilmektedir. Kanada çocuk bakım masraflarını sadece düşük gelirli eşin indirmesine izin vermektedir. Türkiye'de kadın çalışanlar çocuk bakım masraflarını gelir vergisi matrahlarından indirebilmektedir. İngiltere 2015 yılında aile indiriminin eşler arasında transferine izin vermiştir. Bu aynı zamanda evlenmeleri yeniden cazip hale de getirmiştir. Nadir bir örnek olarak Singapur'da eğitimli anneler için ilave çocuk indirim yapılmaktadır.

Bu tür indirimlerin çalışan kadınların istihdamına kısmen de olsa katkı sağladığı kanıtlanmış durumdadır. Kanada'da çocuk bakım masraflarının indirilmesi sayesinde 6 yaş altı çocuklu kadınların istihdama katılım oranı uygulamanın ilk başladığı 1972 yılında %30 civarında iken 2010 yılında hızla yükselerek % 66,9'a çıkmıştır (Taskeen, 2020, s. 52). Benzer şekilde Norveç'te çocuk bakım masraflarının indirilmesine izin verilmesinin kadın çalışan sayısını bariz bir şekilde artırdığı gözlenmiştir (Andresen ve Havnes, 2019, s. 2).

Tablo 2
Vergi Tercihlerinde Cinsiyetçi Önyargılar

Ülke	**Hüküm Açıklaması:**
İsrail	Kadınların daha fazla yararlanacağı bir çocuk indirimi (1 kredi 235 NIS/ay) vardır. Kadın; yeni doğan için 1,5; 1-5 yaş için 2,5; 6-12 yaş için 2; 13-17 yaş için 1; 18 yaş için 0,5 puan indirim almaktadır. Kadının yeni doğan için 1 puanı gelecek yıla erteleme hakkı vardır. Erkek; yeni doğan için 1,5; 1-5 yaş için 2,5; 6-12 yaş için 1; 13-18 yaş için sıfır puan indirim almaktadır. Bekar; yeni doğan için 3; 1-5 yaş için 5; 6-12 yaş için 3; 13-17 yaş için 1; 18 yaş için 0,5 puan indirim almaktadır (Israel Tax Authority, 2023).
İspanya	Çalışan kadınlar ayda 100 Euro ya da ilk 3 yıl için yılsonunda çocuk başına 1.200 Euro vergi indirimi almaktadır. Ayrıca kendi işini yapan kadınlar, 2 yıllık süre boyunca aylık yaklaşık 280 Euro tutarındaki Sosyal Güvenlik katkı paylarını ödemekten muaftır. Bu muafiyet, doğumdan sonra 1 yıla kadar ertelenebilmektedir (Sabate, 2023, s. 4).
Macaristan	En az 4 çocuğu olan kadınlar (aile indiriminden yararlanma şartlarını taşıyan ya da bu indirimden en az 12 yıl önce yararlanmış olan) gelir vergisinden tamamen istisna tutulmuştur. İstisnanın kapsamına ücretin yanında; serbest girişimden, tarımsal üretimden, denetim görevinden, Avrupa Parlamentosu veya yerel bir belediyede meclis üyeliğinden ve bir iş sözleşmesinden doğan gelirler de girmektedir. Bu yeni önlem çocuklar büyüyüp aile vergi indirimi alma hakkını kaybettiğinde, ek gelir sağlamaktadır. Yaklaşık 40.000 kadının bu imkândan yararlanması beklenmektedir (Albert, 2020, s. 1-2).
İtalya	Eşler, 21 yaşına kadar 25-175 Euro asarında çocuk indirimi almaktadır. Bu tutarlara; 4 ve üzeri çocuğu olanlar ve bağımlı ve engelli çocuğu olanlar için 80-105 Euro arasında ilaveler yapılmaktadır. Eşler, gelirlerine göre kreş ücretlerinden ya tamamen muaf tutulmakta ya da %30 indirim almaktadır. Çocuk bakım merkezleri yıllık 3000 Euro (üç yıl) bakım ödeneği vermektedir. Bakmakla yükümlü eş, çocuk (21 yaşından büyük) ve akraba için; 950, 750 ve 800 Euro indirim yapılmaktadır. Engelli çocuklar için temel indirim 400 Euro artırılmaktadır. Kadınlara 6 ay (serbest girişimci 3 ay) maksimum 600 Euro bebek kuponu verilmektedir. Ödemeler kadının seçtiği okula yapılmaktadır. 2019 yılında 3 ve üzeri küçük çocuğu olanlara temel ihtiyaç maddeleri için aile indirim kartı uygulaması başlamıştır. Kadınlar için 960-1.920 Euro arasında değişen (2 inci çocuklar için %20 artırımlı) doğum ödemesi yapılmaktadır. Emziremeyen kadınlar için 2020 yılında süt ikamesi yanında çocuk başına 400 Euro ilave katkı başlanmıştır (OECD, 2022b, s. 8-27).
Türkiye	2018 yılında sadece kadın çalışanlara işyerinde verilen çocuk bakım hizmetlerinin tamamı ya da bakım hizmetlerinin işyerinde verilmediği durumda doğrudan hizmet sağlayıcılara yapılacak ödemenin 2023 yılı için 5.004 TL'si (aylık asgarî ücretin brüt tutarının %50'si) gelir vergisinden istisna edilmiştir. Erkek çalışanlar bu haktan ancak boşanmaları halinde velayetinde bulunan çocuk/çocuklar için yararlanabilecektir. Ayrıca kadın çalışanlar için doğum yardımı (ilk bebek 300, ikinci 400 ve sonraki her bebek 600 TL) yapılmaktadır. Bunların dışında; çocuk bakım hizmeti sunan işletmeler için kazanç istisnası (ilk 5 yıl); el işçiliğinde ve hizmetli ücretlerinde vergi istisnası ve elektronik ortam ve kermeslerde ürün satışı için (belli limitler dahilinde) esnaf muafiyeti vardır.

Tablo 2
Vergi Tercihlerinde Cinsiyetçi Önyargılar (Devamı)

Ülke	**Hüküm Açıklaması:**
İngiltere	2015 yılında vergi indiriminin %10'unun kadın olan eşe aktarılabilme izni getirilmiştir. Bu evlilik indiriminden yararlanabilmek için eşin gelirinin kişisel indirim miktarının (2023 yılı için 12.750 Sterlin) altında kalması ve kocasının temel oran üzerinden vergi ödemesi (12.571- 50.270 Sterlin arasında gelir elde etmesi) gerekmektedir. Bu yüksek gelirli eşin kişisel indirim miktarına 1.260 Sterlin daha eklenmesi anlamına gelmektedir. Bu sayede düşük gelirli eş vergi ödeyecek olsa da toplam vergi %20 oranında ya da 2023 yılı için 252 sterlin tutarında azalmaktadır. Dolayısıyla eşlerden biri daha düşük kazananlar için fayda sağlamaktadır (Joyce, 2023, s. 1; Seely, 2023, s. 5).
Kanada	Düşük gelirli eş çocuk bakım harcamalarını indirebilmektedir. Eğer düşük gelir kazanan eş; eğitimine devam ediyorsa; çocuklara en az 2 hafta bakamayacak durumda ise; en az 2 hafta süreyle cezaevinde tutulmuşsa; eşler ayrı yaşıyorlarsa, ancak o zaman yüksek gelirli eş indirim talebinde bulunabilmektedir. Çocuğun yaşı, fiziksel ve ruhsal durumuna göre; 7 yaşın altı için 8.000 Dolar; 16 yaş altı için 5.000 Dolar; 15 yaş üstü engelli için 5.000 Dolar indirim vardır. İndirim toplamda gelirin 2/3 ü ile sınırlıdır (Heidinger, Leanne ve Guevremont, 2020, s. 2).
Malta	Çalışan kadınların çocuk bakım masrafları için vergi indirimi vardır. Yakın zamanda 3 aydan 3 yaşına kadar çocuklu tüm çalışan kadınlara ücretsiz çocuk bakımı getirilmiştir. Ayrıca işverenlerin çocuk bakım tesisleriyle ilgili sermaye maliyetlerine yönelik vergi avantajları vardır (EC, 2017, s. 8).
Arjantin	Çalışan kadınlar 3 yaş altı anaokulu ve gündüz bakımı masraflarını indirebilmektedir (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 22).
Kamboçya	Bakmakla yükümlü olunan çalışmayan eş ve çocuk için çalışan eşin ücretinden aylık bir indirim (150.000 KHR/37.50 Dolar) yapılmaktadır. İndirim talep edebilmek için çocuğun 14 yaşından küçük veya 25 yaşından küçük tam zamanlı öğrenci olması gerekmektedir. Çalışanlardan sadece biri çocuk indirimi almaktadır (O'Connel ve Chamnan, 2023, s. 1-2).
Cebelitarık	Gelirin vergilendirilmesinde İndirim sistemini (ABS) tercih eden her mükellefin asgari 4.343 Sterlin indirim hakkı vardır. Toplam indirim miktarı bu tutarın altında kalan mükelleflerin indirim hakları bu miktara tamamlanmaktadır. İndirim miktarı 60 yaş ve üzeri kadınlarda (erkekler 65) 12.645 Sterline çıkmaktadır. Ayrıca; özel kreş indirimi (5.480 Sterlin); çocuk yardımı (ilk çocuk için), yurt dışında eğitim gören çocuk indirimi, doğum ikramiyesi, engelli bakım indirimi, tek ebeveyn aile yardımı vardır (EY, 2023, s. 3).
Özbekistan	Kişi başına aylık ortalama geliri asgari ücretin 1,5 katından az olan yoksul aileler çocuk bakımı ve aile indiriminden birinden yararlanmaktadır. Çocuk bakım; çalışmayan ve 2 yaşından küçük çocuklu kadınlara 12 ay boyunca ya da en küçük çocuk 2 yaşına gelene kadar ödenmektedir. Aile yardımı; 2 ila 14 yaş arası çocuklar için 6 ay boyunca ya da en küçük çocuk 14 yaşına gelene kadar ödenmektedir. Ayrıca çalışan kadınlara doğum yardımı yapılmaktadır. Kadınlar doğumdan önce veya sonra olmak üzere 126 gün maaşlarını tam almaktadır ve 3 yıl içinde eski işine dönebilmektedir (UNICEF, 2019, s. 40, 79).
Singapur	Temel çocuk yardımının dışında eğitimli kadınlar için (en az üç sertifika sınavını geçen ya da bir yükseköğrenim sertifikası olan) ilave bir çocuk yardımı ve belli bir yaşın altında doğum yapan anneler için özel bir çocuk indirim vardır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 22).
Suudi Arabistan	Boşanmış kadınlar için aylık bir indirim vardır. Ayrıca kadınların işe gidiş gelişlerinde kolaylık için özel bir ulaşım indirimi vardır (OECD, 2022a, s. 17).
Gana	Kadınların sorumlulukları kapsamında olan kişisel bazı harcamaların indirilmesine (eğitim, yaşlı bakımı gibi) izin verilmektedir (Theunissen ve diğerleri, 2019, s. 4).
Ekvator Ginesi	Bekar kadınlara bakmakla yükümlü oldukları çocuklar için (18 yaşın altında 3'ten fazla) doğrudan vergi muafiyeti sağlanmaktadır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 22).
Mozambik	Ev hizmetinde çalışan kadınlar (18-60 yaş arası) belediye vergisinden doğrudan muaf tutulmaktadır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 22).

Emlak Mülkiyetinin Vergilendirilmesi

Dünya genelinde 1970'lerden bu yana cinsiyetler arasındaki servet farkı önemli boyuttadır. Tüm ekonomilerin % 40'ı halen kadınların mülkiyet haklarını kısıtlamaktadır. Çoğunluğu Batı Afrika, Orta Doğu ve Pasifik Adalarında bulunan bu ülkelerin %23'ü tam bir mülkiyet eşitliğine sahip değildir (Coelho ve diğerleri, 2022, s.

36; Theunissen ve diğerleri, 2019, s. 4; Perret, 2022, s. 3; Barnett ve Grown, 2004, s. 6). Ayrıca dünya genelinde kadınlar toprak mülkiyetinin sadece %15'inden daha azını temsil etmektedir ve bu da genellikle piyasadan satın almak yerine aileden miras yoluyla iktisap şeklinde olmaktadır (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 9; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 36).

Emlak mülkiyetinin artması kadınları güçlendirmenin ve sürdürülebilir kalkınmanın yollarından biri olarak görülmektedir (Chhatkuli ve diğerleri, 2020, s. 1; Komatsu ve diğerleri, 2021, s. 4). Az da olsa kadınların mülkiyet üzerinden alınan vergilerden muaf tutulmasının ya da müşterek mülkiyet halinde indirimli oranlar uygulanmasının kadınların üretkenliklerini artırabileceğine dair bazı kanıtlar vardır (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 10; Chhatkuli ve diğerleri, 2020, s. 1).

Bu konuda en dikkat çeken örnek Nepal'dir. Nepal'de 2007 yılında kadınlar adına mülkiyet tescilinde ve ortak mülkiyette vergi indirimi getirilmiştir. Kadının evli ya da dul olması veya arazinin türü (kentsel/kırsal, dağlık) gibi farklı kriterlere göre uygulanan arazi işlem vergilerinde; kadın adına mülkiyet tescili durumunda %25 ile %100 arasında değişen vergi indirimleri yapılmaktadır. Arazi yasasında 2015'te yapılan en son düzenlemeye göre; kadın adına yapılan arazi ve diğer diğer taşınmaz tescilinde %25; bekar ya da dul kadın adına yapılan taşınmaz tescilinde %35; uzak dağlık mahallelerde (Himali bölgesinde) kadın adına yapılan taşınmaz tescilinde %50; kadın adına banka kredisi ile satın alınan taşınmaz tescilinde %100; kız veya torun adına taşınmaz tescilinde toplam verginin %0,5'i oranında, vergi indirimleri uygulanmaktadır. Ayrıca eşlerden biri adına kayıtlı mülkün neredeyse ücretsiz olarak (100 Rs/1 Dolardan az) ortak mülkiyete geçirilmesine izin verilmektedir (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 18; Chhatkuli ve diğerleri, 2020, s. 1). Çoğu durumda oldukça yüksek olan arazi işlem vergisinden (arazinin konumuna ve tapu türüne bağlı olarak piyasa değerinin %6'sına kadar varan) kaçınmak için de olsa, yapılan bu vergi indirimi kadınların arazi sahipliği üzerinde ciddi bir artış (2001-2015 döneminde %11,7'den %26'ya) sağlamıştır. Bugüne kadar kadın mülkiyetini yaklaşık 17 katına çıkarmıştır (Chhatkuli ve diğerleri, 2020, s. 6). Nepal'in sürdürülebilir kalkınma hedefleri arasında; kadınlara ekonomik kaynaklarda eşit haklar, toprak ve diğer mülkiyet biçimleri, mali kaynaklar, miras ve doğal kaynaklar üzerinde mülkiyet ve kontrol hakkı verecek reformlar yer almaktadır. Bu sayede 2030 yılına kadar kadın mülkiyetinin %40'a çıkartılması hedeflenmektedir (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 18).

Bir diğer örnek Hindistan'da bazı yerel yönetimler yüksek emlak transfer vergilerinin mülk sahipliği üzerindeki caydırıcı etkisini hafifletmek için kadınların emlak alımlarında daha düşük vergi oranları uygulamaktadır. Assam'da kadın mülk sahipleri için damga vergisi % 6 yerine % 5 olarak uygulanmaktadır. Madhya Pradesh, Chhattisgarh ve Delhi'de dul ve terk edilmiş kadınlara özel emlak vergisi muafiyeti bulunmaktadır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 36). Bilimsel araştırmalar bu indirimlerin Hindistan'da emlak sahipliğinin erkeklerden kadınlara kayması yönünde bir teşvik sağladığını göstermektedir (Awasthi ve diğerleri, 2023, s. 9-10).
Emlak mülkiyeti aynı zamanda cinsiyete dayalı şiddete karşı bir kalkan ve kadınlar için ekonomik, sosyal ve politik bir güç kaynağıdır (Chhatkuli ve diğerleri, 2020, s. 10). Dolayısıyla bu tür vergi indirimlerinin benzer mülkiyet rejimlerine, kültürel ve yasal özelliklere sahip diğer başka ülkelerde de uygulanması gerekmektedir.

Tüketim Harcamalarının Vergilendirilmesi

Tüketim harcamaları üzerinden alınan vergiler niceliksel olarak çoğu ülkenin vergi sistemlerinin önemli bir parçasıdır. Birçok sanayileşmiş ve gelişmekte olan ülkede önemi son yıllarda artan bu vergiler bir malın satın alınması veya üretilmesi ile ilgili oldukları için bütün mükellefler aynı ürünü satın aldıkları sürece açık bir ayrım yapmamaktadır. Ancak eşler arasında kaynakların eşit olmayan dağılımı nedeniyle özellikle kadınların aleyhine olmak üzere örtülü önyargı içerme olasılıkları yüksektir (Stotsky, 1996, s. 13; Elson, 2006, s. 4).

Gelir vergilerinin ücretli emek, yatırım ve tasarruflar üzerindeki caydırıcı etkilerinden kaçınmak için vergilendirmenin gelire değil tüketime dayandırılması gerektiği yüzyıllardır tartışılmaktadır (Edizdoğan ve Çelikkaya, 2022, s. 182). Bununla birlikte tüketim üzerinden alınan vergiler, gelirlerinin tamamına yakınını temel tüketime harcamak zorunda olan yoksullara daha fazla yük yüklemektedir. Tüketim vergileri aynı zamanda vergiye tabi olan ve olmayan malların nispi fiyatlarını değiştirdiği için tüketimle ilgili bireysel ve ortak kararları ve yatırım ve üretimle ilgili işletme kararlarını da etkilemektedir (Grown, 2006, s. 10).

Tespiti oldukça zor olmakla birlikte genellikle kadınlar, temel gıda, sağlık, hijyen, giyim ve eğitime, erkekler ise tütün ve alkol gibi kişisel ihtiyaçlara harcama yapmaktadır. Bu nedenle tüketim vergilerin yükünü kadınlar orantısız bir şekilde daha fazla hissetmektedir (Stotsky, 1996, s. 15; OECD, 2022a, s. 26; Rossignolo, 2018, s. 179; Taskeen, 2020, s. 23; Dzelilovic ve Hozic 2020, s. 1290; Harding ve diğerleri, 2020, s. 4; Grown, 2006, s. 10). Bu durum Katma Değer Vergisi (KDV) ve Özel Tüketim Vergisinde (ÖTV) daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Dış ticaret üzerinden alınan vergilerde ise bu tür cinsiyetçi ön yargılar daha belirsizdir.

Katma Değer Vergisi

Katma değer vergisinde oran farklılaştırması tüketim kalıplarındaki farklılıklar nedeniyle eşitsizliğe yol açmaktadır (Elson, 2006, s. 3; Barnett ve Grown, 2004, s. 5; Casale, 2012; Bnedict ve Stotsky, 2017, s. 277; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 19; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 37). Bu nedenle bazı ülkeler özellikle yoksul kadınların tükettiği mal ve hizmetler için indirimli KDV uygulamaya başlamıştır. Örneğin Trinidad ve Tobago 2016 öncesi temel mallar, sağlık, eğitim, konut kiralama, otobüs ve posta hizmetleri için sıfır ve indirimli oranlar uygulamıştır. Vietnam yoksulların tükettiği 27 ürün kategorisinde muafiyet sağlamıştır. Uganda da yoksulların tüketiminde büyük paya sahip gıda, ilaç, eğitim, sağlık ve hayvancılık dahil uzun bir liste için sıfır oran uygulamaktadır. Yetersiz beslenme oranının yüksek olduğu Endonezya'da temel gıda, tarımsal girdilerin çoğu ve yemek satışı vergiden muaftır. Güney Afrika'da bazı gıdalar, özellikle yoksul kadınların tükettiği parafin, ekmek, mısır, fasulye, süt, pirinç, yemeklik yağ için sıfır oranlar uygulanmaktadır (Dzelilovic ve Hozic, 2020, s. 1291).

Son yıllarda ise özellikle kadın hijyen ürünleri oldukça dikkat çekmektedir (Bridget ve Spivack, 2017, s. 512; Rüll, 2020, s. 2). Pek çok ülke halen kadın hijyen ürünlerini lüks kategorisinde değerlendirmekte ve temel ihtiyaç olmayan mücevher, alkol ve tütün gibi ürünlerle aynı orana tabi tutmaktadır (Alvarez ve Belmonte, 2019, s. 1).

Diğer yandan kadınlar bu ürünleri yaşam boyu kullanmak zorundadır. Bu erkeklerin aksine kadınların her zaman bir vergiye daha tabi olacağı anlamına gelmektedir. Yalnızca kadınlar tarafından kullanılan (cinsiyete özel tek kategori) ve sağlıkları için zorunlu olan bir ürünün yüksek oranda vergilendirilmesi aynı zamanda insan haklarına aykırıdır (Giokaris ve Pouliasi, 2020, s. 273; Francesca, 2023, s. 228).

Bazı ülkeler artan toplum baskısının da etkisiyle hijyen ürünlerine sıfır ya da indirimli oran uygulamaya başlamıştır. Kenya 2004 yılında kadın hijyen ürünlerinden KDV'yi tamamen kaldıran (ithalat ve ham madde vergileri dahil) ilk ülkedir. Kadınların ve kızların hijyen ürünlerine erişim güçlüğü nedeniyle çalışmaya ya da okula gidemediği Trinidad ve Tobago, Ruanda ve Uganda'da hijyen ürünlerinden KDV kaldırılmıştır (Rambocas ve diğerleri, 2023, s. 29; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 15). Kanada 2015 yılında KDV'yi kaldıran öncü ülkelerden biridir. ABD'de halen 20 eyalet hijyen ürünlerinden satış vergisi almamaktadır (Bkz., Tablo 3). Avrupa Birliğinde ise İrlanda ve Malta hijyen ürünlerinde sıfır KDV uygulamaktadır. Diğer ülkeler ise çoğunlukla indirimli oran uygulamaktadır. Türkiye'de Nisan 2022 tarihinden itibaren hijyen ürünlerinde KDV'yi indirmiştir (OECD, 2022a, s. 16; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 38; Cedro ve diğerleri, 2023, s. 382; Kathryn, 2022, s. 12-13; Kinn ve Wohak, 2022, s. 1; Feria ve Walpole, 2020, s. 654; Rossouw ve Han, 2020, s. 1; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 19).

Tablo 3
Hijyen Ürünlerine Uygulanan KDV Oranları

AB Ülkeleri:
1. *Hijyen ürünlerine standart KDV oranı uygulanan ülkeler*: Macaristan, %27; Danimarka ve İsveç %25; Finlandiya, %24; Çekya, Letonya ve Litvanya, %21; Romanya, %19.
2. *Hijyen ürünlerine indirimli KDV oranı uygulayan ülkeler*: Yunanistan ve Hırvatistan, %13; Avusturya ve Slovakya, %10; Slovenya, %9,5; Estonya ve Bulgaristan, %9, Polonya, %8; Almanya, %7; Belçika, Hollanda ve Portekiz, %6; Fransa, %5,5; İtalya ve Güney Kıbrıs, %5, İspanya, %4, Lüksemburg, %3.
3. *Hijyen ürünlerine sıfır KDV oranı uygulayan ülkeler*: İrlanda (2023) ve Malta, % 0.
Diğer Ülkeler:
1. *Hijyen ürünlerine standart KDV oranı uygulanan ülkeler*: Arjantin, %21; Ermenistan ve Moldova, %20; Şili, %19; Bosna, %17; Yeni Zelanda, %15.
2. *Hijyen ürünlerine indirimli KDV oranı uygulayan ülkeler*: Çin, %13; İzlanda, %11; Mısır, %10; İran, %9; Türkiye, %8; Kolombiya, Suudi Arabistan, %5.
3. *Hijyen ürünlerine sıfır KDV oranı uygulayan ülkeler*: ABD Eyaletleri*, İngiltere ve Man Adası (2021), Kanada (2005), Avustralya (2019), Meksika (2022), Hindistan (2018) , Jamaika, Malezya, Nikaragua, Nijerya (2020), Lübnan, Kolombiya (2018), Uganda (2020), Kenya, Bangladeş**, Tanzanya***, Trinidad ve Tobago, Güney Afrika (2019), Namibya, Ruanda (2019), Kanarya Adaları, Mairitus (2017), Botsvana, Belize (ithalat vergileri dahil-2023), Bahutan, Saint Kitts ve Nevis, Lesoto, Maldivler, %0
*ABD: Alaska, Delaware, Montana, New Hampshire ve Oregon'da satış vergisi yoktur. Utah (2020), Ohio (2019), California (2021), Connecticut (2016), Florida (2017), Illinois (2016), Maryland, Massachusetts, Minnesota, New Jersey, New York (2016), Nevada, Pennsylvania ve Rhode Adası, Washington (2020), Nebraska, Virginia, Arizona ve Michigan (2021) dahil 20 eyalet hijyen ürünlerinden satış almamaktadır.
** Bangladeş: Yerli üretimi teşvik için Temmuz 2019-Haziran 2021, hammadde vergisi geçici kaldırmıştır.
***Tanzanya: 2018'de KDV kaldırıldı, ancak perakende fiyatlarına yansıtılmadığı için 2019'da geri geldi.

Katma değer vergisine tabi mallar arasında oran farklılaştırmasının bu ürünlerin daha fazla kullanılmasına yol açacağına dair net bir kanıt yoktur (Flinders ve Lowery, 2023, s. 19; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 19; Alvarez ve Belmonte, 2019, s. 3). Araştırmalar tek başına KDV'nin indirilmesi ya da kaldırılmasının kullanımı artırmayacağını göstermektedir. Rossouw ve Hana (2020) tarafından yapılan bir çalışma; Bangladeş, Kenya, Nijerya ve Güney Afrika'da KDV indiriminin fiyatta çok az bir düşüşe ve tüketimde önemsiz bir artışa yol açtığını göstermiştir. Dolayısıyla KDV indiriminin faydası indirimi haklı çıkarmak için yeterli olmamıştır. Bu nedenle KDV indirimlerine ek olarak; hammadde vergilerinin kaldırılması, yerel üretimin teşviki, hijyen ürünlerinin ücretsiz veya uygun bedelle dağıtımı, indirim kuponları gibi diğer politikalara (ek önlemlere) ihtiyaç vardır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 37-38; Fragaso ve Gonzalez, 2010, s. 148).

Bu anlamda İskoçya kadın hijyen ürünlerini ücretsiz sağlayan dünyadaki ilk ülke olmuştur. En son 2020 yılında bu ürünlerin ihtiyacı olan herkese ücretsiz olarak sunulmasına yönelik bir yasa çıkartılmış ve yerel makamlar bu işle görevlendirilmiştir. Yeni Zelanda'da hijyen ürünleri ücretsiz sağlanmaktadır. Kenya'da hükümet hijyen ürünü sağlayan okullara fon desteği sunmaktadır. Amerika'da New York City şehrinde 2016 yılında tüm devlet okullarında, evsiz barınaklarında ve hapishanelerde ücretsiz sıhhi ürünler sağlama zorunluluğu getirilmiştir. Daha sonra New York Eyaletinin tamamında ve Illinois'de benzer uygulama başlatılmıştır (Rambocas ve diğerleri, 2023, s. 29; Alvarez ve Belmonte, 2019, s. 3; Bridget ve Spivack, 2017, s. 527). Hindistan 2010 yılında kırsaldaki yoksul kızlara yönelik yüksek oranda sübvansiyonlu bir hijyenik ped programı başlatmıştır (Rossouw ve Hana, 2020, s. 10).

Özel Tüketim Vergileri

Özel tüketim vergileri de açık ön yargılar içerebilmektedir. Özellikle alkol ve sigaraya konulan vergiler bunların birincil tüketicileri olan erkeklere karşı önyargı riski taşımaktadır. Ancak kadınların ve çocukların diğer mallardan tüketmelerini azaltmaları bu önyargıyı tersine döndürebilmektedir (Stotsky, 1996 ve 1997, s. 15, 32; Elson, 2006, s. 3-4; Grown, 2010, s. 15; Casale, 2012, s. 50; Rossignolo, 2018, s. 179; Sharma ve Jindal, 2020, s. 1; Gunnarson, 2021, s. 18; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 39).

Özel tüketim vergilerinin cinsiyetçi etkilerini tahmin etmek kolay olmamakla birlikte bu konuda yapılan nadir çalışmalardan birinde Meier ve diğerleri (2021) İngiltere'de alkol üzerinden alınan vergide %10'luk bir artışın minimum fiyat uygulaması ile birlikte erkeklerin alkol tüketimini kadınlara göre çok daha fazla azaltacağını tespit etmiştir. Alkol tüketimindeki cinsiyet farkı son yirmi yılda azalsa da halen erkeklerin tüketimi daha fazladır (Jiang ve Laslett, 2021, s. 2386). Alkol tüketiminin çok yüksek olduğu Güney Afrika'da bilimsel araştırmalar alkolün fiyatının %1 artırılmasının kadına yönelik erkek şiddeti olasılığını %5,3 oranında azaltacağını göstermektedir (Movendi.ngo, 2020, s. 2). Dolayısıyla alkol vergilerinin artırılması ya da minimum fiyat politikası erkeklerin alkol tüketimini ve aynı zamanda kadınların başkalarının alkol tüketiminden kaynaklanan zararlarını azaltma potansiyeli bulunmaktadır. Bunlardan özellikle minimum fiyat politikası Mayıs 2018'den beridir İskoçya'da (birimi başına 0,50 sterlin) ve Mart 2020'den beridir Galler'de fiilen uygulanmaktadır. İrlanda'da 2018 tarihli Halk Sağlığı (Alkol) Yasası ile standart içki (10 g saf etanol) başına 1 Euro minimum fiyat getirilmiş ve 2022 yılında yürürlüğe koyulmuştur (Meier ve diğerleri, 2021, s. 2373). Alkol tüketiminde minimum fiyat uygulayan diğer ülkeler arasında halen Rusya, Slovakya, Avustralya ve Kanada'daki eyaletler yer almaktadır. Dünya Sağlık Örgütü alkol tüketiminin azaltılmasında hayati önemde gördüğü bu politikayı şiddetle tavsiye etmektedir.

Özel tüketim vergisinde örtülü ön yargı oluşturmanın bir diğer şekli karbon vergilemesidir (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 40). Bu konu henüz yeterince dikkat çekmemektedir. Ancak erkeklerin kadınlardan nispeten daha fazla karbon yoğun mal (ulaşım gibi) tükettiğine (eko cinsiyet farkı) dair bazı kanıtlar vardır. Ayrıca karbon vergileri daha çok erkeklerin istihdam edildiği sektörlerde (madencilik, petrol ve gaz) uygulanmaktadır (Coelho ve diğerleri, 2022, s. 40).

Bununla birlikte karbon vergilerinin teşvik ettiği yeşil ekonomi imalat ve inşaat gibi erkeklerin egemen olduğu sektörlerde kadın istihdamını artırmaya başlamıştır. Örneğin Bangladeş'teki Grameen Shakti (GS) mikro kredi girişimi kırsalda 100.000'den fazla güneş enerjisi ev sisteminin kurulmasına yardımcı olmuş ve 5.000'den fazla kadını güneş enerjisi teknisyeni ve bakım elemanı olarak eğitilmiştir. Hindistan'ın Pune şehrinde bir atık geri kazanım girişimi %90'ı kadın olan yaklaşık 9.500 atık toplayıcıya istihdam sağlamıştır (International Labour Organization [ILO], 2015, s. 4-5).

Kadınlar genellikle düşük ücretli ve sömürü riski yüksek kayıt dışı işlerde (Sahra-altı Afrika ve Güney Asya'da on kadından sekizi gibi) istihdam edilmektedirler (ILO, 2015, s. 2). Diğer yandan karbon vergisinin teşvik ettiği yeşil ekonomide kadın istihdamının artması karbon vergisinin erkekler üzerindeki yükünü de bir anlamda dengelemektedir (ILO, 2015, s. 2; Coelho ve diğerleri, 2022, s. 40).

Uluslararası Ticaret Vergileri

Tarihsel olarak gelişmekte olan ülkeler nispeten değerlendirmesi ve uygulanması kolay olan dış ticaret vergilerine önem vermiştir. Bununla birlikte, ticaret vergilerinin ağırlığı ticaretin serbestleştirilmesi politikaları nedeniyle azalmaya başlamıştır. Birçok ülke, uluslararası kuruluşlar tarafından desteklenen geleneksel mali

reform paketinin bir parçası olarak dış ticaret vergilerini indirmektedir (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 14). Ancak dış ticaret vergilerinin neden olduğu gelir kayıpları diğer vergiler aracılığıyla telafi edilememiştir. Dolayısıyla düşük gelirli ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olmayı sürdürmektedir (Grown, 2006, s. 11).

Dış ticaretten alınan vergiler ürünler arasında büyük farklılıklar göstermekte ve tüketicileri gelirlerine ve cinsiyetlerine göre farklı şekilde etkilemektedir (Andrejevic ve diğerleri, 2008, s. 1). Bu konuda yapılan nadir çalışmalardan birinde Betz vd., (2021) kadınları doğrudan etkileyen mallarda ithalat tarifelerindeki cinsiyete dayalı ayrımcılığı tespit etmek için 1995-2015 yılları arasında 167 ülkeden yaklaşık 200.000 çift ürünün tarife oranını karşılaştırmıştır. Sonuçta kadın ürünleri ithalatının ortalama olarak erkek ürünleri ithalatından %0,7 daha fazla vergilendirildiği ve kadınların ürün çiftlerinin %50'den fazlasında dezavantajlı durumda olduğu görülmüştür. Araştırmaya göre Türkiye tarife oranlarında ortalama cinsiyet farkının (pembe vergi) en yüksek ülkeler arasında yer almaktadır (Betz ve diğerleri, 2021, s. 5).

Dış ticaret tarifelerindeki cinsiyet eşitsizliğinin ölçülmesine yönelik ABD özelinde yapılan çalışmalar da benzer sonuçlar göstermektedir. Bir araştırmada kadın giyim ithalatının, erkek giyim ithalatından %3 daha yüksek (%11,9'a kıyasla %15,1) vergilendirildiği tespit edilmiştir (Taylor ve Dar, 2015, s. 3; Pant, 2021, s. 1358). Bir diğerinde incelenen 22 üründen 16'sında kadınlar için daha yüksek tarifeler uygulandığı gözlenmiştir (Andrejevic ve diğerleri, 2008, s. 2). Ancak ilginç bir şekilde ithalat tarifesindeki bu eşitsizliğin giderilmesi için açılan davalar tüketici değil ithalatçı açısından değerlendirdiği için reddedilmektedir. ABD mahkemesi ithal erkek eldivenlerinin %1,4 daha yüksek oranda vergilendirildiği iddiası ile açılan Totes-Isotoner Corporation (2007) davasını ve çoğu ithal ayakkabının erkeklerin lehine %1,5 oranında farklı vergilendirildiği gerekçesiyle açılan Colombia Sportswear (2007) davasını bu gerekçeyle (ithalatçıya uygulandığı ve ürünler farklı olduğu) reddetmiştir (Andrejevic ve diğerleri, 2008, s. 4). Bu red kararları halen ABD gümrük tarifesindeki 1.900 cinsiyete dayalı sınıflandırmaya karşı yapılacak itirazları peşinen geçersiz kılmaktadır (Bertero, 2011, s. 9-15).

Dış ticaret vergilerinin hedef tüketicilerin cinsiyeti dışında yapı ya da işlev olarak temelde aynı ya da büyük ölçüde benzer iki ürünü (yukarıdaki eldiven ve ayakkabı gibi) farklı vergilendirilmesi eşit koruma ilkesine aykırıdır ve pembe vergi olarak da adlandırılan cinsiyete dayalı fiyat ayrımcılığının açık bir göstergesidir (Betz ve diğerleri, 2021, s. 308; Febriyanti ve Yuwono, 2022, s. 40; Danielle, 2023, s. 883; Grether, 2022, s. 2). Örneğin İsviçre'de giyim ürünleri üzerindeki ithalat vergileri fiyattan çok ağırlığa dayalı olduğu için hafif ancak genellikle daha pahalı olan kadın giyim ürünlerinin vergisini artırma gereği doğmuştur. Ancak zamanla kadın ve erkek kıyafetleri benzer ağırlıkta ve aynı malzemeden yapılmaya başlayınca bir zamanlar cinsiyet eşitliği için uygulanan bu politika açık bir pembe vergiye dönüşmüştür. Hükümet bu tutarsızlığı azaltmak için 2002 yılında ilk adımları atmış ve sonrasında bu pembe vergiyi tamamen kaldırma taahhüdünde bulunmuştur (Betz ve diğerleri, 2021, s. 311-12).

Dış ticaret tarifelerindeki bu tür eşitsizlikleri gidermenin bir yolu cinsiyete göre sınıflandırılmış tarifedeki ithalat vergisi farklılıklarını ortadan kaldırmaktır. Bir diğer yolu da yasama organlarında kadın temsilini artırmaktır. İsviçre'de pembe vergi eşitsizliğinin giderilmesinde kadın parlamenterlerin etkisi olduğu kanıtlanmıştır (Betz ve diğerleri, 2021, s. 315; Lin ve Yan, 2022, s. 1934). Yasamada kadın temsili hükümet politikalarında bulunan cinsiyetçi önyargıları ele alma olasılığını artıracak ve kadınlara sorunu çözmek için yeterli siyasi güç sağlayacaktır.

Kullanıcı Harçları

Her düzeydeki hükümetler, kamu hizmeti sunumunu daha verimli ve sürdürülebilir hale getireceği gerekçesiyle kamu hizmetlerinin finansmanında kullanıcı ücretlerine giderek daha fazla yönelmektedir. Diğer yandan kanıtlar, kullanıcı ücretlerinin kadınları daha olumsuz etkilediğini göstermektedir. Bu özellikle sağlık

ve eğitimde daha belirgindir. Örneğin, Uganda ve Afrika'da kullanıcı harçlarının kadınların sağlık hizmetlerinden yararlanmaları üzerinde caydırıcı etkisi olduğu tespit edilmiştir (Stotsky, 1996, s. 16; Joshi ve diğerleri, 2020, s. 12). Benzer şekilde bazı Doğu Asya ülkelerinde okul harçları devamı olumsuz etkilediği için kızlar ve bazen sadece fakir kızlar bu harçtan muaf tutulmaktadır (Elson, 2006, s. 4).

Diğer yandan kullanıcı harçlarının düzeyi belirlenirken kadınların genellikle daha düşük olan gelirleri hesaba katılmak zorundadır. Örneğin, Kenya'nın ortalama hane gelirlerinin yüksek olduğu batı bölgesinde buna rağmen hane geliri içindeki payı çok düşük olduğu için kadınların su kullanım harçlarını ödeyemedikleri gözlenmiştir (Elson, 2006, s. 4).

Bu nedenle özellikle de yoksul kadınların yeterli temel hizmet seviyelerine erişimi sağlanmalıdır. Bu, gerektiğinde yoksul haneler için düşük harç ya da hiç ücret alınmaması anlamına gelmektedir. Hükümetler ayrıca zengin kullanıcılardan hizmetler için daha fazla ücret alarak yoksulların maliyetlerini sübvanse etmeyi de seçebilmektedir. Örneğin Güney Afrika'da, elektrik idaresi yoksul tüketiciler için daha düşük bir tarifeye uygulamaktadır. Devlet, aydınlatma, televizyon, radyo ve soğutma hizmetleri için ne kadar elektrik tüketildiğine bakılmaksızın aylık sabit bir ücret almaktadır (Elson, 2006, s. 4).

Bununla birlikte kamu hizmetlerini finanse edecek yeterli alternatif gelir olmadığı sürece kullanım ücretlerinin kaldırılması bireylerin finansman yükünü kaldırmayacaktır. Sierra Leone'den elde edilen kanıtlar bunun yerini tam tersine kayıt dışı kullanım ücretlerinin alacağını göstermektedir (Joshi ve diğerleri, 2020, s. 12-13).

Dolayısıyla kullanıcı harçları genellikle kayıt dışı istihdam edilen kadınların aleyhine olacak şekilde cinsiyete dayalı olmayı sürdürmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Vergi sistemlerinde yer alan cinsiyete dayalı eşitsizliklerin tarihsel geri planına karşılık bu eşitsizliklerin giderilebilmesi mümkündür. Bunun için ülkelerin yapması gereken reformlar ya da temel öncelikleri şunlardır:

i. Emek gelirleri tamamen bireysel esasa dayalı olarak vergilendirilmelidir. Bu kazanılmış gelirin vergilendirilmesinde eşitlik sağlayacak ve kadın işgücü istihdamını teşvik edecektir. Türkiye 1999 yılından beridir emek gelirlerini bireysel esasa dayalı olarak vergilendiren ülkeler arasında yer almaktadır. İlaveten kadın çalışanların çocuk bakım masrafları için cömert indirimler sağlanmalıdır. Çocuk bakımından genellikle kadınların sorumluğu olduğu gerçeğinden hareketle bu sayede kadın ve erkek istihdamı arasındaki eşitsizlik de azalmış olacaktır. Türkiye 2018 yılında bu anlamda önemli bir düzenleme yapmış ve sadece kadın çalışanların çocuk bakım hizmetleri için oldukça cömert bir indirim sağlamıştır. Bu erkeklerin aleyhine açık bir ön yargı oluşturmakla birlikte, gerçekte istihdamdaki cinsiyete dayalı eşitsizliğin giderilmesini amaçlamaktadır.

ii. Servet edinimindeki artan cinsiyet eşitsizliğini gidermek için kadınların adına tescil ettirilen arazi ve diğer mülklere vergi muafiyeti sağlanmalıdır. Bu kadınların üretkenliklerini artıracaktır. Aynı zamanda cinsiyete dayalı şiddete karşı bir kalkan ve kadınlar için ekonomik, sosyal ve politik bir güç kaynağıdır. Az sayıda ülkede uygulanan bu tür tescil vergisi muafiyetlerinin Türkiye'de de uygulanması gerekmektedir.

iii. Tüketim harcamalarındaki cinsiyet eşitsizliğinin giderilmesi için sadece kadınların kullandığı ve onlar için yaşam boyu zorunlu olan hijyen ürünleri için ithalat vergileri dahil tam bir satış vergisi

muafiyeti uygulanmalıdır. Bu kadınlar için zorunlu olan bebek bakım, çocuk giyimi, yaşlı bezleri gibi diğer benzer ürünlerde verginin kaldırılması talepleri için de bir zemin oluşturacaktır. Türkiye 2022 yılında kadın hijyen ürünlerinden alınan yurt içi vergiyi 10 puan indirmiştir. İlaveten kadınların ve kız çocuklarının sağlığı için zorunlu bu ürünlere ücretsiz ya da düşük ücretle erişimleri sağlanmalıdır.

iv. Özel tüketim vergilerinin cinsiyetçi etkilerini tahmin etmek kolay olmamakla birlikte araştırmalar kadına karşı şiddetin azalmasında alkol üzerinden alınan vergilerin artırılmasının oldukça etkili olduğunu göstermektedir. Bazı ülkeler bunun yanında alkol tüketiminde minimum bir fiyat uygulamaktadır. Bu politikanın Türkiye'de de uygulanması erkeklerin alkol tüketimini daha fazla kısacak ve dolayısıyla kadınların maruz kaldığı şiddeti azaltacaktır. Benzer şekilde henüz yeterince kanıt olmamakla birlikte karbon vergisi konulması da yeşil işleri teşvik edecek ve kadın işgücü istihdamını artıracaktır.

v. İthalat tarifelerindeki cinsiyete dayalı ön yargılar artarak devam etmektedir. Türkiye bu anlamda ithalat tarifelerindeki pembe vergi yükü en fazla olan ülkeler arasında yer almaktadır. Bu nedenle ithalat tarifelerinin titiz bir çalışma ile gözden geçirilmesi ve özellikle de ithal kadın ürünlerinin aleyhine olan vergi farklılıklarının giderilmesi gerekmektedir. Bunun daha etkili bir yolu da yasama organlarında kadın temsilini artırmaktır.

vi. Kullanıcı harçları genellikle kayıt dışı istihdam edilen kadınların aleyhine olacak şekilde cinsiyete dayalı olmayı sürdürmektedir. Kullanıcı harçlarının düzeyini belirlerken kadınların genellikle daha düşük olan gelirleri hesaba katılmak zorundadır. Kadınların eğitim ve sağlık başta olmak üzere temel hizmetlere yeterli erişimini sağlamak için gerektiğinde yoksul kadınlardan düşük harç ya da hiç ücret alınmaması gerekmektedir. Bu hizmetlerin zengin kullanıcılardan daha fazla ücret alınarak sübvanse edilmesi de mümkündür. Bununla birlikte temel hizmetleri finanse edecek yeterli alternatif gelir olmadığı sürece kullanım harcı alınmaması özellikle yoksul kadınların finansman yükünü kaldırmayacaktır.

Kaynakça

Acheson, J. ve Collins, M. (2020). Gender and pay in revenue. *Irish Tax and Customs*, *8,* 1-29. Erişim adresi: https://www.revenue.ie/en/corporate/documents/research/gender-pay-2020.pdf

Akpan, I. ve Sempere, K. (2019). Hidden inequalities: Tax challenges of market women in Enugu and Kaduna States Nigeria. *ICTD Working Paper*, *97*, 1-31. Erişim adresi: https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/14500/ICTD_WP97.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Akpan, I. ve Sempere, M. J. C. (2022). Do tax policies discriminate against female traders? A gender framework to study informal marketplaces in Nigeria. *Poverty & Public Policy*, *14(3)*, 287-306. doi.org/10.1002/pop4.349

Albert, F. (2020). Hungary: Tax exemption for mothers of four or more children. *ESPN Flash Report*, *17*(3), 1-2. Erişim adresi: file:///C:/Users/iibf/Downloads/ESPN%20-%20Flash%20report%202020%20-%2017%20-%20HU%20-%20March%202020%20(1).pdf

Alvarez, D. V. M. ve Belmonte, E. (2019). Half of the European countries levy the same VAT on sanitary towels and tampons as on tobacco, beer and wine. CIVIO Medicamentalia web sitesinden erişilen adres: https://www.europeandatajournalism.eu/eng/News/Data-news/Half-of-the-European-countries-levy-the-same-VAT-on-sanitary-towels-and-tampons-as-on-tobacco-beer-and-wine

Andresen, M. E. ve Havnes, T. (2019). Child care, parental labor supply and tax revenue. *Labour Economics*, *61*, 1-19. doi.org/10.1016/j.labeco.2019.101762

Andrejevic, U., Andreopoulos, G. C. ve Panayides, A. (2008). Tariffs in apparel and footwear:A gender approach. *Journal of Diversity Management*, *3*(3), 1-6. doi.org/10.19030/jdm.v3i3.4990

Astudillo, K., Cibils, V. F., Pessino, C. ve Rossignolo, D. (2022). Making the invisible visible: applying a gender perspective to strengthen tax policy in Latin America and the Caribbean. *IDB Technical Note*, *2504*, 1-47. doi.org/10.18235/0004350

Awasthi, R., Pyle, K., Aggarwal, N. ve Rakhimova, P. (2023). Gender-based discounts on taxes related to property: role in encouraging female ownership a case study of Indian States and Cities. *WBG Research Working Paper*, *10287*,1-50. doi.org/10.1596/1813-9450-10287

Barnett, K. ve Grown, C. (2004). *Gender impacts of government revenue collection: The case of taxation*. London: Commonwealth Secreteriat.

Benedict, C. ve Stotsky, J. G. (2017). Tax and spending policies to achieve greater gender equality. K. Kochhar ve diğerleri (Ed.), Women work and econoic growth leveling playing field içinde (s. 265-289). Washington, DC: International Monetary Fund.

Betz, T., Fortunato, D. ve O'Brien, D. Z. (2021). Women's descriptive representation and gendered import tax discrimination. *American Political Science Association*, *115*(1), 307-315. doi.org/10.1017/S0003055420000799

Bettio, F. ve Verashchagina, A. (2009). Fiscal system and female employment in Europe. European Communities Expert Group on Gender and Employment web sitesinden erişilen adres: file:///C:/Users/iibf/Downloads/Synthesis_Fiscal_system_Final_dec_2009%20(3).pdf

Bick, A. ve Nicola, F. S. (2017). Quantifying the disincentive effects of joint taxation on married women's labor supply. *American Economic Review*, *107*(5), 100-104. doi.org/10.1257/aer.p20171063

Bertero, A. (2011). Gender discrimination in the united states tariff schedule: Does unequal tariff treatment of men's and women's products constitute an equal protection violation?. *SSRN Electronic Journal, 7*, 265-289. doi.org/10.2139/ssrn.1878252

Brys, B., Perret, S., Thomas, A. ve O'Reilly, P. (2016). Tax design for inclusive economic growth (Working Papers No. 26). Organisation for Economic Co-operation and Development web sitesinden erişilen adres:https://www.oecd.org/tax/tax-policy/tax-design-for-inclusive-economic-growth-web-brochure.pdf

Bridget, J. C. ve Spivack, C. (2017). Tampon taxes, discrimination, and human rights. *Wisconsin Law Review, 491*. Erişim adresi: http://digitalcommons.pace.edu/lawfaculty/1070/

Casale, D. M. (2012). Indirect taxation and gender equity: evidence from South Africa. *Feminist Economics*, *18*(3), 25-54. doi.org/10.1080/13545701.2012.716907

Cedro, M., Kristoffersson, E., Ponton Aricha, T. ve Zivkovic, L. (2023). Gender equitable taxation. D.Vujadinavic ve diğerleri (Ed.), *Gender-competent legal education* içinde (s. 381-383). Switzerland: Springer Textbooks in Law.

Chakraborty, P., Chakraborty, L., Karmakar, K. ve Kapila, S. M. (2010). Gender equality and taxation in India An unequal burden?. C. I. Volodida (Ed.), *Taxation and gender equity a comparative analysis of direct and indirect taxes in developing and developed countries* içinde (s. 94-118). London: Routledge.

Chhatkuli, R. R., Nairesiae, E., Shrestha, S. S., Joshi, J. R., Dev, H. (2020). Impact of tax rebate on land registration to women's empowerment in Nepal. *FIG Working Week,4,* 1-12. Erişim adresi: https://www.fig.net/resources/proceedings/fig_proceedings/fig2020/papers/ts04d/TS04D_chhatkuli_shrestha_et_al_10629_abs.pdf

Coelho, M., Davis, A., Klemm, A. ve Buitron, C. O. (2022). Gendered taxes: the interaction of tax policy with gender equality. *IMF Working Paper*, *22*(26), 1-54. Erişim adresi: file:///C:/Users/iibf/Downloads/wpiea2022026-print-pdf%20(10).pdf

Consumer Unity & Trust Society. (2021). Tax justice for women and girls in Zambia. CUT International web sitesinden erişilen adres: https://cuts-lusaka.org/pdf/policy-brief-tax-justice-for-women-and-girls.pdf

Danielle, A. E. (2023). Hitting the wall: the next step in addressing the pink tax. *Arkansas Law Review*, *75*(4-6), 883-927. Erişim adresi: https://scholarworks.uark.edu/alr/vol75/iss4/6

D'Attoma, J., Volintiru, C. ve Malezieux, A. (2018). Gender, social value orientation, and tax compliance (Working Papers No. 7372). CESifo Network web sitesinden erişilen adres: https://doi.org/10.1093/cesifo/ifaa007

Doorley, K. (2018). Taxation, work and gender equality in Ireland. *IZA Institute of Labour Economics, 11495*, 1-24. Erişim adresi: https://docs.iza.org/dp11495.pdf

Dzelilovic, V. B. ve Hozic, A. A. (2020). Taxing for inequalities: gender budgeting in the Western Balkans. *Review of International Political Economy*, *27*(6), 1280-1304. doi.org/10.1080/09692290.2019.1702572

Edizdoğan, N. ve Çelikkaya, A. (2022). *Vergilerin ekonomik analizi* (3. bs). Bursa: Ekin Yayınevi.

Eissa, N. (1996). Labor supply and the economic recovery tax act of 1981. M. Feldstein ve J. M. Poterda (Ed.), *Empirical foundations of household taxation* içinde (s. 5-38). US: University of Chicago Press.

Elson, D. (2006). *Budgeting For Women's Rights: Monitoring Government Budgets For Compliance With CEDAW*. New York: UNIFEM.

Enriquez, C. R., Gherardi, N. ve Rossignolo, D. (2010). Gender equality and taxation in Argentina. C. I. Volodida (Ed.), *Taxation and Gender Equity A comparative Analysis of Direct and Indirect Taxes in Dveloping and Developed Countries* içinde (s. 63-93). London: Routledge.

European Communities. (1985). Memorandum on income taxation and equal treatment for men and women. *Intertax*, *13*(6-7), 158-165. doi.org/10.54648/taxi1985052

European Communities. (2017). The EU mutual learning programme in gender equality the impact of tax systems on gender equality sweden. Europen Communities web sitesinden erişilen adres: https://commission.europa.eu/system/files/2018-07/summary_report_se_2017_en.pdf

European Communities. (2022). Joint employment report 2023 commission proposal. Luxembourg: Europen Communities web sitesinden erişilen adres: file:///C:/Users/iibf/Downloads/JER%202023%20Proposal%20final%20(1).pdf

Ernst & Young. (2023). Gibraltar tax facts 1 July 2022 to 30 June 2023. Ernst & Young web sitesinden erişilen adres: file:///C:/Users/iibf/Downloads/ey-gibraltar-tax-facts-leaflet-2022-updated.pdf

Febriyanti, D. ve Yuwono, W. (2022). Tax: as a form of gender identity in international products?. *JSM*, *5*(1), 40-57. doi.org/10.37479/jsm.v5i1.16908

Fabrizio, S., Fruttero, A., Gurara, D., Kolovich, L., Malta, V., Tavares, M. M. ve Tchelishvili, N. (2020). Women in the labor force: the role of fiscal policies. *IMF Staff Discussion Notes*, *003*, 1-42. doi.org/10.5089/9781513529134.006

Feria, R. de la ve Walpole, M. (2020). The ımpact of public perceptions on general consumption taxes. *British Tax Review*, *67*(5), 637-669. Erişim adresi: file:///C:/Users/iibf/Downloads/SSRN-id3723750%20(2).pdf

Ferrant, G. ve Kolev, A. (2016). Does gender discrimination in social institutions matter for long-term growth? Cross-country evidence. *OECD Development Centre Working Paper*, *330*, 1-45. doi.org/10.1787/5jm2hz8dgls6-en

Flinders, M. ve Lowery, G. (2023). Period politics and policy change: the taxation of menstrual products in the United Kingdom, 1996–2021. *Contemporary British History*, *37*(2), 238-265. doi.org/10.1080/13619462.2023.2184804

Fragoso, L. C. P. ve Gonzalez, F. C. (2010). Gender analysis of taxation in Mexico. C. I. Volodida (Ed.), *Taxation and Gender Equity A comparative Analysis of Direct and Indirect Taxes in Dveloping and Developed Countries* içinde (s. 119-149). London: Routledge.

Francesca, S. (2023) Menstrual activism, insider-outsider alliances and agenda-setting: an analysis of the campaign to end the "tampon tax" in Canada. *Journal of Women, Politics & Policy*, *44*(2), 228-244. doi.org/10.1080/1554477X.2022.2081913

Fuenmayor, A., Granell, R. ve Mediavilla, M. (2018). The effects of separate taxation on labor participation of married couples. An empirical analysis using propensity score. *Review ofEconomics of Household*, *16*, 541–561. doi.org/10.1007/s11150-016-9345-x

Giokaris, I. P. ve Pouliasi, M. E. (2020). To tax or not to tax? tampon taxes and gender (in)equality: the cyprus case-study. *The Cyprus Review*, *32*(1), 257-278. Erişim adresi: https://www.proquest.com/docview/2528503075/fulltextPDF/AA21CAB268E646DCPQ/1?accountid=16716

Grether, S. T. (2022). The pink tax. *Feminist Pedagogy*, *2*(1), 1-11. Erişim adresi: https://digitalcommons.calpoly.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1039&context=feministpedagogy

Grown, C. (2006). What gender equality advocates should know about taxation. *Spotlight*, *1*(7), 1-16. Erişim adresi: https://www.awid.org/sites/default/files/atoms/files/why_those_working_on_gender_equality_should_know_about_tax_law_issues.pdf

Grown, C. (2010). Taxation and gender equality: A conceptual framework. C. I. Volodida (Ed.), *Taxation and Gender Equity A comparative Analysis of Direct and Indirect Taxes in Dveloping and Developed Countries* içinde (s. 1-23). London: Routledge.

Grown, C., Özer, C. ve Bronchi, C. (2022). Gender differences in taxation: Why do they matter. World Bank Blogs web sitesinden erişilen adres https://blogs.worldbank.org/developmenttalk/gender-differences-taxation-why-do-they-matter

Gunnarsson, A. (2021). Gender equality and taxation-International Perspectives, *SSRN Electronic Journal*, *1*(4), 1-32. doi.org/10.2139/ssrn.3818771

Gunnarsson, A., Schratzenstaller, M. ve Spangenberg, U. (2017). Gender equality and taxation in the European Union. European Union web sitesinden erişilen adres: adresi: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/583138/IPOL_STU(2017)583138_EN.pdf

Harding, M., Paturot, D. ve Simon, H. (2020). Taxation of part-time work in the OECD. *OECD Taxation Working Papers*, *57*, 1-74. doi.org/10.1787/22235558

Harding, M., Navarro, G. P. ve Simon, H. (2021). In tax, gender blind is not gender neutral: why tax policy responses to COVID-19 must consider women. Ecoscope blog web sitesinden erişilen adres: https://oecdecoscope.blog/2020/06/01/in-tax-gender-blind-is-not-gender-neutral-why-tax-policy-responses-to-covid-19-must-consider-women/

Hayrullahoğlu, B. (2020). Kadınların işgücüne katılım oranlarının arttırılmasında vergilendirmenin rolü: Türkiye ve OECD ülkeleri açısından bir değerlendirme. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *66*, 42-63. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/980514

Heidinger, L., Leanne C. F. ve Guevremont, A. (2020). Uptake of the child care expense deduction: exploring factors associated with the use of the child care expense deduction among families with a child under 12 years. International Journal of Child Care and Education Policy, *14*(12), 1-20. doi.org/10.1186/s40723-020-00076-0

Henrik, K., Landais, C., ve Sogaard, J. E. (2019). Children and Gender Inequality: Evidence from Denmark. *Applied Economics*, *11*(4), 181-209. doi.org/10.1257/app.20180010

Hodgson, H. ve Sadiq, K. (2017). Gender equality and a rights-based approach to tax reform. M. Stewart (Ed.), *Tax, Social Policy and Gender: Rethinking Equality and Efficiency* içinde (s. 99-130). Australia: ANU Press.

Hui, N. (2013). *Gender implication of tax policies*. New Delhi: Bahavya Ofset.

International Labour Organization. (2015). Gender equalty and green jobs. International Labour Organization web sitesinden erişilen adres: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_360572.pdf

International Monetary Fund. (2021). Gender equality and covıd-19: policies and ınstitutions for mitigating the crisis. International Monetary Fund web sitesinden erişilen adres:file:///C:/Users/iibf/Downloads/en-special-series-on-covid-19-gender-equality-and-covid-19%20(1).pdf

Israel Tax Authority. (2023). Tax Benefits Reference Manual for Parents with Young Children. Israel Tax Authority web sitesinden erişilen adres: https://www.gov.il/en/departments/guides/tax-benefits-for-parents-with-small-children

Jiang, H. ve Laslett, A. M. (2021). Gender disparities in the effects of alcohol pricing policies on consumption and harm reduction. *Addiction*, *116*, 2385-2386. Erişim adresi: https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1111/add.15569

Joshi, A., K.angave, J. ve Boogaard, Van den, V. (2020). Gender and tax policies in the global south. K4D Helpdesk Report 817. International Centre for Tax and Development web sitesinden erişilen adres: https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/15450/817_Gender_and_Tax.pdf

Joyce, R. (2013). The new tax break for some married couples. Institute for Fiscal Studies web sitesinden erişilen adres: https://ifs.org.uk/articles/new-tax-break-some-married-couple

Kangave, J., Waiswa, R. ve Sebaggala, N. (2021). Are women more tax compliant than men? how would we know?. *African Tax Administration*, *23*, 1-23. Erişim adresi: https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/16483/ATAP23.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kathryn, J. (2022). Removal of the tampon tax: a costless or pyrrhic victory?. *Australian Feminist Law Journal, 48*(2), 193-220. doi.org/10.1080/13200968.2022.2138189

Kinn, K. ve Wohak, U. (2022). Taxation of menstrual hygiene products: evaluating reforms within the European Union. Momentum kongress web sitesinden erişilen adres: https://www.momentum-kongress.org/system/files/congress_files/2022/momentum_kinnl.pdf

Komatsu, H., Ambel, A. A., Koolwal, G. ve Yonis, M. B. (2021). Gender and tax ıncidence of rural land use fee and agricultural income tax in Etiyopya (Working Papers No. 9715). World Bank Group web sitesinden erişilen adres: https://openknowledge.worldbank.org/server/api/core/bitstreams/adb90116-c279-573f-aaba-4a756ca48b0f/content

Kristoffersson, E. (2023). Gender equitable taxation. ResearchGate web sitesinden erişilen adres: file:///C:/Users/iibf/Downloads/Gender_Equitable_Taxation.pdf http://lllp-lawgem.ius.bg.ac.rs/files/2022/09/7.5.-Gender-Equitable-Taxation.pdf

Lahey, K. A. (2015). Uncovering women in taxation: the gender impact of detaxation, tax expenditures, and joint tax/benefit units. *Osgoode Hall Law Journal*, *52*(2), 427-459. Erişim adresi: https://digitalcommons.osgoode.yorku.ca/cgi/viewcontent.cgi?article=2816&context=ohlj

Lahey, K. A. (2018). Gender, taxation and equality in developing countries ıssues and policy recommendations. *UN Women Dıscussıon Paper*, *4*, 1-84. Erişim adresi: https://www2.unwomen.org/-/media/files/un%20women/grb/resources/geder-tax-report-fin-web.pdf?vs=3508

LaLumia, S. (2008). The effects of joint taxation of married couples on labor supply and non-wage income. *Journal of Public Economics*, *92*, 1698-1719. doi.org/10.1016/j.jpubeco.2008.01.009

LaLumia, S. (2017). *Tax Policies to Encourage Female Labor Force Participation*. Washington: Brookings Institution.

Ligomeka, W. (2019). Expensive to be a female trader: the reality of taxation of flea market traders in Zimbabwe (Working Papers No. 9335). International Centre for Tax and Development web sitesinden erişilen adres: https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/14430/ICTD_RiB_35_Online.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Lin, E. Y. ve Tong, P. K. (2014). Effects of marriage penalty relief tax policy on marriage taxes and marginal tax rates of cohabiting couples. Ntanetorg web sitesinde erişilen adres: Erişim adresi: https://ntanet.org/wp-content/uploads/proceedings/2014/018-lin-tong-effects-marriage-penalty-relief-tax.pdf

Lind, Y. ve Gunnarsson, A. (2021), Gender equality, taxation, and the COVİD-19 recovery: a study of sweden and Denmark, *Tax Notes International*, *1*(5), 581-590. Erişim adresi: file:///C:/Users/iibf/Downloads/SSRN-id3795117%20(3).pdf

Lin, Y. C. ve Yan, H. T. (2022). The power of women: Does increasing women's parliamentary representation reduce intake of sugar-sweetened beverages among children and adolescents? *Public Health Nutrition*, *25*(7), 1928-1938. doi.org/10.1017/S1368980022000738

Meier, P. S., Holmes, J., Brennan, A. ve Angus, C. (2021). Alcohol policy and gender: a modelling study estimating gender-specific effects of alcohol pricing policies. *Addiction*, *116*(9), 2372-2384. doi.org/10.1111/add.15464

Movendi.ngo (2020). Policy news. Movendi.ngo web sitesinde erişilen adres: https://movendi.ngo/news/2020/11/20/south-africa-commission-for-gender-equality-recommends-higher-alcohol-taxes-and-other-alcohol-policy-improvements.

Nasruddin, C. H. (2022). Tax reform to promote Indonesia's female labour participation. Eastasiaforum web sitesinden erişilen adres: https://www.eastasiaforum.org/2022/05/25/tax-reform-to-promote-indonesias-female-labour-participation/

Ngo, A., Fong, G. T., Lorraine V. C. ve Shang, C. (2019). Analysis of gender differences in the impact of taxation and taxation structure on cigarette consumption in 17 ITC countries. *International Journal of Environ Research Public Health*, *16*(7), 1275. doi.org/10.3390/ijerph16071275

O'Connel, C. ve Chamnan, V., (2023). Cambodia tax alert: changes to tax on ıncome and tax on salary tables. DFDL web sitesinden erişilen adres: https://www.dfdl.com/resources/legal-and-tax-updates/cambodia-tax-alert-changes-to-tax-on-income-and-tax-on-salary-tables-2/

Organization for Economic Co-operation and Development. (2022a). Tax policy and gender equalty a stocktake of country approachs. Organization for Economic Co-operation and Development web sitesinden erişilen adres: https://read.oecd-ilibrary.org/taxation/tax-policy-and-gender-equality_b8177aea-en#page4.

Organization for Economic Co-operation and Development. (2022b). The OECD tax-benefit database description of policy rules for Italy. Organization for Economic Co-operation and Development web sitesinden erişilen adres: https://www.oecd.org/els/soc/TaxBEN-Italy-2022.pdf

Pant, S. (2021). Unpinking discrimination: exploring the pink tax and its ımplications. *International Journal of Policy Sciences and Law*, *1*(3), 1354-1371. Erişim adresi: https://ijpsl.in/wp-content/uploads/2021/03/UnPinking-Discrimination-Exploring-the-Pink-Tax-and-its-Implications_Svasti-Pant.pdf

Perret, S. (2022). OECD work on gender, taxation and budgeting. European Economic and Social Committe web sitesinde erişilen adres: https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/files/sarah_perret.pdf

Rambocas, N., Kissoon, Y., Kennedy, J. M., Mohammed, K., Khan, D., Motilal, M. S. ve Bissessa, A. (2023). Assessing period poverty in Trinidad and Tobago: An exploratory approach. *Medical Science and Discovery*, *10*(1), 25-30. doi.org/10.36472/msd.v10i1.861

Richards, M. M. (2021). Can progressive taxation addressgender inequality in income? Cross-national evidence of gender differences in income tax payment patterns and post-tax income (Workin Papes No. 816). Lısdatacenter web sitesinden erişilen adres: http://www.lisdatacenter.org/wps/liswps/816.pdf

Rodriguez, C. ve Itriago, D. (2019). Do taxes ınfluence ınequality between women and men?. *OXFAM Research Report*, *8*, 1-12. Erişim adresi: https://oxfamilibrary.openrepository.com/bitstream/handle/10546/620852/rr-taxes-influence-gender-inequality-lac-200819-summ-en.pdf

Rossignolo, D. (2018). Gender equity in the Argentine tax system: an estimation of tax burdens by household type. *CEPAL Review,124,*177-202. Erişim adresi: https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/43958/1/RVI124_Rossignolo.pdf

Rossouw, L. ve Ross, H. (2020). An economic assessment of menstrual hygiene product tax cuts. Gates Open Research web sitesinden erişilen adres: file:///C:/Users/iibf/Downloads/gatesopenres-196261%20(1).pdf

Rüll, D. (2020). How to abolish ındirect taxes on menstrual hygiene products. *Copenhagen Business School, CBS LAW Research Paper*, *20-28*, 1-22. Erişim adresi: file:///C:/Users/iibf/Downloads/SSRN-id3688893%20(1).pdf

Schechtl, M. (2023). The taxation of families: how gendered (de) familialization tax policies modify horizontal ıncome ınequality. *Journal of Social Policy*, *52*(1), 63-84. doi.org/10.1017/S0047279421000404

Sabate, M. T. (2023). Maternity and paternity leave in Spain. Expatica web sitesinden erişilen adres: https://www.expatica.com/es/working/employment-law/maternity-leave-spain-105033/

Schulze, E., Jong, W. de, Hadjihristova, Y., Scott, I., Linares, J. ve Ghailani, D. (2015). *The policy on gender equality in Belgium*. Europien Parliament: Publicaitons Office.

Seely, A. (2023). *Income tax allowances for married couples*. United Kingdom: House of Common.

Selin, H. (2009). The rise in female employment and the role of tax incentives an empirical analysis of the Swedish ındividual tax reform of 1971. *Uppsala University Departement of Economics Working Paper Series*, *4*, 1-42. Erişim adresi: https://www.bus.umich.edu/otpr/papers/Selin.pdf.

Sharma, V. ve Jindal, G. (2020). Is taxation gender biased?. Legalserviceindia web sitesinden erişilen adres: https://www.legalserviceindia.com/legal/article-9844-is-taxation-gender-biased-.html

Shephard, A. ve Gayle, G. L. (2019). Taxing familiy income: the effects on marriage and how time and resources are shared within households. Microeconomic Insight web sitesinden erişilen adres: https://microeconomicinsights.org/taxing-family-income-the-effects-on-marriage-and-how-time-and-resources-are-shared-within-households/

Sheila, Q. (2018). Europe. L. Kolovich (Ed.), *Fiscal Policies and Gender Equality* içinde (s. 67-68). Washington: International Monetary Fund.

Smith, T. (1999). Women and tax in South Africa. Interntionalbudget web sitesinden erişilen adres: https://internationalbudget.org/wp-content/uploads/Women-and-Tax-in-South-Africa.pdf

Soler, P. (2023). EU countries' tax-and-benefit systems penalise women. Eubserver web sitesinden erişilen adres: https://euobserver.com/health-and-society/156818.

Steenkamp, L. (2022). Equal pay but unequal taxes? *Women and fiscal policy*, 6-12. doi.org/10.1787/b8177aea-en

Stotsky, J. (1996). Gender bias in tax systems (Workin Papers No. 099). International Monetary Fund web sitesinden erişilen adres: doi.org/10.5089/9781451852226.001

Stotsky, J. (1997). How tax systems treat men and women differently. International Monetary Fund web sitesinden erişilen adres: https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1997/03/pdf/stotsky.pdf

Stotsky, J. (2017). Tax proposals: a missed opportunity for addressing implicit gender bias. Universty of Minesota The Gender Policy Report web sitesinden erişilen adres: https://genderpolicyreport.umn.edu/tax-proposals-a-missed-opportunity-for-addressing-implicit-gender-bias/

Stotsky, J. (2022). Taxation and social protection. ADB The Gvornence Brief web sitesinden erişilen adres: https://www.adb.org/sites/default/files/publication/787961/governance-brief-045-taxation-social-protection.pdf

Taskeen, J. (2020). Women's right are human rights-a review of gender bias in South Africa tax law. Repository web sitesinde erişilen adres: https://repository.up.ac.za/bitstream/handle/2263/80447/Jaffer_Women_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Taylor, L. L. ve Dar, J., (2015). Fairer trade removing gender bias in US import taxes. *The Takeaway*, *6*(3), 1-4. Erişim adresi: https://oaktrust.library.tamu.edu/bitstream/handle/1969.1/153774/V6-3%20Tariff%20Discrimination%20Takeaway.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Theunissen, G., Kuijper, C. ve Alencar, H. (2019). Gender and taxes. Oxfam web sitesinden erişilen adres: https://oxfamilibrary.openrepository.com/handle/10546/620868

The United Nations Childeren's Fund. (2019). Building a national social protection sytem fit for Uzbekistan's childeren and youth. The United Nations Childeren's Fund web sitesinden erişilen adres: https://www.unicef.org/uzbekistan/media/2761/file/Uzbekistan%20SP%20%20overview%20paper%20-%20ENG%20FINAL_July2019%20.pdf

Thomas, A. ve O'Reilly, P. (2016). The impact of tax and benefit systems on the workforce participation incentives of women (OECD Working Papers No. 29). Organization for Economic Co-operation and Development web sitesinden erişilen adres: https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/d950acfc-en.pdf?expires=1683903100&id=id&accname=guest&checksum=06D775F90C30C8CA00C256E8BEA3412B

Torgler, B. ve Valev, N. T. (2010). Gender and publıc attitudes toward corruptıon and tax evasion. *Contemporary Economic Policy*, *28*(4), 554-568. doi.org/10.1111/j.1465-7287.2009.00188.x

UN Women. (2016). *Gender equality and taxation ın vietnam: ıssues and recommendations*. Viet Nam: UNWomen.

Yaşa, A., Kovancı, Y. (2022). Türkiye'de kadınların işgücüne katılımında vergi düzenlemelerinin rolü ve önemi. *Vergi Raporu*, *277*, 100-119. Erişim adresi: https://earsiv.kmu.edu.tr/xmlui/bitstream/handle/11492/6784/At%C4%B1lgan%20Ya%C5%9Fa%2C%20Ay%C5%9Fe%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yimam, S. ve Asmare, F. (2020), Gender and tax compliance: firm level evidence from Ethiopia. *ICTD Working Paper*, *113*, 1-27. Erişim adresi: https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/15724/ICTD_WP113.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ek

Açık ve Örtülü Önyargıların Ayrıntıları

	Açık	Örtülü
Cinsiyet Önyargılarını Artıran	Vergi Kanununda ya da idare uygulamalarında açıkça cinsiyete atıf yapan, toplumda var olan, cinsiyet ön yargılarını artıran, hükümlerdir. Örneğin: Evli erkekler için daha düşük vergi oranları; erkekler için olan vergi indirimleri; kadınların kendilerini ilgilendiren vergi ile ilgili bilgilerine ulaşamaması gibi. Politika çözümü: Kaldırmaktır.	Vergi kuralları cinsiyet tarafsız olmakla birlikte, kadınların ve erkeklerin farklı sosyal ve ekonomik gerçeklikleri ile toplumda var olan cinsiyet ön yargılarını daha da kötüleştirecek şekillerde etkileşimdedir. Örneğin: ikinci kazananlar için daha yüksek vergi oranı; daha çok kadınlar tarafından yararlanılan hizmetler için gayri resmi vergiler ya da kullanım harçları; sermaye geliri ya da servetin daha düşük oranda vergilendirilmesi gibi. Politika çözümü: Yeniden gözden geçirmektir.
Cinsiyet Önyargılarını Azaltan	Vergi Kanununda ya da idare uygulamalarında açıkça cinsiyete atıf yapan ancak toplumda var olan cinsiyet ön yargılarını azaltan, hükümledir. Örneğin: Kadınlar için daha düşük emlak ya da intikal vergisi oranları; Çalışan anneler için vergi kredileri. Politika Çözümü: Değerlendirmektir.	Vergi kuralları cinsiyet tarafsız olmakla birlikte, kadınların ve erkeklerin farklı sosyal ve ekonomik gerçeklikleri ile toplumda var olan cinsiyet ön yargılarını daha da azaltacak şekillerde etkileşimdedir. Örneğin: vergi sisteminin artan oranlılığının iyileştirilmesi; ikinci kazananlar için caydırıcıların azaltılması; sermaye gelirlerini dahil etmek için vergi matrahının genişletilmesi. Politika Çözümü: İyileştirmektir.

Kaynak: (OECD, 2022a, s. 47).

Extended Abstract

Purpose

In all tax systems, there are some explicit or implicit gender-based inequalities. Since the early 1980s, some countries have begun to reconsider their tax systems to eliminate such sexist biases. However, gender-based inequalities in tax systems still exist. Studies on this issue are limited to gender-based biases in income tax. However, gender-based inequality can also be made through other taxes. On the other hand, gender-based inequalities in other taxes have not been adequately examined. For this reason, gender-based inequalities in other taxes are also investigated in this study. In particular, taxes on consumption are another way of creating gender-based biases. Similarly, there are gender-based inequalities in taxation of wealth. Therefore, these inequalities need to be eliminated. In this context; gender-based inequalities in income tax, value-added tax, excise tax, trade taxes, property taxes and additional usage fees were investigated and the main priorities of the countries in this regard were determined.

Design and Methodology

This study is a theoretical study. It forms a basis for future experimental studies. For this first an extensive literature search was carried out. Studies investigating gender-based inequalities in taxation are mostly related to gender biases in income tax. One of the first studies on this area was made by the European Commission. Stotsky, who has pioneered work on gender inequalities in taxation, classified gender inequalities as explicit and implicit biases for the first time. Subsequent studies have made extensive use of this methodology. These, on the other hand, are mainly aimed at identifying and eliminating inequalities in taxation on labor income. Studies on eliminating gender-based inequalities in other taxes are very few. Differences in consumption patterns of women and men cause some gender-based biases to emerge in the field of expenditure taxes. The few studies that include sexist biases in wealth taxes, on the other hand, offer suggestions for eliminating sexist biases against women in the taxation of land and other properties. In addition, in some countries, there are sexist biases in usage fees, which are still important in some countries. However, there is not enough work in this area yet. As a result, it is seen that more studies on gender and taxation are needed. After the literature review, the tax legislation of all countries was examined and the provisions containing sexist biases have been determined one by one. In order to make this determination, the current legislation on the official web sites of the countries and scientific studies (such as articles, thesis) were taken as references. In line with the findings made later, concrete suggestions were made. Thus, a guide has emerged for all countries to use when reviewing the relationship between taxation and gender. In this sense, it is one of the most comprehensive and pioneering studies on gender and taxation.

Findings

Gender-based inequalities in taxation can be made in all taxes. So the first problem here is how gender-based inequalities arise in different type of taxes. The second and more important problem is that these inequalities are against which gender. For this reason, the sources of sexist biases should be determined separately in income, consumption and wealth taxes. Secondly, it should be observed whether they affect women or men much more. In this way, it will be possible to eliminate gender-based inequalities arising from taxation. There are two main sources of gender bias in income tax. These are the taxation unit and tax exemptions and deductions. Both of these provisions create gender-based inequalities against women and negatively affect female workforce employment. This situation also negatively affects economic growth. Gender biases in consumption taxes are more explicit in value added tax and special consumption tax. It is more implicit in foreign trade taxes. Due to differences in consumption patterns, value added tax and excise tax create a sexist biases against women. For this reason, many countries are trying to abolish the price discrimination against

the products consumed by women, which is called the pink tax. Similarly, import tariffs tax women's consumption products at a higher rate. This leads to a gender inequality between men and women. There are also gender-based inequalities in the acquisition of wealth ownership. There is a big difference in real estate registered in the name of women and men. In addition to these, usage fees can also be a source of sexist biases.

Research Limitations

Previous studies examining the relationship between taxation and gender mostly focused on income tax. Therefore, the number of studies examining gender-based inequalities in other taxes is extremely limited. For this reason, there has been a serious shortage of resources while making an evaluation about expenditure taxes and wealth taxes in the study. In addition, since the tax laws are constantly changing, it has been difficult to access the current taxation provisions. Another difficulty was experienced especially in the determination of taxation provisions containing implicit bias due to the differences in the cultural structures of the countries. For this reason, in the study, it was avoided to distinguish between explicit and implicit bias.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

In order to eliminate gender-based prejudices in taxation, two important consequences arise in terms of income tax. First of all, full individual-based taxation should be preferred instead of joint declaration in taxation of family income. Second, generous tax deductions should be provided for women who are often responsible for childcare. In addition, providing maternity, parental and sick leave opportunities are important determinants of female labor force employment. The most important result in terms of consumption taxes is the removed of pink taxes. Because these pink taxes cause gender-based differences in product prices. There is also a need for purpose-based subsidies for certain essential goods and services used by women. The most notable among these are feminine hygiene products. There are also obvious gender inequalities in the classification of foreign trade tariffs. The most important consequence of wealth or capital taxes is the provision of tax deductions to encourage women to acquire land and other property. This will also contribute to the social empowerment of the women. Finally, a gender-based remuneration policy should be made for usage fees. Women's generally lower incomes must also be taken into account when determining the level of user charges. However, as long as there is not enough alternative income to finance public services, the removal of usage charges will not remove the financial burden of individuals.

Originality/Value

The number of studies investigating gender-based inequalities in taxation is extremely limited. There is still new work being done in this area. Studies that have been done include only gender-based inequalities in income tax. Similarly, in Turkey, there are only a limited number of studies on income tax. No study has been found that examines gender-based inequalities in expenditure taxes and wealth taxes in Turkey. The original value of this study is that it deals with gender-based inequalities in expenditure taxes and wealth taxes as well as income taxes. In this sense, it is one of the most comprehensive studies in the literature. Another unique aspect of the study is that the tax systems of many countries are examined and in this sense, it contains concrete suggestions for gender-based tax reforms.

Araştırmacı Katkısı: Ali ÇELİKKAYA (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Luck in the Just Society

-Sociology of Individual's Choices and a Justification for Egalitarian Social Policies- [1]

M. Onur ARUN [2]

Submitted by: 30.05.2023 **Accepted by:** 26.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

To what extent can individuals be kept responsible for the disadvantages they experience? This is undoubtedly one of the most fundamental questions that have led to a historical cleavage between egalitarian perspectives that underline roles of structural inequalities leading to disadvantages and anti-egalitarian/libertarian perspectives that tend to keep individuals themselves responsible for their own living conditions. Taking a mediating position between these perspectives, a relatively new normative framework, viz. luck egalitarianism, has recently provided an analytical answer to this question. Building upon an authentic conceptual framework in which two distinct forms of luck are defined, it claims that individuals cannot be kept responsible for their disadvantaged conditions so long as these conditions have appeared as consequences of factors that are beyond their own control, such as luck, which inescapably brings forth a normative idea that individuals should take responsibility of disadvantages that are consequences of their own choices/decisions. This paper discusses that evaluative aspects of individuals' choices/decisions within the given configuration of luck egalitarianism's analytical framework are excessively ambiguous, which can easily lead it to turn into a perspective morally justifying quite a number of disadvantages. Drawing on various hypothetical cases and empirical findings, it suggests that luck egalitarianism should recognize sociological formation of individuals' choices/decisions in modern stratified societies to overcome such jeopardy. Following this, it addresses two positive implications of such recognition as (1) saving luck egalitarianism from being a means of right-wing exclusionary political positions and (2) opening up a space to incorporate egalitarian social policies.

Keywords: *Distributive Justice, Luck, Choice, Political Sociology, Social Policy*

Citation: Arun, M. O. (2023). Luck in the just society -Sociology of individual's choices and a justification for egalitarian social policies-. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 751-770.

[1] This study does not require ethics committee permission.

[2] Anadolu University, Faculty of Health Sciences, Department of Social Work, **moarun@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-5402-2120

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Adil Toplumda Şans

-Birey Seçimlerinin Sosyolojisi ve Eşitlikçi Sosyal Politikalar İçin Bir Temellendirme-

M. Onur ARUN [3]

Başvuru Tarihi: 30.05.2023 **Kabul Tarihi:** 26.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Dezavantajlı bireyler deneyimledikleri dezavantajlardan ne derece sorumlu tutulabilir? Kuşkusuz bu soru, yapısal eşitsizliklerin dezavantajın oluşumunda oynadığı rollere vurgu yapan eşitlikçi bakış açıları ile bireyleri kendi yaşam koşullarından sorumlu tutan eşitlikçi olmayan/liberteryen bakış açıları arasındaki tarihsel kırılmaya yol açan en temel sorulardan biridir. Bu iki bakış açısı arasında uzlaştırıcı bir pozisyon olarak görece yeni ortaya çıkmış olan şans eşitlikçiliği yaklaşımı ise bu soruya analitik bir cevap sunmaktadır. İki farklı şans tanımının yer aldığı özgün bir kavramsal çerçeve üzerine kurulu olan şans eşitlikçiliği, bireylerin kendi kontrolleri dışında gelişen şans gibi etmenlerin sonucunda ortaya çıkan dezavantajlardan sorumlu tutulamayacağını belirtmektedir. Bu bakış açısı, kaçınılmaz olarak, bireylerin kendi seçimlerinin/kararlarının sonucu olarak ortaya çıkan dezavantajların sorumluluğunu üstlenmeleri gerektiği yönündeki normatif fikri de beraberinde getirmektedir. Bu çalışma, şans eşitlikçiliği yaklaşımının analitik çerçevesinin verili yapısı içinde, birey seçimlerine/kararlarına ilişkin değerlendirme unsurlarının oldukça muğlak olduğunu ve bunun da şans eşitlikçiliğinin birçok dezavantajı meşrulaştıran bir bakış açısına dönüşmesine sebep olabileceğini tartışmaktadır. Çeşitli hipotetik örnekler ve kimi görgül verilere dayanarak, şans eşitlikçiliğinin söz konusu riski, katmanlaşmış çağdaş toplumlarda birey seçimlerinin/kararlarının sosyolojik olarak kurulduğunu kabul ederek aşabileceğini işaret etmektedir. Bunu takiben, böylesi bir kabulün şans eşitlikçiliğinin (1) dışlayıcı sağ siyasal pozisyonlarca araçsallaştırılmasına engel olmak ve (2) eşitlikçi sosyal politikalarla işbirliği kurmasına olanak sağlayan bir alan açması gibi iki olumlu sonucu beraberinde getireceği ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Dağıtıcı Adalet, Şans, Seçim, Siyaset Sosyolojisi, Sosyal Politika*

[3] Anadolu Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sosyal Hizmet Bölümü, **moarun@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-5402-2120

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Introduction

Daniel Kahneman, one of the Nobel Laureates for integrating psychological research into economics, has once identified success as the sum total of talent and luck; he then added that a great success is the summation of just "a little more talent" and yet "a lot of luck" (Kahneman, 2011, p.176). This was an explicit acknowledgement of the fact that individuals' success and thus their achievements of an affluent life are one way or another influenced by variables beyond their own control in our modern societies. Kahneman in fact is right in that individual's ability to be successful, or to demonstrate distinctive achievements and thus having an affluent life are seminally influenced by luck in our modern societies; yet, as frequently pointed out by various scholars of social and political philosophy, impact of luck in achieving an affluent life should be neutralised in a society that claims to be just. Dealing with this issue in fact was an unavoidable task for social and political philosophers of contemporary era since luck as a factor beyond individuals' own control is intrinsically contradictory to the greatest vow of the liberal economic and institutional regulations that have always promised to arrange distribution of value and rewards based on individual's own merits and talents, rather than her/his birthplace, kinship relations, family origin, gender, or ethnicity upon which they have hardly any control.

Among others, however, luck egalitarianism is perhaps the most accoutred normative theoretical framework that is a genuinely authentic proposal substantially discussing on how individual's (un)luck should conceptually and analytically be evaluated in the just society. It primarily claims that individual's disadvantages which have appeared beyond their own control should be compensated through re-distributive policies since, according to luck egalitarianism, any individual cannot be kept responsible for any undesired consequence, such as poverty, from which s/he has no power to refrain. Building upon this normative moral argument, luck egalitarianism seems at first sight taking substantially egalitarian position within given literature of social justice; yet this is not fully so since such a normative view dialectically also brings forth the argument that individual's disadvantages which have been, for example, predictable and thus avoidable are deserved and thus should not be compensated through any re-distributive policy. In this regard, aligning with the egalitarian perspectives, luck egalitarianism advocates compensation of disadvantages that have not been results of individuals' choices/decisions and/or have been unpredictable as well as unavoidable; yet in line with anti-egalitarian/libertarian perspectives, it justifies disadvantages so long as they are consequences of individual's freely chosen/decided actions. Conceptually speaking, it expresses this position by referring to two forms of luck. On the one side, it refers to the brute luck which is conceptualised to address consequences that are beyond individual's own control. On the other side, it also refers to the option luck conceptualized to address predictable and avoidable consequences that have appeared as a result of individual's deliberate choices/decisions. Within this conceptual framework, luck egalitarianism aims to remove undesired consequences of bad brute luck from individuals' life whilst it advocates that undesired consequences of bad option luck are deserved. Thus, evaluation of disadvantages with the purpose of deciding whether these disadvantages are (un)deserved and thus should be (non)compensated requires luck egalitarians to scrutinize individual's responsibility which is elaborated based on her/his choices/decisions.

However, this paper argues for, evaluation of individuals' responsibility based on their choices/decisions is too ambiguous, or vague, within the given analytical texture of luck egalitarianism; and luck egalitarianism that proposes a distinctive evaluative framework to govern the distributive process needs to incorporate with a broader and sociologically-informed account of individual's choice/decision formation. In other words, it claims that the existing analytical texture of luck egalitarianism should be extended so as to recognize the fact that individuals' choices/decisions are ingrained in their sociological characteristics, such as social and economic status, gender, ethnicity, age, political identity, religiosity and religious belonging, upon which they

have hardly any control. Following this, it addresses two positive implications of such recognition and explains how such recognition saves luck egalitarianism from dropping the cradle of right-wing exclusionary perspectives and can provide it an opportunity to engage with egalitarian social policies.

Individual's Luck, Choice and Responsibility in the Just Society

A distinctive characteristic of the theory of justice as fairness proposed by Rawls, probably one of the most-influential political philosophers in the last few decades, is its conceptualisation addressing justice as the first virtue of social institutions (Rawls, 1999, p.3). This means that Rawls took a normative position asking "how a society is just in its regulations of interactions among its members" (Huang, 2019, p.278) instead of aligning with the ancient Greek understanding considered justice as "a virtue of individuals" (Arun, 2017, p.33; LeBar, 2020). Here, Rawls' position attains a responsibility to institutional regulations in allowing individuals to achieve a good life and living in a just and "well-ordered society" (see Rawls, 2001, pp.8-10) whilst the ancient Greek perspective primarily addresses individuals themselves as responsible actors who are expected to act in a just way regardless of what sorts of social, economic and political conditions surround them.

In fact, individuals responsibility, or the extent of individuals' liabilities and duties, in achieving good life has always been an issue for the distributional theories of social justice as well as everyday politics. Broadly speaking, anti-egalitarian stances that mostly hold right-wing political agenda tend to align with positions leaning to address individuals themselves as responsible agent in achieving good and affluent life while egalitarian normative ideals that primarily involve left-wing political agenda tend to underline influence of external conditions surrounding individuals' lives in achieving good and affluent life. However, there are various hybrid perspectives that partly incorporate certain arguments of these two counter-stances even though not all of these hybrid perspectives are developed in a conceptually systematic manner. Luck egalitarianism *inter alia*, a relatively new normative perspective, that has been initially developed by Ronald Dworkin (1981a; 1981b; 2000; 2002; see also Arneson, 1989 and 2015; Cohen, 1989; Nagel, 1991; Vallentyne, 2002; Barry, 2008; Knight, 2013; Segall, 2013) and sometimes named as "equality of fortune" (Anderson, 1999, p.289) has recently proposed a systematically advanced conceptual framework aiming to provide particular evaluative framework for question of to what extent can individuals be kept responsible for achieving a good and affluent life? Building upon an aim to conceptually respond the question of responsibility, luck egalitarianism has in essence provided a considerable support, as Cohen notes (1989, p.933), for egalitarian normative positions since it borrows the most powerful underpinning and source of moral justification of the non-egalitarian distributional principles, namely individual's choice and responsibility, and use these underpinnings to advance and strengthen egalitarian principles.

The concept of "luck egalitarianism" is initially coined by Elizabeth Anderson (1999; see also Knight, 2013, p.924) and frequently used in the literature to address the normative theory that Dworkin initially proposed at the beginning of 1980s even though Dworkin himself did not comply with such terminological use quite well (Dworkin, 2003, p.190, see also Barry, 2008, p.136). Focusing on "counteracting the distributive effects of luck on people's lives" (Knight, 2013, p.924), it primarily proposes to aim "neutraliz(ing) the impact of luck on the lives of individuals" (Barry, 2008, p.136). In this regard, its foundational claim is associated with that any factor which are beyond individuals' own control, such as luck, should not be a function of what a person receives at the end of the process of value distribution. This is to say that it advocates a particular form of value distribution insensitive to factors beyond individuals' own control since such insensitivity, normatively speaking, is comprehended as the foundational moral condition of the just process of allocating both material (e.g. wealth, income, positions of power, and so forth) and immaterial (e.g. admiration, respect, recognition, and so forth) rewards. Accordingly, it aligns with the egalitarian concerns and particularly with the "principle of equality" which, for Parfit (1984, p.26), refers to claim that "it is bad if, through no fault of theirs, some people are worse

off than others". To illustrate, if a person has become needy without any control over social or economic conditions that have had detrimental effects on her/his life and thus have made her/him poor, then any form of inequality between this person and better-off ones is not morally justifiable since worse off conditions of this person was not a deliberate choice or s/he did not have any power over circumstances leading her/him to destitution. Underpinning such a view, the claim is that "some people are blessed with good luck, some are cursed with bad luck, and it is the responsibility of society – all of us regarded collectively – to alter the distribution of goods and evils that arises from the jumble of lotteries that constitutes human life as we know it" (Arneson, 2008, p.80), which inevitably brings forth a responsibility for the public authority in compensating, or ameliorating, undesired outcomes of bad luck from which some members of society suffer.

Beyond discussions regarding what form of compensation ought to be procured by the public authority, normative perspective of luck egalitarianism as seen here is built upon a moral comprehension that some forms of inequalities and their undesired consequences are undeserved so long as they are not derived from individuals' free choices. Even though this seems a keen and insightful egalitarian defence of welfare rights for disadvantaged individuals *vis-a-vis* counter arguments of the libertarian and anti-egalitarian normative perspectives, it also dialectically brings forth a pre-supposition concerning presence of certain inequalities as well as disadvantages that are deserved. This is precisely because of inevitable dialectical nature of normative political conceptualisations each of which co-exists with its counterpart[4]. Consequently, such a comprehension leads to the argument that if a normative perspective identifies unjust inequalities (in a sense of undeservingness) in relation to conditions unchosen, then it inevitably, *albeit* implicitly, also involves a notion of just inequalities (in a sense of deservingness) that are chosen. The conceptual framework of luck egalitarianism starts to rise up precisely here.

Clarifying the distinction between deserved (e.g. resulted from chosen pre-conditions) and undeserved (e.g. resulted from unchosen pre-conditions) inequalities as well as disadvantages, luck egalitarianism conceptually identifies two forms of luck, namely option luck and brute luck (see Lippert-Rasmussen, 2001, pp.551-557; Otsuka, 2002, pp.40-41; Vallentyne, 2002, pp.529-538; Barry, 2008, p.137; Knight, 2005, pp.56-57 and 2013, pp.925-926). Dworkin describes the option luck as "a matter of how deliberate and calculated gamble turn out – whether someone gains or losses through accepting an isolated risk he or she should have anticipated and might have declined" and the brute luck as "a matter of how risks fall out that are not in that sense deliberate gambles" (Dworkin, 1981b, p.293 and 2000, p.73). Based on this definition in which individuals' choices and decisions in their lives are resembled as choices/decisions taken during a gamble, Dworkin in fact provides an analytical framework concerning how to evaluate a person's misfortune and how to decide whether such misfortune should be compensated or not. Thus, he proposes a particular form of scrutiny that should be followed in evaluating individuals' choices/decisions based on which process of value distribution should, according to him, be governed. Based on this analytical framework, qualities of individuals' decisions should be scrutinized in a way that questions three aspects which are (1) whether individuals' choices/decisions were deliberate, meaning if choices/decisions were purposeful, intentional, or voluntary, (2) whether potential outcomes of choices/decisions were predictable or anticipated, meaning if individuals taken a decision were pre-informed about its potential consequences, and lastly (3) whether the decision taken was avoidable, meaning that individuals were able to choose something else.

According to luck egalitarianism, individuals whose choices/decisions do not involve these three distinctive qualities and who end up with undesirable as well as disadvantaging outcomes deserve a compensation of their misfortune since outcome of their choice/decision demonstrates a form of brute luck which is beyond their own control. Yet, individuals whose choices/decisions involve these three qualities and who one way or another

[4] For a detailed discussion on how the resilience discourse of neo-liberal outlook draws upon the conceptualisation of "deserving" and how this outlook dialectically brings forth the concept of "undeserving" to justify various austerity policies in modern market economies, Arun's (2022, pp.1022-1023) recent work can be helpful.

end up with an undesirable as well as unequal outcomes are undeserving people; and thus their misfortune is not eligible for any form compensation since they have ended up with undesirable conditions due to the option luck which was deliberately chosen, anticipated and avoidable. Illustrating these two forms of luck, Dworkin (2000, p.73) speaks of that "if I buy a stock on the exchange that rises, then my option luck is good" and then adds that "if I am hit by a falling meteorite whose course could not have been predicted, then my bad luck is brute". These hypothetical examples illustrate that, for Dworkin, the primary source of information in deciding whether individuals' bad luck needs to be compensated depends on to what extent s/he has control upon deciding/choosing something to do and/or to be. Conceptually speaking, the difference between brute luck and option luck "marks the divide between luck that calls for redistribution, and the luck which requires no such correction" (Knight, 2013, p.925), based on which luck egalitarianism identifies the fundamental egalitarian aim as "to extinguish the influence of brute luck on distribution" (Segall, 2013, p.40), yet leaves (un)desired outcomes of option luck aside.

As a more explanatory and straightforward portray of the brute luck and option luck taxonomy, consider two undergrads who have dropped out of school after repeatedly failing in courses and consequently fell into poverty in later life due to constant unemployment as a result of having no credible higher education degree. If the first student has repeatedly failed in courses due to having a trouble of, say, inborn physical disability in walking that practically constrains her/him in being mobile and participating in public life in various social spheres (e.g. school attendance), then s/he cannot be blamed with being constantly unemployed and thus a poor individual as a result of having no credible higher education degree. This means her/his poverty is an outcome of a physical constraint, *viz.* the brute luck, that was beyond her/his own control; and thus conditions of poverty s/he experiences need to be compensated by public authority. If the second student has repeatedly failed in courses due to sparing most of her/his time for, say, virtual platforms based on her/his aspiration[5] to be a social media influencer and thus deliberately avoiding from allocating sufficient time to her/his course works, then her/his unemployment and poverty in later life do not deserve any compensation of the public authority since these undesirable outcomes are considered as outcomes of a deliberate choice/decision, *viz*. the option luck, that was avoidable from. This is to say that luck egalitarianism is primarily concerned with rectifying undesirable outcomes of the brute luck, but not the option luck[6], which is because "the fundamental distinction for an egalitarian is between choice and luck in the shaping of people's fate" (Cohen, 2011, p.122).

Considering definitions and distinctions of these two forms of luck in terms of what they require in the just society (e.g. entitling poor with welfare rights, provision of unconditional financial supports, and so forth), it is argued that luck egalitarianism advocates re-distribution of the original distribution of value in a society so long as the original distribution is an outcome of the brute luck that has initially rendered the process of value distribution an unjust allocation; yet as long as the original distribution is a consequence of the option luck, then there is no need for a further re-distribution since resulting inequalities among individuals reflect their choices/decisions and thus are morally non-compensable[7] (Barry, 2008, p.137). It is this line of reasoning

[5] In fact, one can rightfully raise a critical concern addressing that individuals' choice of time allocation can be an (in)direct result of various structural/external factors involving, say, a person's social needs of recognition or cultural distortion of media; and thus, such critical perspective can explicitly address that the student's choice and undesirable outcomes of it are not preferences independently crafted from distorting structural factors. I agree such critical perspective about which I will extensively discuss below underneath of the second section.

[6] The problem here is associated with that option luck does not always appears as a loss. It may also appear as a gain individuals receive in result of their risky choices/decisions. Consider a person who chooses to play a lottery at the end of which s/he may either lose or win a promised reward. In case of a loss, according to Dworkin, any compensation is not morally justified since it was an avoidable and predictable result of deciding to play the lottery. Yet, a particular moral issue arises in case of a win. When an individual plays a lottery and wins through luck, it is apparently still a luck which is beyond individuals' own control and which brings forth diverse advantages. So, the moral distributional question appears as follows: Should individuals be entitled to advantages they gain through luck and become unequally more affluent than others just as a result of their luck? This question brings forth the distinction between bad option luck and good option luck and also opens up a new area of moral issues. In fact, within the existing literature, few scholars address critical views questioning such forms of inequalities (see Barry, 2008, p.137; Cohen, 2009, pp.9-16; Knight, 2013, p.931).

[7] It should be noted that Dworkin does not only propose the normative idea that compensation of bad brute luck is a moral requirement of the just society, but also offers certain means to realise it, such as resource equality, auction, envy test and hypothetical insurance market (for more detail, see

leading quite a number of egalitarian political philosophers to believe in that "an unequal distribution that is not a matter of bad luck for the worse off could be just" (Lippert-Rasmussen, 2023). Obviously, conceptualisation of individuals' luck in this way allows luck egalitarians to play a mediating role between right-libertarians and left-egalitarians by negotiating the tense relationship of their central arguments. On the left side, egalitarians emphasize constraining nature of external conditions involving social, economic, political and cultural structure that either partly restrain or fully prevent an individual's ability to take prudent choices/decisions in various ways and thus make them unable to achieve genuinely good life. On the right side, however, libertarians emphasize that blaming the external conditions without taking an individual's responsibility into account and expecting society to ease all burdens of achieving good life are violation of rights and labour of those who sustain their lives within these external conditions yet who somehow also achieve to overcome burdens of these conditions. Playing a mediating role between these two normative positions, luck egalitarians suggest that individuals can be kept responsible of their choices/decisions so long as influence(s) of the brute luck are outcasted (luck egalitarianism confirming the left-egalitarian position); yet, unequal economic or social outcomes of the option luck are allowed to stand (luck egalitarians confirming the right-libertarian position).

Briefly saying, luck egalitarianism suggests to evaluate individuals' choices/decisions in a particular way taking into account if these choices/decisions are affected or stimulated by an unfair conditions upon which people have no control. However, assessing individuals' choices/decisions in relation to influences of unfair conditions is rarely as straightforward as examples given above, such as felling into poverty due to school drop off or deciding to gamble. Decisions we take and choices we make in actual modern life of stratified societies are quite largely dependent on various contingent factors that are beyond, or hardly under, our own control such as having an opportunity for parental education, stable family life, locations of birth, status of citizenship and so forth. Our social class, gender, ethnicity, cultural and religious belongings as well as family origin and wealth are factors that, sociologically speaking, are seminally influential on our choices/decisions. In fact, it is hardly possible to find out a choice/decision that is fully independent from our sociological characteristics. In this regard, individuals' luck in the sense that luck egalitarians address is to a large extent a sociologically constructed phenomenon, which is reflexively underpinned through various hypothetical and actual cases below.

Luck and Sociology of Individual's Choices/Decisions: A Reflexive Account

A pervasive characteristic of modern stratified societies is that luck, in a sense that proponents of luck egalitarianism address as a factor beyond individuals' own control, is still colossally influential on individuals' ability, as well as upon their substantial opportunities, facilitating to arrive at good and affluent life. This is to say that what makes an individual (un)lucky (e.g. a choice/decision leading her/him to un/desired outcomes such as poverty or affluent life) is considerably associated with her/his socio-economic class, gender, ethnicity, and/or in some societies political identity, age, religiosity or type of religious belonging and so forth, which persuasively refers to that what is called as (un)luck is deeply intertwined with individuals' sociological characteristics. In fact, several scholars (see Mason, 2000, pp.239-242; Phillips, 2004, pp.15-16; Barry, 2006, p.93; Kibe, 2011, pp.11-16) acknowledges influences of social backgrounds and identities of individuals as well as social structure and relations on person's choices/decisions in various ways. Yet, most of the normative theoretical perspectives within the literature of (re)distributive justice insufficiently engages with sociological conception of inequalities[8]; and there is still an explicitly observable need for grounding empirical

Dworkin, 1981b; Otsuka, 2002; Fleurbaey, 2002; Armstrong, 2005; Arneson, 2015; Halliday, 2016). Due to limited space of this work and to not disrupt the ongoing stream of thought that is exclusively based on the moral argument of luck egalitarianism, I will not discuss on these aspects here.

[8] In fact, such an insufficient engagement between disciplinary fields of sociology and political philosophy is quite evident, especially when the focal point of discussion is about social justice and/or (re)distributive issues. On the one side, overarching and highly transcendental theories of political philosophy inevitably become insufficient in plausibly responding questions derived from sociological diversities of actual everyday practices of

investigations concerning how individuals' choices/decisions are ingrained in their social identities. Even though this is an explicitly observable need, the intertwinement of what is called as (un)luck and socially constructed identities of individuals can reflexively be demonstrated with references to both actual cases observed in individuals' everyday practices as well as hypothetical, *albeit* highly likely, cases addressed by various scholars within the existing literature. Obviously, such a reflexive perspective can be addressed to critically raise two claims. Firstly, hypothetical cases discussed here with a purpose of assessing the normative framework of luck egalitarianism are not the ones observed in everyday life. Yet, discussions based on such cases, especially in political philosophy, are quite common since a hypothetical case does not necessarily mean an unrealistic case impossible to be encountered in the flow of everyday life. Secondly, actual cases discussed here can also be addressed as the ones that are outcomes of research conducted with different purposes from assessing the normative framework of luck egalitarianism. However, considering the fact that these cases are straightforwardly associated with individual's choices and their formation, they are still extensively relevant to assess the normative framework of luck egalitarianism that primarily aims to regulate distributional process based on individual's choices/decisions. In this regard, even though reflexive perspective is limited to make a comprehensive elaboration, it is still promising to develop a plausible evaluative perspective concerning luck egalitarianism.

However, before moving on to develop such a reflexive perspective underlining sociological formation of people's choices/decisions, it is perhaps useful to briefly remind that normative proposal of luck egalitarianism is primarily based on a moral argument suggesting that (re)distributional process of the value in a society should be sensitive to the individual's responsibility. This inevitably brings forth that individuals' choices/decisions leading them to act in a particular way during their course of life should be taken into account in order to make a morally just assessment concerning whether they deserve any form of public compensation or not. This is to say that if a person's choice/decision to act in a particular way has resulted with an unlucky outcome (e.g. an undesirable consequence, *viz.* poverty as a form of disadvantage) and if this choice/decision of her/him was not under this person's control (e.g. the choice/decision has coercively taken), then the unlucky outcome is considered as a result of the brute luck because of which this person deserves a public compensation through re-distribution of value. However, individual's choice/decision is optional in a sense discussed above, luck egalitarianism advocates that any compensation is not deserved even though the choice/decision has resulted with an unlucky outcome. Below, drawing on various hypothetical as well as actual cases, I will discuss that individuals' choices/decisions that lead them to end up with various unlucky outcomes are most often sociologically formed and associated with their social identities; and thus they have hardly any control upon them, because of which luck egalitarianism needs to develop a more advanced and sociologically-informed account of choice/decision formation.

Sociological formation of choices/decisions: Hypothetical cases

Some hypothetical cases proposed by various scholars in the existing literature can be collected under the category of "victims of bad option luck" which is persuasively illustrated by Anderson (1999, pp.295-302) as a distinct category of luck that is bad, *albeit* optional. Anderson provides a hypothetical, yet highly likely, example of a driver who involves a traffic accident with her/his uninsured car. As a result of the accident, if the driver is severely injured and s/he has negligently chosen not to insure her/himself beforehand through applying an insurance company available in the market, then this person does not deserve any compensation from the public budget within the normative framework of luck egalitarianism. This is primarily because of that severe consequences appeared after the accident could have been avoided (e.g. cost of medical treatment,

individuals. On the other side, sociological perspectives on the issues of (re)distribution and (in)equality turn out insufficient evaluations that are mostly constrained with descriptive attempts mostly concerning identification of diverse nature of inequalities without giving sufficient space on normative political suggestions leading to policy proposals.

or various extra burdens in case of disability after the accident), or at least lessened, through insurances available in the market, yet it was the driver's negligent choice to avoid from insuring her/himself against such foreseeable or possible accidents. Critically approaching to luck egalitarianism, Anderson addresses such cases as luck egalitarianism's "abandonment of negligent victims" and notes that "if the faulty driver survives, but is disabled as a result, society has no obligation to accommodate his disability" (ibid. p.296) within the evaluative logic of luck egalitarianism. Another example that Anderson (ibid.) quotes from Rakowski (2003, p.79) is that "if a citizen of a large and geographically diverse nation like the United States builds his house in a flood plain, or near the San Andreas fault, or in the heart of tornado country, then the risk of flood, earthquake, or crushing winds is one he chooses to bear, since those risks could be all but eliminated by living elsewhere". Under such a case, those who have severely injured, disabled, or disadvantaged do not deserve any public relief or compensation since they could have avoided from these foreseeable consequences by simply choosing to live somewhere else or lessen devastating consequences of natural disasters by insuring themselves, according to luck egalitarians. Another example that can also be a justification of non-compensation by the proponents of luck egalitarianism is patients who suffer from diseases occurred due to regular smoking habits (see Ekmekçi and Arda, 2015, p.249). Since the well-known severe chronic diseases resulted from such habits, *viz.* regular smoking, could have been avoided from, addicted individuals of such habits can be categorised as those who are victims of bad option luck and thus do not deserve any compensation (e.g. public health reliefs/treatments). Under such circumstances, luck egalitarianism justifies non-compensation of individuals' severe conditions, or disadvantages, based on the argument that these undesirable consequences are foreseeable, or predictable. It is this predictability based on which luck egalitarianism suggests to consider suffering people as those who are negligent and do not deserve any compensation.

On the other hand, predictability of potential undesired outcomes emerging in relation to individuals' choices/decisions, in other words foreseeability of bad option luck, cannot be a sufficiently plausible reasoning to justify non-compensation on its own. This is because of that even individuals' choices/decisions demonstrate a characteristic of negligence, they can still be deliberately or intentionally crafted ones that appear as a result of a particular form of implicit coercion associated with individuals' sociological characteristics such as socio-economic class, gender, ethnicity, age, political identity or religiosity. This is to say that, for example, non-compensation of undesired consequences of a traffic accident can only be justified so long as, not only availability of insurances in the market or predictability of an accident in flow of everyday life, but also individuals' ability to economically afford such insurances. This means that individual's given socio-economic position in his/her community's stratification structure can play an implicit role of economic coercion that leads her/him to deliberately choose avoiding from insuring[9] her/himself against potential accidents. Under such a condition, individuals whose socio-economic statuses coerce them avoiding from taking prudent decisions cannot be addressed as negligent ones who do not deserve any public compensation because of being faulty drivers. Similarly, citizens who decide/choose to keep living in a geographical location known as an earthquake zone or a flood way even though they have been informed about dangers of living in that area cannot be considered as victims of bad option luck after such a catastrophe occurs. Neither availability of information concerning the danger of living in that area or availability of insurances against natural disasters in the market nor predictability of such natural disasters can justify non-compensation of these individual's disadvantage on their own after an earthquake or flood has happened. This is because individuals whose socio-economic statuses play a coercive role in choosing to remain in earthquake zone or flood way cannot be

[9] Dworkin emphasizes economically feasible insurance policies (Dworkin, 2000, pp.76-77 quoted from Otsuka, 2002, p.43). Yet, "economically feasible insurance" is quite ambiguous concept which does not tell much how class-based choices/decisions should conceptually be evaluated within the normative framework of his proposal before the compensatory process takes place. Besides, even though people's economic status, or income level, allows them to buy insurances against, say, undesired outcomes of "catastrophes" or "blindness" (see Dworkin, 2000, p.74 and p.76), they may still deliberately avoid from buying these "economically feasible" insurances due to various other sociological factors, for example, by believing that blindness and/or earthquake are an unavoidable "destiny" or "God's will" in line with their religious or cultural beliefs.

addressed as those who negligently decide/choose keeping to live in these areas even though there are geographical locations available to live in their country or they have previously been informed about dangers of living in that earthquake zone and flood way.

This reflexive perspective upon the hypothetical cases provided by various political philosophers in the existing literature moves beyond simply addressing a shortfall of the normative argument of luck egalitarianism that demands individuals taking the responsibility of their choices/decisions. Referring to luck egalitarianism's vaguely and loosely-crafted conception of individual's responsibility, it calls for a more advanced account of keeping individuals' responsible of their choices/decisions, and claims that individuals cannot be kept responsible of their choices/decisions only based on availability of varied options that could have supposedly been chosen as well as predictability of potential outcomes of a choice/decision. Though, it suggests that individuals' sociological characteristics, *viz.* socio-economic class, that lead her/him to make a particular choice/decision should also be involved in assessing whether s/he should be considered as a fully and exclusively responsible agent of the choice/decision taken. Such an invitation for sociological inquiry of individual's responsibility should aim to scrutinize not only explicit forms of coercion (e.g. non-availability of other options, lack of information concerning potential undesired consequences) leading individuals to act in a particular way, but also structural forms of coercion (e.g. choosing an option due to a social norm, socio-economic class, ethnicity, age and so forth) that implicitly lead individuals to act in a way resulting with undesired as well as disadvantaging consequences. This perspective requires luck egalitarians to develop an account of sociological formation of individuals' choices/decisions in a way that primarily explores and scrutinizes how social backgrounds and characteristics of individuals play a role of forming, altering and influencing their choices/decisions in relation to given economic, institutional, political and cultural structures of their milieu upon which individuals have hardly a control. Otherwise, scrutinizing individual's choices/decisions in a way detached from their socio-economic statuses/classes, institutional contexts, political relations as well as cultural atmospheres and thus constraining evaluative reflections only with the availability of other options and predictability of potential outcomes could be a pattern of methodological inquiry assuming individuals as beings existing/living spatially detached from time and place. Thus, an explicit need appears here as that the normative perspective of luck egalitarianism that has primarily been developed by political philosophers ought to be developed in a more comprehensive and closer relation with discipline of sociology in order to sharpen both analytical and conceptual textures of its moral arguments.

Sociological formation of choices/decisions: Actual cases

However, the argument underlining that, in the normative framework of luck egalitarianism, individuals' choices/decisions should sociologically be scrutinized to make a morally just assessment regarding (non)compensation[10] of a disadvantage is in here reflexively addressed based on hypothetical, *albeit* highly likely, cases. Consequently, it may plausibly raise concerns critically stressing that both the primary proposal of luck egalitarianism as well as the reflexive sociological argument need for further scholarly investigation underpinned by actual empirical evidences. Even though luck egalitarianism is a relatively new normative proposal *vis-à-vis* some other mainstream theories of social justice (e.g. entitlement-based libertarian theory of justice or Rawlsian justice as fairness), and thus empirical sociological research exploring its strengths and shortfalls is limited, some factual evidences that are particularly associated with individuals' choices/decisions can still be pointed out to interpretatively reflect on the normative argument of luck egalitarianism.

As a factual issue of modern industrial societies, obesity that "provides one of the best examples of the process of social influence" on our choices (Horowitz and Jennings, 2018, p.393) may at first sight be seen as an undesired consequence appeared due to negligent choices of excessive eating habits of feckless individuals.

[10] Politically speaking, the assessment refers here to a decision-making process of the political authority concerning whether a re-distribution policy of value is needed in order to arrive a more just society.

Considering that (1) some other options different from processed junky foods causing obesity are available in the market and individuals' can choose these healthier options as well as (2) long-term harmful effects of excessive eating habits of such junky foods are known, a luck egalitarian approach can claim that obesity is a result of a negligent choice of individuals and thus it is a consequence of the option luck, *albeit* bad, because of which those who are obese do not deserve any compensation through a re-distribution policy of public authority (e.g. public health support against the obesity). Such a view underlining individual's responsibility in choosing healthier foods and avoiding from obesity are, however, quite narrowly conceived view regarding individual's choices/decisions, which is based on a conception portraying individual as an actor who can decide and act independently from influences of social structure involving various forms of social and economic relations, institutional regulations, legal arrangements and as forth. Factual empirical evidences, on the other hand, demonstrate that social relations play a non-negligible role in individuals' becoming victims of obesity. Quoting from Christakis and Fowler (2007), Smith and Christakis (2008, p.412) point out an empirical finding, for example, that a person likelihood of becoming obese is not independent from whether her/his social contacts became obese in past. In fact, social networks and relations play quite a determining role, in not only whether individuals likely to be obese or not, but generally individuals' decisions toward healthy life-style. To illustrate, Berkman and Glass (2000, pp.145-149) extensively discuss on how social networks affect individuals' health and identify five mechanisms through which social networks become influential on individuals' health as follows: social support, social influence, social engagement, person-to-person contact, and access to material resources. These demonstrate that individuals' choices/decisions in food selection and consumption are not immune to influences of various sociological factors which are way much beyond their own control; and this argumentatively leads us to claim that unlucky consequences (e.g. obesity) of such choices/decisions (e.g. excessive eating habits of processed junky foods) cannot justify non-compensation.

One another actual case supporting this critical argument against vaguely formed normative proposal of luck egalitarianism can be given from the factual case of individuals' adaptation to the obligatory regulations, such as mask use in public spheres, applied during the Covid-19 pandemic. Quoting from Yılmaz (2011), Garan *et. al.* (2021, p.96) underlines positive correlation between individuals' tendency to take a high risk and poverty; and based on an empirical data collected during the pandemic from a sample of 2515 individuals from economically diverse social strata, researchers address that compliance to use of mask is lowest among those economically the lowest income quartile in society. In addition, researchers also stress that those who have economic difficulty to access mask also ignore the mask and rules for social distancing (ibid. p.97). More strikingly, Bozkurt *et. al.* (2023, p.62) demonstrate that sociological factors involving age, gender, household income, political view and religious involvement are significant predicators of hesitating from use of vaccine in a recent research concluded with empirical data involving 4004 individuals. As an explicit empirical finding, these also underpin the argument that individuals' choices/decisions in acting a particular way is associated with various sociological factors upon which they have hardly a significant control. Thus, luck egalitarianism that suggests us to take individuals' responsibility into account and invites us to make assessment on (non)compensation based on their choices/decisions in the distributional process need to recognize how various sociological factors influence these choices/decisions so long as it aims to be a comprehensive evaluative framework that is alternatively a more insightful and a less ambiguous perspective than other competing theories of the just society.

Two Implications of Recognizing Sociological Formation of Individual's Choice/Decision

As addressed above, luck egalitarianism play a mediating role between anti-egalitarian perspectives that are against re-distribution of initial distribution of value and egalitarian perspectives that advocate re-distribution of initial distribution through an emphasis upon significance of individuals' responsibility evaluated based on what they choose/decide prior to re-distribution. In this evaluation, it develops an authentic conceptual

framework that involves two antagonist forms of individual's luck, namely brute luck and option luck, and suggests to arrange distributional process in a way that primarily aims to remove unlucky consequences (e.g. various forms of disadvantage such as poverty) of individual's choices/decisions demonstrating quality of the brute luck, but not the option luck identified with qualities of being deliberate, predictable and avoidable. However, as it is argued and claimed above, luck egalitarianism as a normative perspective that has primarily developed and advanced within the field of political philosophy needs to recognize sociological formation of individuals' choices/decisions that are deeply ingrained in individual's various sociological characteristics.

Beyond being a more insightful and less ambiguous approach of the just society, recognizing sociological formation of individuals' choices/decisions brings forth two substantial opportunities for luck egalitarianism. In other words, there are two positive implications which can be identified in relation to the recognition of sociologically-formed characteristics of individuals choices/decisions.

Saving luck egalitarianism from being a means of exclusionary right-wing justification

The first one is a political implication saving luck egalitarianism from turning into an approach instrumentally utilized by the right-wing exclusionary political perspectives with the purpose of underpinning moral justifications of anti-egalitarian policies. As noted above with reference to a leading political philosopher, namely Cohen (1989, p.933; see also Barry, 2008, p.137), luck egalitarianism borrows the most powerful tool from the arsenal of anti-egalitarian political stances through its emphasis on individual's responsibility and draws upon it to morally justify egalitarian re-distributional policies. Yet, its use of individual's responsibility that is evaluated based on certain qualities of individual's choices/decisions (*viz.* being deliberate and its outcomes are predictable as well as avoidable) remains too narrow and can easily be turned into a means for moral justification of anti-egalitarian policies. To illustrate, addressing availability of insurances in the market for traffic accidents and natural catastrophes such as earthquake and predictability of such events, luck egalitarianism can easily turn into a perspective advocating economically disadvantaged people's deliberate choices/decisions of not buying these insurances as a reason to justify non-compensation. Thus, it can turn into a means utilised to refuse re-distributive policies. However, exploring sociological background of such deliberate choices/decisions of individuals and thus addressing explicit (e.g. economic status – affordability of such insurances by poor) or implicit (e.g. religious/cultural values – having a belief that these accidents are one's destiny or God's will) coercive reasons behind these choices/decisions, luck egalitarianism can be a perspective aligning with re-distributive policies. Similarly, ignoring influences of peer-groups on a person's habits or rise of processed food industry in modern societies which are structural reasons influencing individuals choices/decisions in various ways, luck egalitarianism can easily turn into a means of moral justification for refusing health support policies targeting obese people by claiming that information concerning causes of obesity is available and the risk of obesity can be foreseen. Thus, a right-wing anti-egalitarian political position can make use of luck egalitarianism to refuse re-distributive policies such as free-health care for obesity. The same argument can also be put forth in relation to actual case concerning influences of age, gender, household income, political view and religious involvement on individuals' choices/decisions about vaccination, mask use and adaptation to preventative regulations during the pandemic. Briefly saying, engaging with a sociological account concerning formation of individuals' choices/decisions with the purpose of evaluating their responsibility helps to save luck egalitarianism from turning into an excessively exclusionary right-wing and anti-egalitarian normative perspective that can instrumentally be utilised to morally refuse re-distributive policies, let alone its role playing a mediating role between anti-egalitarian and egalitarian political stances.

Opening up a space for egalitarian social policies and a moral underpinning for them

Secondly, related with its political implication above, broadening the perspective toward sociological formation of individuals' choices/decisions brings forth a substantial opportunity for luck egalitarianism to engage with social policies. It should first need to be noted that the objective of establishing a social structure that is

configured with economically, politically and institutionally just relations and thus aligns with principles of social justice is explicitly referred in definitions of social policy (see Güven, 1997, p.11; Sunal, 2011, p.285; Gülmez, 2017, p.14; Altan, 2021, p.22) as well as in relation to issues associated with it (see Alper, 2000, p.137; Bozkurt, 2000, p.188; Güloğlu, 2000, p.223; Ören, 2013, p.28), because of which social justice is iteratively addressed as one of the central aspects of social policy discipline. Yet, most of these definitions does not explicitly underlines that social policies in essence align with a particular understanding of social justice, *viz.* egalitarian models, but not with others such as libertarian or utilitarian models of just society. In this regard, luck egalitarianism as a hybrid model that takes both libertarian concerns (e.g. individual's responsibility and choice) and egalitarian ideals (e.g. compensation of the brute luck) into account can be considered as model of social justice that does not straightforwardly align with social policies. However, as noted above, recognition of sociological formation of individual's choices/decisions plays a role in saving luck egalitarianism from leaning toward exclusionary anti-egalitarian normative perspectives which are in essence against re-distributive social policies. This is to say that recognition of sociological formation of individuals' choices/decisions also serves to inhibit rise of moral justifications of anti-egalitarian positions identifying undesired outcomes as consequences of individuals' responsibility. This inescapably opens up a space for reclaiming egalitarian social policies by disadvantaged social classes and identities. Thus, playing a role of saving luck egalitarianism from falling into an alliance with anti-egalitarian exclusionary positions, recognition of sociological formation of individuals' choices/decisions can indirectly be helpful for moral justification of egalitarian social policies.

Moreover, such a recognition leads us to a point where social policies appear as ethical pre-requisites for applicability of luck egalitarianism as a normative framework governing distributional process. This especially becomes an apparent need as considering that Dworkin applies the conceptual distinction between the brute luck and the option luck "to a world where a number of egalitarian conditions are already in place" (Barry, 2008, p.139). This means that applicability of Dworkin's brute luck and option luck distinction to the distributional process requires at least a certain degree of equality at the initial positions where individuals start their life, which inevitably brings forth a necessity to correct, or at least ameliorate, existing unjust inequalities in modern stratified societies. Without correcting such existing inequalities at the initial positions where individuals start their life, any of their choice/decision cannot be considered as those fully-derived from individuals' free-will and agency. Thus, people cannot be kept responsible about consequences of those choices/decisions that are coercively taken in relation to unequal initial positions where they start their life. This line of reasoning inevitably leads us to a point that since people have no control upon either where (e.g. a child of upper or lower-class family) or as whom (e.g. as a woman or man, black or white) start their life, correcting unjust initial inequalities through various forms of social and public policies appears as a must condition for the applicability of luck egalitarianism. In this regard, social policies that aim to eradicate, or at least lessen, impacts of unequal initial positions on individuals' choices/decisions appear as an ethical pre-requisite for the applicability of luck egalitarianism, which provides another moral justification of social policies when the luck egalitarianism is appropriated by a political authority as a framework governing distributional process within society.

Conclusion

Luck egalitarianism is a relatively new normative perspective aiming to neutralise influence of uncontrollable factors, *viz.* (un)luck, on individuals' opportunities to live a good and affluent life. In doing so, it advocates that individuals cannot be kept responsible for disadvantaged conditions if these conditions are not outcomes of their own choices/decisions. Focusing upon this normative argument, this paper initially identified luck egalitarianism's theoretical claims and its distinct conceptual framework in a way related to foundational debates ongoing in the broad literature of social justice. Following this, it paid a particular attention on

discussing how individual's choices/decisions are formed through their sociological characteristics. Based on various hypothetical and actual cases, this paper then carved out its own arguments that luck egalitarianism's evaluation of individual's responsibility is too vague and it should recognize that individual's choices/decisions are ingrained in their sociological characteristics upon which they have hardly any control. Subsequently, the paper identified two implications of such recognition as saving luck egalitarianism from being an instrument for exclusionary right-wing politics and opening up a space for egalitarian social policies.

It should firstly be noted that inequalities are not necessarily and always miscreant, nor disadvantages emerging from all forms of inequalities. They can be fair and deserved, which is sometimes implicitly and sometimes explicitly pointed out by a number of normative theories of the just society within the existing literature of social justice. On the other hand, not only in the flow of everyday life and discourses of political actors, but also even in a vast number of descriptive researches in economics, sociology and political sciences, inequalities are mostly considered as inherently unfair and undeserved state of beings. However, most theories of the just society acknowledge that some forms of inequalities are both instrumentally necessary and intrinsically good. This is to say that for most theories of justice, the main problem is not about existence of inequalities, but about that if these inequalities emerge under just or fair conditions. This is the primary reason regarding why most theories of social justice are normative perspectives seeking for, not absolute equality in all times and all places, but rather identification of conditions under which inequalities are justified (Arun, 2022, p.1019).

One of such theories of the just society is known as luck egalitarianism which proposes that it is morally not acceptable if various circumstances that are beyond individual's own control, such as luck, lead her/him to experience disadvantage since anyone cannot be kept responsible for circumstances upon which s/he has no power to change. Thus, it explicitly places individual's responsibility at the centre of evaluation in deciding whether inequalities as well as disadvantages that individual experience should be compensated through re-distributive policies. However, such a view also inescapably brings forth that in case individuals have control over circumstances that have one way or another led to inequalities and disadvantages, then these inequalities and disadvantages are morally just and deserved; thus they should be preserved. Building upon such an account of individual's (dis)advantage, luck egalitarianism takes a moderate position that partly demonstrates sensitivity to both egalitarian and anti-egalitarian/libertarian concerns of social justice. However, a serious problem arises when an individual's responsibility about consequences of her/his choices/decisions is evaluated based upon these choices/decisions' particular qualities, namely deliberateness of these choices/decisions and predictability as well as avoidablity of their potential consequences.

Even though individuals' choices/decisions are deliberate or potential outcomes of these choices/decisions are predictable and avoidable, this does not demonstrate that these choices/decisions are freely made choices/decisions. This is primarily because our choices/decisions are ingrained in our sociologically constructed identities involving social and economic status, gender, ethnicity, age, and so forth. We most of time have hardly a control, or power, to select or cast off these social identities which are yet seminally influential on formation of our choices/decisions that we make in our lives. From choices/decisions that have life-long impacts on our lives, such as selections regarding a particular type of education or occupation, to choices/decisions that have less impactful on our lives, such as selections regarding a particular form of diet or moving to a different location, are either implicitly or explicitly formed in relation to our sociological characteristics. Therefore, as long as luck egalitarianism aims to remove influences of uncontrollable factors, such as luck, on individuals' life chance and advocates to evaluate their responsibility based on their choices/decisions, then it should extend the way that it scrutinizes these choices/decisions in a broader and sociologically-informed manner. This is to say that luck egalitarianism should embrace an account that recognizes sociological formation of individuals' choices/decisions so long as it justifies inequalities and disadvantages that emerge as consequences of freely made choices and decisions. Otherwise, luck

egalitarianism, within its given analytical texture concerning how to evaluate individuals' choices/decisions, can easily turn into a normative perspective that can instrumentally be used to morally justify unfair and undeserved inequalities in line with exclusionary right-wing political positions. Beyond this positive implication that saves it from falling into an alliance with exclusionary right-wing positions, such a recognition is also promising in opening up a space for luck egalitarianism to incorporate with egalitarian social policies which are in fact ethical pre-requisites for application of luck egalitarianism as a distributional model in modern stratified societies.

References

Alper, Y. (2000). 4447 sayılı kanun ve sosyal güvenlik sisteminin finansman yapısına etkileri. In *Prof. Dr. Nusret Ekin'e armağan* (pp. 129-158). Istanbul: Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası Yayını.

Altan, Ö. Z. (2021). *Sosyal politikaya giriş*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.

Anderson, E. S. (1999). What is the point of equality?. *Ethics*, *109*, 287-337. https://doi.org/10.1086/233897

Arneson, R. (1989). Equality and equal opportunity for welfare. *Philosophical Studies*, *56*(1), 77-93. https://www.jstor.org/stable/4320032

Arneson, R. (2015). *Equality of opportunity*. The Stanford Encyclopaedia of Philosophy (Summer, 2015), Edward N. Zalta (Ed.). https://plato.stanford.edu/entries/equal-opportunity/

Armstrong, C. (2005). Equality, risk and responsibility: Dworkin on the insurance market. *Economy and Society*, *34*(3), 451-473. https://doi.org/10.1080/03085140500111915

Arneson, R. (2008). Rawls, responsibility, and distributive justice. In M. Fleurbaey, M. Salles and J. A. Weymark (Eds.), *Justice, political liberalism, and utilitarianism: Themes from Harsanyi and Rawls* (pp. 80-107), Cambridge: Cambridge University Press. https://www.cambridge.org/core/books/justice-political-liberalism-and-utilitarianism/A1A4843290A32D8056B0B72A7350395B

Arun, M. O. (2017). Sosyal adalet ve eşitsizlik. In Y. Şişman (Ed.), *Sosyal Sorunlar* (pp. 30-57), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi.

Arun, M. O. (2022). Back to the theory: Re-considering social policies as egalitarian pre-conditions of the liberal meritocracy. *Labour and Society*, *73*(2), 1017-1042. https://doi.org/10.54752/ct.1097161

Barry, N. (2006). Defending luck egalitarianism. *Journal of Applied Philosophy*, *23*(1), 89-107. https://www.jstor.org/stable/24354966

Barry, N. (2008). Reassessing luck egalitarianism. *The Journal of Politics*, *70*(1), 136-150. https://www.journals.uchicago.edu/doi/10.1017/S0022381607080103

Berkman, L. F. and Glass, T. (2000). Social integration, social networks, social support, and health. In L. S. Berkman and I. Kawachi (Eds.), *Social epidemiology* (pp. 137-173), New York: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/med/9780195377903.001.0001

Bozkurt, V. (2000). Küreselleşmenin toplumsal sonuçları", in *Prof. Dr. Nusret Ekin'e armağan* (pp. 187-202), Istanbul: Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası Yayını.

Bozkurt, V., Arlı, N. B., İlhan, M. N., Usta, E. K., Budak, B., and Dev, M. A. (2023). Factors affecting negative attitudes towards covid-19 vaccines. *The Journal of Humanity and Society*, *13*(1), 53-72. https://insanvetoplum.org/sayilar/13-1/m0674

Christakis, N. A. and Fowler, J. H. (2007). The spread of obesity in a large social network over 32 years. *New England Journal of Medicine*, *357*(4), 370-379. https://doi.org/10.1056/nejmsa066082

Cohen, G. A. (1989). On the currency of egalitarian justice. *Ethics*, *99*(4), 906-944. https://www.jstor.org/stable/2381239

Cohen, G. A. (2009). Fairness and legitimacy in justice, and: Does option luck ever preserve justice?. In S. Wijze, M. H. Kramer and I. Carter (Eds.), *Hillel Steiner and the anatomy of justice – Themes and challenges* (pp. 3-21), New York and London: Routledge.

Cohen, G. A. (2011). *On the currency of egalitarian justice, and other essays in political philosophy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press. https://www.jstor.org/stable/j.ctt7rp56

Dworkin, R. (1981a). What is equality? Part one: Equality of welfare. *Philosophy and Public Affairs*, *10*, 185-246. https://www.jstor.org/stable/2264894

Dworkin, R. (1981b). What is equality? Part two: Equality of resources. *Philosophy and Public Affairs*, *10*, 283-345. https://www.jstor.org/stable/2265047

Dworkin, R. (2000). *Sovereign virtue: The theory and practice of equality*. Cambridge, MA and London: Harvard University Press. https://doi.org/10.2307/j.ctv1c3pd0r

Dworkin, R. (2002). Sovereign virtue revisited. *Ethics*, *113*(1), 106-143. https://doi.org/10.1086/341579

Dworkin, R. (2003). Equality, luck and hierarchy. *Philosophy and Public Affairs*, *31*(2), 190-198. https://www.jstor.org/stable/3557937

Ekmekçi, E. P. and Arda, B. (2015). Luck egalitarianism, individual responsibility, and health. *Balkan Medical Journal*, *32*(3), 244-254. https://doi.org/10.5152%2Fbalkanmedj.2015.150012

Fleurbaey, M. (2002). Equality of resources revisited. *Ethics*, *113*(1), 82-105. https://doi.org/10.1086/341320

Garan, Ö., Yöney, E., and Bozkurt, V. (2021). Mask and adaptation to the distance during the pandemic period. In H. Gülerce, V. Nimehchisalem, V. Bozkurt, G. Dawes, and S. Raik-Galea (Eds.), S*ociety in the covid-19 pandemic: Inequalities, challenges, and opportunities* (pp. 87-112), Ankara: Pegem Akademi.

Gülmez, M. (2017). Sosyal politika ve uluslararası sosyal politika kavramları: Tanım sorunu, tanımın öncülleri ve tarihsel boyut. In Kaya, P. A. and Güler, C. (Eds.), *Uluslararası sosyal politika* (pp. 11-39), İzmit-Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Güloğlu, T. (2000). Türkiye'de sosyal güvenlik sisteminin temel sorunları. in *Prof. Dr. Nusret Ekin'e armağan* (pp. 219-228), Istanbul: Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası Yayını.

Güven, S. (1997). *Sosyal politikanın temelleri*, Bursa: Ezgi Kitabevi.

Halliday, D. (2016). Inheritance and hypothetical insurance. In W. Waluchow and S. Sciaraffa (Eds.), *The Legacy of Ronald Dworkin* (pp. 99-114), New York: Oxford University Publication. https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780190466411.001.0001

Huang, Y. (2019). Justice as a personal virtue and justice as an institutional virtue: Mencius's confucian virtue politics. *Yearbook of Eastern and Western Philosophy*, *4*, 277-294. https://doi.org/10.1515/yewph-2020-0021

Horowitz, R. and Jennings, J. (2018). Health and medicine. In J. Manza (Ed.), *The sociology project 2.5 – Introducing the sociological imagination* (pp. 388-417), New York: Pearson.

Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

Kibe, T. (2011). The relational approach to egalitarian justice: A critique of luck egalitarianism. *Critical Review of International Social and Political Philosophy*, *14*(1), 1-21. https://doi.org/10.1080/09692290.2010.517984

Knight, C. (2005). In defence of luck egalitarianism. *Res Publica*, *11*, 55-73. https://doi.org/10.1007/s11158-004-4973-z

Knight, C. (2013). Luck egalitarianism. *Philosophy Compass*, *8*(10), 924-934. https://doi.org/10.1111/phc3.12077

LeBar, M. (2020). *Justice as a virtue*. The Stanford Encyclopaedia of Philosophy (Fall, 2020), Edward N. Zalta and Uri Nodelman (Eds.). https://plato.stanford.edu/ENTRIES/justice-virtue/#toc

Lippert-Rasmussen, K. (2001). Egalitarianism, option luck, and responsibility. *Ethics*, *111*(3), 548-579. https://doi.org/10.1086/233526

Lippert-Rasmussen, K. (2023). *Justice and bad luck*. The Stanford Encyclopaedia of Philosophy (Spring, 2023), Edward N. Zalta (Eds.). https://plato.stanford.edu/entries/justice-bad-luck/

Mason, A. (2000). Equality, personal responsibility and gender socialisation. *Proceedings of the Aristotelian Society*, *100*(3), 227-246. Retrieved from https://www.jstor.org/stable/4545328

Nagel, T. (1991). *Equality and partiality*. Oxford and New York: Oxford University Press. https://doi.org/10.1093/0195098390.001.0001

Otsuka, M. (2002). Luck, insurance and equality. *Ethics*, *113*(1), 40-54. https://doi.org/10.1086/341322

Ören, K. (2013). *Sosyal politika*. Ankara: Nobel.

Parfit, D. (1984). *Reasons and persons*. Oxford: Clarendon Press and Oxford University Press.

Rakowski, E. (2003). *Equal justice*. Oxford and New York: Oxford University Press.

Rawls, J. (1999). *A theory of justice*. Revised Edition, Cambridge, MA: Harvard University Press. https://doi.org/10.2307/j.ctvkjb25m

Rawls, J. (2001). *Justice as fairness: A restatement*. Cambridge, MA: Belknap Press of Harvard University Press.

Segall, S. (2013). *Equality and opportunity*. New York: Oxford University Press.

Smith, K. P. and Christakis, N. A. (2008). Social networks and health. *Annual Review of Sociology*, *34*, 405-429. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.34.040507.134601

Sunal, O. (2011). Sosyal politika: Sosyal adalet açısından kuramsal bir değerlendirme. *SBF Dergisi*, *66*(3), 283-305. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002223

Vallentyne, P. (2002). Brute luck, option luck, equality of initial opportunities. *Ethics*, *112*(3), 529-557. https://doi.org/10.1086/339275

Genişletilmiş Özet

Amaç

Bireylerin tecrübe ettikleri ve farklı biçimlerde tezahür eden dezavantajlardan sorumlu tutulup tutulamayacaklarına ya da ne derece söz konusu sorumluluğa sahip olduklarına ilişkin sorunsal sosyal adalet literatüründe eşitlikçi ve eşitlikçi olmayan/liberteryen pozisyonlar arasındaki esas tartışma başlıklarından birisidir. Uzunca bir süredir devam eden ilgili tartışmaya hem eşitlikçi hem de eşitlikçi olmayan pozisyonların kimi unsurlarını içererek dahil olan şans eşitlikçiliği yaklaşımı, şans gibi bireyin kendi kontrolü altında olmayan faktörler dolayısıyla ortaya çıkan dezavantajlardan sorumlu tutulamayacağını belirtmekte ve bu dezavantajların tazmin edilmesinde yeniden dağıtımcı politikaları desteklemektedir. Buradan bakıldığında eşitlikçi perspektiflere yakınlaştığı görünen şans eşitlikçiliği, söz konusu vurgusuyla dolaylı olarak bireylerin kontrolü altında ve/ya kendi seçim ve kararlarının sonuçları olarak ortaya çıkan dezavantajların hak edilmiş ya da adil dezavantajlar olduğunu da ifade etmiş olmaktadır. Kaba şans ve seçime dayalı şans olmak üzere iki farklı şans tanımının yapıldığı bir kavramsal çerçeve içerisinde bu normatif iddiasını sunan şans eşitlikçiliği yaklaşımında, birey sorumluluğunun göstergesi olarak ise kişilerin verdikleri kararlar ve yaptıkları seçimler işaret edilmektedir. Öte yandan birey seçimleri ve karalarının analiz çerçevesi şans eşitlikçiliğinin verili yapısı içinde oldukça dar ve muğlak bir biçimde sunulmaktadır. Bireyin aldığı kararı bilinci olarak almış olması, bu kararın potansiyel sonuçlarının öngörülebilmesi ve bu karardan kaçınabilme olanağının var olması gibi üç temel ölçüt, çağdaş toplumlarda birey karar ve seçimlerinin oluşumundaki sosyolojik çeşitliliği yakalamakta yetersiz kalmaktadır. Çalışmanın temel amacı bu noktada ortaya çıkmakta, katmanlaşmış çağdaş endüstri toplumlarında birey seçimleri ile kararların oluşumunda sosyolojik değişkenlerin belirleyiciliğine dikkat çekerek, şans eşitlikçiliğinin değerlendirme çerçevesini söz konusu sosyolojik değişkenleri de dikkate alarak genişletmesi gerektiğinin altını çizmektir.

Tasarım ve Yöntem

Bu çalışma, yukarıda ifade edilen amaç çerçevesinde, disiplinler arası bir inceleme ve tartışmayı gerekli kılmaktadır. Çalışmanın tasarımı siyaset sosyolojisi ve felsefesi disiplinleri ile dağıtıcı adalet kuramlarının normatif önerilerinin birer siyasa olarak uygulaması durumunda kaçınılmaz olarak ihtiyaç duyulan sosyal politika disiplinin kuramsal alanı içerisinde şekillenmiştir. İlk olarak, siyaset felsefesinin dağıtıcı adalet kuramlarına ilişkin literatür içerisinde ortaya çıkan ve bu alandaki temel bakış açılarına eleştirel bir bakış açısıyla temel iddialarını ortaya koyan şans eşitlikçiliği yaklaşımının normatif önerisi ve bu önerinin özgün kavram seti sunulmaktadır. Devamında ise şans eşitlikçiliği yaklaşımının normatif argümanı ve bu argümanın beraberinde getirdiği kavram setinin sınırlılıklarına ilişkin eleştirel bir tartışma sosyoloji disiplinin sosyal yapı ve sosyal çeşitliliğe vurgu yapan bakış açısıyla sürdürülmekte, birey seçim ve kararlarının oluşumunda sosyolojik karakteristiklerin etkisi hipotetik örnekler ve görgül veriler ışığında sunulmaktadır. Son olarak, ilgili örnekler ve sosyolojik verilerle gerekçelendirilen iddianın kaçınılmaz bir sonucu olarak, katmanlaşmış çağdaş endüstri toplumlarının eşitlikçi sosyal politikalara duyduğu ihtiyaç ifade edilmekte ve bu anlamıyla da sosyolojik çeşitliliği tanıyan bir şans eşitlikçiliği anlayışı için yeniden dağıtıcı eşitlikçi sosyal politikaların ahlaki gerekliliği tartışılmaktadır. Çalışmanın disiplinler arası bir tartışma olarak tasarlanmış olması ve şans eşitlikçiliği yaklaşımına kimi görgül veriler ışığında eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşması yöntem olarak geleneksel literatür taramasının ötesine geçmeyi gerektirmiştir. Bu çerçevede, şans eşitlikçiliği yaklaşımını tanılayıp, onun temel argüman ve önerilerini sunmanın ötesinde, farklı disiplinlerin bakış açısı ve güncel bulguları ışığında eleştirel bir tartışma yöntemi izlenmiştir.

Bulgular

Çalışmada dört temel ilişkisel argüman ortaya çıkmıştır. Birincisi, siyaset felsefesinin dağıtıcı adalet kuramları içerisinde ortaya çıkmış olan şans eşitlikçiliği yaklaşımının bireylerin tecrübe edilen dezavantajlara dönük sorumluluğunu değerlendirme ölçütleri verili hâlde oldukça muğlaktır. İkinci olarak, birey seçim ve kararlarının oluşumunda sosyolojik karakteristiklerin etkisini açıkça görülmektedir. Dolayısıyla, ilgili karakteristikler üzerinde oldukça sınırlı bir kontrole sahip olduğu görülen bireylerin, kendi kontrolleri altında olmayan bu karakteristikler üzerinden şekillenen seçim ve kararları da özgürce verilen kararlar değildir. Bu sebeple, şans eşitlikçiliği yaklaşımı birey seçim ve kararlarının oluşumunda sosyolojik karakteristiklerin etkisini görmezden gelmemelidir. Üçüncü olarak, sosyolojik değişkenlerin birey seçim ve kararları üzerine etkisini tanıyan bir kapsayıcılıkla analitik çerçevesi genişletilen şans eşitlikçiliği yaklaşımının bu vesileyle dışlayıcı sağ siyasal akımlarca birçok eşitsizliği meşrulaştırmak üzere araçsallaştırılmaktan kendisini koruyabilecektir. Son olarak, çağdaş endüstri toplumların katmanlaşmış eşitsiz yapısı içinde birey seçim ve kararlarının sosyolojik olarak kurulduğunu tanımak üzere analitik çerçevesi genişletilen şans eşitlikçiliği yaklaşımı, kaçınılmaz olarak eşitlikçi sosyal politikalarla daha yakın bir işbirliği kuracak ve bu da sosyal politikaları etik olarak gerekçelendiren kuramsal bir fırsat oluşturacaktır.

Sınırlılıklar

Bu çalışmanın öne çıkan en önemli sınırlılığı birey sorumluluğunu onların seçim ve kararları üzerinden değerlendiren şans eşitlikçiliği yaklaşımının verili analitik çerçevesine dönük ortaya koyulan eleştirinin özgün bir görgül veri setiyle desteklenmemiş olmasıdır. Her ne kadar birey seçim ve kararlarının oluşumuna ilişkin verilen örnekler günlük hayatın çok çeşitli alanlarında daha önce yapılmış görgül verilere dayansa da, çalışmanın ifade ettiği temel argüman özgün bir veri toplama süreci sonrasında değil, fakat literatürde ilgili konuya ilişkin olarak daha önce bulgulanmış görgül verilere dayanarak oluşturulmuştur. Dolayısıyla, birey seçimlerinin ve kararlarının oluşum sürecinde rolü işaret edilen sosyolojik değişkenlerin söz konusu seçim ve kararlara ilişkin etkisini merkeze alan keşfedici bir temel görgül sorgulama halen ihtiyaç olarak önümüzde durmaktadır.

Öneriler

Birey seçim ve kararlarının oluşumuna ilişkin olarak şans eşitlikçiliği kuramını merkeze alarak gerçekleştirilecek özgün bir görgül araştırmanın eksikliği temel sınırlılık olarak yukarıda ifade edilmiştir. Dolayısıyla, bu sınırlılığın giderilmesine dönük tasarlanan görgül bir araştırma öncelikli bir öneri olarak gündeme gelmektedir. Özellikle temel sosyolojik karakteristiklerin, örneğin sosyo-ekonomik statü ve/ya sınıf, toplumsal cinsiyet, etnisite, dini ve siyasal aitlik gibi değişkenlerin, bireylerin hem kısa dönemli hem de uzun dönemli seçimlerini/kararlarını hangi yönlerden ve ne derece etkilemektedir sorusunu merkeze alan bir görgül sorgulama şans eşitlikçiliği yaklaşımının analitik çerçevesinin güçlendirilmesine ve daha kapsayıcı bir değerlendirme aracına dönüşmesine önemli bir katkı sunacaktır. Söz konusu sorgulamanın keşfedici ve tanımlayıcı bir temel araştırma özelliği göstermesi bu çalışmada ortaya atılan argümanın düşünümsel ve yorumlayıcı dayanaklarının görgül olarak tahlil edilmesini de sağlayacaktır. Ayrıca, söz konusu görgül sorgulama dezavantajlara sebep olabilecek birey seçim ve kararlarının oluşumunda belirleyici rol oynayan ilgili sosyolojik değişkenlerin belirlenmesinde de aydınlatıcı olabilecek ve dolayısıyla bu değişkenlerin olumsuz rollerini azaltmak üzere uygulanacak eşitlikçi sosyal politikaların hangi başlıklarda tasarlanması gerektiği konusunda fikirsel bir arka plan da sağlayabilecektir.

Özgün Değer

Bu çalışmanın ortaya koyduğu temel argümanlar ile bu argümanları temellendirmeye dönük olarak sürdürülen tartışmaya ek olarak, çalışmanın metodolojik/epistemolojik bir özgün değeri de bulunmaktadır. Söz konusu özgün değer bu çalışmanın çok disiplinli bir inceleme ve sorgulama üzerine kurulmuş olmasıyla yakından ilişkilidir. Bu çalışma, genel olarak sosyal adalete özel olarak ise dağıtıcı adalete ilişkin yapılan akademik tartışmaların çok disiplinli bir bakış açısından sürdürülmemesinden doğan temel bir eksikliği dolaylı olarak işaret etmektedir. Sadece siyaset felsefesinin aşkın ve evrensel ahlaki ilkelerine dayanan değer dağıtım modelleri gerçek dünyanın sosyolojik çeşitliliği karşısında adaletsizlik olarak yorumlanabilecek anomaliler üretebilmektedir. Öte yandan, daha çok eşitsizlikleri ve dezavantajları tanımlama alanına sıkışmış olan sosyolojik çözümlemeler de bu eşitsizlik ve dezavantajları aşmaya dönük normatif, siyasal, ilkesel önerilerden uzaklaşmış durumdadır. Dolayısıyla, söz konusu disiplinleri birleştiren ve sosyal adalete ilişkin tartışmaları ilgili disiplinlerin özgün katkılarıyla devam ettiren tartışmalar metodolojik/epistemolojik olarak da bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. Bu çerçevede çalışma, şans eşitlikçiliği bağlamında, siyaset felsefesinin ve sosyolojinin özgün bakış açılarını bütünleştiren ve değerlendirmesini böylesi bir epistemolojik arka plan üzerine kuran özgün bir içeriğe sahiptir.

Araştırmacı Katkısı: M. Onur ARUN (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Z Kuşağının Markalarla İlgili İçerik Üretme Nedenlerine ve Alışkanlıklarına Yönelik Analiz [1] [2]

Ayşe SARITAŞ [3] - Mesude Canan ÖZTÜRK [4]

Başvuru Tarihi: 14.04.2023 **Kabul Tarihi:** 31.07.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Son yıllarda markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik kavramı hem uygulamacıların hem de literatürün dikkatini çekmektedir. Markalar tüketicileri kendileri hakkında olumlu içerik üretmeye teşvik etmek istemektedir. Bu çalışmanın amacı Z kuşağı tüketicileri özelinde motivasyonların içerik üretme davranışına etkisini ortaya koymaktır. Yani Z kuşağı hangi motivasyonlarla markalar için hangi içerikleri üretiyor? sorusuna cevap aranmıştır. Çalışmada kavramsal bir model önerisinde bulunulmuş ve çalışmanın hipotezlerini test etmek için yapısal eşitlik analizi kullanılmıştır. Sonuç olarak, benlik motivasyonunun aktif içerik üretme davranışını etkilediği buna rağmen pasif içerik üretme davranışıyla ilişkisi olmadığı görülmemektedir. Ortak yaratım ve teşvik motivasyonunun ise aktif içerik üretme davranışıyla ilişkisi yokken pasif içerik üretme davranışını etkilediği ortaya çıkmıştır. Marka sadakati motivasyonu içerik üretme davranışını aktif ve pasif olarak etkilemektedir. Bu çalışma konunun kavramsallaştırılmasında ve markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonları ve davranışlarıyla ilgili Türkçe bir ölçek geliştirmiş olmasıyla literatüre katkı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Marka İletişimi, Z Kuşağı, Kullanıcı Türevli İçerik, Motivasyon, Yapısal Eşitlik Modeli*

Atıf: Sarıtaş, A. ve Öztürk, M. C. (2023). Z kuşağının markalarla ilgili içerik üretme nedenlerine ve alışkanlıklarına yönelik analiz. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 771-794.

[1] Bu çalışma için Anadolu Üniversitesi Etik Kurulu 27.01.2022 tarihli ve 246339 protokol numaralı etik kurul kararı bulunmaktadır.

[2] Çalışma Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Anabilim dalında 29.11.2022 tarihinde savunulan "Z Kuşağının Markalarla İlgili İçerik Oluşturma Davranışlarını Etkileyen Motivasyonlar" adlı Doktora tezinden türetilmiştir.

[3] Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sanat ve Tasarım Fakültesi, Görsel İletişim Tasarımı Bölümü, **saritasayse@hotmail.com,** ORCID: 0000-0003-3950-8744

[4] Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, **mozturk@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-2677-6902

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Analyzing the Reasons and Habits of Generation Z for Producing Brands Related Content

Ayşe SARITAŞ [5] - Mesude Canan ÖZTÜRK [6]

Submitted by: 14.04.2023 **Accepted by:** 31.07.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

In recent years, the concept of brands releated user generated concent has attracted the attention of both practitioners and the literature. Brands want to encourage the consumers to producer positive content about themselves. The aim of this study is put forth to effect of user motivations on user generated content behaviour. In other words, an answer will be sought to the question of which content Z generation produces for brands with which motivations. A conceptual model has been proposed and has used structural equalty modeling for testing hypotheses of study. In conclusion ego affects active user generated content behaviour and there is no relationship between ego and passive user generated content behaviour. While there is no relationship between co-creation and incentive and active user generated content behaviour, co-ceration and incentive affects passive user generated content behaviour. Finally, brand loyalty affects positively both active and passive user generated content. This study is important because it contributes to the conceptualization of the subject. It also contributes to the literature by developing a Turkish scale about the motivations and behaviors of brands related user generated content.

Keywords: *Brand Communication, Gen Z, User Generated Content, Motivation, Structural Equation Modeling*

[5] Eskişehir Osmangazi University, Faculty of Art and Design, Department of Visual Communication Design, **saritasayse@hotmail.com,** ORCID: 0000-0003-3950-8744
[6] Anadolu University, Faculty of Communication Sciences, Department of Public Relations and Advertising, **mozturk@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-2677-6902

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Dijital iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle kullanıcılar edilgenlikten etken konuma gelmiştir. Tüketici sadece ürün ya da hizmeti alıp kullanmak dışında bu ürün ve hizmetleri değerlendirerek daha iyiye ya da kötüye gitmesinde lokomotif görevi görmeye başlamış böylece yalnızca tüketen olmaktan çıkarak üreten özelliği kazanmıştır.

Bu nedenle markaların tüketiciyi tanıması ve hangi motivasyonlarla marka tercihini yaptığı ve markayla iletişime geçtiğini bilmesi zorunluluk haline gelmiştir. Bu noktada markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik (Brand Related User Generated Content – BR-UGC) kavramı ön plana çıkmaktadır. Tüketicilerin markalarla ilgili sosyal medyada yaptığı bütün faaliyetleri kapsayan markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik, tüketicilerin markalarla aktif iletişime geçme biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Son yıllarda markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik konusunda literatürde çalışmalara rastlanmaktadır. Bu çalışmaların genellikle markalarla ilgili kullanıcı türevli içeriğin markaya etkisi (marka değeri, marka imajı, marka sadakati, satın alma kararı) üzerine olduğu görülmüştür (Ding vd., 2014; Gao ve Feng 2016; Kim ve Johnson, 2015; Gensler vd., 2013; Chrıstodoulıdes vd., 2012; Gallegos, 2017; Schivinski ve Dabrows, 2016; Geurin ve Burch, 2016; Cheong ve Morrison, 2013; Kotler, 2017, s. 118). Tüketicilerin ürettiği içerikler incelendiğinde, markayla ilgili temel tüketici iç görüleri, tutum ve niyetleri hakkında fikir verebileceği (Liu-Tompkins vd., 2020, s. 395-398) belirtilmektedir.

Tüketiciler markalarla deneyimini paylaşmak, markanın üretiminde, tasarımında söz sahibi olmak istemektedir. Bu nedenle de farklı motivasyonlarla içerik üretmektedirler. Kullanıcı türevli içeriğin markayı olumlu ve olumsuz olarak birçok açıdan etkilediği dikkate alındığında, markalar kullanıcıların hangi motivasyonlarla içerik ürettiklerini anlamaya ve tüketicileri kendi lehlerine içerik üretmeye teşvik etmeye ihtiyaç duymaktadır.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle ortaya çıkan tartışmalar o dönemde doğan Z kuşağı ile ilgili tartışmaları da başlatmıştır. Bu kuşağın diğer kuşaklardan farklılaşacağı, küreselleşmenin ve sosyal medyanın etkisiyle ortak özelliklere ve değerlere sahip küresel bir kuşak olacağı düşünülmektedir. Z kuşağının iş dünyasında ve markalarla ilişkileri konusunda da farklılıklar olacağı öngörülmektedir (Mcrindle ve Wolfinger, 2009, s. 15; Akt. Süer, 2017, s. 191; Senbir, 2004, s. 27-28; Williams, 2010, s. 12). Prensky'e (2001, s. 1) göre kuşakların ilgi alanları, günlük yaşamlarında yaptıklarıyla beyin yapısı ve düşünme biçimi olarak diğer kuşaklardan farklılaşmasına neden olmaktadır. Ayrıca bu zamana kadar ailelerin tercihlerini etkileyen konumdayken aileden ayrılma ile birlikte doğrudan karar verici konuma gelmiştir. Bu bağlamda markaların, tüketicilerin özellikle de dünya nüfusunun %30'unu temsil eden Z kuşağının[7], hangi motivasyonlarla hangi markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışını gösterdiğini bilmesi ve tüketiciyi kendi lehine olacak şekilde yönlendirmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Özetle, markalarla ilgili kullanıcı türevli içeriğin, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramından hareketle, Z kuşağının markalarla ilgili içerik üretme motivasyonlarının neler olduğunu belirlemek ve bu motivasyonların tüketicinin markalarla ilgili içerik oluşturma davranışını nasıl etkilediği çalışmanın temel problemini oluşturmaktadır. Çalışmanın iki temel odak noktası vardır; birincisi tüketicinin markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonlarını belirlemek; ikincisi bu motivasyonların markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışına etkisini ortaya koymaktır.

Çalışmanın genel amacı, öncelikle tüketici marka ilişkilerinde özellikle markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik ile marka ilişkisini ortaya koymaktır. Bu çalışmanın spesifik amacı, Z Kuşağının motivasyonlarının markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışına (pasif ve aktif üretim) etkisini ölçmektir. Bu çalışmanın amaçları doğrultusunda, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme literatürüne, konunun

[7] http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1028

kavramsallaştırılmasıyla ve marka-tüketici etkileşiminin gelişmesi noktasında önemli bir yaklaşım olduğunu ortaya koyması açısından katkı sunduğu düşünülmektedir. Ayrıca kullanıcıları içerik üretmeye yönlendirirken hangi motivasyonlarla yönlendirilmesi gerektiğini göstermesi açısından da alana katkı sunmaktadır.

Ayrıca, Türkçe literatür için yeni sayılabilecek bir konunun kavramsallaştırılması ve kullanıcı türevli içerik üretme motivasyonları ve davranışları ilişkisini ölçmek üzere bir model önerisinde bulunulmuş ve doğruluğu geçerliliği kanıtlanmış Türkçe literatürde kullanılabilecek bir ölçek sunulmuş olması çalışmanın önemini göstermektedir.

Tüketici Marka Etkileşimi, Kullanıcı Türevli İçerik

Kullanıcı türevli içerikle ilgili çeşitli tanımlamalardan biri, genel kullanıcı tarafından yaratılan, dolaşıma sokulan ve tüketilen her türlü medya içeriğidir (Daugherthy, Eastin ve Bright, 2008, s. 16). Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü tarafından yapılan yaygın olarak kabul edilen tanımda ise üç ana özellik tanımlanmaktadır (OECD, 2007, s. 4):

1. İçerik internet üzerinden herkese açık olacak şekilde paylaşılmış olmalı,
2. İçerik yaratıcı olmalı,
3. Profesyoneller dışında sıradan insanların oluşturduğu içerikler olmalı.

Ancak kullanıcı türevli içerik OECD'nin belirttiği gibi sadece yaratıcı içeriğin üretilmesi değil, aynı zamanda var olan içeriklerin tüketimini de kapsamaktadır (Phillips, 2011; Pc, 2011; Tomaiuolo 2012, s. 3-4). Kullanıcı türevli içerik, video, fotoğraf, blog, vblog, yorum, diğer yorumlara verilen cevaplar, podcast, forum tartışmaları, çevrimiçi ürün görüntüleme, wiki oluşturma ve kullanıcı türevli reklamları ve marka tarafından talep edilen tüketici içeriklerini de kapsamaktadır (Tuten, 2008, s. 102).

Kullanıcı türevli medya günlük birçok alışkanlıkla birlikte ticari, politik, sosyal, kültürel birçok alandaki uygulama için de değişikliğe neden olmuştur. Son yıllarda kullanıcı türevli içeriğin gücünü fark eden siyasi partilerin seçmenlerine ulaşmak için de metaverse kullandıkları görülmektedir. Yapılan araştırmalar kullanıcı türevli içeriğin üretilmesi, paylaşılması ve beğenilmesinin her geçen yıl daha da arttığını göstermektedir. Kullanıcıların yarısından fazlası webte kendi içeriğiyle; fotoğraf, müzik, video, kişisel web sitesi yayınları, blog yazma, post yazma gibi yayınlar yapmaktadır (Lenhart 2006; Tomaiuolo, 2012, 1; Blank, 2013, s. 597).

Bu bağlamda müşterilerin oluşturdukları marka topluluklarının ve sosyal medya sitelerinin popülerliği, kurumları bu iletişim araçlarını kullanma konusunda cezbetmektedir. Bu durum, kurumları sosyal medya sitelerini, pazar araştırmaları için kullanma (Öztürk, 2015, s. 123) konusunda teşvik etmektedir, daha doğrusu zorunlu kılmaktadır. Bu anlamda, kullanıcı türevli içerik, markalar ve işletmeler için veri sağladığı gibi, geleneksel araştırma yöntemlerine göre de birçok avantaj sunmaktadır. Veri toplama ve veriye ulaşma kolaylığı ve hızı ayrıca tek tek bireylerle görüşerek veri toplamada ortaya çıkan zorluklar olmadan verilere ulaşılabilmektedir (Lu ve Stepchenkova, 2015, s. 121). Bu bağlamda, "Big Data" olarak da adlandırılan kullanıcı türevli içeriğin markalar için önemli, büyük bir bilgi kaynağı olduğu söylenebilir (Liu vd., 2017, s. 236-237).

Kullanıcı türevli içerik, tüketiciyi harekete geçiren motivasyonları gösterdiğinden markalar için önem arz etmektedir. Bu bağlamda, kullanıcı türevli içerik, marka tüketici sohbetleri ve tüketici iç görüleri için hızla büyüyen bir araç olmaktadır. Sosyal medyanın gelişmesi ve marka topluluklarının kurulması da kullanıcı türevli içeriğin gelişmesini desteklemektedir (Christodoulides vd., 2012, s. 53).

Günümüzde tüketiciler, reklam engelleme uygulamaları ile markaların iletişime geçme çabalarını engellemektedir. Ayrıca marka kaynaklı içerikleri görüntüleme ve güvenme oranları da oldukça düşüktür. Aksine kullanıcılar tarafından üretilmiş markalı içeriklerin görüntüleme oranları daha yüksektir ve insanların bu içeriklere daha çok güvendiği ve satın alma kararlarını bu içeriklere göre verdikleri görülmektedir (Gallegos,

2017; Kotler, 2017, 153, s. 168; Terry, 2012; Hale, 2016; Hutchinson, 2016). Markaların tüketicilerin dikkatini çekmek için kullanıcı türevli içeriği teşvik etmesi gerektiği söylenebilir zira tüketiciler markaların paylaşımlarını kendileriyle ilgili değilse ya da o anda dikkatlerini çekmezse izlememektedir. Markaların filtre bloklarına takılmamaları ve tüketiciye ulaşabilmeleri için kullanıcı türevli içerik son derece önemlidir.

Markalarla İlgili Kullanıcı Türevli İçeriğin Marka Üzerindeki Etkisi

Bu konuda ulaşılan kaynaklar, gösteriyor ki kullanıcı türevli içerik, içeriğin türüne göre marka değerini ve marka imajını olumlu ya da olumsuz olarak etkilemektedir (Schivinski ve Dabrows, 2016; Geurin ve Burch, 2016; Gensler vd., 2013; Cheong, Morrison, 2013; Kim ve Johnson, 2015; Kotler, 2017, s. 118; Riegner, 2008 Akt. Poch ve Martin, 2014, s. 306; Çalışkan, 2019). TINT UP araştırmasına göre pazarlama profesyonelleri, kullanıcı türevli içeriğin en çok katılımı arttırdığını, içerik üretimine teşvik ettiğini ve marka farkındalığı oluşmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır (Gallegos, 2017).

Marka deneyimi olan insanların düşünceleri diğer tüketiciler için çok daha önemli olabilmekte ve tüketicilerin satın alma kararına etki etmektedir. Araştırmalara göre tüketiciler kullanıcı türevli içeriği güvenilir bulmakta ve satın alma kararı verirken en çok sosyal ağlara ve bloglara başvurmaktadırlar. Ayrıca kullanıcı türevli içerik üreten tüketicilerin markayı satın alma olasılığı daha yükselmektedir (Prosumer Report, 2018, Cheong ve Morrison, 2013; Liu-Thompkinsa vd., 2020, s. 401; Kim ve Johnson, 2015; Özata, 2011; Grewal vd., s. 2019; Liu-Thompkins, vd., 2020, s. 394; Lu ve Stepchenkova, 2015, s. 120; Poch ve Martin, 2014, s. 305-306).

Ulaşılan çalışmalara göre markalarla ilgili kullanıcı türevli içeriğin, tüketicinin satın alma kararı üzerinde etkili olduğu görülmektedir. Tüketici satın alma kararı vermeden önce kullanıcı yorumlarına bakmakta ve ona göre karar vermektedir. Kullanıcı türevli içerikle yayılan elektronik ağızdan ağıza iletişimin Z kuşağı arasında oldukça etkili olduğunu söylemek mümkündür.

Markalarla İlgili Kullanıcı Türevli İçerik Oluşturma Motivasyonları ve Davranışları

Literatürden markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma ve ağızdan ağıza iletişim ile ilgili ulaşılan kaynaklarda; kendini ifade etme, topluluk bilinci, kişisel kimlik, güçlendirme, topluma katkı (Sundaram vd., 1998; Nuxoll, 2006 Akt. Matikainen, 2015; Matikainen, 2015; Huang vd., 2018; Daugherty vd., 2008; Shao, 2008; Vale ve Fernandes, 2018; Sabermajidi vd., 2020; Chrıstodoulıdes vd., 2012; Muntinga, 2011; Saridakis vd., 2016; Buzeta, 2020) gibi kavramlarla benlik motivasyonun; ödül, ücret, ekonomik teşvikler, ortak yaratım (Buzeta, 2020; Azar vd., 2016; Saridakis vd., 2016; Muntinga, 2011; Chrıstodoulıdes vd., 2012; Poch ve Martin, 2014; Piehler vd., 2019) gibi kavramlarla ortak yaratım ve teşvik motivasyonun; ayrıca ürün ilginliği, müşteri sadakati, marka sevgisi (Bowman ve Narayandas, 2001) ile marka sadakati motivasyonun ön plana çıkmaktadır.

Markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik, kullanıcının sosyal medya üzerinde yaptığı bütün faaliyetleri kapsamaktadır. Yani tüketimi de içermektedir (Philips, 2011; Pc, 2011; Tomaiudo, 2012; Muntinga, vd. 2011). Literatürde ulaşılan markayla ilgili içerik oluşturma davranış türleriyle ilgili olarak tüketim, katılım ve üretim olarak kategorize edildiği görülmektedir (Shao, 2008; Muntinga vd., 2011, 17; Schivinski vd., 2016, 66; Buzeta, 2020). Lui-Thompkinsa, vd., (2020), içerik yaratıcıları (üretim), metavoicer (Katılma) ve propagandacılar (tüketim) olarak sınıflandırmıştır. Blank (2013) ve Tuten (2008) ise kategorileştirmeden fotoğraf eklemek, beğenmek vb. gibi ne tür içerikler üretildiğini belirtmişlerdir.

Bu bilgiler ışığında markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonları benlik, marka sadakati, marka teşvik ve ödülleri olarak ele alınmıştır. Markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışı ise davranışı aktif içerik üretme davranışı yani katılım ve üretimi kapsayacak şekilde ve pasif içerik üretme davranışı tüketimi kapsayacak şekilde ele alınmıştır.

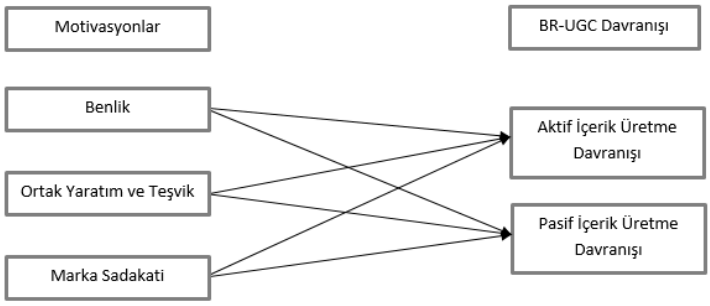
Yöntem

Bu bölümde çalışmanın teorik araştırma modeli, araştırmanın hipotezleri, evren örneklem, veri toplama araçları, araştırmanın sınırlılıkları ve kullanılan istatistiksel yöntemlere dair açıklamalara yer verilmiştir.

Kullanımlar ve doyumlar kuramının medya kullanımı konusunda gereksinim, güdü ve davranış ilişkisini ele aldığını hangi gereksinimler ve güdülerle hangi davranışlar sergilendiğini açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır. Bu nedenle çalışma kuramsal olarak kullanımlar ve doyumlar kuramına dayandırılmıştır. Bu çalışmada bazı doyumların markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışını yönlendirdiğini ortaya koymak hedeflenmektedir. Çalışmada ele alınan markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme motivasyonları ve markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışları belirlenirken hem kullanımlar ve doyumlar kuramından hem de ilgili çalışmalardan da yola çıkılmıştır. Ayrıca ilgili motivasyonların ve davranışların ölçeklerden alınan motivasyon ifadeleri ve literatürde kabul görmüş motivasyon tabirlerinden hareketle aşağıdaki gibi kullanılması uygun görülmüştür. Bunlar benlik (kişisel kimlik McQuail, 1983; topluluk bilinci; sosyal etkileşim ve entegrasyon, McQuail 1983; güçlendirme, Muntinga vd., 2011), marka teşvik ödülleri (ödüllendirme Muntinga vd., 2011), ortak yaratım (Christodoulides vd., 2012), marka sadakati (marka sadakati, WOM etkisi Bloemer vd., 1999; Matos ve Vargas Rossi, 2008; Choi ve Choi, 2014), olarak belirlenmiştir.

Araştırmanın Kavramsal Modeli ve Hipotezler

Çalışmanın literatür taramasına dayanan değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren bu anlamda kavramsal çerçeveyi görsel olarak yansıtan araştırma modeli aşağıdaki gibidir.



Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda çıkan faktörler, benlik, ortak yaratım ve teşvik, marka sadakati motivasyonları ile aktif içerik üretme davranışı ve pasif içerik üretme davranışı, arası ilişkileri tanımlayan hipotezler kurulmuştur.

Kişisel kimlik, öz kimlik, kendini ifade etme, kendine güven, sosyal kimlik, toplumsal kimlik ve bilinç, sosyal yarar, sosyal etkileşim, kendi gücünü gösterme gibi alt boyutları kapsamaktadır. Benlik motivasyonu, kendini ifade etme, kendini keşfetme alt boyutlarıyla kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını pozitif yönde etkilemektedir (Christodoulides vd., 2012; Dholakia, 2004; Bumgarner, 2007; Papacharissi ve Rubin, 2000). Ayrıca benlik motivasyonu kendini ifade etme ve kimliğini/ kişiliğini şekillendirme, kendini onaylama gibi alt boyutlarla kullanıcı türevli içerik oluşturma katılım davranışını pozitif yönde etkilemektedir (Muntinga vd., 2011; Saridakis vd., 2016; Sabermajidi vd., 2020).

Benlik BR-UGC üretim davranışını pozitif yönde etkilemektedir (Muntinga vd., 2011; Nardi vd., 2004; Papacharissi, 2007; Bronner ve De Hoog, 2010; Berthon vd., 2008; Daugherty vd., 2008; Shao, 2008; Saridakis vd., 2016; Sabermajidi vd., 2020).

Benlik boyutu kapsamında ele alınan topluluk bilinci, sosyal yarar, sosyal kimlik, sosyal etkileşim ile ilgili literatürden ulaşılabilen verilere bakıldığında markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını genel olarak pozitif yönde etkilediğini belirtmiştir (Christodoulides vd., 2012; Vale ve Fernandes 2018, s. 47-48). Ayrıca benlik motivasyonu alt boyutu olarak ele alınan sosyal kimliğin, katılım davranışını pozitif yönde etkilediğini belirten çalışmalar bulunmaktadır (Muntinga vd., 2011; Wang ve Fesenmaier, 2003; Buzeta, vd. 2020; Muniz ve O'Guinn, 2001, s. 418; Wang ve Fesenmaier, 2003; Vale ve Fernandes 2018, 47-48; Buzeta, vd. 2020; Shao, 2008). Bu motivasyonların kullanıcı türevli içeriği üretim davranışı boyutunda da pozitif yönde etkilediğini belirten çalışmalar bulunmaktadır (Bronner ve Hoog, 2010, Nardi vd., 2004; Bumgarner, 2007; Daugherty vd., 2008; Muntinga vd., 2011; Saridakis vd., 2016; Vale ve Fernandes, 2018, s. 47-48).

Bu çalışmada benlik motivasyonu alt boyutu olarak ele alınan güç, güçlendirme, bireyin gücünü göstermek istemesi ile ilgili literatürde ulaşılan bilgilere göre kullanıcı türevli içerik davranışını pozitif yönde etkilediğine dair kaynaklara ulaşılmıştır (Buzeta vd., 2020; Saridakis vd., 2016; Vale ve Fernandes, 2018, s. 47-48; Muntinga vd., 2011).

Bu bilgiler ışığında çalışmada, kendini ifade etme, kendini geliştirme, kişisel kimlik, sosyal kimlik, toplumsal bilinç, sosyal yarar, güç gibi kavramları benlik kavramıyla karşılanmaktadır. Benlik motivasyonun markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışına etkisi ile ilgili H1 ve H2 hipotezleri yazılmıştır.

H1: Benlik, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını aktif içerik oluşturma boyutunda pozitif yönde etkiler.

H2: Benlik, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını pasif içerik oluşturma boyutunda pozitif yönde etkiler.

Ortak yaratım ve teşvik motivasyonu ile ilgili literatürde elde edilen kaynaklar sırasıyla ortak yaratımla ilgili olanlar ve teşvik ve ödüller ile ilgili olanlar paylaşılmıştır. Öncelikle ortak yaratımı ulaşılan kaynaklar içinde motivasyon olarak alan ve bu çalışmanın da çıkış noktasını oluşturan önemli çalışmalardan biri olan Christodoulides, vd. (2012) çalışmasında görülmektedir. Çalışmaya göre, ortak yaratma motivasyonu, eğlence, bilgi alma, markayı kişiselleştirme ve markayla diyalog kurma alt boyutlarıyla ele alınmış ve marka hakkında kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını genel olarak motive ettiği belirtilmiştir. Bu çalışmada ortak yaratım motivasyonu Christodoulides, vd. (2012) ele aldığı alt boyutlar yani eğlence, bilgi alma, markayı kişiselleştirme kapsamında değerlendirilmiştir.

Bu bağlamda ortak yaratımın alt boyutu olan eğlence motivasyonu tüketim davranışını pozitif yönde etkilemektedir (Buzeta vd., 2020; Shao, 2008; Piehler, vd. (2019, s. 1844- 1845; Muntinga, vd. 2011; Schindler ve Bickart, 2005; Christodoulides vd., 2012; Shao, 2008; Saridakis vd., 2016; Buzeta, vd., 2020; Vale ve Fernandes, 2018, s. 47-48).

Muntinga, vd. (2011) göre eğlence katılma davranışını pozitif yönde etkilemektedir Christodoulides, vd. (2012) ortak yaratım motivasyonun alt motivasyonu olarak eğlence faktörünün kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını genel olarak motive ettiğini belirtmiştir. Her ne kadar ortak yaratım motivasyonun doğrudan etkilediği yeterli çalışma ile desteklenmese de bu çalışmada Christodoulides, vd. (2012) çalışmasından hareketle, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını etkileyeceği düşünülmektedir.

Marka teşvik ve ödüller tüketicilerin markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışını tüketim boyutunda pozitif yönde etkilemektedir (Hennig- Thurau vd., 2004; Muntinga, vd., 2011; Buzeta vd., 2020;

Piehler vd., 2019, s. 1844-1845). Marka teşvik ve ödüller tüketicilerin markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik üretme davranışını üretim boyutunda pozitif yönde etkilemektedir (Poch ve Martin, 2014; Hennig-Thurau, 2004; Piehler, vd., 2019, s. 1844-1845; Geri ve Bengov, 2016).

Yukarıdaki bilgilerden hareketle ortak yaratım ve teşvik motivasyonunun markalarla ilgili içerik oluşturma davranışı üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda H3 ve H4 hipotezleri yazılmıştır.

H3: Ortak yaratım ve teşvik markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını aktif içerik üretme boyutunda pozitif yönde etkiler.

H4: Ortak yaratım ve teşvik markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını pasif içerik üretme boyutunda pozitif yönde etkiler.

Marka sadakati, tüketicinin ağızdan ağıza iletişime geçmesini motive etmektedir (Bowman ve Narayandas'a (2001; Christodoulides, vd., 2012; De Matos ve Vargas Rossi, 2008; Choi ve Choi, 2014; Bloemer vd., 1999).

Marka sadakati ile ilgili ulaşılan kaynaklar ağızdan ağıza iletişim ile ilgili olduğundan, bu çalışmalardan elde edilen sonuçlar markalarla ilgili içerik oluşturma davranışını aktif davranış boyutunda etkilediği değerlendirilebilir. Yine de bu çalışmada markalarla ilgili içerik oluşturma davranışının diğer boyutu olan pasif davranışını da etkileyeceği düşünülerek H5 ve H6 hipotezleri ileri sürülmüştür.

H5: Marka sadakati, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını aktif içerik oluşturma boyutunda pozitif yönde etkiler.

H6: Marka sadakati, markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışını pasif içerik oluşturma boyutunda pozitif yönde etkiler.

Çalışmada kullanılan ölçek maddeleri için literatürden faydalanılmıştır. Buna göre benlik motivasyonu ölçek maddeleri için Christodoulides, Jevos ve Bonhomme (2012), ortak yaratım ve teşvik motivasyonu için Christodoulides, Jevos ve Bonhomme (2012) ve Azar (2016), marka sadakati motivasyonu için Christodoulides, Jevos ve Bonhomme (2012) ve Völckner, Franziska (2008), aktif ve pasif içerik üretme davranışı için ise Schivinski, vd.'den (2016) faydalanılmıştır.

Araştırma Deseni

Bu çalışma, Z kuşağının kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışlarını ve öncüllerini ortaya koymayı amaçladığından açıklayıcı, ilişkisel tarama yöntemi kullanan bir araştırmadır. Ayrıca, veri toplama ve çözümleme tekniği olarak nicel ve araştırma verileri belirli bir zaman diliminde toplandığı için de kesitsel bir çalışmadır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Ayrıca, çalışma için Anadolu Üniversitesi Etik Kurulu 27.01.2022 tarihli ve 246339 protokol numaralı etik kurul kararı bulunmaktadır.

Bu çalışmada olasılıklı olmayan, amaca yönelik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu kapsamda yeterli örneklem sayısına ulaşabilmek adına 2000-2004 yıllarında doğmuş ve sosyal medyada en az bir marka takip eden katılımcılar örnekleme dâhil edilmiştir. Anket online olarak katılımcılara iletilmiştir.

Veri toplama süreci Mart – Haziran 2022 tarihlerinde gerçekleştirilmiştir. Anketin toplam katılımcı sayısı 627 olmasına rağmen, şartlı sorular nedeniyle ankete devam edemeyen katılımcılar çıkarıldığında 354 katılımcı anketi sonuna kadar cevaplamıştır.

Ön Test – Güvenirlik Analizi

Çalışmanın ölçek maddelerinin belirlenmesi sürecinde akademik literatürden faydalanılmış ve bir madde havuzu oluşturulmuştur. Oluşturulan madde havuzu araştırmacı tarafından Türkçe'ye çevrilmiştir. Daha sonra ölçek yeterli İngilizce ve Türkçe dil bilgisine sahip alan uzmanları tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve kontroller sağlanmış, gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Düzenleme sonrası ölçek 6 alan uzmanına gönderilerek, ölçek yeniden çevrilmiştir ve ölçeğin ilgili konuyu ölçüp ölçmediği değerlendirilmiştir. Çevirilerin karşılaştırılmasıyla ölçeğin son hali uygulamaya hazır hale getirilmiştir. Bu aşamada örneklemi temsil eden 30 kişiye ölçek uygulanmış ve anlaşılmayan veya anlaşılması için açıklama ve yorum gerektiren sorular olup olmadığı tespit edilmiştir. Buna göre soruların anlaşılır olduğu belirlenmiş ve ölçeğin kapsam geçerliliği sağlanmıştır. Türkçe ölçeğe son hali verilerek, ölçeğin güvenirlilik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır.

50 kişilik veri setine ölçek güvenirlik analizi yapıldığında Cronbach Alpha'nın 0.965 olduğu görülmüştür, yani ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Ayrıca tek tek madde güvenilirlik değerlerine bakıldığında maddelerin Cronbach Alpha değerlerinin. 90'dan büyük olduğu yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir. Cronbach Alpha'nın 0,70 ve üzerinde bulunması tavsiye edilir (Seçer, 2017, s. 217). Eğer madde silindiğinde güvenirlik katsayında %5 düzeyinden fazla değişim oluyorsa maddenin silinmesi yoluna gidilmektedir (Özdamar, 2017 s. 117). Bu bağlamda analiz sonucu incelendiğinde, herhangi bir madde çıkarıldığında ölçek güvenirliğinin artmadığı görülmektedir. Bu durumda herhangi bir madde çıkarımına gerek olmadığına karar verilmiştir.

Ayrıca ön test kapsamında yapılan Tukey's analizi sonucuna göre ölçek toplanabilir özelliktedir (Nonadditivity: F=5.329, P=0,001<0,05). Ölçümler arası değişime bakıldığında önemli bir farklılık görülmektedir. (Between Measures, F=14.698, P=0,001<0.05). Hotelling testi ile her katılımcı soruları aynı şekilde anlayıp anlamadığı test edilir. Madde ortalamalarının eşitliğini test eden Hotelling T2 testi sonucunda, madde ortalamaların farklı olduğu görülmektedir (Hotelling's T-Squared=111.7694, P=0.001<0,05). Yani katılımcıların soruları benzer şekilde algıladığı yorumu yapılabilmektedir.

Araştırmanın Bulguları

Verilerin İncelenmesi

Bu çalışmada veriler Google forms üzerinden toplandığı için kayıp verilere rastlanmamıştır.

Modeldeki tüm maddelerin basıklık ve çarpıklık değerlerinin -1,5 +1,5 aralığında olduğu ve normallikten belirgin bir sapma göstermediği görülmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2015). Bu bağlamda yapısal eşitlik modellemesi analizi çok değişkenli ve normal dağılım gösteren varsayımlarının gerekli olduğu kestirim yöntemleri kullanılabileceği ifade edilebilir.

Tanımlayıcı İstatistikler

Katılımcıların genel özelliklerine bakıldığında 236'sı (%66.7) kadın ve 118'i (33.3) erkektir. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlasının %28 ile 2000 doğumluların ve % 26 ile 2001 doğumluların oluşturduğu görülmektedir. 2004 doğumluların katılımı ise % 9.3 ile en düşüktür.

Ayrıca katılımcıların %46.3'ünün sosyal medyada gün içinde 2-3 saat geçirdikleri görülmektedir. Bu sıralamayı % 31.1 ile 4-5 saat sosyal medyada zaman geçirenler takip etmektedir. Z kuşağı için sosyal medyanın hayatın en önemli parçalarından biri olduğu görülmektedir.

Katılımcılara gerektiğinde markalarla nasıl iletişime geçtikleri sorulduğunda %52 sosyal medyadan, %47.5'i markanın resmi web sitesinden, %24 ile çağrı merkezlerinden, % 16.4 ile e-mail aracılığıyla ve %20.6 mağazada yüzyüze iletişime geçtikleri görülmektedir. Dolayısıyla tüketicilere ulaşabilmek için markaların sosyal medya hesaplarında ve kendi web sitelerinde markayı nasıl yansıttıkları tüketicinin ihtiyacını karşılayıp karşılamadığı veya tüketici geri bildirimlerinin bu platformlarda sıklıkla kontrol edilmesi gerektiği söylenebilir.

Katılımcıların hangi sosyal medya sitelerinde markaları takip ettikleri sorulduğunda ise İnstagram %47, YouTube %26 olduğu görülmektedir. Favori marka olarak en çok tercih edilen markalar Trendyol, Netflix ve Nike markası olmuştur.

Yapısal Eşitlik Modellemesi Analiz Varsayımları

Durbin-Watson değeri 1.5-2.5 aralığında olduğundan veri setinde otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Ayrıca VIF ve tolerans değerleri de istenen düzeydedir. Bu bağlamda, tablo 1'den hareketle Durbin – Watson, tolerans ve VIF değerleri incelendiğinde aktif içerik üretme davranışı ile pasif içerik üretme davranışının bağımlı değişken olduğu durumda, benlik, ortak yaratım ve teşvik ve marka sadakati arasında otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunu olmadığı söylenebilmektedir.

Tablo 1
Değişkenlere İlişkin Otokorelasyon ve Çoklu Doğrusal Bağlantı Sonuçları

Model	Bağımsız Değişkenler	Durbin-Watson	Tolerans	VIF
Aktif İçerik Üretme	Benlik		0,368	2,720
	Ortak yaratım ve teşvik	1,867	0,517	1,933
	Marka sadakati		0,394	2,537
Pasif İçerik Üretme	Benlik		0,368	2,720
	Ortak yaratım ve teşvik	2.075	0,517	1,933
	Marka sadakati		0,394	2,537

Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

Ölçeklerin güvenirlilik analizi

Güvenirlilik için Cronbach Alfa değerleri 0,75 ≤α <0,85 aralığında ise ölçek yüksek derecede güvenilir ve α 0, 85'ten büyükse ölçek mükemmel derecede güvenilir (Özdamar, 2017, s. 74) olarak kabul edilmektedir. Sonuçlar değerlendirildiğinde benlik motivasyon ölçeği maddelerinin Cronbach Alfa değerinin 0, 85'ten büyük olduğu ve mükemmel derecede güvenilir olarak kabul edilebilir olduğu görülmektedir. Ortak yaratım ve teşvik motivasyonu ölçeği madde değerleri 0,82'den büyük ve marka sadakati ölçeği güvenirlilik değerleri 0,76'dan büyük olduğu için yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir. Ayrıca davranış ölçekleri değerlendirildiğinde aktif içerik üretme davranışı ve pasif içerik üretme davranışı ölçeklerinin de güvenirlilik değerlerinin 0,90 üzeri olduğundan ölçeklerin güvenirliğinin mükemmel derecede olduğu söylenebilir.

Ölçeklerin yapı geçerlilik analizi

Açıklayıcı faktör analizi

Bu çalışmada Z kuşağının motivasyonlarının markalarla ilgili içerik oluşturma davranışlarına etkisini ölçmek amacıyla literatürden hareketle elde edilen yapılar ve maddelerin faktörleşmesi ve faktör yüklerini görebilmek ve yapı geçerliliğini anlamak adına öncelikle açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Çalışmada Kaiser kriterine göre faktörlerin toplam varyansın %75'ini açıkladığı ve öz değerlerin açıkladığı varyansların da %5'in altına düşmediği faktörlerin alınması uygun kabul edilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucuna göre 3 boyut olarak ele alınan motivasyon ölçeğine ilişkin faktör yük değerlerinin 0.519-0.813 arasında değiştiği, benlik faktörüne ilişkin soruların faktör yüklerinin 0.813-0.708 arasında değiştiği, ortak yaratım ve teşvik faktörüne ilişkin soruların faktör yüklerinin 0.519-0.807 marka

sadakati faktörüne ilişkin maddelerin faktör yüklerinin 0.652-0.791 arasında değiştiği saptanmıştır. Benlik faktörüne ait öz değerin 9.325 açıkladığı varyansın %58.281 olduğu, ortak yaratım ve teşvik faktörüne ilişkin öz değerin 1.595 açıkladığı varyansın %9.967 olduğu, marka sadakati faktörüne ilişkin öz değerin 0.888, açıkladığı varyansın %5.552 olduğu tespit edilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi aşamasında bir madde aynı anda iki faktöre dağıldığı için değerlendirmeye katılmamış ve ölçeğin 16 madde olmasına karar verilmiştir. Ölçeğin KMO değeri 0.944 olarak bulunmuş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için oldukça "mükemmel" (Seçer, 2017 s. 155-156) olduğu anlamında yorumlanabilir. Değişkenler arasındaki korelasyonu gösteren Barlett's test sonuçlarının (χ^2=4711.373, sd=120, p=0.001; p<0.05) anlamlı olduğu ve değişkenler arasında korelasyon olduğu görülmektedir. Bu durumda veri setini faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir.

Açıklayıcı faktör analizi sonucunda 2 boyutta ele alınan davranış ölçeğine ilişkin faktör yük değerlerinin 0.934-0.794 arasında değiştiği, aktif içerik üretme davranışı faktörüne ilişkin maddelerin faktör yüklerinin 0.934-0.794 arasında değiştiği görülmektedir. Ayrıca pasif içerik üretme davranışına yönelik maddelerin faktör yüklerinin 0.836-0.876 arasında değiştiği ve aktif içerik üretme davranışına ait öz değerin 8.847 açıkladığı varyansın %58.977 olduğu pasif içerik üretme davranışı faktörüne ilişkin öz değerin 3.169 açıkladığı varyansın %21.128 olduğu tespit edilmiştir.

Açıklayıcı faktör analizi aşamasında iki madde aynı anda iki faktöre dağıldığı için değerlendirmeye katılmamış ve ölçeğin 15 madde olmasına karar verilmiştir.

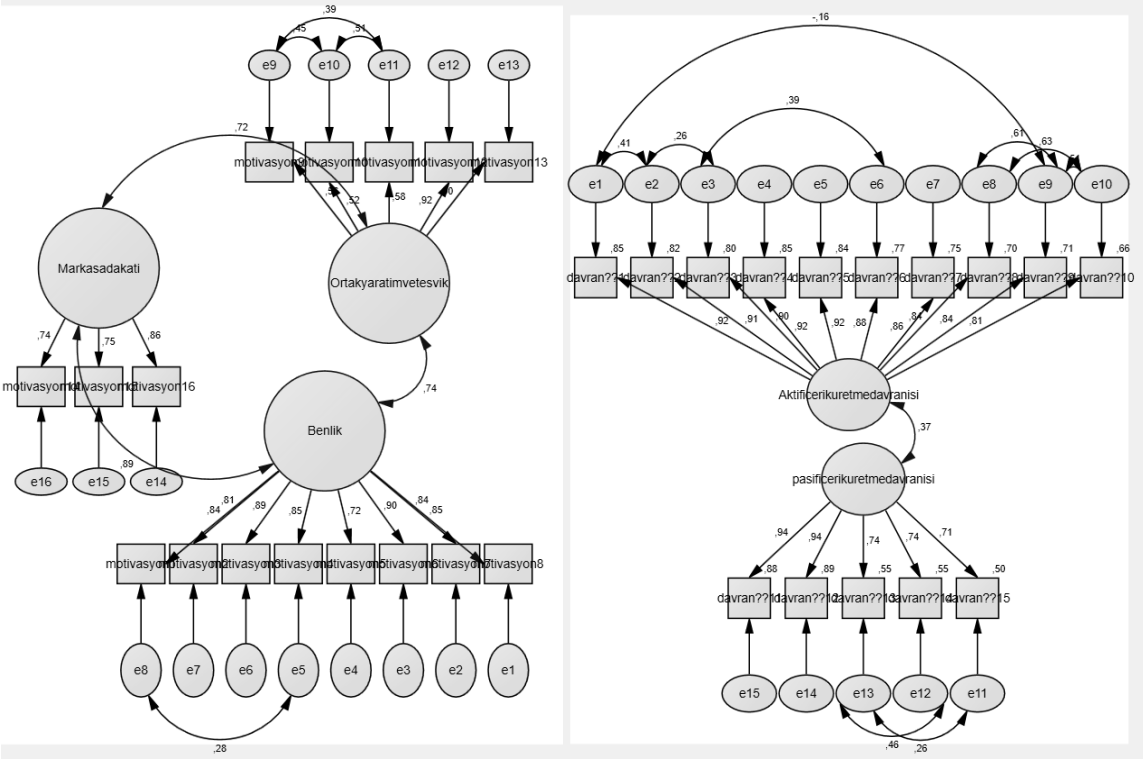
Ölçeğin KMO değeri 0.929 olarak bulunmuş ve bu değer örneklem büyüklüğünün faktör analizi için oldukça "mükemmel" (Kaiser, 1974) olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Değişkenler arasındaki korelasyonu gösteren Bartlett test sonuçları (χ^2=6403.914, sd=105, p=0.001; p<0.05)'nın anlamlı olduğu ve değişkenler arasında korelasyon olduğu görülmektedir (Seçer, 2017 s. 155-156).

Motivasyon ölçeği için güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde, ölçeğin genel güvenirliğine ilişkin Cronbach Alpha değeri 0.964 olarak bulunmuştur. Tek tek madde güvenirliğine bakıldığında ise 0,90 üzeri olduğu görülmüştür. Sosyal bilimlerde ve eğitim bilimlerinde genellikle kabul gören ölçütlere (Özdamar, 2017, s. 74) göre ölçek güvenirliğinin 0.952 olduğu göz önüne alındığında mükemmel olduğu söylenebilmektedir. Ölçekteki tüm maddeler değerlendirildiğinde ölçeğin güvenirliğini düşüren madde olmadığı söylenebilmektedir. Benlik alt boyutu için Cronbach Alpha 0.916, ortak yaratımlar ve teşvik boyutu için 0.866 ve marka sadakati boyutu için ise 0.829 olarak Cronbach Alpha hesaplanmıştır. Yani motivasyon ölçeği alt boyutları için oldukça yüksek güvenirliktedir denilebilmektedir. Ayrıca, ölçekteki maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin tümünün 0.50 ve üzerinde olduğu yani oldukça iyi olduğunu söylenebilir (Büyüköztürk, 2015).

Davranış ölçeği için güvenirlik analizi sonuçları incelendiğinde, ölçeğin genel güvenirliğine ilişkin Cronbach Alpha değeri 0.964 olarak bulunmuştur. Madde güvenirlik değerlerinde bakıldığında ise madde Cronbach's alpha değerlerinin ,90 üzeri olduğu görülmüştür. Genel olarak kabul edilen ölçütlere göre (Özdamar, 2017, s. 74) ölçek güvenirliğinin 0.947 olduğundan mükemmel olduğu söylenebilmektedir. Ölçekteki tüm maddeler değerlendirildiğinde ise ölçeğin güvenirliğini düşüren herhangi bir madde olmadığı görülmektedir. Aktif içerik üretme davranışı alt boyutuna ilişkin Cronbach Alpha 0.974, pasif içerik üretme davranışı alt boyutuna ilişkin Cronbach Alpha 0.924 olarak hesaplanmıştır yani alt boyut güvenirlikleri için yüksek derecede güvenilir olduğu söylenebilir. Ölçekteki maddelere ilişkin madde toplam korelasyon değerlerinin tümünün 0.40 ve üzerinde olduğu yani oldukça iyi olduğunu kabul gören referanslara göre (Büyüköztürk, 2015) söyleyebiliriz.

Doğrulayıcı faktör analizi

Markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonları ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizine ilişkin uyum iyiliği indeksleri χ^2/df=5.553>5, CFI=0.902, NFI=0.883 <0.90, TLI=0.883 <0.90, RMSEA=0.114>0.08 olarak elde edilmiştir. Literatürde belirtilen uyum değerleri (Özdamar, 2017, s. 183) dikkate alındığında modelin kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerinden oldukça uzakta olduğu görülmektedir. Bu nedenle model üzerinde modifikasyona gidilmesine karar verilmiştir.



Şekil 2. Modifikasyon Sonrası İçerik Üretme Motivasyonu Ölçeği DFA Modeli ve Modifikasyon Sonrası İçerik Üretme Davranışı Ölçeği DFA Modeli

Motivasyon ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan ifadelerle ilgili kovaryans bağlantısı önerilmiştir. Modifikasyon sonrası elde edilen optimum model yukarıda (şekil 2.) gösterilmiştir. Davranış ölçeği için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 10 ifadeye ait model uyum değerlerinin kabul edilebilir düzeyde olmadıkları görülmüştür. Modifikasyon sonrası optimum model yukarıda şekil 2'de gösterilmiştir. Sonrasında yenilenen uyum iyiliği indeksi hesaplamalarında uyum indeksleri için kabul edilen değerler sağlanmıştır.

Motivasyon ölçeği model uyum değerlerine bakıldığında, χ^2/df=3.700<5, CFI= 0.944, NFI=0.925≤ 0.90, TLI=0.931 ≥ 0.90, RMSEA=0.08 kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerine (Özdamar, 2017, s. 183) oldukça uyum gösterdiği söylenebilir. Yani modifikasyon sonucunda elde edilen modele ait değerlerin kabul edilebilir sınırlar içinde elde edilen optimum modeldir.

Davranış ölçeği model uyum değerlerine bakıldığında, χ^2/df=3.548<5, CFI= 0.968≤0.97, NFI=0.956≤ 0.90, TLI=0.958 ≤0.95, RMSEA=0.08 uyum değerlerine göre modelin veriler ile kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerine (Özdamar, 2017, s. 183) oldukça uyum gösterdiği söylenebilir. Yani

modifikasyon sonucunda elde edilen modele ait değerlerin GFI, NFI ve TLI değerlerinin iyi uyum gösterdiği ve RMSEA, CMIN/DF ve GFI değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içinde elde edilen optimum model olduğu söylenebilir.

Motivasyon ölçeğine ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ele alındığında standardize edilmiş regresyon katsayılarından hareketle faktör yük değerleri değerlendirilebilmektedir. Motivasyon 9, 10, 11 maddelerinin 0.50 üzeri olduğu geri kalan maddelerin faktör yüklerinin ise 0.70'ten büyüktür. Markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışı ölçeğine ait doğrulayıcı faktör analizi sonuçlarına göre faktör yük değerlerinin 0.70 üzerdir. Dolayısıyla ölçeğe dair faktör yüklerinin literatürde kabul gören sınırlar dâhilinde olduğunu söylemek mümkündür (Sipahi, Yurtkoru ve Çinko, 2008, s. 87; Seçer, 2017, s. 16).

Yapısal Modelin Test Edilmesi

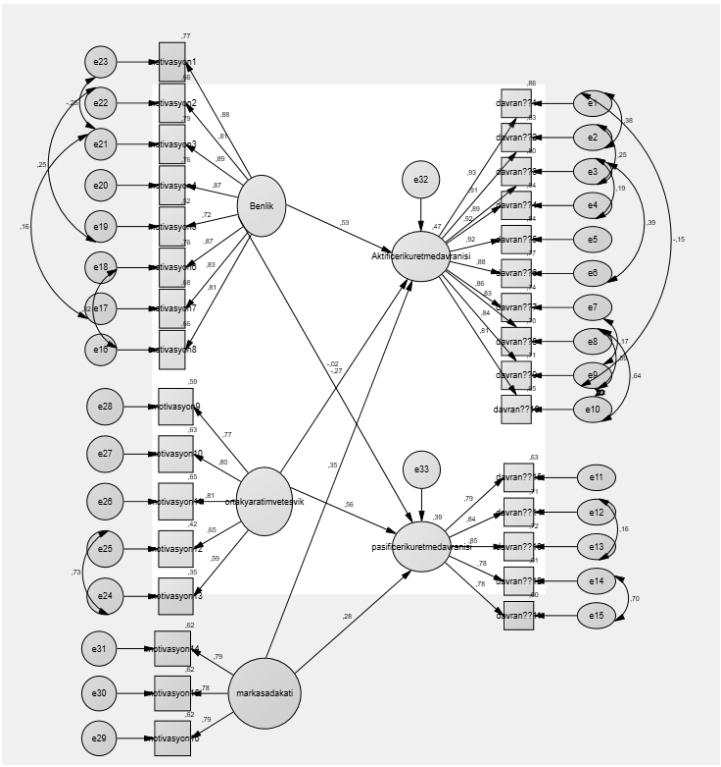
Araştırmanın başında önerilen teorik modelin test edilebilmesi, elde edilen veri ile uyumlu olup olmadığının anlaşılması, değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulması ve hipotezlerin test edilmesi için yapısal model AMOS 21 programı ile test edilmiştir.

Regresyon değerleri, gözlenen değişkenlerin, gizli değişkenleri tahmin etme gücünü, yani faktör yüklerini gösterir. Her ikili ilişki için "p" değerleri 0.05'ten küçük olduğu için, faktör yüklenimleri anlamlıdır. Faktör yüklenimlerinin önemli (anlamlı) çıkması maddelerin, faktörlere doğru yüklendiği anlamına gelmektedir. Ayrıca, regresyon katsayılarının tümü oldukça yüksek çıkmıştır. Buna göre tüm maddelere ilişkin korelasyon değerlerinin de oldukça iyi düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 2
Model Uyum İyiliği İndeksleri

İyi uyum	**Kabul edilebilir uyum**	**Değerler**
CMIN/DF <3	CMIN/DF <5	3.715
0,95≤ GFI≤1	0,85≤GFI≤0,89	0.804
0,97≤ CFI ≤1	0,95≤CFI≤0,97	0.903
0,95≤ NFI ≤1	0,90≤NFI≤0,95	0.873
0,95≤ TLI ≤1	0,90≤TLI≤0,95	0.891
0<RMSEA<0,05	0,06<RMSEA<0.08	0.088

Yukarıdaki Tablo 2'de Yapısal Eşitlik Modellemesine ilişkin uyum iyiliği indeksleri verilmiştir. Tabloda görüldüğü üzere, χ^2/df=3.715<5, GFI=0.804, CFI= 0.804, NFI=0.873, TLI=0.891, RMSEA=0.088 olduğu ve kabul edilebilir uyum iyiliği değerlerine (Özdamar, 2017, s. 183) oldukça yakın olduğu görülmektedir. Uyum iyiliği indeks değerlerinin kabul edilebilir sınırlara dahil olabilmesi için daha geniş örneklem gruplarında modelin iyileştirilebileceği söylenebilir.



Şekil 3. Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Yol Analizi Diyagramı

Hipotez Testi

Kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonları olarak ele alınan benlik, ortak yaratım ve teşvik ve marka sadakati motivasyonlarının yapısal eşitlik modellemesi yol analizi aracılığıyla hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Ayrıntılı değerlendirme sonuç ve tartışmalar bölümünde ilgili başlıkta ele alınmıştır. Hipotez testi sonuçları Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3
Hipotez testi sonuçları

Hipotez	Yol	Standardize regresyon katsayıları	P	Sonuç
H_1: Benlik	⟶ Aktif içerik üretme davranışı	0.525	0.001	**Desteklendi**
H_2: Benlik	⟶ Pasif içerik üretme davranışı	-0.019	0.692	**Desteklenmedi**
H_3: Ortak yaratım ve teşvik	⟶ Aktif içerik üretme davranışı	-0.267	0.001	**Desteklenmedi**
H_4: Ortak yaratım	⟶ Pasif içerik üretme davranışı	0.556	0.001	**Desteklendi**
H_5: Marka sadakati	⟶ Aktif içerik üretme davranışı	0.346	0.001	**Desteklendi**
H_6: Marka sadakati	⟶ Pasif içerik üretme davranışı	0.275	0.001	**Desteklendi**

Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Çalışmanın temel konusu markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik oluşturma motivasyonlarının kullanıcı türevli içerik oluşturma davranışlarına etkisini incelemektir. Bu doğrultuda araştırmanın problemine cevap verebilecek ve çalışmanın amaçlarını destekleyen teorik bir model önerisi sunulmuştur.

Katılımcıların genel profiline baktığımızda, %66,7'si kadın, % 33,3'ünü erkekler oluşturmaktadır. Çalışmada Z kuşağının markalarla en çok sosyal medya (%52) kanalıyla iletişime geçtiğini görülmektedir. Marka takibi için Z kuşağı ilk sırada instagramı ve ikinci sırada markaların web sitelerini tercih etmektedir. Bu sonuçlardan hareketle Z kuşağına ulaşmak isteyen markaların web sitelerinin tüketici ihtiyaçlarını karşılayacak biçimde donatılmış olması ve tüketicinin olası sorularına cevap vermesi gerekmektedir. Ayrıca marka web sitelerinde kişiye özel sorunlar için tüketici marka diyalogunu kolaylaştıran ve hızlı dönüş sistemini içeren iletişim çözümleri sunulmalıdır.

Ayrıca Z kuşağının sosyal medyada e-alışveriş sitelerinden en çok Trendyol markasının, ikinci sırada ise dizi, film, eğlence platformlarından Netflix markasının takip edildiği görülmektedir. Z kuşağı tek tek marka takibi yapmaktan ziyade Trendyol gibi farklı kategorilerde yerel ve uluslararası birçok markayı bünyesinde bulunduran markaları takip etmeyi tercih etmektedir. Bu bağlamda markaların e-ticaret sitelerinde görünürlüğü ve temsiliyeti de önem kazanmaktadır. Markaların bu tarz sitelerde kendine has uygulamalarla Z kuşağı tüketicisini yakalayabileceği söylenebilir.

Elde edilen sonuçlara göre benlik motivasyonu, öz kimlik, sosyal etkileşim, gücünü gösterme, sosyal kimlik, toplumsal kabul gibi alt boyutlarıyla birlikte Z kuşağı tüketicilerinin markalarla ilgili aktif içerik üretme davranışını pozitif yönde etkilemektedir ve bu sonuçların literatürle de (Christodoulides, vd. (2012); Muntinga, vd. (2011); Dholakia (2004); Sabermajidi, vd. (2020); Nardi, vd. 2004; Papacharissi (2007); Saridakis, vd. (2016); Papacharissi ve Rubin (2000); Bronner ve De Hoog (2010); Berthon et al. (2008); Daugherty, vd. (2008); Shao (2008), Wang ve Fesenmaier (2003); Buzeta, vd. (2020); Bumgarner (2007); Vale ve Fernandes (2018, s. 47-48) paralel olduğu söylenebilir. Bununla birlikte çalışmada benlik motivasyonunun literatürün aksine (Chistodoulides (2012), Dholakia (2004), Bumgarner (2007), Papacharissi ve Rubin (2000), Vale ve Fernandes (2008), Buzeta (2020), tüketim boyutunda kalan pasif içerik üretme davranışını etkilemediği görülmektedir.

Benlik motivasyonu içinde en dikkat çekici maddelerin "bir sosyal ağa üye olmam favori markam ile ilgili içerik üretme konusunda beni cesaretlendirir." ve "Favori markamla ilgili içerik paylaştığımda, kendimi bir topluluğun parçası gibi hissediyorum" olduğu görülmektedir. Bu sonuçlarla literatürden elde edilen sonuçlara göre tüketicinin statü beklentisi, toplumsal ve sosyal beklentilerle davranışa geçtiğini, kendini ifade edebilmek, onaylanmak, topluma faydalı ve kalıcı işler yapmak istediklerini ifade edebiliriz (Altuntuğ, 2012; Kuran, 2019, s. 37, 49, 55; Hood, 2012, s. 283, 295). Ayrıca kendini ifade edebilme, özgürce fikrini söyleyebilme konusunun da Z kuşağı için önemli olduğunu ölçek maddelerinden ön plana çıkan "Sesimi duyurmak istediğim için favori markam hakkında çevrimiçi içerik üretirim" maddesiyle anlamak mümkündür.

Z kuşağı ile ilgili Uçkan (2007) ve Altuntuğ (2012) yaşanan krizlerin, terörün, doğal afetlerin bu kuşak üzerinde korku yarattığını, bu korku ve kimlik kaybı ile gerçek dünyadan kaçmak amacıyla sanal dünyaya yöneldiklerini ve daha çok tüketmeye yöneldiklerini belirtmiştir. Bu ifadeleri doğrular nitelikte tanımlayıcı istatistiklere ve benlik motivasyonu ile ilgili olan hipotez sonucuna baktığımızda Z kuşağının büyük oranda marka takibi yaptığını ve içerik üretme davranışını da benlik motivasyonu ile yaptığı görülmektedir.

H2 hipotezinin reddedilmesi Z kuşağının markalarla ilgili aktif içerik üretme davranışını zaten özellikle benlik motivasyonuyla hayata geçirdiğini bu nedenle aktif davranış yanında belki daha zayıf olarak nitelendirilebilecek pasif içerik üretim davranışını benlik motivasyonuyla gerçekleştirmediği ile açıklanabilir.

Bununla birlikte aktif içerik üretme davranışının doğası gereği pasif içerik üretme davranışını da kapsadığını ifade etmek gerekir. Öyle ki bir marka ile ilgili aktif içerik üreten bir tüketici zaten hali hazırda o markayı takip ediyor ve içeriklerini değerlendiriyor olduğu varsayılabilir.

Bu bağlamda Z kuşağının kendileri hakkında içerik üretmesini isteyen markalar topluluk bilinci, grup olma, topluma faydalı olma ve kendini ifade etme motivasyonlarını harekete geçirecek faaliyetlerle Z kuşağını motive edebilir.

Literatürden (Christodoulides vd. (2012); Piehler vd. (2019); Poch ve Martin (2014); Hennig-Thurau (2004); Geri ve Bengov (2016; Puiu, 2017; Southgate, 2017; Ernest, Young, 20015; Tuna 2008; Uçkan, 2007; Wood, 2013) farklı olarak H_3 hipotezi sınandığında ortak yaratım ve teşvik motivasyonunun aktif içerik üretme davranışı üzerinde etkisinin olmadığı görülmüştür.

Burada ortak yaratım ve teşvik motivasyonları faktör analizin de her ne kadar bir arada faktörleşmiş olsa da ayrı ayrı değerlendirilmesi durumunda farklı sonuçlar elde edileceği düşünülmektedir. Z kuşağının marka için herhangi bir ödül ya da teşvik karşılığında içerik üretmemesini, bu kuşağın markaların vaatlerine güvenmediği bu nedenle de karşılığı olup olmayacağını bilmediği bir durumda çaba harcamanın da gereksiz olduğunu düşündükleri varsayılabilir. Öyle ki ortak yaratım ve teşvik motivasyonu ölçeğinde madde katsayıları en yüksek olan madde "Favori markam ile ilgili diğer tüketicilerin paylaşımlarını güvenilir bulurum" maddesidir. Dolayısıyla Z kuşağının favori markası bile olsa diğer tüketicilere markalardan daha çok güvendikleri sonucu çıkarılabilir.

Kuran'a (2019, s. 99-100) göre Z kuşağı anlam ve bağlam odaklıdır. Bu nedenle de Z kuşağının bağlam olmadan teşvik ve ödül için çaba harcamak istemediklerini ve içerik üretmediklerini söyleyebiliriz. Ayrıca bu durum benlik motivasyonunda ortaya çıkan topluluk bilinci, topluma faydalı olma maddelerinin ön plana çıkmasıyla da açıklanabilir.

H_4 hipotezi sınandığında, ortak yaratım ve teşvik motivasyonunun pasif içerik üretme davranışı üzerinde literatürle uyumlu olarak anlamlı, pozitif yönde ve güçlü bir etkisi olduğu söylenebilmektedir (Christodoulides vd. (2012); Piehler vd. (2019); Poch ve Martin (2014); Hennig-Thurau (2004); Geri ve Bengov (2016). Ölçek maddelerinin en dikkat çekici olanlarına bakıldığında tüketicilerin markayı kişiselleştirmeye önem verdikleri ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda kişiselleştirme olanağı sunulan ortak yaratım ve teşvik politikaları Z kuşağını aktif içerik üretme konusunda motive edebilir.

Hipotez testi sonucuna göre literatürle de uyumlu olarak marka sadakati ile Z kuşağının markalarla ilgili aktif içerik üretme davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir (Bowman ve Narayandas, 2001; Christodoulides, vd., 2012; De Matos ve Vargas Rossi, 2008; Choi ve Choi,2014; Bloemer vd., 1999). H_6 hipotezinin test edilmesi sonucunda marka sadakati ile markalarla ilgili pasif içerik oluşturma davranışı arasında zayıf da olsa pozitif bir ilişki olduğu anlaşılmıştır. Z kuşağının sadakatsiz olduğunu belirten (Firat ve Shultz, 1997, s. 186; Bauman, 2006, s. 94) çalışmaların aksine bu kuşağın marka sadakatini kısmen de olsa önemsediğini ve sadık oldukları markalar için içerik üretebileceklerini söylemek mümkündür.

Sonuç olarak yukarıda değinilen motivasyonlarla içerik ürettiklerini belirten Z kuşağı tüketicileri bu motivasyonlarla favori markası ile ilgili bir içeriğin dolaşıma girmesini sağladığını belirtmektedir. Katılımcılar, markalarla ilgili daha çok video ve görseller paylaştıklarını bildirmiştir. Pasif içerik üreten Z kuşağı bireyleri ise markalarla ilgili görsellere baktığını, içerikleri okuduğunu ve markayı takip ettiğini belirtmiştir. Buradan hareketle Z kuşağı tüketicilerinin markayı takip etme markalı içerik paylaşma konusunda istekli oldukları ve daha çok video ve görsel ağırlıklı içeriklerle ilgilendikleri anlaşılmaktadır. Z kuşağına ulaşmak ve harekete geçirmek isteyen markaların video ve görsel ağırlıkta içerikleri üretmeleri ve teşvik etmelerinin gerektiği söylenebilir.

Bu çalışmanın özellikle markalarla ilgili kullanıcı türevli içerik konusunun kavramsallaştırılmasına ve kullanıcı türevli içerik üretme motivasyonları ve davranışları konusunda model önerisinde bulunarak literatüre katkı sağladığı düşünülmektedir.

Z kuşağı ile marka özellikle de kullanıcı türevli içeriği ilişkilendiren ilk çalışma olduğu düşülmesiyle de alana katkı sunmaktadır. Ayrıca, Türkçe literatüre istenen yapıyı ölçen güvenilir ve geçerli bir ölçek sunarak katkı sunulmuştur. Bununla birlikte çalışmanın uygulama alanına Z kuşağını nasıl motive edecekleri ve harekete geçirecekleri konusunda yol göstereceği düşünülmektedir.

Çalışmanın sınırlılıklarını, araştırma biriminin Z kuşağı bireyleri olması, katılımcıların sosyal medyada en az bir markayı takip etmesi gerekliliği, çalışmanın kesitsel analiz olması, motivasyonlar olarak benlik, ortak yaratım ve teşvik ve marka sadakati belirlenmesi oluşturmaktadır.

Gelecek çalışmalar için topluma katkı, ortak yaratım ve teşvik motivasyonlarının, farklı sonuçlar elde edilebileceği gerekçesiyle ayrı ayrı ele alınması önerilmektedir. Bu motivasyonlarla ilgili sağlıklı sonuçlar alınmasını sağlayacağı düşünülmektedir. Sonraki çalışmalarda Z kuşağının sürdürülebilirlik77889+, topluma katkı, adalet, eşitlik gibi konuları önemsedikleri düşünüldüğünde markanın sosyal sorumluluk faaliyetleri de motivasyon kaynağı olarak değerlendirilebileceği önerilmektedir.

Araştırmada, bu konuda ölçek geliştirmek ve güvenirliliği geçerliliği kanıtlanmış bir ölçek sunmak adına nicel yöntem tercih edilmiştir. Fakat tüketici motivasyonları ve davranışlarının daha iyi anlaşılması için nitel yöntem ya da karma yöntemle daha zengin bir veri seti elde edilebilir.

Kaynakça

Altuntuğ, N. (2012). Kuşaktan kuşağa tüketim olgusu ve geleceğin tüketici profili. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4*(1), 203-212. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/151016

Azar, S. L., Machado, J. C., Vacas-De-Carvalho, L. ve Mendes, A. (2016). Motivations to ınteract with brands on facebook–towards a typology of consumer–brand ınteractions. *Journal of Brand Management, 23*(2), 153-178. doi:10.1057/bm.2016.3

Berthon, P., Pitt, R. L. ve Campbell C. (2008). Ad lb: when customers create the ad. *California Management Review, 50*(4), 6-30. doi:10.2307/41166454

Blank, G. (2013). Who creates content? stratification and content creation on the internet, information. *Communication* & *Society, 16*(4), 590-612. doi:10.1080/1369118X.2013.777758

Bloemer, J., De Ruyter, K. O. ve Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing, 33*(11/12), 1082-1106. doi: 10.1108/03090569910292285

Bowman, D. ve Narayandas, D. (2001). Managing customer-initiated contacts with manufacturers: the impact on share of category requirements and word-of-mouth behavior. *Journal of Marketing Research, 38*, 281-297. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/1558524?seq=2

Bronner, F. ve De Hoog, R. (2010). Vacationers and ewom: who posts, and why, where and what. *Journal of Travel Research, 50*(1), 15-26. doi: 10.1177/0047287509355324

Bumgarner, B. A. (2007). You have been poked: exploring the uses and gratifications of facebook among emerging adults. *First Monday, 12*(11). doi: 10.5210/fm.v12i11.2026

Buzeta, C., Pelsmacker, P. D. ve Dens, N. (2020). Motivations to use different social media types and their ımpact on consumers' online brand-related activities (cobras). *Journal of Interactive Marketing, 52,* 79-98. doi: 10.1016/j.intmar.2020.04.004

Büyüköztürk, Ş. (2005). Anket geliştirme. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 3*(2), 133-151. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/256394

Cheong, H. J. ve Morrison, M. A. (2013). Consumers' reliance on product ınformation and recommendations found in ugc. *Journal of Interactive Advertising, 8*(2), 38-49. doi:10.1080/15252019.2008.10722141

Choi, B. ve Choi, B. J. (2014). The effects of perceived service recovery justice on customer affection, loyalty, and word-of-mouth. *European Journal of Marketing, 48*(1/2), 108-131. doi:10.1108/EJM-06-2011-0299

Chrıstodoulıdes, G., Jevons, C. ve Bonhomme, J. (2012). Memo to marketers: quantitative evidence for change how user-generated content really affects brands. *Journal of Advertising Research, 52*(1), 53-65. doi:10.2501/JAR-52-1-053-064

Çalışkan, S. (2018). Üniversite öğrencilerinin sosyal medyada içerik üretimi üzerine bir çalışma. *Research Studies Anatolia Journal, 2*(4), 31-54. doi: 10.33723/rs.509808

Daugherthy, T., Eastin, M. S. ve Bright, L. (2008). Exploring consumer motivations for creating user-generated content. *Journal of Interactive Adversiting, 8*(2), 16-25. doi:10.1080/15252019.2008.10722139

De Matos, C.A. ve Vargas Rossi, C.A. (2008). Word-of-mouth communications in marketing: a meta-analytic review of the antecedents and moderators. *Journal of Academy of Marketing Science, 36*(4), 578-596. doi:10.1007/s11747-008-0121-1

Dholakia, U.M., Bagozzi, R.P. ve Pearo, L. (2004). A social influence model of consumer participation in network- and small-group-based virtual communities. *International Journal of Research in Marketing, 21*(3), 241–263. doi:10.1016/j.ijresmar.2003.12.004

Ding, Y., Phang, C. W., Lu, X., Tan, C.-H. ve Sutanto, J. (2014). The role of marketer- and user-generated content in sustaining the growth of a social media brand community, *47th Hawaii International Conference on System Sciences*, Waikoloa, HI, USA, (s. 1785-1792). doi:10.1109/HICSS.2014.226.

Gallegos, J. A. (2017, 12 Aralık). 9 things we learned from the 2018 user generated content report study. Erişim adresi: Https://Www.Tintup.Com/Blog/9-Things-Learned-2018-Usergenerated-Content-Report

Gao, Q. ve Feng, C. (2016). Branding with social media: user gratifications, usage patterns and brand message content strategies. *Computer in Human Behaviour, 63*, 868-890. doi:10.1016/j.chb.2016.06.022

Gensler, S., Völckner, F., Liu-Thompkins, Y. ve Wiertz, C. (2013). Managing brands in the social media environment. *Journal of Interactive Marketing, 27*(4), 242- 256. doi:10.1016/j.intmar.2013.09.004

Geurin, A. ve Burch, L. M. (2016). User-generated branding via social media: an examination of six running brands. *Sport Management Review, 20*, 273–284. doi:10.1016/j.smr.2016.09.001

Hennıg-Thurau, T., Gwınner, K. P., Walsh, G. ve Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion 187 platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet?. *Journal of Interactive Marketing, 18*(1), 38-52. doi:10.1002/dir.10073

Hood, B. (2012). *Benlik Yanılsaması*. E. Özdemir (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Huang, N., Burtch, G., Gu, B., Hong, Y., Liang, C., Wang, K., Fu, D. ve Yang, B. (2018). Motivating user-generated content with performance feedback: evidence from randomized field experiment. *Management Science, Articles Inadvance, 65*(1), 327-345. doi:10.2139/ssrn.2971783

Kim, A. J. ve Johnson, K.P. (2016). Power of consumers using social media: examining the influences of brand-related user-generated content on facebook. *Computers In Human Behavior, 58*, 98-108. doi:10.1016/j.chb.2015.12.047

Kotler, P., Kartajaya, H. ve Setiawan, I. (2017). *Pazarlama 4.0.* N. Özata (Çev.). İstanbul: Optimist Yayın.

Kuran, E. (2019). *Z kuşağını anlamak*. İstanbul: Mundi Yayınları.

Lenhart, Duggan, M. A., Lampe, C. ve Ellison, N. B. (2015, 16 Temmuz). Parents and social media. Erişim adresi: Http://Www.Pewinternet.Org/2015/07/16/Parents-And-Social-Media/

Liu, X., Burns, A. C. ve Hou, Y. (2017). An investigation of brand-related user-generated content on Twitter. *Journal of Advertising, Special Section: Big Data in Advertising, 46*(2), 236-247. doi:10.1080/00913367.2017.1297273

Liu-Thompkins, Y., Maslowska, E., Renc, Y. ve Kim, H. (2020). Creating, metavoicing, and propagating: a road map for understanding user roles in computational advertising. *Journal of Advertising, 49*(4), 394-410. doi:10.1080/00913367.2020.1795758

Lu,W. ve Stepchenkova, S. (2015). User-generated content as a research mode in tourism and hospitality applications: topics, methods, and software. *Journal of Hospitality Marketing* & *Management, 24*, 119-154. doi:10.1080/19368623.2014.907758

Matikainen, J. (2015). Motivations for content generation in social media participations. *Journal of Audience* &*Reception Studies, 12*(1), 41-58. Erişim adresi: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/232990/4.pdf?sequence=1

Muniz, A. M. ve T. O'guinn. (2001). Brand community. *Journal of Consumer Research, 27*(4), 412-432. doi:10.1086/319618

Nardi, B.A., Schiano, D.J., Gumbrecht, M. ve Swartz, L. (2004). Why we blog. *Communications of the ACM, 47*(12), 41-46. doi:10.1145/1035134.1035163

OECD (2007). Participative web: user-generated content. doi:10.1787/9789264037472-en

Özdamar, K. (2017). *Ölçek ve test geliştirme yapısal eşitlik modellemesi.* Eskişehir: Nisan Kitabevi.

Öztürk, M. C. (2015). Sosyal medya ve kurumsal iletişim. M. C. Öztürk (Ed.), *Dijital iletişim ve yeni medya* içinde (s. 120-53). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Papacharissi, Z. (2007). Audience as media producers: content analysis of 260 blogs. M. Tremayne (Ed.), *Blogging, citizenship and the future of media* içinde (s. 21-38). New York: Routledge.

Papacharissi, Z. ve Rubin, A.M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting* & *Electronic Media, 44*(2), 175-196. doi:10.1207/s15506878jobem4402_2

Piehler, R.; Schade, M.; Kleine-Kalmer, B. ve Burmann, C. (2019). Consumers' online brand-related activities (cobras) on sns brand pages. *European Journal of Marketing, 53*(9), 1833-1853. doi:10.1108/EJM-10-2017-0722

Poch, R. ve Martin, B. (2014). Effects of intrinsic and extrinsic motivation on user-generated content. *Journal of Strategic Marketing, 23*(4), 305-317. doi:10.1080/0965254X.2014.926966

Prensky, M. (2001). Dijital natives, digital immigrants. *Mcb University Press, 9*(5), 1-6. Erişim adresi: https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf

Prosumer Report (2018). Erişim adresi: http://www.prosumer-report.com/blog/category/digital-and-the-new-consumer

Puiu, S. (2017). Generation z-an educational and managerial perspective. *Revista Tinerilor Economişti, 14*(29), 62-72. Erişim adresi: https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=779c2a68-fc72-4630-8f2d-28118e73f369%40redis

Sabermajidi, N., Valaei, N., Balaji, M.S. ve Goh, S. K. (2020). Measuring brand-related content in social media: a socialization theory perspective. *Information Technology* & *People, 33*(4), 1281-1302. doi:10.1108/ITP-10-2018-0497

Saridakis, C., Baltas, G., Oghazi, P., ve Hultman, M. (2016). Motivation recipes for brand-related social media use: a boolean-fsqca approach. *Psychology* & *Marketing, 33*(12), 1062-1070. doi:10.1002/mar.20940

Schindler, R.M. ve Bickart, B. (2005). Published word of mouth: referable, consumer generated information on the internet. C.P. Haugtvedt, K.A. Machleit ve R.F. Yalch (Ed.), O*nline consumer psychology; understanding and ınfluencing consumer behavior in the virtual world* içinde (s. 35–62). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Schivinski, B. ve Dabrowski, D. (2016). The effect of social media communication on consumer perceptions of brands. *Journal of Marketing Communications, 22*(2), 189-214. doi:10.1080/13527266.2013.871323

Schivinski, B., Christodoulides, G. ve Dabrowski, D. (2016). Measuring consumers' engagement with brand-related social-media content. *Journal of Advertising Research, 56*(1), 64-80. doi:10.2501/JAR-2016-004

Seçer, İ. (2017). *Spss ve lisrell ile pratik veri analizi*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Senbir, H. (2004). *Z son insan mı? Z kuşağı ve sonrasına dair düşünceler*. İstanbul: O Kitaplar.

Shao, G. (2008). Understanding the appeal of user-generated media: a uses and gratification perspective. *Internet Research, 19*(1), 7-25. doi:10.1108/10662240910927795

Sundaram, D. S., Mitra, K., ve Webster, C. (1998). Word-of-mouth communications: a motivational analysis. *Advances In Consumer Research, 25*, 527-531. Erişim adresi: https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=041301e5-757c-4cce-8803-ed4ec9fdc4be%40redis

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L.S. (2015. *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*. M. Baloğlu (Çev. Ed.). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Tomaiuolo, N. G. (2012). *Ucontent: the ınformation professional's guide to user-generated content*. New Jersey: Information Today.

Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: social media marketing in a web 2.0 world.* Westport: Praeger Publishers.

Uçkan, Ö. (2007). Sosyalleşmenin cazibesi-z kuşağı. Erişim adresi: Http://Www.Ozguruckan.Com/Kategori/Teknoloji/22229/Sosyallesmenincazibesi-Z-Kusagi.

Vale, L. ve Fernandes, T. (2018). Social media and sports: driving fan engagement with football clubs on facebook. *Journal of Strategic Marketing, 26*(1), 37-55. doi:10.1080/0965254X.2017.1359655

Wang, X. ve Li, Y. (2014). Trust, psychologıcal need, and motıvatıon to produce usergenerated content: a self-determınatıon perspectıve. *Journal of Electronic Commerce Research, 15*(3), 241-253. Erişim adresi: http://www.jecr.org/sites/default/files/Paper8.pdf

Williams, S. (2010, 10 Aralık). Welcome to generation z. *B&T Magazine*. Erişim Adresi: https://taurusmarketing.com.au/welcome-to-generation-z-sharons-article-in-bt/

Extended Summary

Purpose

Brand related user generated content is one of the best way to staying in touch to consumers for the brands. It is seen that the brand related user generated content effects on brand loyalty, brand image and consumer purchasing decision. So, brands wants to known motivations that drives consumers for brands.

Gen Z is %30 of world's and Turkey's population that is the most important, the biggest target audience for brands in near future. Therefore, brands give important to know which motivations does Gen Z produce brand related user generated content?

The main problem of the study is to determine the motivations of Gen Z to produce brand related content and how these motivations affect consumer's brands related user generated content behaviour. Aim of the study is that to measure effect of the motivations of Gen Z on the brand related user generated content behaviour (passive or active production).

Design and Methodology

Since this study is a research using descriptive, relational screening model.

In addition, it is a quantitative research as a data collection and analysis technique.

It is a cross-sectional study. Questionnaire was used as data collection technique. Also ıt used non-random sample and purposeful sampling method was used.

In this context, in order to reach a sufficient number of samples, participants who were born in 2000-2004 and follow at least one brand on social media were included in the sample. The survey was delivered to the participants online.

Research data were collected in March – June 2022. The total number of participants of the survey is 627. However, when the participants who could not continue the survey due to conditional questions were excluded, 354 participants answered the survey to the end.

First of all he item pool was created by using the academic literature. The items translated by the researcher and language experts then were evaluated by 6 field experts whether they measured the relevant subject or not. Then the scale was applied to 30 people representing the sample and it was determined whether there were questions that were understood or not understood. Thus, the content validity of the scale was ensured. Reliability analysis was performed within the scope of the pre-test and its Cronbach's alpha value is 0.965, that is, it is highly reliable.

In this context, explanatory factor analysis, confirmatory factor analysis and structural equality analysis were performed to achieve the aim of the study. According to the results of the explanatory factor analysis, the motivation scale has 3 dimensions and behaviors scale has 2 dimensions. It was seen that the factor load values and the variance explained by the eigenvalue of both the motivation scale and the behavior scale were at the desired level in the literature.

As a result of confirmatory factor analysis, the model fit values of the expressions in the motivation scale and behavior scale were not at an acceptable level. Therefore, the modification was made. Result of the modification, the optimum model obtained within acceptable limits with the values of the model was reached.

Findings

It is seen that the goodness of fit indices related to Structural Equation Modeling are quite close to the acceptable goodness of fit values. According to the hypothesis test result H1, H4, H5, H6 were supported. H2 and H3 are not supported.

Gen Z prefers Instagram and websites of brands for follow up brands. Based on these results, the websites of the brands that want to reach the Z generation should be answer the possible questions and consumer needs of the consumer.

According to the results, self motivation has sub-dimensions such as self-identity, social interaction, showing power, social identity, social acceptance. While self motivation positively affects Gen Z's active brands related user generated content behaviour, there is no relationship passive user generated content. We can state that the consumer behaves with status expectation, social and social expectations, they want to be able to express themselves, to be approved, to do useful and permanent works for the society. The rejection of the H2 hypothesis can be explained by the fact that a consumer who produces active content about the brand is already following that brand and evaluating its content.

co-creation and incentive motivation dosen't effect on active content creation behavior. It can be assumed that the reason why the Z generation does not produce content for the brand in return for any reward or incentive is that this generation does not trust the promises of the brands. But, co-creation and incentive motivation effect on passive content creation behaviour. When the most striking items of the scale are examined, it is revealed that consumers attach importance to personalizing the brand. In this context, co-creation and incentive policies that offer personalization can motivate Gen Z to produce active content.

According to the hypothesis test result, it is seen that there is a significant and positive relationship between brand loyalty and the active and passive content production behavior of the Z generation. It is possible to say that generation z can produce content for loyal brands.

Participants reported that they shared more videos and images about brands. Generation Z individuals, who produce passive content, stated that they look at the images related to the brands, read the contents and follow the brand. It is understood that the Z generation consumers are willing to follow the brand and share branded content and are more interested in video and visual content.

Research limitations

The first limitation of the study is that the research unit consists of Z generation individuals. Different results can be obtained with different working units.

The second limitation of the study is that the participants must follow at least one brand on social media. This limitation caused the sample size of the study to decrease.

Another limitation of the study that it is a cross-sectional study using quantitative methods.

Among the limitations of the study are the motivations discussed in this study ego, co-creation and incentive and brand loyalty.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

For future studies, firstly it is recommended to conduct a study in a different sample group. So that different motivation sources can be obtained and the consumer can be better understood.

In this study, quantitative method and cross-sectional research method were used in order to propose a model and to bring scale to Turkish literature. however, qualitative methods and longitudinal research methods can be used to better understand consumer motivations in future studies.

also, brand social responsibility activities can be included in future studies apart from the motivations discussed in this research.

However, it is thought that the results of hypothesis testing will change if co-creation and incentive motivation, which are considered together in this study, are handled separately.

Marketing practitioners who want to mobilize the generation Z can mobilize consumers with campaigns that appeal to these motivations. In addition, according to the results of the research, generation z wants to personalize the brands. therefore, it is recommended that brands that want to reach the z generation should focus on personalization practices.

In addition, the Z generation is more prone to producing content related to the brand they are loyal to, so brands need to give importance to loyalty programs.

According to the results of the research, the z generation watches the images and videos about the brands and produces images and videos as content. The content produced by brands for this generation should be mainly visual and video.

Originality/Value

This article is important as it contributes to conceptualization of the subject. Because brand related user generated content is a new subject.

It also contributes to the field in terms of showing which motivations should be directed while directing users to produce content. thus, it is also important as it provides better recognition of the z generation, which is the new target audience for brands.

In addition, a model has been proposed to conceptualize subject that can be considered new for Turkish literature and a scale is presented that can be used in Turkish literature.

Araştırmacı Katkısı: Ayşe SARITAŞ (%50), Mesude Canan ÖZTÜRK (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Bilimsel Araştırmalarda Alanyazın Nasıl Raporlanır? [1]

Mehmet FIRAT [2]

Başvuru Tarihi: 04.02.2023 **Kabul Tarihi:** 01.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Alanyazın, bir bilimsel çalışmanın araştırdığı konuyla ilgili o zamana kadarki bilgi birikimini ortaya koyan ve çalışmanın gerekçelendirildiği bölümüdür. Ancak, yapılan araştırmalar, atıf verilen çalışmaların okunmadığını, ilgili çalışmaların pasif ve betimleyici bir dille özetlendiğini ve bilimsel bir yapılandırma stratejisinin takip edilmediğini göstermektedir. Bu çalışmada, alanyazının nasıl raporlanabileceğine ilişkin stratejilerin örnek metin çözümlemeleriyle sunulması amaçlanmıştır. Bu amaçla örnek bir alanyazın taraması bölümü yazılmış ve bu bölümde yararlanılan stratejiler metin çözümlemesi yoluyla sunulmuştur. Böylece araştırmacılara hem alanyazın raporlama stratejileri sunulmuş hem de bu stratejilerin nasıl kullanılabileceği bir örnek üzerinde gösterilmiştir. Sonuç olarak, alanyazının raporlanmasında betimleyici değil bütünleştirici bir yazım tarzının, pasif değil eleştirel bir dilin kullanılması gerektiği ortaya konmuştur. Alanyazın taraması yapılandırma stratejileriyle ilgili farklı sınıflandırmalar bulunsa da uzaktan-yakına stratejisi ile tematik sentez stratejisinin yaygın kabul gören stratejiler olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Alanyazın, Eleştirel Dil, Tematik Sentez, Metin Çözümlemesi*

Atıf: Fırat, M. (2023). Bilimsel araştırmalarda alanyazın nasıl raporlanır?. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 795-812.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, **mfirat@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-8707-5918

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583

AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

How to Report the Literature in Scientific Research?

Mehmet FIRAT [3]

Submitted by: 04.02.2023 **Accepted by:** 01.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

The literature review section of a scientific paper is the part of the paper that highlights the body of knowledge on the topic under study and explains the rationale for the study. However, research shows that cited studies are not read, related studies are summarized in a passive and descriptive manner, and a scientific structuring strategy is not followed. The purpose of this study was to present strategies for writing the literature review section through textual analysis. An example of a literature review section has been written and the strategies used have been presented through a text analysis. In this way, researchers are not only presented with strategies for reporting the literature review, but also how these strategies can be applied as demonstrated through text analysis of a sample. In conclusion, it has been demonstrated that an integrative writing style and critical language, rather than a passive and descriptive one, should be used when reporting a literature review. Although there are different classifications for structuring strategies in reporting literature review, the distant to close strategy and the thematic synthesis strategy are widely accepted strategies.

Keywords: *Literature, Critical Language, Thematic Synthesis, Text Analysis*

[3] Anadolu University, Faculty of Education, Department of Computer Education and Instructional Technology, **mfirat@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-8707-5918

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Kelime anlamı olarak literatür ile aynı anlamda kullanılan alanyazın araştırmacının ilgilendiği konusuyla ilgili bilimsel çalışmaların bütününü ifade etmek için kullanılır. Bilimsel bir çalışmada alanyazın, bilimsel araştırmanın üzerinde temellendirildiği ana yapıyı temsil eder. Tez, makale, bildiri, araştırma önerisi gibi hemen her türlü araştırmada öncelikle alanyazının açık ve kapsayıcı bir şekilde sentezlenmesi, bilimsel bir yayın havuzunun oluşturulması gerekir. Bir bilimsel araştırma yürütülürken araştırmacının yapması gereken ilk iş konu ile ilgili mevcut alanyazını okumak, sentezlemek ve raporlamaktır (Baker, 2000). Alanyazın taraması, seçilen araştırma konusunu ve benimsenen araştırma yöntemini etkileyen teorilerin ve önceki araştırmaların sentezlendiği yapıdır (Ridley, 2008, s. 2). Alanyazın taraması, akademisyenler, araştırmacılar ve uygulayıcılar tarafından üretilen mevcut bilgi birikimini tanımlayan, değerlendiren ve yorumlayan sistematik, konu odaklı, tekrarlanabilir bir çerçeve sunar (Cooper, 1988, s.107; Lambert ve Lambert, 2010).

Bilimsel bir araştırmanın zeminini oluşturan ve bilimin birikimli ilerleyişini temsil eden alanyazın taramasına özellikle sosyal bilimlerde yeterince dikkat edilmediği görülmektedir (Denney ve Tewksbury, 2013, s. 3). Yayınlanmış tezler, makaleler ve bildiriler incelendiğinde alanyazının birbirinden ve hatta araştırmadan kopuk bir şekilde raporlandığını görmek mümkündür. Oysa, alanyazın taramasını pratikte yürütmek de raporlamak da ciddi emek ve dikkat gerektirir. Bu süreç düzenli ve sistematik bir çalışmanın yanında kritik analiz, sentezleme ve değerlendirme becerilerini gerektirir. Diğer bir ifadeyle, bir araştırma konusunda derinlikli bir alanyazın taraması yürütmek ve uygun stratejilerle raporlamak deneyim gerektirir.

Lisansüstü eğitimde, yöntem derslerinde literatür taramasının amaçlarına ve bilimsel mantık kurgusuna ilişkin yeterli bilgi almayan, deneyim kazanmayan araştırmacı önce bu sürecin doğal olarak yeterince önemli olmadığını düşünebilir. Dahası, tez sürecini de listelenmiş ilgili araştırma özetleri ile tamamlayınca durum daha da zorlaşmaktadır. Bu nedenle sosyal bilimlerde yeni araştırmacılar literatür tarama ve raporlamada ciddi zorluklarla karşılaşmaktadır. Yapılan araştırmalarda da verilen atıfların en fazla özetten alındığını göstermektedir (Jaidka, Khoo ve Na 2011). Bu da araştırmacıların atıf verdikleri çalışmaları yeterince okumadıklarını çoğunlukla sadece özetini okuduklarını göstermektedir.

Alanyazın taramasının yürütülmesi ve özellikle raporlanmasına ilişkin yeterli deneyime sahip olmayan araştırmacı doğal olarak nereden başlayacağını bilmemektedir (Lambert ve Lambert, 2010). Bu da araştırmacıyı doğal bilişsel çözüm mekanizması olarak örneklere bakmaya, yardım almaya itmektedir. Ancak sorun şu ki alanyazında, özellikle Türkçe alanyazında ilgili araştırmaların nasıl raporlanacağına ilişkin bilimsel mantık kurgusu sunan yeterli çalışma da bulunmamaktadır.

Bu çalışmada alanyazının nasıl raporlanabileceğine ilişkin stratejilerin sunulması, bu stratejilerden yararlanılarak örnek bir alanyazın bölümünün yazılması ve bu örnek bölümün metin çözümleme yöntemiyle analiz edilmesi amaçlanmıştır. Böylece araştırmacılara uygun alanyazın raporlama stratejilerinin seçimi ve seçilen stratejiye uygun olarak raporlamanın yapılması süreçlerinde açık bir bakış açısı sunulması ve rehberlik edilmesi hedeflenmektedir. Alanyazının raporlanmasına ilişkin hem farklı strateji ve yaklaşımlar sunulmuş hem de örnek bir metin üzerinde detaylı çözümleme yapılmıştır. Bunun için önce, alanyazın taramasının amaçları ve alanyazın taramasının yürütülmesi süreçlerine ilişkin bilgiler sunulmuştur. Ardından, alanyazın raporlama stratejilerini kapsayan bir alanyazın bölümü yazılmıştır. Bu bölüm aynı zamanda metin çözümlemesi için kullanılan örnek alanyazın bölümüdür.

Alanyazın Taramasının Amaçları

Alanyazın taramasının raporlanması, araştırılan konuyla ilgili o zamana kadar yapılmış çalışmalardan yapboz parçası gibi yararlanıp konunun üç boyutlu bir haritasını çıkarmaya benzer. İlgili konuda yapılmış çalışmalar kendi sınırlılıkları ölçüsünde (kendi özel şekilleriyle) haritanın oluşturulmasına katkıda bulunur. Bilimin birikimli ilerleyebilmesi, mevcut bilgi birikiminin üzerine değerli bilimsel bilgi eklenebilmesi de temel hedef

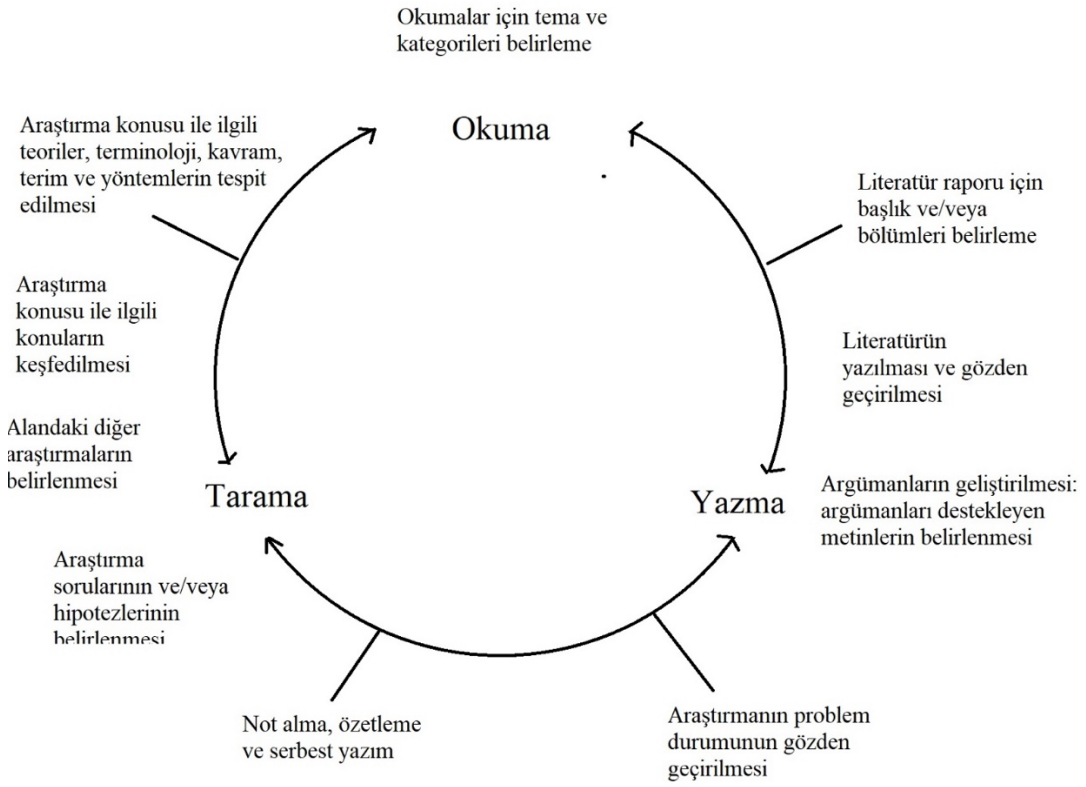
olan haritanın parçalarını tamamlamayı gerektirir. Alanyazından parçaları bir araya getirdikten sonra eksik parçaların nerede olduğunu ve neye benzediğini daha net görmek mümkün hâle gelir. Araştırmacı, açık bir biçimde ortaya koyduğu haritadaki bu boşluğu doldurmak için artık araştırmasını tasarlayabilir. Literatür taramasında araştırmacının yaptığı şey haritada keşfedilmeyi bekleyen parçaları tespit etmekle sınırlı değildir. Araştırmacı literatür taramasında düzeltilmesi gereken hataları tespit edebilir, bağlama göre yapılabilecek güncellemeleri ortaya koyabilir ve kendinden önce bu konuyu çalışanların izlediği yollardan, kullandığı yöntem ve tekniklerden de yararlanabilir. Bu bakış açısıyla, alanyazın taramasının temel amaçları şunlardır (Ridley, 2013).

1) Araştırma konusuyla ilgili var olan *bilgi birikimini* ve *terminolojiyi* ortaya koymak,
2) Yürütülen *araştırmanın önemini* ortaya koymak için mevcut bilgi birikimine dayalı bir *bağlam* ve *gerekçe* sunmak,
3) Araştırma konusuyla ilgili *teorileri* ve araştırmalar arasındaki *ilişkileri* göstermek,
4) Benzer araştırmaların *yöntem* ve *tekniklerinden* yararlanmak,
5) İlgili araştırmalardaki *ana fikirleri* ve bulguları benzerlik ve farklılıklarına göre *karşılaştırmak*,
6) Yürütülen *araştırmaya ışık tutacak*, ufuk açıcı çalışmalara ulaşmak ve
7) Alanyazında doldurulması gereken *boşluğu* tanımlamaktır.

Araştırma konusuyla ilgili tarama yapılırken ve ulaşılan bilgiler raporlanırken yukarıdaki amaçları dikkate alan araştırmacı bu sürecin araştırmaya olan katkısını çok daha iyi anlayacaktır. Öyle ki alanyazın taraması aşamasına geçmeden önce her araştırmacının bu amaçları not edip süreç boyunca da dönüp bu amaçlara ne kadar uyduğunu kontrol etmesi önerilmektedir. Böylece alanyazının taramasının sadece erişilebilen benzer çalışmaların basit bir şekilde özetlenmesi veya alanyazındaki bir boşluğun (çoğunlukla farazi) belirlenmesi olmadığı daha iyi anlaşılacaktır.

Alanyazın Taramasının Yürütülmesi

Alanyazın taraması; problem durumu ve araştırma konusuyla ilgili olarak taramanın yürütülmesi, kaynakların kritik analizi ve bu süreçte yararlanılabilecek okuma ve not alma teknikleri, kaynakların kalitesini ve uygunluğunu eleştirel bir şekilde değerlendirme, bilgilerin organize edilmesi ve kategorize edilmesi, literatürün anlaşılır ve mantıklı bir yapıda sunulması ve son olarak sunulan literatüre ilişkin bir sonuç yazılması adımlarını kapsar. Alanyazının taranması ve raporlanması ayrı birer adım olarak görünse de tarama, okuma ve yazma döngüsü araştırma raporu son hâlini alana kadar devam eder (Ridley, 2013). Bu döngü aşağıda Şekil 1'de verilmiştir.



Şekil 1. Alanyazın Tarama Süreci (Ridley, 2013, s. 99)

Şekilde görüldüğü gibi alanyazın taranması araştırma konusuyla ilgili teorilerin, terminolojinin, yöntemlerin ve benzer çalışmaların keşfedilmesini sağladığı gibi yürütülen araştırmanın araştırma soru veya hipotezlerinin belirlenmesine de katkıda bulunur. Tarama ile ulaşılan kaynaklar sınıflandırılarak okunur ve alanyazın raporunun nasıl yazılacağı kararlaştırılır. Yazma aşamasında ise artık argümanların geliştirilmesi, raporlama stratejilerinin işe koşulması söz konusudur. Bu döngü içinde bilimsel araştırma olgunlaşmaya devam eder. Araştırmacı alanyazın taramaya ne kadar erken başlarsa o kadar iyidir. Araştırmacı bu sayede araştırma konusuyla ilgili daha en başta bilgi sahibi olur. Wellington vd. (2005) süreklilik arz eden bu sürecin araştırma sorularının gözden geçirilmesine de katkı sağladığını belirtmişlerdir. Murray (2011) alanyazın taramasına başlarken araştırmacının aklında tutması gereken üç önemli soruyu şu şekilde sıralar:

- Alanyazında ne arıyorum?
- Araştırma konum ile ilgili ekoller neler?
- Araştırma konum ile ilgili önemli (büyük) tartışmalar neler?

Alanyazın taraması tamamlandıktan ve çalışmalar sınıflandırıldıktan sonra tüm bu çalışmalardan kapsamlı bir anlam çıkarılması gerekir. Bu aşamanın sonunda araştırma konusuyla ilgili tam/eksiksiz bir bilgi sentezine ulaşılmalıdır (Okoli ve Schabram, 2010).

Bilimsel bir araştırma konusunun gözden geçirilmesinde yararlanılacak ve kanıt olarak kullanılacak en yaygın ve en uygun kaynaklar, akademik dergi makaleleri, kitaplar ve tezlerdir. Bununla birlikte, araştırma konusuna bağlı olarak bilimsel raporlar ve bildirilerden de yararlanılabilir. Hem konuyla ilgili temel kaynakların hem de güncel kaynakların alanyazın taramasına dahil edilmesi konunun derinlemesine anlaşıldığını göstermek için önemlidir (Denney ve Tewksbury, 2013). Alanyazın taraması için kullanılabilecek önemli bazı araçlar kullanım amaçlarıyla birlikte aşağıda Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1
Alanyazın Taramasında Yararlanılabilecek Önemli Bazı Araçlar

Araçlar	**Kullanım Amaçları**
Google Scholar	Bilimsel makaleler, tezler, kitaplar ve konferans bildirileri gibi geniş bir yelpazede yayınları indeksleyen bir arama motorudur. Alanyazın taramasında, konu ile ilgili bilimsel çalışmaları bulmak için kullanılır.
Web of Science Search	Bilimsel makaleler, patentler ve konferans bildirileri üzerine yoğunlaşan bir indekstir. Alanyazın taramasında, konuyla ilgili kaliteli ve atıfı yüksek yayınları bulmak için kullanılır.
Scopus Search	Bilimsel makaleler, kitaplar ve konferans bildirileri gibi geniş bir yelpazede yayınları indeksleyen bir arama motorudur. Alanyazın taramasında, konuyla ilgili bilimsel çalışmaları bulmak için kullanılır.
Zotero	Alanyazın taraması sırasında bulunan makaleleri organize etmek, kaydetmek ve atıf yapmayı kolaylaştırmak için kullanılan bir referans yönetim aracıdır.
Research Rabbit	Alanyazın taraması sırasında araştırmacıların bilimsel makaleleri bulmalarına, okumalarına ve organizasyonlarını yapmalarına yardımcı olan bir uygulamadır.
Obsidian	Alanyazın taraması sırasında not almak ve bilgileri organize etmek için kullanılan bir kişisel bilgi yönetim uygulamasıdır.
OneNote	Alanyazın taraması sırasında notlar almak, çizimler yapmak ve düşünceleri organize etmek için kullanılan bir not alma uygulamasıdır.
Roam Research	Alanyazın taraması sırasında notlar almak, fikirleri ilişkilendirmek ve düşünceleri organize etmek için kullanılan bir not alma uygulamasıdır.
Connected Papers	Alanyazın taraması sırasında makaleler arasındaki bağlantıları görselleştirmek için kullanılır. Aranan konuyla alakalı diğer potansiyel çalışmaları bulmaya yardımcı olur.
SciWheel	Bilimsel makaleler ve diğer alanyazın taraması materyallerini bulmak, organize etmek ve atıf yapmayı kolaylaştırmak için kullanılan bir referans yönetim aracıdır.
Crossref	DOI (Digital Object Identifier) sistemini kullanarak makalelere ve diğer çevrimiçi içeriklere erişim sağlar. Ayrıca, alanyazın taramasında, konuyla ilgili bilimsel çalışmaları bulmak için kullanılır.
Mendeley	Bilimsel makaleleri organize etmek ve atıf yapmayı kolaylaştırmak için kullanılan bir referans yönetim aracıdır. Ayrıca, alanyazın taramasında, konuyla ilgili bilimsel çalışmaları bulmak için kullanılır.
Scispace AI	Bilimsel araştırmaları bulmak, okumak ve analiz etmek için kullanılan bir yapay zekâ platformudur. Alanyazın taraması sırasında, konuyla ilgili bilimsel çalışmaları bulmak ve analiz etmek için kullanılır.
Copy AI	Alanyazın taraması sırasında, araştırma konusuyla ilgili içerik oluşturmayı hızlandırmak ve kolaylaştırmak için kullanılan bir yapay zekâ platformudur.

Bu platformların her biri, alanyazın taraması sürecini daha kolay ve verimli hâle getirebilecek birçok özelliğe sahiptir. Uygun olanları seçmek, araştırmanın alanına, kapsamına ve araştırmacının tercihlerine bağlıdır. Örneğin bu çalışmada, Scopus Search, Web of Science Search, Google Scholar ve Obsidian'den yararlanılmıştır.

Son yıllarda, özellikle sağlık, tıp ve doğa bilimlerinde alanyazın taraması sürecini daha hızlı, etkili, tarafsız, güvenilir ve tekrarlanabilir bir şekilde yürütmek amacıyla sistematik alanyazın taraması yönteminden yararlanılmaktadır (Yavuz, 2022). Sistematik alanyazın taraması çalışmaları araştırma sorularını alanyazına dayalı olarak cevaplamaya odaklandığı için bağımsız yayınlar olarak da akademik dergilerde kabul görürler.

Her aşamanın tekrarlanabilir bir biçimde standardize edilmesi amaçlandığı için bu yöntemde yaygın kabul gören modeller takip edilir. Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) sistematik alanyazın taraması çalışmaları için günümüzde en çok kabul gören model olarak öne çıkmaktadır. PRISMA, sistematik sistematik alanyazın taramalarında kanıta dayalı minimum öğe seti sunar (Athikarisamy ve diğerleri 2021).

Alanyazının Raporlanması

Bilimsel araştırmaların nasıl raporlanması gerektiğine ilişkin evrensel kurallar olmasa da raporun türüne (makale bildiri, rapor vb.) ve bilim alanına göre farklılaşan ortak kabullerden bahsetmek mümkündür. Bir araştırma raporunun giriş, alanyazın, araştırma soru ve hipotezleri, yöntem, bulgu, tartışma ve sonuçlarının nasıl yazılması gerektiğine ilişkin çok sayıda çalışmaya ulaşmak mümkündür (Kirkman, 2012; Delvin, Pillay ve Newman, 2014). Ancak bu çalışmalarda alanyazın taramasının daha çok belge tarama sürecinin strateji ve tekniklerine değinildiği, sentezleme süreci olarak raporlamaya ve raporlama stratejilerine daha az yer verildiği görülmektedir (Ridley, 2012). Bu nedenle mevcut çalışmada alanyazının nasıl raporlanması gerektiğine odaklanılmıştır. Bilimsel bir yayında, alanyazının yapılandırma stratejilerini inceleyen çalışmalar bu taramanın kapsamını oluşturmaktadır. Literatürde alanyazının yaygın kabul gören yapılandırma stratejileri; *betimleyici* ve *bütünleştirici makro düzey söylem tarzları* (Khoo, Na ve Jaidka, 2011), *CaRS modeli* (Swales, 1990), *uzaktan-yakına*, *kronolojik* ve *tematik* gövde yapılandırma stratejileridir (Weissberg ve Buker, 1990; Rudestam ve Newton, 2007; Thomas ve Harden, 2008; Ridley, 2013). Bu stratejiler ayrı çalışmalarda farklı bağlamlarda ele alınırken bu çalışmada makro düzeyde yazım tarzları ve gövde yapılandırma stratejileri bir arada incelenmiştir.

Alanyazın taraması raporlanırken, yazının tamamı için (makro yapı) benimsenen iki tarzın olduğu görülmektedir. Khoo, Na ve Jaidka (2011) bu tarzları *betimleyici* ve *bütünleştirici* yazım tarzı olarak adlandırmıştır. Betimleyici yazım tarzı araştırma konusuyla ilgili makaleleri/çalışmaları genel olarak özetler. Her çalışma hakkında katılımcı, yöntem ve sonuç bilgisi sağlar. Bütünleştirici yazım tarzı ise çalışmalar hakkında *daha az ayrıntı* sağlar, bunun yerine çalışmalardan çıkarılan *fikirlere ve sonuçlara* odaklanır. Böylece konuların kritik özetleri sunulur. Bu yazım tarzında daha karmaşık bir konu ve alt konu yapısı vardır. Araştırmacının *eleştirel dili* daha baskındır. Jaidka, Khoo ve Na (2011) tarafından yapılan başka bir araştırmada, incelenen makalelerde atıfların en fazla özet, giriş ve sonuç bölümlerine yapıldığı belirlenmiştir. Betimleyici tarzda yazılan literatür taramalarında en fazla özet kısmına atıf verildiği, kopyala-yapıştır yapıldığı, ifadelerin değiştirilerek kullanıldığı belirlenmiştir. Bütünleştirici tarzda yazılan alanyazın taramalarında ise bunun aksine sentezlerin ve üst düzey anlamsal dönüşümlerin olduğu görülmüştür. Bu bilgilere dayalı olarak alanyazın taraması raporlarken bütünleştirici bir yazım tarzını benimsemenin daha doğru olduğu söylenebilir.

Yazım tarzının dışında, alanyazın bölümü giriş, gövde ve sonuç olmak üzere üç bileşenden oluşur. Cooper'a (1988) göre giriş araştırma konusu ve araştırma problemlerini içerirken sonuç araştırmacının kendi çalışmasını haklı çıkarmak için literatürdeki kusurları ve boşlukları belirten eleştiri içerir. Burada *haklı çıkarmak*tan kasıt gerçekleştirilen araştırmayı alanyazındaki güvenilir kaynaklar üzerinde *temellendirmek* ve *gerekçelendirmek*tir. Swales'in (1990) CaRS (Create a Research Space) olarak bilinen *tür analizi* (genre analysis) modeli de alanyazının raporlanmasında analitik bir araç olarak kullanılmıştır. Bu modele göre de alanyazın üç temel adım ve birçok alt adımdan oluşturulabilir. Bu üç adım; *zemin oluşturmak*, *niş bir konuyu tanımlamak* ve *niş konuyu gerekçelendirmek*tir. Bu yaklaşım alanyazının şematik olarak yapılandırılmasında kullanılabilir (Motlagh ve Pourchangi, 2019). Hem Cooper (1988) hem de Swales (1990) alanyazın bölümünün mantıksal üç aşamasında hemfikirdir. Ancak Swales'ın (1990) tür analizi modeli doğrudan alanyazın için değil bilimsel araştırmaların genel yapısını şematize etmek için ortaya çıkmış bir modeldir.

Alanyazın bölümünün en kapsamlı kısmı gövdedir. İyi bir gövde metni yazmak için de doğru yapılandırma stratejisini izlemek gerekir. Gövdenin yapılandırma stratejilerine ilişkin farklı sınıflandırmalar bulunsa da bu sınıflandırmaların birçoğunda ortak olan stratejiler bulunmaktadır. Cooper (1988) gövde yapılandırmasında izlenebilecek stratejileri; *kronolojik, tematik* ve *metodolojik* olmak üzere üçe ayırır. Sonraki sınıflandırmalardan farklı olarak metodolojik strateji ulaşılan çalışmaları yöntemlerine göre gruplandırmaya gider. Weissberg ve Buker (1990) de alanyazının gövdesi için üç yapılandırma strateji önerir. Bunlar; *uzaktan-yakına, kronolojik* ve *tematik yapılandırma* stratejileridir. Uzaktan-yakına stratejisi araştırma konusuyla en az ilgili olan çalışmalarla başlayıp en fazla ilgili olan çalışmalarla sonlandırmayı önerir. Bu strateji ile ilgili olarak, Rudestam ve Newton (2007) araştırma konusuyla daha az ilgili olan çalışmaları genel hatlarıyla özetlemeyi daha fazla ilgili olanları ise daha detaylı sentezlemeyi önerir. Ridley (2013) ise bu stratejide *uzağı kuramsal* çerçeve sunan araştırmalar, *yakını* ise *ampirik* çalışmalarla eşleştirir. Dolayısıyla, önce araştırma konusuna kavramsal çerçeve oluşturan literatür yazılır ardından araştırma konusuyla doğrudan ilgili ampirik çalışmalar sunulur. Kronoloji stratejisi basit bir şekilde yayın tarihlerine göre bir sıralama önerir. Ele alınan tüm sınıflandırmalarda yer alan tematik sentez stratejisi en yaygın kullanılan ve en fazla önerilen gövde yapılandırma stratejisi olarak kabul edilmektedir.

Tematik sentez stratejisi, önce incelenen alanyazındaki benzerlik ve farklılıkların karşılaştırılmasına dayalı kalıpları ve kavramları tanımlar, ardından sentezlemelerle temalara ulaşmayı amaçlar. Bu strateji tematik içerik analizinde olduğu gibi bütünün içinde gizli yapıları bulmak için analitik bir çerçeve sunar. Boyatzis (1998) tematik sentezin aşamalarını; ham veri işleme, teori veya veriye dayalı olarak karşılaştırma, puanlama, ölçekleme ve kümeleme şeklinde sıralar. Daha yaygın kabul gören diğer bir yaklaşımda ise Thomas ve Harden (2008) tematik sentez stratejisinde izlenen üç temel adımı; (1) *serbest kodların satır satır yazılması*, (2) *betimleyici temalar geliştirmek için kodların düzenlenmesi* ve (3) *sentezlemeler sonucunda bütünleştirici temaların oluşturulması* şeklinde sıralar. Bu yapıda ortak noktalara temas eden çalışmalar eleştirel bir bakış açısıyla sentezlenir ve birlikte sunulur. Böylece, alanyazın taraması tematik bir ilerleme içinde raporlanır. Bu stratejiye son yıllarda sistematik alanyazın taramalarında sıklıkla başvurulmaktadır. Tematik sentez stratejisi sosyal bilimler dışında sağlık (Attride-Stirling, 2001), psikoloji (Braun ve Clarke, 2006) ve mühendislik (Cruzes ve Dyba, 2011) gibi birçok alanlarında kullanılmaktadır. Ancak analiz süreci disipline göre bazı farklılıklar gösterebilir. Aşağıda Tablo 2'de bu farklılıklara yer verilmiştir.

Tablo 2
Disipline Göre Tematik Sentez Stratejisi Aşamaları

Disiplin	Sosyal Bilimler (Boyatzis, 1998; Thomas ve Harden, 2008)	Sağlık (Attride-Stirling, 2001)	Psikoloji (Braun ve Clarke, 2006)
Veri	- Ham veri - Birincil veri	- Ham veri	- Ham veri
Kod	- Teori veya veriye dayalı karşılaştırma - Satır satır kodlama	- Teorik kodlama çerçevesinin kullanma	- Teori veya veriye dayalı karşılaştırma
Tema	- Sürekli karşılaştırma, puanlama, ölçekleme ve kümeleme - Eksen/Aksiyal kodlama	- Tematik haritaların kullanımı	- Tematik haritaların kullanımı

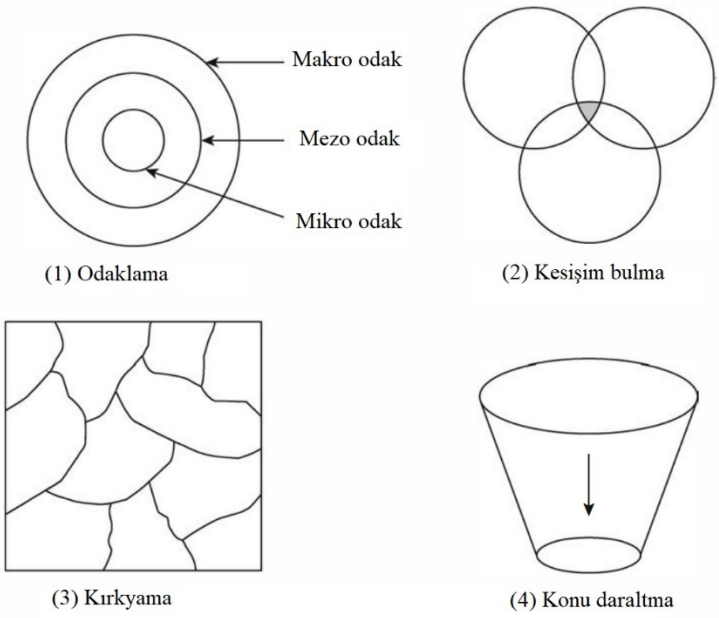
Tabloda geçen *aksiyal kodlama*, *açık kodlamada* ulaşılan kategoriler ve kümeler arasındaki ilişkilere odaklanan kodlamadır. Açık kodlama, toplanan veriye ilişkin ilk kodlamayı ve yatay kodlamayı ifade ederken (Neuman, 2008), aksiyal kodlama ikinci kodlamayı ve dikey kodlamayı (kategoriler arası) ifade eder (Punch, 2005). Aksiyal kodlamada temalar, alt temalar, kategoriler veya kümeler arasındaki hipotetik ilişkiler incelenir. Açık kodlama hem betimsel içerik analizi hem de tematik içerik analizinde başvurulan bir teknik iken aksiyal kodlama daha çok tematik içerik analizinde yararlanılan bir tekniktir.

İlgili alanyazının raporlanması stratejilerine yönelik bütüncül bir bakış açısı sunan ve raporlama sürecini somut örneklerle gösteren yeterli çalışma bulunmamaktadır. Alanyazındaki bu boşluk Türkçe literatürde daha da belirgindir. Var olan çalışmaların ise nitel araştırma yöntemleri, olgubilim araştırmaları, gömülü kuram çalışmaları, veri analizi teknikleri gibi farklı alanlardan etkilendikleri görülmektedir. Bu da alanyazının güçlü bir şekilde raporlanmasına yönelik bilimsel pratiklerin bir araya getirilmesini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, alanyazının taramasının stratejik yapılanması yeni araştırmacılar için karmaşık görünmektedir. Alanyazının raporlanmasına ilişkin yapılacak örnek metin çözümlemeleri araştırmacılara bu karmaşık süreçle başa çıkmada yol gösterebilir. Bu da bilimsel araştırmaların daha doğru raporlanmasını sağlayabilir.

Örnek Metin Çözümlemesi

Bu çalışmada metin çözümleme yönteminden yararlanılmıştır. Metin çözümleme yöntemi incelenen metnin derinlemesine incelenmesini, tanımlanmasını ve yorumlanmasını amaçlar (Frey, Botan ve Kreps, 1999). Bu yöntemle metnin mantıksal yapısı ve yazınsal bütünün mantıksal gelişimi çözümlenebilir (Bölükbaş, 2010). Bu çalışmada da seçilen bir metnin mantıksal yapısını ve gelişimini ortaya koymak için metin çözümlemesinden yararlanılmıştır. Metin çözümlemesi için seçilen metin ise yine bu çalışmanın "Alanyazının Raporlanması" başlıklı alanyazın bölümüdür. Böylece bilimsel araştırmalarda alanyazın bölümlerinin raporlanmasına ilişkin hem ilgili stratejilere yer verilmiş hem de pratik olarak alanyazının raporlanmasına ilişkin örnek bir metin sunulmuştur.

Metin çözümlemesi yapılan alanyazın bölümünde Weissberg ve Buker (1990) ile Ridley'in (2013) uzaktan-yakına gövde yapılandırma stratejisinden ve Thomas ve Harden'in (2008) tematik sentez stratejisinden yararlanılmıştır. Bu yazım stratejilerinin dışında Wellington vd. (2005) tarafından sunulan alanyazının dört temel örgütsel yapısından yararlanılmıştır. Bu yapılar aşağıda Şekil 2'de verilmiştir.



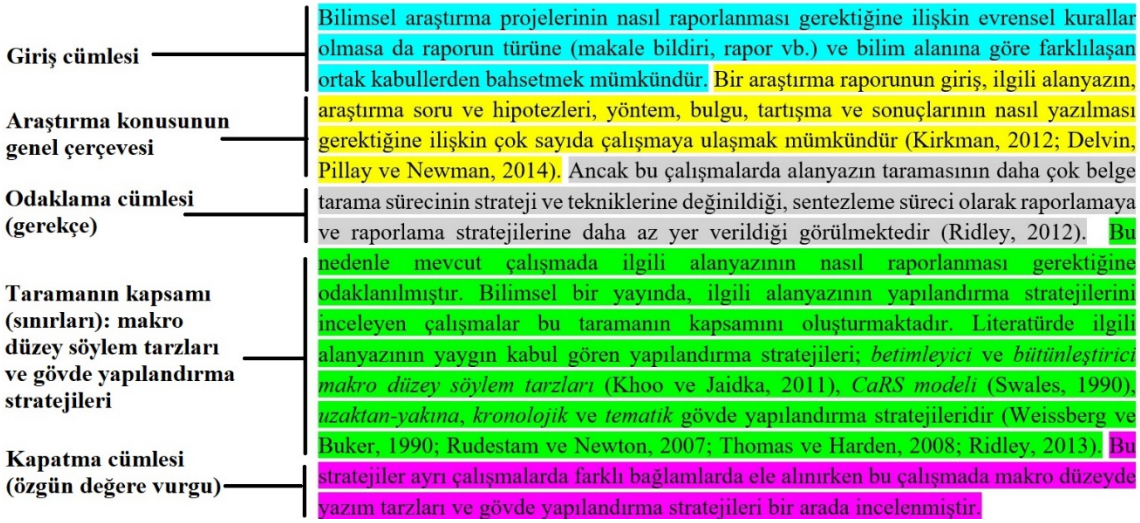
Şekil 2. Alanyazın Taramasının Örgütsel Yapıları (Wellington vd. 2005, s. 82)

Odaklama yapısında alanyazının makro görünümden mikro detaylara doğru detaylandırılmasını temsil eder. *Konu daraltmada* ise araştırma konusuyla ilgili diğer konulardan filtrelenmiş özel araştırma konusuna ulaşmayı temsil eder. Hem odaklama hem de konu daraltma yapıları *uzaktan-yakına stratejisi* ile örtüşen yapılardır. *Kesişim bulma* ilgili çalışmaların ortak bulgularını, yöntemlerini ve sonuçlarını belirlemeyi temsil ederken *kırkyama* yapısı bu kesişimlerin bir araya getirilmesini (yamanmasını) temsil eder. Bu iki yapı ise tematik sentez stratejisi ile örtüşen yapılardır.

Bu çalışmada herhangi bir katılımcı grubundan veri toplanmamıştır. Bu nedenle, makale etik kurul izni gerektiren çalışmalardan biri değildir.

Bulgular

Bu çalışmanın alanyazın metni bütüncül olarak ele alınmış ve adım adım metin çözümlemesine tabi tutulmuştur. Alanyazın taraması raporlanırken bütünleştirici yazım tarzından yararlanılarak ana fikirlere odaklanılmıştır. Bunu yaparken de pasif bir yazın dilden ziyade eleştirel bir dilin öne çıkmasına özen gösterilmiştir. Alanyazın taramasının giriş paragrafının metin çözümlemesi aşağıda Şekil 3'te verilmiştir.



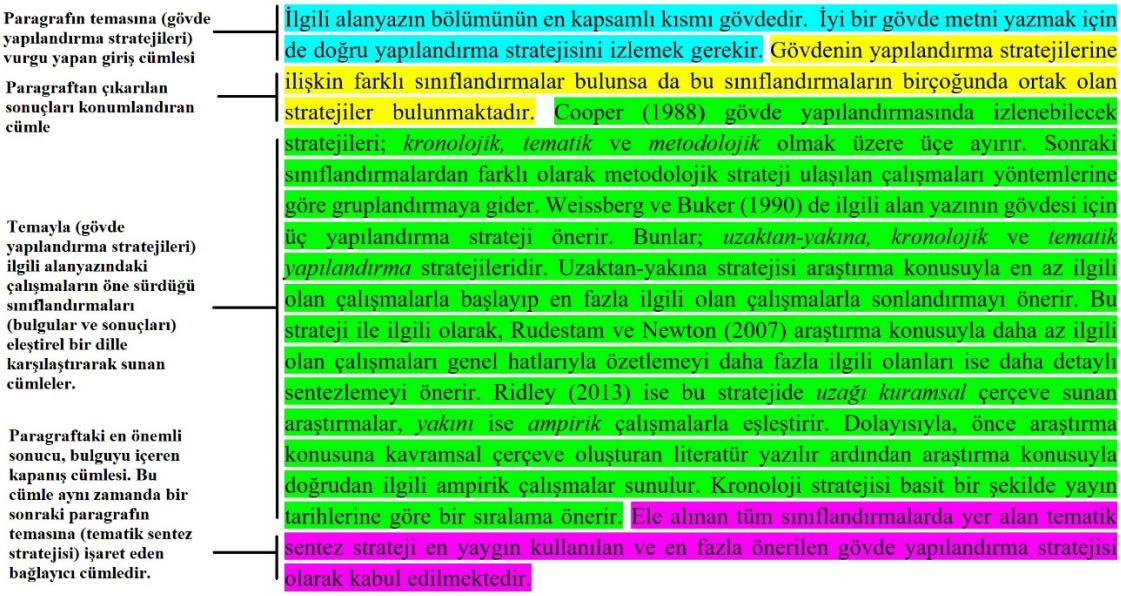
Şekil 3. Alanyazın Taraması Bölümünün Giriş Paragrafı

Metin çözümlemesine ilişkin kodlar ve açıklamalar yana çıkma olarak verilmiştir. Yana çıkmalarda da görüleceği gibi alanyazın bölümünün giriş paragrafında giriş ve kapatma cümlesi dışında konu daraltma ve odaklama cümlelerinden yararlanılmıştır. Bu paragrafın en önemli cümleleri ise yürütülen taramanın kapsamını ortaya koyan cümlelerdir. Bu cümlelerde yürütülen taramanın sınırları açık bir biçimde çizilmelidir. Böylece alanyazın taraması bölümünde nelerin ele alındığı daha başta haber verilmiştir.

Alanyazın taramasının girişi yazılırken dikkat edilmesi gereken başka bir nokta bu bölümün giriş bölümüyle karıştırılmamasıdır. Giriş bölümünün asıl amacı araştırmanın genel bir resmini sunmak iken alanyazın bölümünün amacı bu araştırmanın değerini doğrulamak ve literatürdekilerden nasıl farklı olduğunu göstermektir (Creswell, 2003).

Gövde, alanyazın bölümünün en kapsamlı ve karmaşık kısmını oluşturur. İncelenen örnekte gövde metninin gidişatı uzaktan-yakına stratejisinden yararlanılarak yapılandırılmıştır. *Böylece, önce makro düzey söylem tarzları ile başlanmış, gövde bileşenleri ile devam edilmiş, ardından gövde yapılandırma stratejileri karşılaştırılmış, en etkili gövde yapılandırma stratejisi olarak öne çıkan tematik sentez stratejisi detaylandırılmış*

ve stratejinin olmazsa olmaz tekniği olan aksiyal kodlamaya kadar inilmiştir. Bu yapıda tematik sentez stratejisinden de yararlanılmıştır. "Makro düzey söylem tarzı", "gövde bileşenleri", "gövde yapılandırma stratejileri" bu literatür taramasında oluşturulan temalardır. Gövde yapılandırma stratejileri temasına ait paragrafın metin çözümlemesi aşağıda Şekil 4'te verilmiştir.

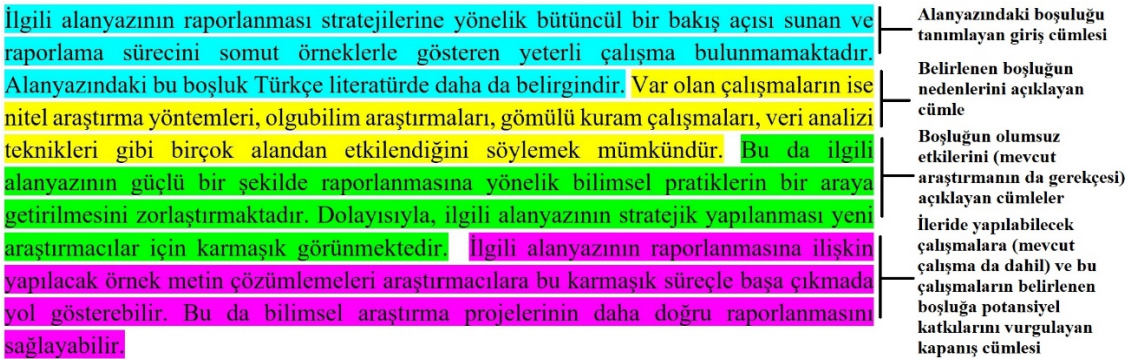


Şekil 4. Alanyazın Taraması Gövde Paragrafı Örneği

Paragrafın ne ile ilgili olduğunu en başta belirtmek okuyucunun kaybolmasını engellerken ana sonuçların başta konumlandırılması devamında yapılan eleştirel karşılaştırmalarda okuyucuya yol gösterir. Araştırmacının eleştirel dili alanyazının daha detaylı irdelenmesini, yeni bakış açılarının oluşmasını ve hatta araştırmanın temel varsayımlarının yeniden sorgulanmasını ve gözden geçirilmesini sağlayabilir. Paragraf sonunda en önemli sonucun sentezlenmesi okuyucuyu araştırma odağına geri getirir. Ayrıca paragrafların kapanış cümleleri sonraki paragraf için de referans sağlayarak geçiş bağını güçlendirebilir. Şekil 4'teki örnekte bir sonraki paragrafın tematik sentez stratejisi ile ilgili olacağını tahmin etmek zor değildir.

Gövde yapılandırma süreçlerinde araştırmanın yapısına göre farklı tekniklerden de yararlanılabilir. Bu tekniklerden bir tanesi de tablo oluşturmaktır. Uzun cümlelerle yapılacak çoklu karşılaştırmalar yerine Tablo 1'de olduğu gibi tablolardan yararlanmak okuyucunun detaylarda boğulmadan süreci takip etmesini kolaylaştıracaktır. Alanyazın taramaları doğal olarak uzun metinlerdir. Bu uzun metinleri kolay okunabilir kılmak için kısa cümlelerden ve noktalama işaretlerinden etkili bir şekilde yararlanmak gerekir (Ridley, 2013).

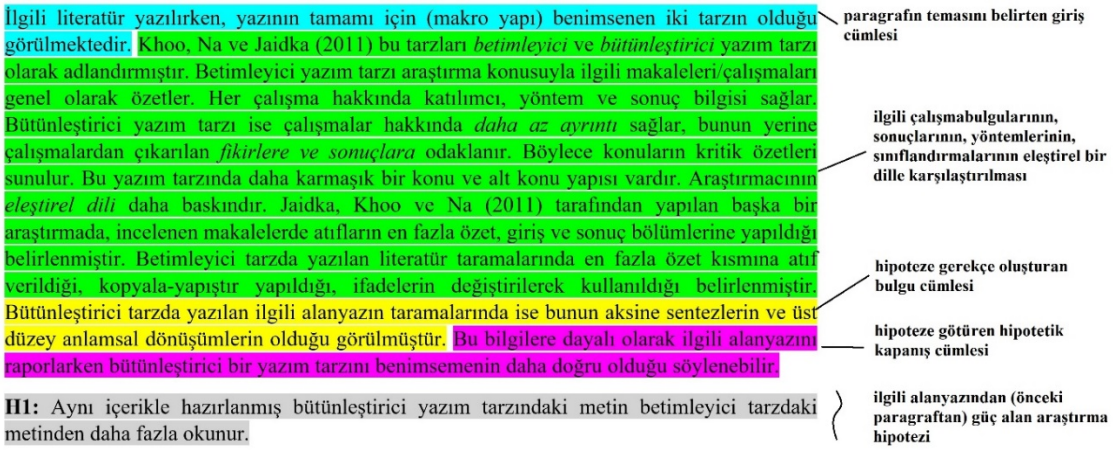
Alanyazın taraması bölümünün son parçası sonuç paragrafıdır. Bu paragrafta incelenen ilgili çalışmaların bir toplam sentezi yapılarak alanyazındaki boşluk tanımlanır. Belirlenen *bu boşluğu doldurmanın neden önemli olduğunu* açıkça ortaya koymak yürütülen araştırmayı da haklı çıkarmak/gerekçelendirmek için kritik öneme sahiptir. Alanyazın taraması bölümünün sonuç paragrafına ait metin çözümlemesi aşağıda Şekil 5'te verilmiştir.



Şekil 5. Alanyazın Taraması Bölümü Sonuç Paragrafının Metin Çözümlemesi

Alanyazın taramasının sonucunda yürütülen araştırmaya referans verecek bir kapanış cümlesi hem bölümün kapanışına hem de yürütülen araştırmaya mantıksal geçişi sağlayacaktır. Kapanışın son cümlelerinde yürütülen araştırmanın potansiyel katkılarına vurgu yapılarak araştırmanın önemi güçlendirilebilir.

Bu çalışmada sunulan yapı tüm alanlar ve araştırma konuları için aynı olmak zorunda değildir. Her bilim alanında olduğu gibi her araştırma konusunun da kendi özgü yapısı olabilir. Önemli olan araştırma konusuna en uygun yapılandırma stratejilerini belirlemek ve uygulamaktır. Bu noktada, sosyal bilimler araştırmalarında yararlanılabilecek iki farklı yapıdan bahsetmek mümkündür. Bunlardan ilki alanyazın bölümünü alt başlıklara bölmektir. Bu yapıda araştırmacının belirlediği tema ve kategoriler konu başlığı olarak belirlenebilir. Örneğin bu çalışmada "Gövde Yapılandırma Stratejileri" veya "Kodlama Stratejileri" alanyazında birer alt başlık olarak verilebilirdi. Basit olarak, temalara (özellikle teori veya kuram olduklarında) ilişkin alanyazın birden fazla paragraf gerektiriyorsa alt başlıklara gidilmesi önerilir. Yararlanılabilecek ikinci yapı ise alanyazının içine araştırma sorularını ve/veya araştırma hipotezlerini entegre etmektir. Aşağıda Şekil 6'da bu duruma örnek verilmiştir.



Şekil 6. Alanyazına Araştırma Hipotezinin Entegre Edilmesi

Araştırma sorusu ve/veya hipotezine gerekçe oluşturan alanyazından hemen sonra verilmesi araştırma raporunun gidişatında bir bütünlük sağlar. Çünkü araştırma sorusu ve/veya hipotezi araştırmanın en can alıcı anahtarı görevini görür. Bu anahtar ifadelerin alanyazındaki dayanaklarıyla birlikte sunulması alanyazından izole bir şekilde, farklı bir alt başlıkta sunulmasından daha yararlı olabilir.

Sonuç

Bu çalışmada alanyazının raporlanmasına ilişkin stratejiler ele alınmıştır. Çalışmada yer verilen incelemelere dayanarak alanyazının raporlanmasına ilişkin önemli bazı sonuçlara ulaşmak mümkündür. Öncelikle alanyazın taraması yürütmenin 7 temel amacının olduğu, bu amaçları akılda tutarak taramanın yürütülmesi gerektiğini söylenebilir (Ridley, 2013). Raporlama sürecinde makro yapı için betimleyici bir yazım tarzından ziyade bütünleştirici bir yazım tarzının benimsenmesi okunabilirliği ve anlaşılabilirliği güçlendirecektir (Khoo, Na ve Jaidka, 2011).

Alanyazın taraması metni giriş, gövde ve sonuç olmak üzere üç bileşenden oluşur (Cooper, 1988). Niş bir araştırma konusunun yapılandırılmasında Swales'in (1990) CaRS modelinden yararlanılabilir. Literatür taramasında ilgili araştırmaların pasif bir şekilde özetlenmemesi gerektiği, bunun yerine ilgili araştırmaların bağlamları, yöntemleri ve bulguları açısından karşılaştırılarak ve sentezlenerek sunulması gerektiği sonucuna varılmıştır. Bunu yaparken de eleştirel bir dilin kullanılması gerektiği açıktır. Bu sayede incelenen kaynaklardan ulaşılan sentezler araştırmanın argümanları ile birleştirilebilecektir.

Alanyazın taramasında gövde yapılandırması ile ilgili farklı sınıflandırmalar bulunsa da uzaktan-yakına ve tematik sentez stratejileri ortak kabul gören stratejiler olarak öne çıkmaktadır (Cooper, 1988; Weissberg ve Buker, 1990; Rudestam ve Newton, 2007; Ridley, 2013). Uzaktan-yakına stratejisi Wellington vd. (2005) odaklanma ve konu daraltma örgütsel kalıpları ile örtüşürken tematik sentez stratejisi kesişim bulma ve kırkyama yapılarıyla örtüşür. Yapısı gereği tematik sentez stratejisinin açık kodlamanın yanında aksiyal bir kodlama gerektirdiği söylenebilir. Son olarak alanyazının nasıl raporlanabileceğine ilişkin stratejiler çalışmanın kendi alanyazın bölümü üzerinde, metin çözümlemeleriyle örneklendirilmiştir. Böylece araştırmacıların somut bir örnek üzerinden süreci anlamlandırmaları amaçlanmıştır.

Sınırlılıklar ve Öneriler

Alanyazın taraması, bir bütün olarak araştırmanın problem durumu etrafında şekillenmelidir. Yürütülen araştırmanın teorik dayanağı, yöntemi ve değişkenleri ile doğrudan ilgili olan kaynaklar seçilmeli ve eleştirel bir dille sentezlenmelidir. Swales ve Feak (2004) alanyazının raporlanmasında bir mimari oluşturmanın araştırmacıya kendi argümanları doğrultusunda ilerleme fırsatı verdiğini vurgular. Ancak bu araştırmacının kendi *argümanlarını yazıp yazdıklarına literatürden atıf vermek* anlamına gelmez. Argümanların her birine ilişkin ilgili çalışmaların yaklaşımı net bir şekilde ortaya konmalıdır.

Alanyazın taramasını raporlarken bilim etiği ilkelerine uymak son derece önemlidir. Çünkü, bilimsel yayınlarda etik ihlallerin en sık görüldüğü bölümler alanyazın taramasının raporlandığı yerlerdir. Alanyazını raporlarken dikkat edilmesi gereken en önemli etik hususlar aşağıda sıralanmıştır.

- Başka bir kaynakta geçen ifade değiştirilerek yazılsa da o kaynağa atıf verilmelidir.
- Başka bir kaynaktaki fikir farklı cümlelerle de yazılsa hâla ilgili kaynağa aittir.
- Doğrudan alıntılar tırnak içinde ve sayfa numarasıyla birlikte verilmelidir.
- Tek bir cümle için bile birden fazla kaynağa atıf verebilir. Çünkü bir cümle birden fazla kaynaktan yararlanılarak oluşturulabilir.
- Yazarın kendi fikrini desteklemek için zorlama, üstünkörü referans vermesi hem atıf yapılan kaynak için hem de yazılan çalışma için etik problem yaratabilir.
- Bir kaynak yeterince incelenmeden bu kaynağa atıf verilmemelidir. Alanyazına eklenecek makalenin mutlaka baştan sona gözden geçirilmesi ve özellikle bulgularının iyi anlaşılması gerekir.

Bu çalışma, alanyazının raporlanmasına yönelik betimleyici ve bütünleştirici makro düzey söylem tarzları, CaRS modeli, uzaktan-yakına, kronolojik ve tematik gövde yapılandırma stratejileri ile dört temel örgütsel yapı olan odaklama, konu daraltmada, kesişim bulma ve kırkyama ile sınırlıdır. Alanyazının raporlanmasına ilişkin farklı stratejiler olabileceği gibi yenileri de geliştirilebilir. Çalışma ayrıca metin çözümlemesi yöntemi ve bu amaçla yazılan örnek alanyazın bölümü ile sınırlıdır. Farklı alanlardan veya yayın türlerinden seçilecek alanyazın raporlama örneklerini karşılaştıran çalışmalar yapılabileceği gibi metin çözümlemesi dışında farklı içerik analizi teknikleri kullanan çalışmalar da yürütülebilir.

Kaynakça

Athikarisamy, S. ve Patole, S. (2021). Reporting of Meta-Analysis (PRISMA). In *Principles and Practice of Systematic Reviews and Meta-Analysis* (pp. 111-123). Springer, Cham.

Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: an analytical tool for qualitative research. *Qualitative Research*, *1*(3), 385-405. https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/146879410100100307

Baker, M. J. (2000). Writing a literature review. *The Marketing Review*, *1*(2), 219-247. https://doi.org/10.1362/1469347002529189

Braun, V. ve Clarke, V., (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, *3*(2), 77-101. https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming qualitative information: thematic analysis and code development*. London: Sage.

Bölükbaş, F. (2010). Metindilbilimsel çözümleme: Muzaffer İzgü'nün Yedi Uyurlar öyküsü. *Folklor/edebiyat*, *16*(63), 99-116. https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=534960

Cooper, H. (1988). Organizing knowledge syntheses: A taxonomy of literature reviews. *Knowledge in Society*, *1*, 104. https://doi.org/10.1007/BF03177550

Cruzes, D. S. ve Dyba, T. (2011, September). Recommended steps for thematic synthesis in software engineering. In *2011 international symposium on empirical software engineering and measurement* (pp. 275-284). https://10.1109/ESEM.2011.36

Delvin, E., Pillay, T. S. ve Newman, A. (2014). How to write a scientific paper: practical guidelines. *EJIFCC*, *25*(3), 259. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4975199/pdf/ejifcc-25-259.pdf

Denney, A. S. ve Tewksbury, R. (2013). How to write a literature review. *Journal of Criminal Justice Education*, *24*(2), 218-234. https://doi.org/10.1080/10511253.2012.730617

Frey, L., Botan, C. ve Kreps, G. (1999). *Investigating communication: An introduction to research methods*. (2nd ed.) Boston: Allyn & Bacon.

Jaidka, K. J., Khoo, C. K. ve Na, J. C. N. (2011). Literature review writing: a study of information selection from cited papers. Proceedings of the *Asia-Pacific Conference on Library & Information Education & Practice* 2011 (A-LIEP2011), 22-24 June 2011, Putrajaya, Malaysia. https://ir.uitm.edu.my/id/eprint/3522/

Kirkman, J. (2012). *Good style: writing for science and technology*. London: Routledge.

Khoo, C. S. G., Na, J. ve Jaidka, K. (2011). Analysis of the macro-level discourse structure of literature reviews. *Online Information Review*, *35*(2), 255-271. https://doi.org/10.1108/14684521111128032

Lambert, V. A. ve Lambert, C. E. (2010). Conducting a scholarly literature review. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, *14*(2), 101-111. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/PRIJNR/article/view/6296

Motlagh, H.S. ve Pourchangi, A.K. (2019). Schematic structure of literature review in research articles: A cross-disciplinary investigation. *Journal of New Advances in English Language Teaching and Applied Linguistics*, *1*(1), 67-87. http://www.jeltal.ir/article_85029_4a25a4da8d3b4f528a2a840e4f8faf92.pdf

Murray, R. (2011). *How to write a thesis* (3rd ed). Buckingham: Open University Press.

Neuman, W. L. (2008). *Toplumsal araştırma yöntemleri: Nitel ve nicel yaklaşımlar* Cilt 2. (Ö. Sedef, Çev.) İstanbul: Yayın odası.

Okoli, C. ve Schabram, K. (2010). A guide to conducting a systematic literature review of information systems research. *Sprouts: Working Papers on Information Systems, 10*(26), 1-49. Erişim adresi: http://sprouts.aisnet.org/10-26

Punch, K. F. (2005). *Sosyal araştırmalara giriş nitel ve nicel yaklaşımlar* (D. Bayrak, H. B. Arslan, & Z. Akyüz, Çev.). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Ridley, D. (2013). *Writing the literature review: A step-by-step guide for students*. London: Sage Publications.

Rudestam, K. E. ve Newton, R. R. (2007). *Surviving your dissertation: A comprehensive guide to content and process* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Inc.

Swales, J. M. (1990). *Genre analysis: English in academic and research settings*. Cambridge: Cambridge University Press.

Swales, J. M. ve Feak, C. B. (2004). *Academic writing for graduate students: Essential tasks and skills* (2nd ed.). Ann Arbor: The University of Michigan Press.

Thomas, J. ve Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, *8*(1), 1-10. https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45

Weissberg, R. ve Buker, S. (1990) *Writing up research: Experimental research report writing for students of english*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Wellington, J., Bathmaker, A., Hunt, C., McCulloch, G. ve Sikes, P. (2005). *Succeeding with your doctorate*. London: Sage Publications.

Yavuz, N. (2022). Sosyal bilimlerde sistematik literatür analizi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 347-360. https://doi.org/10.30794/pausbed.1134606

Extended Abstract

Purpose

When examining published theses, articles and presentations, it is possible to see that the literature review section is reported in a disconnected and even unrelated manner. Research also shows that the references given are mostly based on abstracts (Jaidka, Khoo and Na 2011), indicating that researchers do not read the studies they reference enough, mostly only reading only the abstracts. A researcher with limited experience in conducting and reporting a literature review will not know where to begin. The problem is that there are not enough publications that offer strategies for reporting the literature based on real examples. The main aim of this study was therefore to provide strategies for reporting the literature in scientific research and to illustrate these strategies by means of text analyses based on a real example. In this way, it aims to provide a clear perspective for researchers in the processes of selecting appropriate strategies for reporting the literature and writing according to the selected strategy.

Design and Methodology

The text analysis method is used in this study. With this method, the logical structure and logical development of the text can be analyzed. In this study, text analysis is used to reveal the logical structure and development of a selected text, which is the literature review section of this study. This way, not only is the relevant literature knowledge included in the study, but a practical text is also presented as an example of how to report the literature in scientific research. The literature review section of the example used text analysis in this study utilized the distant to close body structuring strategy of Weissberg and Buker (1990) and Ridley (2013), and the thematic synthesis strategy of Thomas and Harden (2008). In addition to these writing strategies, this study also benefited from the four basic organizational structures of the literature presented by Wellington and others (2005), which are zooming, finding intersections, patch working and funneling methods.

Findings

In the introduction paragraph of the literature review section, besides the opening and closing sentences, the topic narrowing and focusing sentences have been utilized. The most important sentences in this paragraph are the ones that outline the scope of the review carried out. In these sentences, the boundaries of the review should be clearly defined. Thus, the reader is informed at the beginning what is being covered in the literature review section of the study. Another point to be taken into account while writing the introduction of the relevant literature review is not to confuse it with the introduction of the study. The main purpose of the introduction section is to provide a general picture of the research, while the purpose of the relevant literature review section is to validate the value of the research and to show how it differs from the existing literature (Creswell, 2003). The body constitutes the most comprehensive and complex part of the relevant literature review section. In the text being studied, the structure of the body text is arranged using the far-to-near strategy. In this way, the macro-level discourse styles were started, followed by the body components, then the body

structuring strategies were compared, the thematic synthesis strategy, which emerged as the most effective body structuring strategy, was detailed, and finally, up to axial coding, which is the essential technique of the strategy. Indicating what the paragraph is about at the beginning prevents the reader from getting lost, while positioning the main results at the beginning guides the reader in the critical comparisons made in the following. The researcher's critical language can enable the more detailed examination of the relevant literature, the formation of new perspectives, and even the reexamination and revision of the basic assumptions of the research. Synthesizing the most important result at the end of the paragraph brings the reader back to the focus of the research. Additionally, the closing sentences of the paragraphs can strengthen the transitional link by providing a reference for the next paragraph. The last part of the relevant literature review section is the conclusion paragraph. In this paragraph, a total synthesis of the relevant studies is made and the gap in the literature is defined. Clearly indicating *why filling this gap is important* is critically significant in order to justify and support the research carried out.

Research Limitations

This research is limited to the literature review section of scientific research reports, literature review structuring strategies, and content analyses of sample texts.

Implications

The literature review section of a scientific paper should be shaped as a whole around the problem situation of the research. Sources directly related to the theoretical basis, method, and variables of the conducted research should be selected and synthesized critically in a language. Swales and Feak (2000) emphasize that creating an architecture for reporting relevant literature provides the researcher with an opportunity to move forward in line with their own arguments. However, this does not mean that the researcher writes their own arguments and references the literature. The approach of the relevant studies for each argument must be clearly stated. It is extremely important to comply with the principles of scientific ethics when reporting the literature review. Because the most common places for ethical violations in scientific publications are the places where relevant literature is reported. The most important ethical matters to be taken into account when reporting the relevant literature are listed below.

- Even if an expression from another source is written in a changed form, a reference to that source must be given.
- Even if the idea in another source is written with different sentences, it still belongs to the relevant source.
- Direct quotes should be given within quotes and along with the page number.
- You can reference more than one source for a single sentence.
- Forced, unrelated referencing to support the author's own opinion can create ethical problems both for the source referenced and the written work.

A source should not be referenced without sufficient examination. The article to be added to the literature review must be thoroughly reviewed from beginning to end, especially the findings must be well understood.

Originality/Value

The literature lacks sufficient studies that provide a comprehensive perspective on reporting strategies for the literature and that illustrate the reporting process with concrete examples. This gap is particularly pronounced in the Turkish literature. It can be said that existing studies are influenced by many fields, such as qualitative research methods, case study research, grounded theory studies, and data analysis techniques, making it

difficult to bring together scientific practices for a strong reporting of the relevant field. Furthermore, this multi-faceted process appears complicated for new researchers. Example text analysis carried out for the reporting of the relevant field can guide researchers in navigating this complex process and enhance the strength of reporting in scientific research.

Araştırmacı Katkısı: Mehmet FIRAT (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Göç ve Sosyal Kaynaşma: Türkiye'ye Göç Eden Ahıska Türkleri Üzerinde Yapısal Eşitlik Modeli ile Bir Alan Çalışması [1] [2]

Burcu KAYA [3] - Şerafettin KELEŞ [4]

Başvuru Tarihi: 17.02.2023 **Kabul Tarihi:** 04.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Sosyal kaynaşma, bir yerleşimde birlikte yaşayan toplulukları ortak değerler çerçevesinde yapılandırmayı, servet ve gelirdeki eşitsizlikleri azaltmayı ve genel olarak insanların ortak bir girişimde bulunma, ortak zorluklarla mücadele etme ve içinde yer aldıkları topluluğun bir parçası oldukları hissine sahip olma davranış ve duygularını ifade eder. Ülkelerin sosyal barış ve refahı için sosyal kaynaşma önem arz etmektedir. Bu çalışma, göçmenlerin ve dezavantajlı grupların yoğun olarak bulunduğu Türkiye'de sosyal kaynaşma sorununa bilimsel bir çözüm önerisi geliştirmeyi amaç edinmiştir. Çalışmada, göçmen bireylerin sosyal kaynaşma düzeyleri ve sosyal kaynaşmada sosyal sermaye, pozitif psikolojik sermaye, sosyal umut ve ekonomik beklenti arasındaki ilişki hipotetik bir model oluşturularak analiz edilmiştir. Ampirik analizlerde Yapısal Eşitlik Modeli metodu kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli sonucu: Sosyal Kaynaşma ile Pozitif Psikolojik Sermaye, Ekonomik Beklenti, Umut ve Sosyal Sermaye arasında çok yüksek oranda pozitif yönlü ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, Ukrayna'dan Türkiye'ye zorunlu göç eden Ahıska Türklerinin bölge halkıyla yüksek düzeyde kaynaşma içerisinde olduğu görülmüştür. Çalışma, Üzümlü İlçesi'ne yerleşmiş Ahıska Türküyle yürütülmüştür ve sosyal kaynaşma kapsamında, bölgesel veya ulusal düzeyde araştırmalar için bir perspektif sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Kaynaşma, Sosyal Sermaye, Pozitif Psikolojik Sermaye, Umut, Ekonomik Beklenti, Yapısal Eşitlik Modellemesi*

Atıf: Kaya, B. ve Keleş, Ş. (2023). Göç ve sosyal kaynaşma: Türkiye'ye göç eden Ahıska Türkleri üzerinde yapısal eşitlik modeli ile bir alan çalışması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 813-846.

[1] Bu çalışma kapsamında Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 25/07/2022 Tarih ve 07/05 Protokol Numarası ile etik kurul izni alınmıştır.

[2] Çalışma Burcu Kaya'nın "Göçmenlerin Sosyal Kaynaşmasında Sosyal Sermaye, Pozitif Psikolojik Sermaye, Umut ve Ekonomik Beklentilerin Etkisi: Erzincan'a Yerleştirilen Ahıska Türkleri Örneği" isimli yüksek lisans teziden üretilmiştir.

[3] Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, **kabacanogluburcu@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-6617-6744

[4] Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, **skeles2580@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-5147-0825

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Migration and Social Cohesion: A Field Study on Meskhetian Turks Migrating to Turkey with Structural Equality Model

Burcu KAYA [5] - Şerafettin KELEŞ [6]

Submitted by: 17.02.2023 **Accepted by:** 04.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

Social cohesion refers to structuring communities living together in a settlement around common values, reducing inequalities in wealth and income, and generally the behaviors and feelings of people to take a joint venture, tackle common challenges, and have a sense of being a part of the community in which they belong. Social cohesion is important for the social peace and welfare of countries. This study aims to develop a scientific solution proposal to the problem of social cohesion in Turkey, where immigrants and disadvantaged groups are concentrated. In the study, the relationship between social cohesion levels of immigrant individuals and social capital, positive psychological capital, social hope and economic expectation in social cohesion was analyzed by creating a hypothetical model. Structural Equation Model method was used in empirical analysis. Structural Equation Model result: It has been determined that there is a very high positive correlation between Social Cohesion and Positive Psychological Capital, Economic Expectation, Hope and Social Capital. In the study, it was seen that Meskhetian Turks who migrated from Ukraine to Turkey had a high level of integration with the people of the region. The study was conducted with Meskhetian Turks settled in Üzümlü District and provides a perspective for research at regional or national level within the scope of social cohesion.

Keywords: *Social Cohesion, Social Capital, Positive Psychological Capital, Hope, Economic Prospect, Structural Equation Modeling*

[5] Erzincan Binali Yıldırım University, Social Sciences Institute, Department of Economics, **kabacanogluburcu@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-6617-6744

[6] Erzincan Binali Yıldırım University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, **skeles2580@gmail.com,** ORCID: 0000-0002-5147-0825

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Savaşlar, kuraklık, ambargolar, yokluklar, yoksulluklar ve daha birçok nedenlerle 21. yüzyıl ulusal ve uluslararası kitlesel göçlere sahne olmaktadır. Türkiye, uluslararası göç alan ülkelerin başında yer almaktadır. Uluslararası göç "zorunlu" ve "gönüllü göç" şeklinde tasnif edilmektedir (Hugo, 2008; Koppenberg, 2012, s. 80-82; Zetter, 2015, s. 4). Bu sınıflandırmada, çeşitli nedenlerle ülkelerinde yerinden edilmiş kişiler sığınmacı, mülteci, şartlı mülteci veya geçici misafir olarak bir ülkeden başka bir ülkeye taşınanlar "zorunlu göçmen" olarak kabul edilmekte, işgücü arz edenler dâhil olmak üzere farklı iktisadi, siyasi, bilimsel, sosyal veya başka amaçlarla hareket edenler "gönüllü göçmen" olarak tanımlanmaktadır. Zorunlu göçmenler kendi ülkelerinde yaşadıkları zorluklar nedeniyle başka bir ülkeye göç etmekten başka bir seçeneğe sahip değilken, ikinci grup, kişisel çıkar arayışıyla gönüllü olarak göç etmektedir (Wickramasinghe ve Wimalaratana, 2016). 2020 yılında Türkiye 3,6 milyonu aşkın sığınmacı ve göçmen ile dünyanın en büyük mültecilere ev sahibi ülkesi oldu (IOM, 2022, s. 46). Bu süreçte Türkiye başta Suriyeli olmak üzere, Afgan, Uygur, Kırgız, Kazak, Çeçen, Çerkez ve diğer Kafkasya halkları, Afrika kökenli halklar ve diğer Türk kökenli halklardan göçmenlere ev sahipliği yapmaktadır.

Türkiye'ye göç eden halklardan biri de Ahıska Türkleridir. Ahıska Türklerinin yaşadığı coğrafya Osmanlı İmparatorluğu'ndan Rusya egemenliğine geçene kadar Anadolu Türklüğünün ayrılmaz bir parçasıdır. Ahıska (Akalsikhe), Gürcistan Devleti'nin toprakları içinde yer alan Tiflis'in 150 km batısında, Türkiye'nin kuzeydoğu sınırına 12 km uzaklıkta yer almakta ve Ardahan, Çıldır ve Posof'a komşu olmaktadır (Devrısheva, 2019, s. 334). Ahıska Türkleri tarih içerisinde Rus zulmünün bir neticesi olarak defalarca sürgün ve göç etmek zorunda kalmıştır. Son olarak 1989 yılında Özbekistan'dan göç etmeğe zorlanan Ahıska Türklerinin bir bölümü Ukrayna'nın Kırım Bölgesi'ndeki şehirlerde iskân edilmiştir (Hasanoğlu, 2016, s. 4-16). 2014 yılında Rusya Kırım'ı işgal ve ilhak etmesi sonrasında Ukrayna topraklarında Rus ve Ukrayna kökenli halklar arasında ayrılıkçı çatışmalar başladı ve Rusya Ukrayna'nın doğusunda bulunan topraklara müdahalede bulundu. Bu topraklarda Ahıska'dan daha önce buraya yerleşmiş Türkler (Ahıska Türkleri) yeni bir çatışma ve yıkımın eşiğine gelmiştir (Akpınar, 2016, s. 336). Rus ve Ukrayna çatışmaları sırasında Ukrayna'ya yerleşen 3 bine yakın Ahıska Türkü ailenin evleri, bahçeleri, ekili alanları ve tarımsal makinaları zarar görmüştür. Rus yanlıları ve Ukrayna birlikleri arasındaki çatışmaların şiddetlenmesi Ukrayna Ahıska Türkleri Vatan Cemiyeti'ni Ahıska Türklerinin Türkiye'de iskânı doğrultusunda harekete geçirmiş ve başta savaş bölgesinde yaşayanlar olmak üzere, 677 ailenin Türkiye'ye kabul edilmesi sağlanmıştır. 2.7.1992 Tarih ve 3835 numaralı kanun ile (Ahıska Türklerinin Türkiye'ye kabulü ve iskânına dair kanun) dünyanın farklı ülkelerinde yaşayan Ahıska Türklerinin Türkiye'ye kabulü sağlanmıştır (Devrısheva, 2019, s. 344). Kanun gereği, her yıl belirli sayıda Ahıska Türkü Türkiye'ye peyderpey kabul edilerek yerleştirilmiştir. İlk olarak 200 Ahıska Türkü ailesi Iğdır ilinde yerleştirilmiş ve konut, iş, iaşe, eğitim ve diğer temel ihtiyaçları kamudan karşılanmıştır. Daha sonra kanun kapsamında gelen Ahıska Türkleri kendi imkânlarıyla İstanbul, İzmir, Kocaeli, Bursa, Ankara, Antalya, gibi şehirlerde iskân edilmiştir (Yılmaz ve Mustafa, 2014, s. 6). Ahıska Türklerinin Kabulü ve İskânına Dair 3835 Sayılı Kanun'a istinaden 17 Mayıs 2015 tarihli Resmi Gazete' de bir düzenlemeyle ilk göçmen grup 25 Aralık 2015 tarihinde Türkiye'ye gelmiş ve Erzincan'ın Üzümlü ilçesine yerleştirilmiştir. Bu süreçte Ahıska Türklerinin göçü devam etmiş ve 2016 Ekim ayı başı itibariyle Üzümlü'de iskân edilen aile sayısı 313, toplam nüfus miktarı ise 1315 kişi oldu. Üzümlü İlçesi Bayırbağ Beldesi'nde yaptırılan TOKİ konutlarına yerleştirilen Ahıska Türkü sayısı 2017 yılı itibariyle 3000'i aşmıştır (Akpınar, 2016, s. 336-340).

Küresel bir soruna dönüşen göç olgusu "sosyal kaynaşma" kavramının akademik ve siyasal çevrelerde önemini artırmıştır. Küreselleşmenin ve vahşi kapitalizmin hegemonyasında ülkeler arasındaki gelişmişlik farklılıkları ve ülkeler içindeki sosyal sınıfların aralarındaki refah düzeyinin giderek açılması sosyal kaynaşmayı kolaylaştıran kurumsal yapıları ve referansları zayıflatmaya başlatmıştır (Duman ve Alacahan, 2010, s. 104). Ülkelerde yaşanan yoksulluk ve işsizlik yabancı düşmanlığına dönüşmekte, yardımlaşma ve dayanışmanın

zayıflamasına neden olmaktadır. Ayrıca, göç alan ülkelerde ulusal kimlik bilinci ve milliyetçi akımlar giderek güçlenmekte, hoşgörünün azalması ve artan bireyselleşme göçmenlerin entegrasyonunu zorlaştırmaktadır.

Sosyal kaynaşma kavramı İngilizcede "social cohesion" olarak yer almakta ve Türkçemize "sosyal uyum, sosyal bütünleşme, sosyal kaynaşma olarak tercüme edilmektedir. Bu çalışmada "social cohesion" kavramının Türkçemizde karşılığı olan "sosyal kaynaşma" terimi kullanılacaktır. Sosyal kaynaşma kavramı, iyi işleyen bir toplumu karakterize eden toplumsal düzeydeki belirli koşulların ve süreçlerin olduğunu ve bu koşulların süreç içerisinde sekteye uğradığını varsaymaktadır (Jenson, 1998, s. 3). Sosyal kaynaşma, toplulukları ortak değerler çerçevesinde yapılandırmayı, servet ve gelirdeki eşitsizlikleri azaltmayı ve genel olarak insanların ortak bir girişimde bulunma, ortak zorluklarla mücadele etme ve içinde yer aldıkları topluluğun bir parçası oldukları hissine sahip olmalarını sağlamayı içerir (Lecture, 1996).

Sürekli göç alan ülkelerde göçmenlerin entegrasyonu çerçevesinde sosyal kaynaşma, mültecilerin ev sahibi topluma işlevsel bir uyum sürecinden daha fazlasıdır ve daha temel bir sosyokültürel "uyum" ve "aidiyet" hissi gerektirir. Sosyal ve kültürel entegrasyon, hem mültecilerin hem de yerel toplulukların ayrım gözetmeksizin yan yana yaşama uyum sağladığı ve mültecileri ev sahibi ülkenin sosyal yaşamına katkıda bulunmaya veya aktif olarak katılmaya teşvik eden iki yönlü bir süreçtir (Strang ve Ager 2010, s. 590-591). 21. yüzyılın en önemli bir olgusu olan "göç" ve mülteci" sorunu; ev sahibi ve mültecilerin birbirlerinin farklılıklarını kabul etmesi ve birlikte barış içerisinde yaşayabilecekleri bir toplum oluşturmasıyla aşılabilir. Avrupa Sosyal Göstergeler Sistemi'nde sosyal kaynaşma, sosyal sermaye temeline oturtulur ve sosyal sermayenin, sosyal ilişkiler ve bağlardan üretildiği ve sürdürüldüğü varsayılır. Sosyal sermayenin yapısal ve ilişkisel boyutu, bireylerin kendi aralarında ve toplumun diğer üyeleriyle geliştirdikleri ilişki ve bağları oluşturmaktadır (Portes, 1998).

Gelecekle ilgili beklentiler göçmen bireylerin göç edilen yerde kalma ve uyum gösterme ile geri dönme veya başka bir yere tekrar göç etme davranışları üzerinde etkili olmaktadır. Göç kararı sonrası sosyal kaynaşma bireyler için gelecekle ilgili bir yatırım projesi olarak ele alındığında, sosyal kaynaşmanın göçmen bireylerin yararına olacak şekilde gerçekleşmesi gelecekle ilgili umut ve ekonomik beklentilere bağlıdır (Czaika ve De Haas, 2014). Sosyal kaynaşmada göçmen bireyler, kararlar alırken şimdiki ekonomik şartlar ve gelecekteki ekonomik beklentilerini dikkate alarak rasyonel bir kanaate göre hareket ederler. Gelecekte muhtemel genel ekonomik durum ve işsizlik hakkında kötü beklenti iyi beklentiden daha etkileyicidir ve sosyal kaynaşma isteği bu beklentilerden etkilenir. Eğer göç edilen yeni yuvada ekonomik durumla bireyin beklentileri örtüşürse sosyal kaynaşma daha kolay gerçekleşir (Kahneman ve Tversky, 1979). Beklenen fayda teorisi ve rasyonel seçim paradigması, davranışsal iktisat ve sınırlı rasyonellik anlayışıyla çelişmektedir. Beklenen fayda teorisi, bireylerin kayıplardan kaçındığını varsayar. Bireyler ekonomik kayıplarını önlemek veya eşdeğer bir kazanımı güvenceye almak yerine daha yüksek kazanç için daha yüksek riskleri göze alırlar. Bireylerin, sonuçları kazanım veya kayıp olarak çerçevelenmesine bağlı olarak tercihleri tersine çevrilebilmektedir (Tversky ve Kahneman, 1991). Sosyal kaynaşma, bireyin ekonomik beklentilerini karşılama ve gerçekleştirme süreciyle eşzamanlı ve doğrusal bir ilişki göstermektedir. Sosyal kaynaşmada sadece ekonomik beklentiler değil, daha iyi ve güzel bir yaşama dair "umut" da etkili olmaktadır.

Beklenen fayda teorisinde varsayıldığı gibi göçmenlerin davranışları rasyoneldir, riski severler ancak oluşabilecek riskleri aile bireyleri arasında iş bölüşümü ve iş çeşitlendirme yaparak azaltmaya çalışırlar (Sahota, 1968; Simon 1983; Katz ve Stark, 1986). Bazı durumlarda göç seçenekleri davranışsal anomalileri içerebilmektedir yani çoğu kez rasyonel olmayan kararlar alınmaktadır (Kahneman vd., 1991). Sosyal kaynaşmanın hem göçmenler ve hem de yerel halk için başarılı ve faydalı olabilmesi için beklenen fayda teorisine dayalı standart neoklasik (iktisadi) göç modeli ile "umut teorisi" birlikte ele alındığında daha zengin ve kapsayıcı olacağı açıktır (Czaika ve De Haas, 2014).

Sosyal kaynaşmada yapıcı ve destekleyici unsurda göçmen bireylerin sahip oldukları pozitif psikolojik sermayeleridir. Pozitif psikoloji, temel olarak bireylerin olumlu ve güçlü yönlerini ortaya çıkarmayı ve

geliştirmeyi esas almaktadır ve bu gaye ile bireylerin nasıl daha başarılı, daha mutlu ve daha iyi olabileceklerini araştırır (Alex Linley vd., 2006). Başka bir ifadeyle, pozitif psikoloji bireylerin yanlış ve doğru davranışlarıyla ilgilenmek yerine olumlu davranışları ve olayları hedef alır. Çünkü bireyler olumlu olayları "kalıcı ve doğru" olarak görürler. Olumsuz olaylar geçicidir (Avey vd., 2009).

Bu çalışma, neoklasik iktisat göç teorileri olan beklenen fayda teorisi ve rasyonel seçim paradigması ile davranışsal iktisat ve sınırlı rasyonellik anlayışı kapsamında bir göç ülkesine dönüşen Türkiye'de göçmenlerin topluma entegrasyonu (kaynaşması) üzerine ekonomik beklentiler, umut, pozitif psikolojik sermaye ve sosyal sermayenin etkisini bir model içerisinde bütünleşik bir analizi hedeflemektedir. Böylelikle "göçmenlerin entegrasyonu nasıl sağlanır? Çatışmasız ve birlikte yaşama arzusuna nasıl ulaşılır?" sorunsalına cevaplar aranacaktır. Mikroekonomi temelli çalışma, göçmenler üzerinde ülkede var olan ekonomik ve sosyal durum ile göçmenlerin sosyal kaynaşmalarını "yapısal eşitlik modellemesi" ile ölçmeyi ve bu kapsamda politika yapıcılara ve literatüre bilgi ve fikir sunmayı hedeflemektedir. Göçmenlerin sosyal kaynaşmasında onların sosyal sermayeleri, ekonomik beklentileri, umutları ve pozitif psikolojik sermayeleri önemli faktörlerdir. Çalışmada, Türkiye'ye göç etmiş Ahıska Türklerinin bulundukları ortama ne derece kaynaştıklarını ampirik bir çalışmayla ortaya koyulmuştur.

Bu çalışma, sürekli göç alan bir ülke olan Türkiye'de gittikçe büyüyen "göçmen toplulukların sosyal kaynaşması" sorununa Ahıska Türkleri özelinde bilimsel bir çözüm önerisi geliştirmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal Kaynaşma

Sosyal kaynaşma kavramı, sosyal bilimlerdeki çalışmalar arasında tarihi çok uzun zamana dayanmaktadır (Leininger vd. 2021, s. 2). Sosyal kaynaşma, sosyal bilimler literatüründe zamanla daha fazla yer bulmaya başlamıştır ancak tanımı üzerinde tam bir görüş birliği yoktur (Loewe vd., 2020, s. 13). Sosyal kaynaşma, tarihsel süreç içerisinde sürekli bir araştırma ve inceleme konusu olmuş ve çalışma yapan sosyologlar ve psikologların sayısı arttıkça sosyal kaynaşma konusundaki görüşler giderek daha fazla artmaya ve karışmaya başlamıştır (Friedkin, 2004, s. 409).

Sosyal Kaynaşma kavramı günlük yaşantıdan ortaya çıkan soyut bir kavramdır da denilebilir. Bir kısım araştırmacılar sosyal kaynaşmayı dayanışma, aidiyet ve güven olarak tanımlamaya çalışırken diğer bir kısım araştırmacılar ise sosyal sermaye, yaşam kalitesi olarak çerçevesini çizmeye çalışmışlardır (Duman ve Alacahan, 2010, s. 105). Teorik açıdan bazı sosyologlar ise terimi sosyal uyum ve sistem bütünleşmesi gibi fikirlerle ilişkilendirerek açıklamaya çalışmışlardır (Chan vd., 2006, s. 274). Sosyal kaynaşma belirsiz bir kavramdır ve farklı araştırmacılar farklı boyutlarda sosyal kaynaşma tanımları geliştirmiştir (Veen vd., 2016, s. 1272). Sosyal kaynaşma toplumda bireyler arasındaki güven gibi ortak fayda için işbirliklerini içeren kurallarla tarif edilen bireyler, gruplar ve devlet üyeleri arasındaki ilişkilere değinmektedir. Birleşmiş Milletler Sosyal Kalkınma ve Araştırma Enstitüsü, sosyal politika ve kaynaşmayı "kişileri sosyal olumsuzluklardan ve yoksulluktan korumayı ve nihayetinde kişilerin kendi yaşam hedefleri için emek vermelerini sağlamayı amaçlayan kamu politikaları ve kurumları" olarak tanımlamıştır (Jenson, 2010, s. 1). Avrupa Sosyal Uyum Komitesi ise sosyal kaynaşmayı, toplumu oluşturan tüm bireylerin refahını sağlama, hayat standartlarını yükseltme, eşitsizlikleri ve adaletsizliği en aza indirme ve kutuplaşmayı önleme kapasitesi olarak açıklamıştır (Hulse ve Stone, 2007, s. 113). Uzunca bir süre sosyal kaynaşma; öncelikle bireyleri toplum içinde bir arada tutan etkenlerle ilgili bir olgu olarak tanımlanmıştır (Burchi ve Roscioli, 2021, s. 6).

Sosyal kaynaşma kavramı üzerine çeşitli çalışmalar yapılmıştır ve bu çalışmaları yapanların başında Fransız sosyolog Émile Durkheim gelmektedir (Yavuz, 2021, s. 422). Durkheim (1916), sosyal kaynaşmada toplumu oluşturan birey ve grupları kaynaştıran unsurun uyum, dayanışma ve işbirliği olduğunu savunmuştur.

Durkheim'e göre sosyal bütünlük, bireyleri, grupları bir arada tutan bağları yani yapıştırıcı unsurları ifade eder (Burchi vd., 2022, s. 5). Cooley (1909), çalışmasında "sosyal kaynaşma"yı bir kişinin benzer ortak kriterleri başka kişilerle paylaşması olarak açıklamış, Freud (1921), ise kişilerin toplulukla olan ilişkisini sürdürme ortak gayesi olarak izah etmiştir (Albarosa ve Elsner, 2022, s. 8). Bir başka düşünür Dick Stanley (2003, s. 8) ise sosyal kaynaşmayı; toplumda yaşayan bireylerin hayat kalite ve standartlarını yükseltmek için bir araya gelerek iş birlikleri kurma ve diledikleri gibi bu birliği geliştirme süreci olarak tanımlamaktadır. Bu işbirliği ve sosyal kaynaşma; sağlık, ekonomik ve eğitim gibi birçok sosyal sonuçlara katkı sağlamaktadır.

Sosyal (uyum) kaynaşmanın, istikrar ve güvenliğin teminatı olduğunu ileri süren önemli çalışmalar da bulunmaktadır. Öncelikle sosyal kaynaşma bir güvenlik ve siyasi istikrarın ön şartıdır. Çünkü bir ülkede gelir dağılımı eşitsizliği ve uyumsuzluk gibi sosyal adaletsizlik söz konusu ise bu sosyal dayanışma için büyük bir risktir. Yine diğer bir önemli husus ise sosyal kaynaşmanın süreç olduğudur. Çünkü sosyal kaynaşma, sosyal etkileşim ve etkinlikler sürecidir (Yavuz, 2021, s. 423). Sosyal kaynaşma bireyleri, grupları ve ülkeleri krizler, sosyal olaylar karşısında daha güçlü hale getirir ve herkesi ilgilendiren toplum yararına olan değişim ve gelişim süreçlerini hızlandırır (Leininger vd., 2021, s. 1). Sosyal kaynaşma, toplumu oluşturan bireyler, gruplar arasındaki bağlılık ve dayanışmanın seviyesi olarak da tanımlanabilir (Mouratidis ve Poortinga, 2020, s. 2). Tüm bu hususlar dikkate alınarak "sosyal kaynaşma"nın, kişilerin kendi istek ve arzularıyla (zorlama olmaksızın) birbirleriyle işbirliği içinde bir araya gelme ve ortak iş, değer ve sinerji oluşturma süreci olduğu ifade edilebilir (Stanley, 2003, s. 9).

Her ne kadar sosyal kaynaşma kavramı ile ilgili farklı görüşler bulunsa ve farklı tanımlar yapılsa da bazı temel kriterleri içeren bir fikir birliği ortaya çıkmıştır. Bu yönüyle sosyal kaynaşma temelde toplumu oluşturan bireyler arasında ilişkileri, davranışı ve tutumları, yatay (bireyler/gruplar arasındaki ilişki) ve dikey (bireyler/gruplar ile devlet/diğer kamu kurumları arasındaki ilişki) gibi bazı ortak boyutları bünyesinde barındırır (Leininger vd., 2021, s. 3).

Sosyal Sermaye

Sosyal kaynaşma kavramı temelde sosyal sermayeden farklıdır. Nitekim "sosyal sermaye" de soyut bir terimdir ve araştırmacılar kavramı farklı farklı tanımlamışlardır (Chan vd., 2006, s. 292). Sosyal sermaye teorisinin temellerinin bir kısmı Amerika'nın kuruluş yıllarında sosyal hayata dair aktarımda bulunan Tocqueville'ye (1836) kadar uzanmaktadır ve Amerika'nın liberal, demokratik, yerel düşünce geleneğinden almıştır (Green ve Preston, 2001, s. 253). Son zamanlarda ise sosyal sermaye kavramı, ekonomiden eğitime, sağlıktan kurumsal faaliyetlere kadar farklı disiplinlerin temelini oluşturmaktadır (Aslan, 2016, s. 182 -183). Bourdieu (1989), kavramı araçsal olarak ele almış ve bireylerin kasıtlı imkânlarla kendi yapılarını inşa ettiklerini söylemiştir (Portes ve Lveolt, 2000, s. 531). Sosyal sermaye kavramının temelinde, toplumu oluşturan bireyler arasındaki sosyal ilişkilerin üretken kaynaklara dönüşebileceği düşüncesi hakimdir (Chiu vd., 2006, s. 1875). Sosyal sermaye kavramını Hanifan (1916) toplumun geneline açık özel mülkiyet, para, menkul, gayrimenkul gibi maddi olguların dışında toplumu oluşturan kişiler arasındaki ilişkiler yönüyle ele almış ve kişilerin sosyal hayatta gelişen akrabalık, arkadaşlık, hoşgörü ve bir takım sosyal ilişkileri betimlemek için kullanmıştır. Fukuyama (2000), sosyal sermayenin kişiler arasında işbirliğini teşvik ettiğini ve toplumda güven duygusunun var olmasıyla ortaya çıktığını savunmuştur. Putnam ise; sosyal sermayenin karşılıklı fayda için koordinasyon ve işbirliğini kolaylaştırdığını öne sürmekte ve sosyal sermayeyi, "sahip olunan ilişkiler ağından elde edilen ve bu ağ aracılığıyla elde edilen, içine gömülü, mevcut ve potansiyel kaynakların toplamı" olarak tanımlamaktadır (1995, s. 2-6). Sosyal sermaye, bir toplumun sosyal etkileşimlerinin niteliğini ve niceliğini şekillendiren kurumları, ilişkileri ve kuralları ifade eder (Beauvais ve Jenson, 2002, s. 4).

Yine sosyal sermaye, belirli seviyede kurumsallaşmış karşılıklı ilişki ağına sahip olmasıyla kişiye veya topluma tahakkuk eden gerçekçi ve sanatsal kaynakların toplamı olarak ifade edilmektedir (Palloni vd., 2001, s. 1263). Sosyal sermaye kavramı üzerine farklı görüşler ileri sürülmüş ve sosyal sermaye kavramı genel olarak insanların

çıkarları elde etmesi için yapacakları işbirliklerini kolaylaştıran, kurallar ve güven gibi sosyal ağlarda yerleşik kaynaklar olarak tanımlanmıştır. Bazı araştırmacılar, sosyal sermaye ve sosyal uyum arasında bazı benzerlikler olduğunu ancak seviyelerinin farklı olduğunu öne sürmüşlerdir. Araştırmacılar, ağlardan türetilen normlara vurgu yapan sosyal sermayenin temellerinin bireyler arasında oluşturulan gruplar ve topluluklarda olduğu konusunda genel olarak hemfikirdir. Sosyal kaynaşma ise genel olarak bir millet veya devlet düzeyinde olduğu düşünülen toplumsal düzeydeki uyumu ifade eder (Chuang vd. 2013, s. 2). Sosyal sermaye, sadece bir toplumu bir arada tutan kuralların toplamı değil, onları bir arada tutan yapıştırıcıdır (Beauvais ve Jenson, 2002, s. 4). Sosyal sermayenin bir boyutu olan sosyal ağlar, bir toplumu bir arada tutmakla beraber belirli türdeki ağlar, sosyal olarak uyumlu toplumları karakterize eder (Hooghe, 2011, s. 32). Sosyal sermaye, bireyler ve toplum arasındaki ilişkilerin doğasında var olan kapalı sosyal ağ bileşenleri olarak tanımlanır (Zhou ve Bankston, 1994, s. 824). Sosyal sermaye, bireylerin toplumda birlikte yaşama duygusu, bir gruba veya topluluğa ait olma duygusu, birlikte yaşayan bireyleri önemseme ve orada yaşayanların onları önemsediğine inanması ile yakından ilişkilidir (Letki, 2008, s. 102).

Sosyal sermaye, bireylerin sağlıklı, güvenli, güçlü ve zengin olmasına yol açarak buna mukabil daha demokratik yönetimlerin oluşmasına katkı sağlar. Yine sosyal sermaye toplumda tüm bireyler arasında ayrım yapılmaksızın eşit bir şekilde eğitim, sağlık, sosyal aktivitelere katılım, güven gibi gelişmelere katkı sağlayarak bireylerin birikmiş problemlerinin daha kolay çözmelerine, bilginin paylaşılmasına imkân sağlar. İnsanların bireysel isteklerinden arındırarak toplumsal bütünleşmeyi artıran sosyal sermaye, toplumdaki ahlak, sadakat ve dürüstlük gibi erdemlerin kazanılmasını yardımcı olur (Aslan, 2016, s. 184 -185).

Pozitif Psikolojik Sermaye

Pozitif psikoloji, özetle bireyin içinde bulunduğu hayata kendini bağlayan, hayatında ve yaşam standartlarında daha iyi seviyelere gitmesine imkân sağlayan bir alandır. Pozitif psikoloji kişinin problemlere karşı nasıl çözüm bulacağını ve pozitif bir bakış açısı kazanmasına ilişkin bir yaklaşımdır (Demir ve Türk, 2020, s. 110). Pozitif psikoloji, birey davranışların olumsuz yönlerine tepki olarak ortaya çıkmıştır. Pozitif psikolojinin amacının, bireylere yanlış olan olgular üzerinde değil de, doğru olan olguların üzerinde durulması gerektiği bu sayede bireylere dayanıklılık, sağlık, refah ve daha iyi bir yaşam hazırlamaktır (Özen Kutanis ve Yıldız, 2014, s. 136).

Pozitif psikoloji yaklaşımı klasik psikoloji anlayışına bir tepki olarak doğmuştur. Pozitif psikoloji yaklaşımının tarihi her ne kadar son yirmi beş yıldan bu yana ön plana çıktığından bahsedilmiş ise de bu alana ilişkin çalışmalar çok eski tarihlere kadar uzanmaktadır. Klasik psikoloji yaklaşımının bireyin "eksik", "olumsuz" ve "hastalıklı" yönleriyle bireyi tanımak isteğine karşın, pozitif psikoloji bireyin olumlu, yetenek ve sağlıklı vb. gibi pozitif yönlerini ele alarak bireyi tanımaya çalışmıştır (Gürsu ve Ay, 2019, s. 3). 1940'a kadar klasik psikolojinin üzerinde durduğu konular üç ana kategoride toplanmaktadır. Bu kategoriler; insan yaşantılarının daha üretken ve yeterli hale getirilmesi, insanların kendi üst düzey yeteneklerinin ortaya çıkarılması ve geliştirilmesine imkân sağlanması ile akıl hastalığı veya zayıflığı bulunan bireylerin sağlığına kavuşturulması olarak kategorize edilmiştir (Ağaçbacak, 2019, s. 9). Yapılan araştırmalara bakıldığında öncelikle ruh sağlığını pozitif yönde etkileyen araştırmaların daha az olduğu, bilakis ruh sağlığını negatif yönde etkileyen araştırmaların daha fazla olduğu görülmektedir. Zamanla özellikle de son yirmi beş yıl içerisinde araştırma yapılan konuların zamanla değiştiği görülmüştür (Ağaçbacak, 2019, s. 9). Bu çalışmaların başını ise pozitif psikoloji çekmiştir. Pozitif Psikoloji ise sorundan çok sorunların çözümü üstesinden gelinmesi üzerine yoğunlaşmıştır. Seligman ve Csikszentmihal'yi pozitif psikolojiyi; "pozitif öznel deneyim, pozitif kişisel özellikler ve hayat kalitesini iyileştiren aynı zamanda hayat kısır ve anlamsız geldiğinde bireyi patolojilerden koruyan pozitif kurumların bilimi" olarak açıklamaktadır (2000, s. 5). Bu kapsamda pozitif psikoloji bireyin negatif yönlerini de nazara alarak, iyiye doğru yöneltecek ahlaki değerler kazanmasına yönelik bilimsel bir girişimdir (Gürsu ve Ay, 2019, s. 3).

Pozitif psikolojik sermaye, bireyin negatif hayat koşullarında bile mücadele ederek üstesinden gelmesi için olumlu özelliklerini açığa çıkarır. Bireysel pozitif psikolojik sermaye; bireyin zorlukların üstesinden gelebilecek gerekli kudreti çabayı gösterebileceğine dair özgüven ve kabiliyet, zor koşullarda ve zamanlarda her zaman başarılı olacağına ilişkin pozitif bakış açısı ve iyimserlik, bireyin amacına ulaşma arzusu ve umudu ve bireyin zorluklar ve olumsuzluklar karşısında yaşam mücadelesinde direnç göstermesi, çapa sarf etmesi, şeklinde sahip olduğu özelliklerle ortaya koyulmakta ve bireyin psikolojik gelişimine ve bakış açısına katkı sağlayan psikolojik yapı olarak tanımlanmaktadır (Keleş, 2021a, s. 52-53).

Umut ve Ekonomik Beklentiler

İnsanların var oluşundan bugüne hayatta kalma, yaşamını sürdürme, baskıdan ve kaos ortamından kurtulma, ekonomik ve kültürel nedenlerle bir yerden başka bir yere göç etmiştir (Keleş, 2021b, s. 48). Göç olgusu birçok alanla ilgisi olmakla beraber iktisat biliminin de çalışma alanına girmektedir. Kişilerin göç etme nedenleri arasında sadece sosyal ve ekonomik koşullar değil bunların yanı sıra devletlerin siyasal, ekonomik, kültürel politikaları, ulaşım, iletişim, iş bulma gibi birçok neden bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda kişilerin göç için karar almalarında sadece ekonomik faktörler değil aksine ekonomik olmayan iyi ve kaliteli yaşam umudu, sosyal kaynaşma, kültürel aktiviteler ve sosyal sermaye gibi faktörlerde etki etmektedir. Bireylerin ekonomik gereklerin dışında istikbal ile ilgili birtakım umutları göç etme hususunda bilişsel karar almaya yöneltmektedir. Bireylerin umutları farklı olmakla beraber ekonomik açıdan özgür ve zengin olma, daha iyi yaşam standartlarına sahip olma, daha kaliteli eğitim imkânları ile sanatsal ve kültürel beklentiler olarak sıralanabilir (Keleş, 2021b, s. 48).

Materyal ve Metot

Materyal

Çalışmanın ana materyalini, Erzincan Üzümlü İlçesi'ne yerleştirilen Ahıska Türkleriyle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Çalışmanın ampirik analizlerinde kullanılan kesit veriler Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Etik Kurulu'nun 25/07/2022 Tarih, 07/05 Protokol Numaralı izniyle gerçekleştirilen anketlerden elde edilmiştir. Sosyal kaynaşma konulu çalışmanın anket katılımcıları, 138'i erkek ve 131'i kadın olmak üzere toplamda 269 kişiden oluşmaktadır. Çalışma Yapısal Eşitlik Modeli kullanılarak yapılmıştır ve paket program olarak LISREL 8.72 ve SPSS 21 kullanılmıştır. Çalışmanın yöntemi ve hipotezi "sosyal kaynaşma" üzerine kapsamlı bir literatür taramasından sonra oluşturulmuştur.

Metot

Yapısal eşitlik modeli

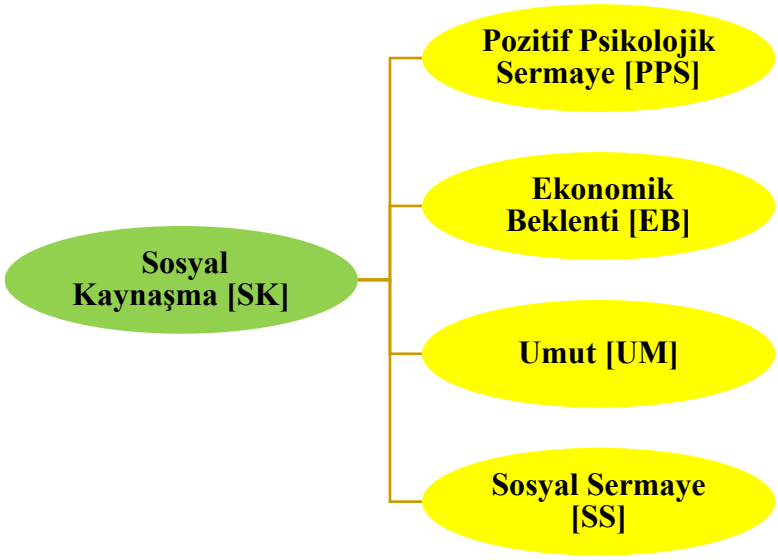
Yapısal Eşitlik Modeli (YEM): Gözlenen (açık, ölçülen) ve gözlenemeyen (gizil, ölçülemeyen) değişkenler arasındaki korelasyonel ve nedensel ilişkilerin bütünü ile birlikte olduğu modellerin test edilmesi hedeflenerek kullanılan bir istatistik yaklaşımıdır. Yöntemin ana özelliği, tamamen teorik çerçevede yapılması ve gizil değişkenler arasında bir nedensellik yapısının mevcut olduğunu kabul etmesidir (Keskin ve Keleş, 2018). Gizil değişken, YEM'de merkezi bir ölçülen tutumlar, sosyal ilişkiler veya duygular gibi karmaşık sosyal ve psikolojik fenomenleri kavramdır. Gizil değişkenler, gizli veya gözlemlenmemiş fenomenlerin ve teorik yapıların ölçüleridir. YEM literatüründe gizil değişkenler için birçok terimle karşılaşılmaktadır (örneğin faktörler, yapılar, ölçüler veya boyutlar gibi). Buna karşılık, gözlenen değişkenler, bir veri tabanında veya elektronik tabloda bulunan değişkenlerdir. Bireysel gözlemlenen değişkenler, farklı kaynaklarda öğeler, göstergeler, açık öğeler, değişkenler, anket öğeleri, ölçüler veya diğer terimler olarak adlandırılabilir. Gizil değişkenleri ölçen gözlenen maddeler toplu olarak bir ölçek, alt ölçek, araç, ölçü, anket vb. olarak isimlendirilebilir. Gözlenen değişkenler, veri dosyalarındaki ham verilerden gelir (Bowen ve Guo, 2011, s. 33).

Çalışmanın hipotetik modeli ve gizil değişkenler

Çalışma, Rusya Federasyonu'nun Kırım'ı işgali ile ülkelerinden ayrılmak zorunda kalan ve Erzincan ili Üzümlü ilçesine yerleştirilen Ahıska Türklerinin bölgeye adaptasyon ve bütünleşmesini ifade eden "kaynaşması" olayını sağlayan parametreleriyle bir model ortaya koymaktadır. Hipotetik modelde bağımlı dışsal gizil değişken yani tespit edilmek istenen Sosyal Kaynaşma'dır [SK]. Sosyal Kaynaşmayı etkileyen içsel gizil değişkenler aşağıda sıralanmıştır:

- Pozitif Psikolojik Sermaye [PPS]
- Ekonomik Beklenti [EB]
- Umut [UM]
- Sosyal Sermaye [SS]

Şekil 1'de Ahıska Türklerinin sosyal kaynaşmasını ölçmeyi amaçlayan çalışmanın hipotetik modeli verilmiştir.



Şekil 1. Sosyal Kaynaşma Hipotetik Modeli

Sosyal kaynaşma [SK]

Kentsel alanlarda ve kırsal topluluklarda sosyal kaynaşma üzerine odaklanan çalışmalarda kaynaşmanın beş temel unsur etrafın da gerçekleşeceği vurgulanmaktadır (Jenson, 2010, s. 9). Bunlar sırasıyla; (i) ortak değerler ve yurttaşlık kültürü; (ii) sosyal düzen ve sosyal kontrol; (iii) sosyal dayanışma ve servet eşitsizliklerinde azalma; (iv) sosyal ağlar ve sosyal sermaye; (v) bölgesel aidiyet ve kimliktir. Yerel, bölgesel, ulusal ve uluslar üstü düzeylerde sosyal kaynaşma bu unsurlar etrafında gerçekleşir.

Sosyal kaynaşmayı ölçmeyi amaçlayan bu çalışmada tüm ölçeklerde katılımcılara sorulan anket sorularının hepsi 5'li likert ölçeğinde "Kesinlikle Katılmıyorum = 1", "Katılmıyorum = 2", "Orta Derece Katılıyorum = 3", "Katılıyorum = 4", "Kesinlikle Katılıyorum = 5" şeklinde puanlanmıştır. Sosyal kaynaşmayı ölçmek için anket katılımcılarına aşağıdaki on soru sorulmuştur:

X1 Buradaki (Üzümlü) komşularımı evlerinde ziyaret ederim.

X2 Buradaki (Üzümlü) diğer insanlarla kurduğum dostluklar ve birliktelikler benim için çok şey ifade ediyor.

X3 Bir konuda tavsiyeye ihtiyacım olursa mahallemdeki birine gidebilirim.

X4 Komşularımın acil bir durumda yardım edeceğine inanıyorum.

X5 Bir şeyler ödünç alırım ve komşularımla iyi ilişkiler içindeyim.

X6 Kendimi buraya ait hissediyorum.

X7 Bir ömür burada yaşamak istiyorum.

X8 Burada rahat bir yaşamım var.

X9 Burada kendimi değerli hissediyorum.

X10 Burayı seviyorum.

Pozitif psikolojik sermaye [PPS]

Başta ekonomi ve sosyoloji üzerine çeşitli çalışmalarda "psikolojik sermaye" teriminden bahsedilmiş olsa da pozitif psikoloji yeni ve farklı bir kavram olarak durmaktadır (Luthans vd., 2004, s. 46). Pozitif psikoloji yanlış ve işlevsiz olan durumlar yerine, bireyler için doğru ve iyi olan durumlarla ilgilenmektedir. Bireylerin geleceklerini inşa ederken kendileri için iyi ve doğru olduğuna karar verdikleri davranışları tercih ederler (Seligman, 2002). Psikolojik sermaye, spesifik olarak, güven, umut, iyimserlik ve dayanıklılık gibi dört öğeye atıfta bulunur (Stajkovic ve Luthans, 2003). Ölçek soruları bu meyanda hazırlanmıştır. Sosyal kaynaşmayı ölçmek için katılımcılara pozitif psikolojik sermaye ile ilgili soruna sorular diğer ölçeklerde olduğu gibi 5'li likert yapıdadır ve yedi soru sorulmuştur. Sorular aşağıda verilmiştir:

Y39 Yaptığım şeylere karşı ilgili ve kendini adayan birisiyim.

Y40 Pek çok şeyi eğlenceli buluyorum.

Y41 Hayat güzeldir.

Y42 Dünyanın iyi bir yer olduğunu düşünmüyorum.

Y43 Hayatımdaki her şeyden oldukça memnunum.

Y44 Çok mutluyum.

Y45 Çevremdeki güzellikleri fark ederim.

Ekonomik beklentiler [EB]

Umut ve geleceğe yönelik ekonomik beklentiler, sosyal ve politik kargaşa ile ekonomik kriz zamanlarında göçmen bireylerin yerel halkla sosyal kaynaşmasında yardımcı olabilmektedir. Bu iddia hem farklı bölgelerde (kırsal ve kentsel) hem de farklı gruplar açısından (yerleşik ve marjinal veya dışlanmış) ve farklı tarihsel dönemler için doğrulanabilir. Statik neo-klasik model, göçmen emekçilerin emek piyasasına katılımıyla piyasa entegrasyonunun ekonomik refahı artırdığını savunur (Berry ve Soligo, 1969, s. 780-782; Borjas, 1995, s. 5-7). Çünkü emek, üretkenliğinin ve değerinin yüksek olduğu yere hareket edecektir ve işçilerin elde edebileceği gelirde en yüksek noktada gerçekleşecektir. Bu, daha az üretken işlerden daha üretken işlere hareketliliği varsayar. Bu süreç, marjinal üretkenlik ve dolayısıyla aynı iş için ücretler entegrasyon alanı boyunca eşitlenene kadar devam edecektir. Sonuç olarak göç, ülkeler arasında üretim faktörü fiyat yakınsamasının işlevselliğine neden olabilmektedir (Münz vd., 2006, s. 16). Göç; güvencesiz veya sabit yaşam koşullarıyla yaşamlarını karakterize eden birçok istekli göçmen için sembolik ve maddi düzeyde potansiyel ve umut çağrıştırmaya devam etmektedir (Kleist, 2016, s. 16). Göç, bireylerin, diğer sosyal yükümlülükleri sürdürmek veya yerine getirmek için bir çare olabilmektedir. Göç aynı zamanda, sosyal ve ekonomik beklentilerin yerine getirilmesiyle yakından ilişkilidir ve dolayısıyla göç bir yetişkin erkek ya da kadın için hayata devam etme arzusunun ifadesi de olabilmektedir (Cole, 2014, s. 227; Vigh, 2009, s. 93). Aslında göçmenler büyük ekonomik çıkarlar peşinde değildir. Göçün ekonomik nedenleri içerisinde, daha iyi yaşam şartları, bireyin kendisinin ve ailesinin

ihtiyaçlarını karşılayabilmesi, iş imkânları ve kimseye muhtaç olmadan geçinebilme isteği vardır. Sosyal kaynaşmada ekonomik beklentileri oluşturan sorular aşağıda verilmiştir:

Y11 Ekonomik durumum burada daha iyiye gidiyor.

Y12 İş imkânları burada daha iyidir.

Y17 Burada geçim daha kolaydır.

Y18 Burada refah seviyesi yüksektir.

Y19 Buranın bana ve aileme ekonomik ve sosyal katkısı daha fazla olacaktır.

Y20 Buranın iş imkânlarından faydalanmak istiyorum.

Y21 Burada yaşam koşulları iyidir.

Umut [UM]

Umut, hayal gücü kapasitesine, zaman ve zamansal ilerleme duygusuna, daha iyi bir geleceğe veya bir şeylerin değişebileceği olasılığına inanma arzusuna ve bir dereceye kadar belirsizliğe dayanan karmaşık, çok katmanlı bir kavramdır (Pine, 2014, s. 96). Umut da her zaman karşıtı olan umutsuzluk tarafından yansıtılır veya gölgelenir. Gelecek için umutluyuz, ancak bunun istediğimiz şekilde gerçekleşeceğini veya gerçekleşmeyeceğini kesin olarak bilemeyiz. Geçmiş, bireylerin yaşadıkları tecrübe ve dersleri içerir ve "keşke ve iyi ki" ile ifade edilen pişmanlık ve memnuniyetle tekrarı mümkün olmayan hatıralarla doludur. Gelecek, hem "iyi" hem de "kötü" geçmişteki anılarla hayal edilir (Hann, 2002, s. 95-97).

Gelecek adına büyük umutla dolu göçmenler, genellikle hem göç ettikleri ülkede ve hem de kendi yurtlarında insani olarak çok değer verilmeyen ve aynı zamanda emeğine de düşük değer verilen koşullarda ve sosyoekonomik bağlamlarda çalışmak durumundadır (Pine, 2014, s. 98). Bir anlamda göç, işin ahlaki ya da toplumsal değerini bir kenara iter; katlanılan tüm sıkıntılar ve harcanan emek, uzun vadeli "gelecekte" daha büyük bir iyilik (refah) için kısa vadeli "şimdiki zamanda" katlanılması gereken bir şey haline gelir. Yakın gelecek, "mazi tarafından yeniden iskân edilir"ken, daha uzak gelecek, bazı olası ütopyalara ilişkin bir umut, hayal veya düş yeridir. Ölçek soruları bu meyanda hazırlanmıştır. Sosyal kaynaşmayı ölçmek için katılımcılara "umut" ile ilgili sorular diğer ölçeklerde olduğu gibi 5'li likert yapıdadır ve yedi soru sorulmuştur. Sorular aşağıda verilmiştir:

Y15 Genel olarak, buranın çocukları büyütmek için iyi bir yer olduğunu düşünüyorum.

Y28 Burada yaşantımdan memnun olacağımı umut ediyorum.

Y29 Burada yaşantım zamanla olumlu yönde değişecektir.

Y30 Burada gelecek kaygısı duymayacağım.

Y38 Geleceğim hakkında çok iyimserim.

Sosyal sermaye [SS]

Sosyal ağlar ve güven sosyal sermayeyi ifade eden ve odağında yer alan iki faktör (Coleman, 1988, s. 102) olarak yer almaktadır. Putnam, sosyal sermayeyi bireylerin ortak çıkarlarını sürdürmek için birlikte daha etkili bir şekilde hareket etmelerini sağlayan ağlar, normlar ve güvenin özellikleri olarak tanımlar (Putnam, 1995, s. 664). Coleman ve Putnam sosyal sermayeyi ortak kavramlar çerçevesinde açıklamışlardır (Jackman ve Miller, 1998, s. 49). Fukuyama ise sosyal sermayeyi bir toplumda veya onun belirli bir toplulukta güvenin yaygınlığından kaynaklanan bir yetenek olarak tanımlamaktadır. Sosyal sermaye; toplumun yapı taşı olan en küçük ve en temel sosyal grup ailede, tüm grupların en büyüğü olan ulusta ve aradaki diğer tüm gruplarda somutlaştırılabilir (Fukuyama, 1995, s. 26). Bu ortak kavramlardan hareketle sosyal sermaye; geniş gönüllü ağlarının ortaya çıktığı

bir güven ve hoşgörü kültürü olarak yorumlanmaktadır (Inglehart, 2020, s. 188). Anket katılımcılarına 5'li likert puanlı 25 soru sorulmuştur. Sosyal sermaye ölçeği soruları aşağıda verilmiştir:

Y46 Siyasete ilgi duymaktayım.

Y47 Seçimlerde oy kullanırım.

Y48 Bir siyasi partide aktif görev almak isterim.

Y49 Etrafınızda gördüğünüz bir problem hakkında insanlarla görüşürüm.

Y50 Burada halka karşı güçlü bir bağlılık duygusu hissediyorum.

Y51 Buradaki insanlara karşı bir sadakat duyuyorum.

Y52 Buradaki insanlarla pek çok ortak yönümüz vardır.

Y53 Üzümlü'nün insanına itimat edilir.

Y54 Alışverişlerimi genelde Üzümlü esnafından yaparım.

Y55 Üzümlü halkı verdiği sözü yerine getirir.

Y56 Üzümlü halkı kimsenin hakkını yemez.

Y57 Üzümlü'de antlaşmalar adilce olur.

Y58 Üzümlü halkı bana karsı dürüsttür.

Y59 Üzümlü halkına karşı güçlü bir bağlılık duygusu hissediyorum.

Y60 Komşularla olan ilişkim gündelik hayatımın bir parçasıdır

Y61 Burada kendimi güvende hissediyorum.

Y62 Buradaki arkadaşlarım güvenilir kişilerdir.

Y63 Buranın halkı insanlar gerçekten dürüst ve güvenilirdir.

Y64 Devlete güvenirim.

Y65 Türkiye'deki eğitim sistemine güvenirim.

Y66 Güvenlik kuvvetlerine güvenirim.

Y67 Hükümete güvenirim.

Y68 Belediyeye güvenirim.

Y69 İnsanların çoğu dürüsttür.

Y70 İnsanların çoğu güvenilirdir.

Örnek Hacminin Belirlenmesi

Araştırma bölgesi Erzincan İli Üzümlü İlçesidir. Ahıska Türkleri Rusya'nın Kırım'ı işgaliyle bu ilçeye peyderpey yerleştirilmişlerdir. Erzincan Valiliği'nin internet sitesinde Ahıska Türklerinden 528 aile ve toplamda 3213 kişi Üzümlü İlçesinde iskân edilmiştir (Anonim, 2022). Örneklem evrenini Erzincan'ın Üzümlü İlçesine yerleştirilen Ahıska Türkleri oluşturmaktadır. Örneklem sayısının belirlenmesinde %95 güven sınırları ve %5 hata payı sınırları kabul edilmiştir. Evreni oluşturan bireylerin homojen olduğu kabul edilmiş ve tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilmiştir.

Tesadüfi Örnekleme Yöntemine göre örneklem büyüklüğü aşağıdaki formül (1) ile belirlenmiştir (Keskin ve Keleş, 2018).

$$n= \frac{N.P.Q.Z^2}{(N-1).d^2+P.Q.Z^2} \quad (1)$$

$n = \frac{(3213).(0.75).(0.25).(1.96)^2}{(3212).0.05^2+(0.75).(0.25).(1.96)^2}$ = 264 olarak hesaplanmış, muhtemel hata payları dikkate alınarak örnek büyüklüğü 269 olarak belirlenmiştir.

Formülünde n= Örnek hacmi, N= Örnekleme çerçevesine ait toplam birey sayısı, P = Sosyal kaynaşmaya istekli birey oranı, Q = Sosyal kaynaşmaya gönülsüz birey oranı. (1-P), Z = % (1-α) Z test değeri, α = önem düzey, d = hata (tolerans) payıdır. Z Güven katsayısı (%95'lık güven katsayısı, 1,96 alınmıştır). Sosyal kaynaşmaya istekli birey sayısın çok fazla olacağı düşünülerek araştırma evreninin %75'i bu kategoride değerlendirilmiştir.

Bulgular

Demografik ve Sosyoekonomik Bulgular

Ahıska Türkleri özelinde sosyal kaynaşma ile pozitif psikolojik sermaye, ekonomik beklenti, umut ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışma 269 anket katılımcısıyla yapılan anketlerden elde edilen kesit verilerle gerçekleştirilmiştir. Tablo 1'de Üzümlü İlçesi'nde iskân edilen Ahıska Türkleri ile yapılan ankete katılanlara ait demografik ve sosyoekonomik özellikler aktarılmıştır.

Tablo 1
Ankete Katılan Ahıska Türklerinin Demografik Ve Sosyoekonomik Yapısı

Yaş	**n (Frekans)**	**Oran %**
20-29	65	24,2
30-39	88	32,7
40-49	56	20,8
50-59	34	12,6
60 ve üzeri	26	9,7
Toplam	***269***	***100***
Cinsiyet		
Kadın	131	48,7
Erkek	138	51,3
Toplam	***269***	***100***
Eğitim		
İlkokul	36	13,4
Ortaokul	93	34,6
Lise	84	31,2
Ön lisans	24	8,9
Üniversite	25	9,3
Yüksek lisans	7	2,6
Toplam	***269***	***100,0***
Hane Geliri		
Asgari ücretten az	78	29,0
Asgari ücret	97	36,1
6000 TL- 9000TL	60	22,3
9001 TL- 12000 TL	26	9,7
12000 üzeri	8	3,0
Toplam	269	100,0
Medeni durum		
Bekar	66	24,5
Evli	203	75,5
Toplam	***269***	***100,0***
Çocuk sayısı		
Çocuk yok	47	17,5
Tek çocuk	39	14,5
2 çocuk	58	21,6
3 çocuk	68	25,3
4 ve üstü	57	21,2
Toplam	269	100,0

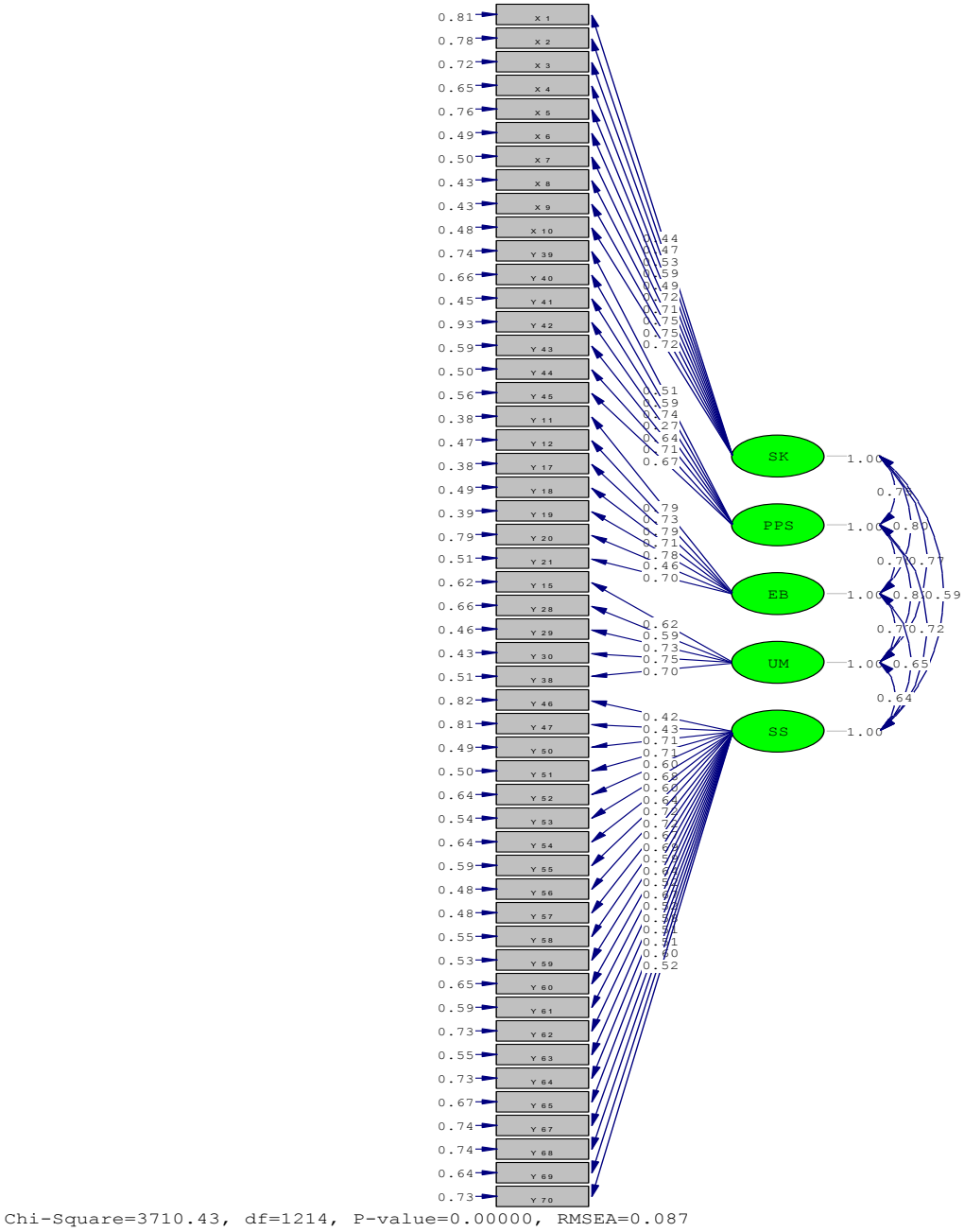
Yapısal Eşitlik Modeli Analiz Bulguları

Çoklu regresyon, lojistik regresyon ve varyans analizi gibi birinci nesil çok değişkenli veri analizi teknikleri, ilgilenilen değişkenler arasındaki varsayımsal ilişkileri deneysel olarak test etmek için araştırmacılar tarafından kullanılan temel istatistiksel yöntemler grubuna aittir (Hair Jr vd., 2021, s. 3). Çeşitli bilimsel disiplinlerdeki çok sayıda araştırmacı, bugün dünyayı görme ve anlayabilmemizi önemli ölçüde şekillendiren bulgular üretmek için bu yöntemleri uygulamıştır. Bu tekniklerin ortak olarak üç önemli sınırlaması vardır: (1) basit bir model yapısının varsayımı, (2) tüm değişkenlerin gözlemlenebilir olarak kabul edilmesini gerektirmesi ve (3) tüm değişkenlerin hatasız olarak ölçüldüğü varsayımı (Haenlein ve Kaplan 2004, s. 284). İlişkilerin tahmininde YEM, gözlenen değişkenlerdeki ölçüm hatasını hesaba katar. Sonuç olarak yöntem, ilgilenilen teorik kavramların daha kesin bir ölçümünü elde eder (Cole ve Preacher, 2014, s. 301).

Doğrulayıcı faktör analizleri – DFA

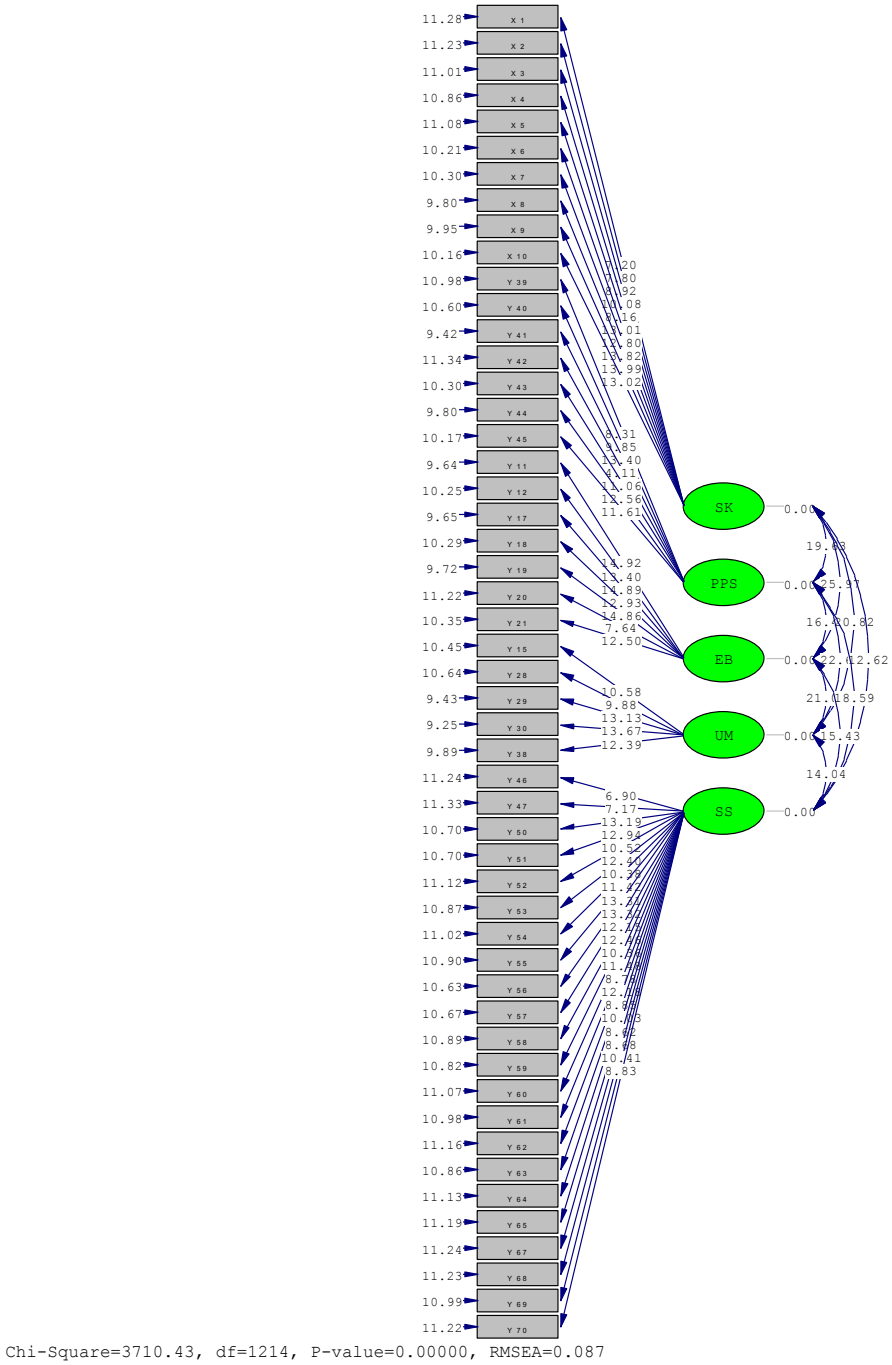
Genel anlamda, faktör analizi, doğrudan ölçülebilen çeşitli gözlemlenebilir göstergeler kullanarak varsayımsal yapıların matematik dilinde ifade edilmesine yönelik bir yaklaşımdır. Doğrulayıcı faktör analizi (DFA), bir faktör yapısını keşfetmekle değil, belirli bir faktör yapısının varlığını doğrulamakla ilgilenir. Bu nedenle, doğrulayıcı faktör analizinde (1) önce teori gelir, (b) ondan sonra model türetilir ve son olarak (c) model, YEM tipi bir yaklaşım kullanılarak gözlemlenen verilerle tutarlılık açısından test edilir (Raykov ve Marcoulides, 2012, s. 94-95).

Şekil 2'de Ahıska Türklerinin sosyal kaynaşması ve sosyal kaynaşma üzerinde etkili olan değişkenlerin korelasyonel ilişkisini gösteren doğrulayıcı faktör analizi verilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi modelinde gizil değişkenler sırasıyla; Sosyal Kaynaşma (SK), Pozitif Psikolojik Sermaye (PPS), Ekonomik Beklentiler (PPS), Umut (UM) Ve Sosyal Sermaye (SS)'den oluşmaktadır. Yine modelde gözlene değişkenlerin gizil değişkeni tek başına açıklama potansiyelini gösteren standardize edilmiş faktör yük değerleri yer almaktadır.



Şekil 2. Sosyal Kaynaşma Doğrulayıcı Faktör Analiz Sonuç Modeli

Şekil 3'de sosyal kaynaşma doğrulayıcı faktör analizi t değerleri verilmiştir. "*t* değerleri" gizil değişkenler arsındaki ilişkilerin ve gözlenen değişkenlerin istatiksel olarak anlamlı olup olmadığını göstermektedir.



Şekil 3. Sosyal Kaynaşma Doğrulayıcı Faktör Analizi *t* Değerleri

Modelde yer alan gözlenen değişkenlerin tamamının standardize edilmiş faktör yük değerleri pozitiftir. Yine *t* değerleri +1,96'dan büyük olarak bulunmuş ve %95 güven sınırları içerisinde yer aldığı tespit edilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi modelinde X^2/df değeri (3710,43/1214) 3,05 olarak hesap edilmiştir. RMSEA değeri 0,087'tir.

Diğer istatistiksel analizlerden farklı olarak, YEM için girdi verileri; genellikle gözlemlenen değişkenlerin bir kovaryans matrisi veya gözlemlenen değişkenlerin bir korelasyon matrisi artı değişkenlerin ortalamaları ve standart sapmalarıdır. YEM sonuçlarının kalitesi, test edilen YEM modelinin analiz edilen matrisi ne kadar iyi yeniden üretebildiğine göre ölçülür. Bir YEM modeli, modelde yer alan gözlenen ve gizil değişkenler arasında bir dizi ilişkiyi ifade eder (Dattalo, 2008, s. 28-29). Tablo 2'de sosyal kaynaşma çalışmasının gizil değişkenleri arasındaki korelasyon matrisi verilmiştir.

Tablo 2
Sosyal Kaynaşma Korelasyon Matrisi

	SK	PPS	EB	UM	SS
SK	1.00				
PPS	0.75 (0.04) 19.59	1.00			
EB	0.80 (0.03) 25.92	0.70 (0.04) 16.45	1.00		
UM	077 (0.04) 20.78	0.82 (0.04) 22.62	0.77 (0.04) 21.04	1.00	
SS	0.59 (0.05) 12.60	0.72 (0.04) 18.55	0.65 (0.04) 15.41	0.64 (0.05) 14.01	1.00

Model içerisinde yer alan gizil değişkenler arasında pozitif yönde ve anlamlı bir korelasyonun olduğu görülmektedir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen gözlenen değişkenlere ait standardize edilmiş faktör yük değerleri ve SPSS21 istatistik paket programıyla elde edilen verilerin ortalaması, standart sapması ve Cronbach's Alpha katsayısı Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3
Gözlenen Değişkenlere Ait Ölçüm ve İstatistik Değerleri

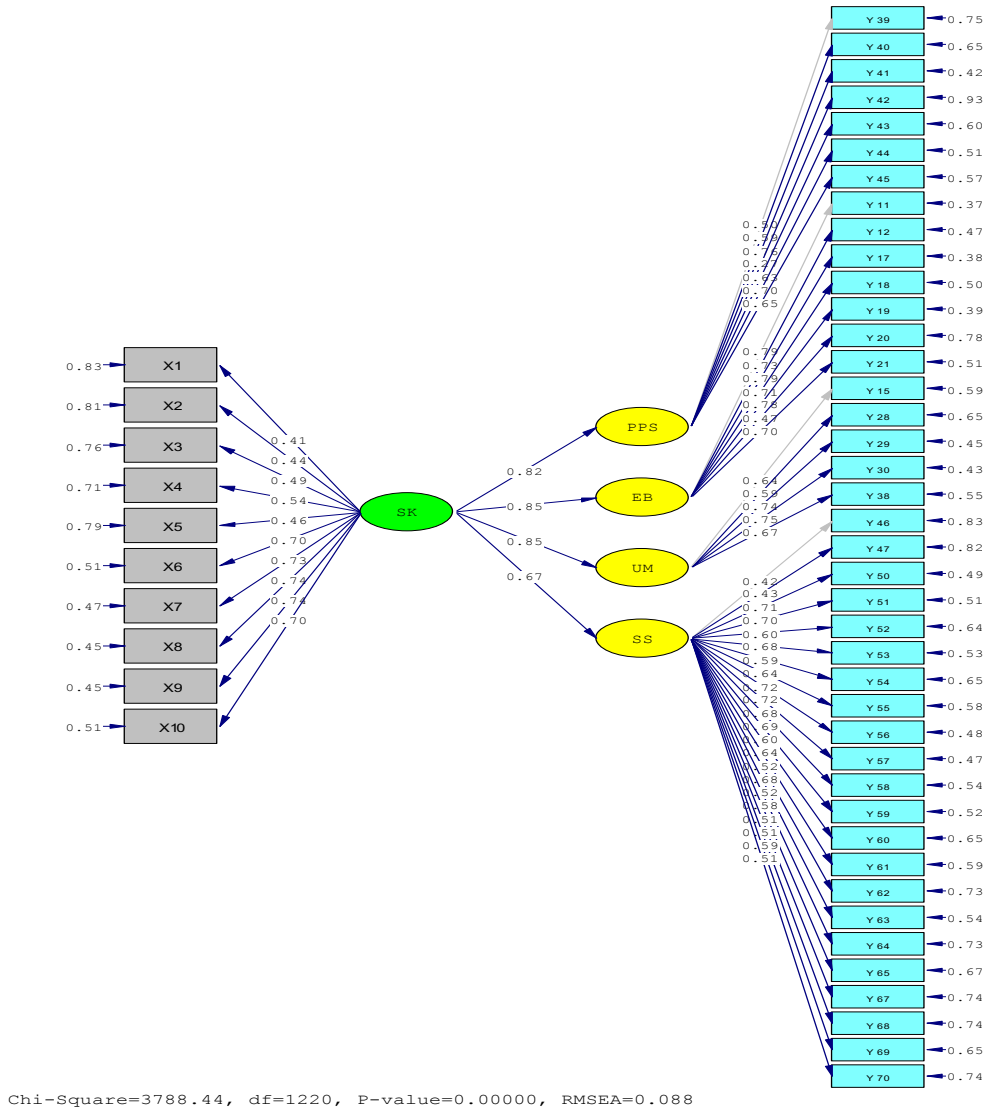
Gözlenen Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	*t* değeri	Standardize edilmiş faktör değerleri	Cronbach's Alpha Değeri
Sosyal Kaynaşma [SK]					
X1	3,0000	1,09122	7,20	0,44	0,970
X2	3,4598	1,13080	7,80	0,47	0,970
X3	3,7529	1,08157	8,92	0,53	0,970
X4	3,9943	1,04520	10,08	0,59	0,969
X5	3,9368	0,99799	8,16	0,49	0,970
X6	3,4138	0,95023	13,01	0,72	0,969
X7	3,1609	1,14673	12,80	0,71	0,969
X8	3,2701	1,15879	13,82	0,75	0,969
X9	3,3333	1,10351	13,99	0,75	0,969
X10	3,5862	1,10753	13,02	0,72	0,969
Pozitif Psikolojik Sermaye [PPS]					
Y39	3,5920	1,11228	8,31	0,51	0,970
Y40	3,0517	0,95728	9,85	0,59	0,969
Y41	3,3678	1,13906	13,40	0,74	0,969
Y42	3,0632	1,11299	4,11	0,27	0,971
Y43	2,9425	1,10025	11,06	0,64	0,969
Y44	3,2069	1,02159	12,56	0,71	0,969
Y45	3,1839	1,17320	11,61	0,67	0,969
Ekonomik Beklenti [EB]					
Y11	3,0517	1,14431	14,92	0,79	0,969
Y12	2,8563	1,28892	13,40	0,73	0,969
Y17	2,9138	1,04717	14,89	0,79	0,969
Y18	3,0287	1,05034	12,93	071	0,969
Y19	3,1782	1,08983	14,86	078	0,969
Y20	3,9713	1,16514	7,64	0,46	0,970
Y21	3,0862	1,05816	12,50	0,70	0,969
Umut [UM]					
Y15	3,3391	1,15552	10,58	0,62	0,969
Y28	3,1667	1,13832	9,88	0,59	0,970
Y29	3,3218	1,12249	13,13	073	0,969
Y30	2,9828	1,17525	13,67	0,75	0,969
Y38	3,1609	1,16672	12,39	0,70	0,969
Sosyal Sermaye [SS]					
Y46	2,7356	1,37239	6,90	0,42	0,970
Y47	3,8908	1,25142	7,17	0,43	0,970
Y50	3,0805	1,09880	13,19	0,71	0,969
Y51	3,1494	1,14325	12,94	0,71	0,969
Y52	2,8793	1,10298	10,52	0,60	0,969
Y53	2,8161	1,17320	12,40	0,68	0,969
Y54	3,2069	1,21301	10,38	0,60	0,970
Y55	2,5805	1,13375	11,42	0,64	0,970
Y56	2,6149	1,17094	13,31	0,72	0,969
Y57	2,5690	1,14970	13,33	0,72	0,969
Y58	2,7701	1,17980	12,45	0,67	0,969
Y59	2,8333	1,19287	12,46	0,69	0,969
Y60	3,4713	1,10007	10,36	0,59	0,969
Y61	3,7644	1,14634	11,48	0,64	0,969
Y62	3,6782	1,12763	8,78	0,52	0,969
Y63	3,0862	1,34230	12,19	0,67	0,969
Y64	3,9138	1,22523	8,85	0,52	0,969
Y65	3,7529	1,30887	10,28	0,58	0,969
Y67	3,9425	1,27996	8,62	0,51	0,969
Y68	3,6092	1,38828	8,68	0,51	0,969
Y69	2,5000	1,22946	10,41	0,60	0,970
Y70	2,2989	1,30464	8,83	0,52	0,970

Chi-Spuare=3710,42 df=1214 p-value=0,00000 RMSEA= 0,087

Modelin kapsadığı gözlenen değişkenlerin hepsinin Cronbach's Alpha değerleri 0,900 üzerinde çıktığı için yüksek düzeyde güvenilir olduğu bulunmuştur. Yine t değerleri +1,96'dan yüksek olarak bulunmuştur ve %95 güven sınırları içinde yer almaktadır.

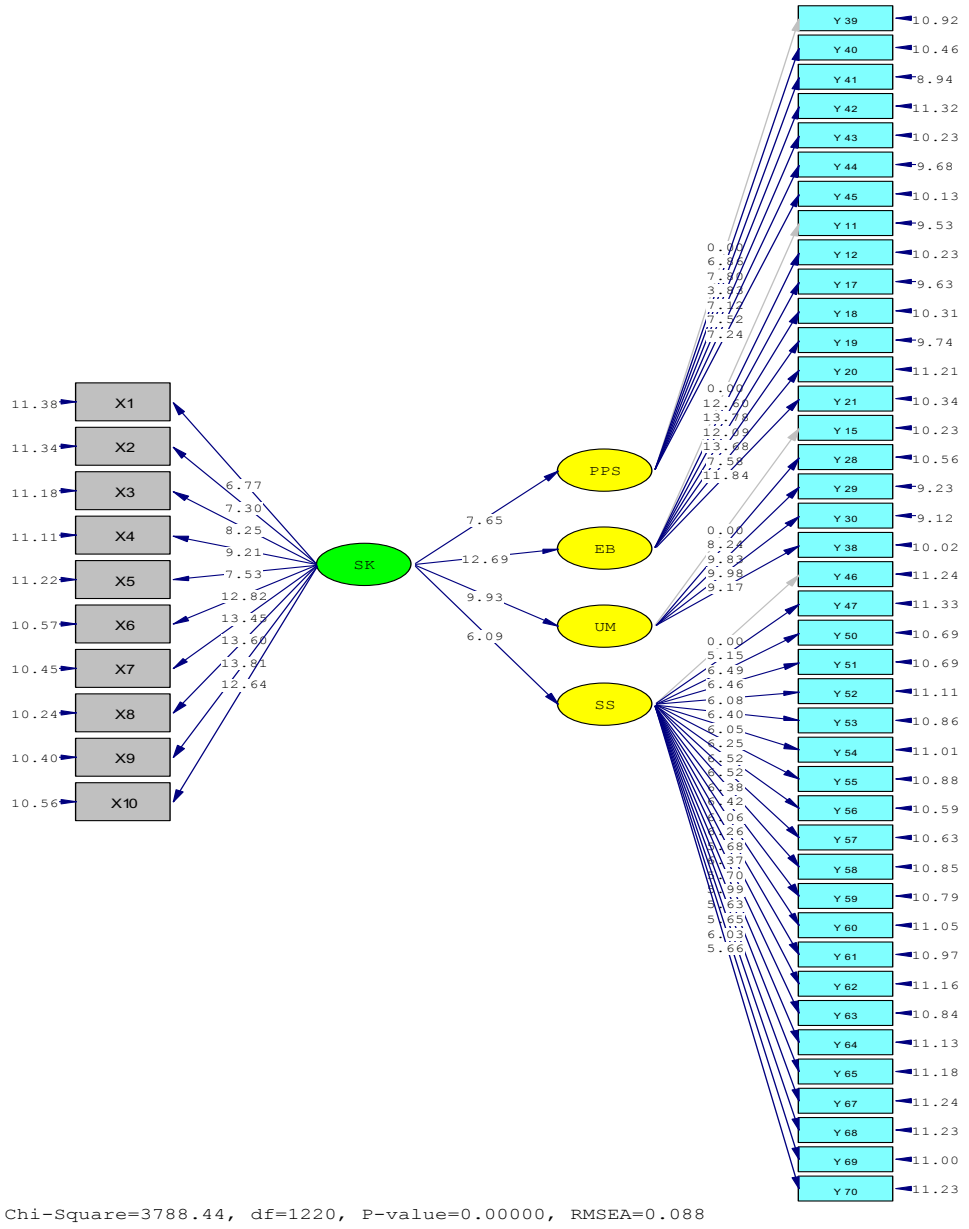
Yapısal model (açıklayıcı faktör analizi) – AFA

Açıklayıcı faktör analizinde (AFA) birden fazla faktör veya gizil değişken bir faktörü veya gizil değişkeni açıklamak için kullanılır (Bowen ve Guo, 2011, s. 97-99). Açıklayıcı faktör analizi (AFA), gözlenen ve gizli değişkenler arasındaki bağlantıların bilinmediği veya belirsiz olduğu durumlar için tasarlanmıştır. Açıklayıcı faktör analizi (AFA) gizil değişkenler arasındaki açıklayıcı ve nedensel ilişkileri açıklamaya çalışır (Raykov ve Marcoulides, 2006, 134-136). AFA böylece gizil (latent) değişkenlerin arasında var olan ilişkilerin test edildiği bir analiz metodudur (Wetson ve Gore Jr, 2006). AFA gizil ve gözlenen değişkenleri toplu halde bir model içerisinde ele alır ve gizil değişkenler arasındaki ilişkiyi gösteren regresyon değerleri gözlenen değişkenlerce belirlenir. Bütünleşik bir model olarak AFA; içsel ve dışsal değişken içermesiyle kanonik korelasyonu yönünü ve değişkenler arasında nedensel ilişkileri tasnif etmesi regresyon analizi yönünü kapsar (Tabachnick ve Fidell, 2007; Kahn, 2006). Bu çalışmanın temel sorunsalı olan "sosyal kaynaşma" 10 gözlenen değişkenle (anket sorusuyla) ölçülmeye çalışılmıştır. Şekil 4'te sosyal kaynaşma yapısal modeli yani AFA sonuçları verilmiştir.



Şekil 4. Sosyal kaynaşma AFA modeli

Şekil 5'te Sosyal kaynaşma yapısal modeli (AFA) *t* değerleri yer almaktadır. Gizil ve gözlenen bütün değişkenlerin "*t*" değerleri ± 1.96'dan büyük olduğu için %5 önem seviyesinde istatistikî olarak önemli bulunmuştur.



Şekil 5. Sosyal Kaynaşma AFA Modeli *t* Değerleri

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) analizleri (Şekil 4 ve Şekil 5) "sosyal kaynaşma" dışsal gizil değişkeni ile pozitif psikolojik sermaye, ekonomik beklenti, umut ve sosyal sermaye içsel gizil değişkenleri (faktörleri) arasında çok yüksek düzeyde ve pozitif yönlü ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.

"Sosyal Kaynaşma (SK)" dışsal gizil değişkeni "Pozitif Psikolojik Sermaye (PPS)" içsel gizil değişkenini çok yüksek oranda pozitif yönlü ($\gamma = 0.82$; $t = 7.65$) etkilemektedir. Burada (γ = gama), içsel gizil değişkenlere ait gözlenen değişkenlerce belirlenmiş vektörün katsayısıdır (regresyon değeri). AFA ve DFA ölçümlerinde yer alan (*t*) değeri ise değişkenin hipotezdeki değerden anlamlı bir biçimde farklı olup olmadığını test eder. Eğer (*t*) değeri ± 1.96'dan büyük ise istatistiksel olarak değişken anlamlı olarak kabul edilir. "Pozitif Psikolojik Sermaye" içsel gizil değişkeninin en önemli gözlenen değişkeni "Y4-Hayat güzeldir ($\lambda = 0.76$; $t = 7.80$)" ve

"Y44-Çok mutluyum (λ = 0.70; t = 7.52)" olarak hesaplanmıştır. Burada (λ=Yunanca harf lambda) gözlenen değişkene ait standardize edilmiş faktör yük değerini göstermektedir. Faktörler arasında bir korelasyonun varlığı kabul edilirken, gözlenen değişkenlerin ve artıkların birbiriyle ilişkisinin olmadığı ve normal dağılıma sahip olduğu kabul edilmektedir. Bu dağılım varsayımlarının tipik olarak çoklu regresyon modelinde (genel lineer model) yapılanlarla benzerliği, özellikle hata teriminin normalliği, sıfır ortalamaya sahip olduğu ve hata terimiyle gözlenen değişkenlerin ilişkisiz olduğu kabul edilmektedir (Tabachnick ve Fidell, 2001; Raykov ve Marcoulides, 2012, s. 15).

"Sosyal Kaynaşma (SK)" dışsal gizil değişkeni "Ekonomik Beklenti (EB)" içsel gizil değişkenini çok yüksek oranda pozitif yönlü (γ = 0.85; *t* = 12.69) etkilemektedir. "Ekonomik Beklenti" içsel gizil değişkeninin en önemli gözlenen değişkeni "Y17-Burada geçim daha kolaydır (λ = 0.79; *t* = 13.78)" ve "Y19-Buranın bana ve aileme ekonomik ve sosyal katkısı daha fazla olacaktır. (λ = 0.78; *t* = 13.68)" olarak hesaplanmıştır.

"Sosyal Kaynaşma (SK)" dışsal gizil değişkeni "Umut (UM)" içsel gizil değişkenini çok yüksek oranda pozitif yönlü (γ = 0.85; *t* = 9.93) etkilemektedir. "Umut" içsel gizil değişkeninin en önemli gözlenen değişkeni "Y30-Burada gelecek kaygısı duymayacağım. (λ = 0.75; *t* = 9.98)" ve "Y29- Burada yaşantım zamanla olumlu yönde değişecektir. (λ = 0.74; *t* = 9.83)" olarak hesaplanmıştır.

"Sosyal Kaynaşma (SK)" dışsal gizil değişkeni "Sosyal Sermaye (SS)" içsel gizil değişkenini çok yüksek oranda pozitif yönlü (γ = 0.67; *t* = 6.09) etkilemektedir. "Sosyal Sermaye" içsel gizil değişkeninin en önemli gözlenen değişkeni "Y50-Burada halka karşı güçlü bir bağlılık duygusu hissediyorum. (λ = 0.71; *t* = 6.49)" ve "Y51-Buradaki insanlara karşı bir sadakat duyuyorum. (λ = 0.70; *t* = 6.46)" olarak hesaplanmıştır.

"Sosyal Kaynaşma (SK)" dışsal gizil değişkeninin en önemli gözlenen değişkenleri sırasıyla; "X9-Burada kendimi değerli hissediyorum (λ = 0.70; *t* = 6.46)", "X8-Burada rahat bir yaşamım var (λ = 0.70; *t* = 6.46)" ve "X7-Bir ömür burada yaşamak istiyorum (λ = 0.70; *t* = 6.46)" olarak bulunmuştur.

Modelin uyum indeksleri referans değerlere ne kadar yakınsa model ile modeli ölçmek için kullanılan veriler arasında o derece iyi unum söz konusudur (Kline, 2015, s. 195). Teorik modelde yer alan değişkenler arasında ilişkilerin modeli ölçmek için kullanılan veri setince ne ölçüde desteklenip desteklenmediği uyum indeksleri tarafından ortaya konulmaktadır. Bu indeks değerlerinin 1'e yakın olması veri ile model arasındaki uyumun mükemmel olduğunu göstermekte, sıfır ise uyumsuzluğu temsil etmektedir. Bu araştırmada söz konusu kriterlere ilişkin değerler 1'e yakındır. Bu durum model ile veri setinin uygunluğunu göstermektedir. Tablo 4'te modelin uyum indeksleri yer almaktadır.

Tablo 4
Sosyal Kaynaşma Uyum İndeksleri

Uyum indeksi	Model değeri	Uygunluk ölçütü
$\chi 2/df$	3.10	$0 \leq \chi 2/\text{sd} \leq 5$
RMSEA	0.088	$0.00 \leq \text{RMSEA} \leq 0.10$
GFI	0.90	$0.90 \leq \text{GFI} \leq 1$
AGFI	0.87	$0.85 \leq \text{AGFI} \leq 1$
NFI	0.90	$0.90 \leq \text{NFI} \leq 1.00$
NNFI	0.92	$0.90 \leq \text{NNFI (TLI)} \leq 1.00$
RFI	0.90	$0.90 \leq \text{RFI} \leq 1.00$
CFI	0.93	$0.90 \leq \text{CFI} \leq 1.00$
IFI	0.93	$0.90 \leq \text{IFI} \leq 1.00$

Uyum indeksleri çalışmanın modeli ile veri setinin uyumlu olduğunu göstermektedir. İndeks değerleri kabul edilebilir değerlerde ve üzerindedir.

Sonuç

Türkiye jeostratejik konumu nedeniyle bir göçmenler ülkesine dönmüştür. Suriye, Afganistan, Uygur, Ahıska Türkleri, Afrika kökenli halkalar ve daha birçok yerden her gün göç alır hale gelmiştir. Bu göçmenlerin büyük bir kısmı "misafir" statüsünde olsa da birçoğu Türkiye'ye yerleşmek istemektedir. Bu durum göçmenlerin "sosyal kaynaşması" problemini doğurmaktadır. Sosyal kaynaşma olmadan göçmenlerle ülke vatandaşlarının bir arada yaşamaları zordur.

Bu çalışma, bir göçmen geçiş koridoru olan Türkiye'de temel sorunlarından biri olan "göçmen kaynaşmasına" bilimsel bir çözüm önerisi geliştirmeyi amaç edinmiştir. YEM sonuçları sosyal kaynaşma ile pozitif psikolojik sermaye, ekonomik beklenti, umut ve sosyal sermaye arasında yüksek düzeyde ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Çalışma, konusu, yöntemi, parametreleri ve bulgularıyla orijinal ve özgün bir niteliktedir. Bu yönüyle literatüre yeni ve özgün katkı sunmakta ve politikacılara yol göstermektedir.

YEM sonuçları Pozitif Psikolojik Sermaye ile göçmenlerin sosyal kaynaşması arasında pozitif yönde ve çok yüksek derecede bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Optimist bir bakış açısına sahip olan göçmenler "hayatın güzel olduğunu" düşünmekte ve yerleştikleri ortamdan ve hayat şartlarında "mutlu olduklarını ifade etmektedirler. Ruh halini iyileştirdiği deneysel olarak kanıtlanmış bir "mutluluk müdahalesi", insanların güçlü yanlarını belirlemelerini ve ardından bu gücü kullanmanın yeni yollarını bulmalarını sağlar (Seligman vd., 2005; Kaplan ve Kaiser, 2009, s. 6). Ahıska Türklerinin sosyal kaynaşması üzerine yapılan bu çalışmanın bulguları göçmenlerin mutlu oldukları yönündedir. Bazı çalışmalarda aynı ülkelerden gelen ve Kanada veya Birleşik Krallık'a taşınan göçmenlerin mutluluklarında önemli farklılıklar olduğu ortaya koymuştur (Helliwell vd., 2016, s. 1620). Bu farklılıklar, iki hedef ülkede yerel halkın ortalama yaşam memnuniyetlerindeki farklılıklarla yakından örtüşmekte, dolayısıyla sosyal kaynaşma politikalarının belirli özelliklerine atfedilebilir olmaktan ziyade genel bir yakınsama hipotezini desteklemektedir. Başka bir çalışma (Polgreen ve Simpson, 2011), bir ülkenin vatandaşlarının ortalama mutluluğu ve ölçülen toplam refahı ile o ülkeye insan akışı (dış göç) arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. A priori olarak, göç teorilerinde yer alan "itici ve çekici nedeler" kapsamında bir toplumun ortalama mutluluğunun insanları bir ülkeyi terk etmeye ve/veya insanları belirli bir ülkeye çekmeye motive etmesi beklenebilir. Mutluluğun göçle bir ilişkisi vardır ki çok mutsuz ülkelerden insanların çok mutlu ülkelere göç etmesi muhtemeldir (Babataş, 2007; Tanrıverdi vd., 2019. Bu ilişki ampirik olarak tespit edilmiştir.

Ekonomik Beklenti ve göçmenlerin sosyal kaynaşması arasında çok yüksek düzeyde pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Ekonomik teori, ülkeler arasındaki ücret farklılıklarından kaynaklanan uluslararası emek hareketliliğini en belirgin biçimde vurgular (Kerr ve Kerr, 2011, s.10-12). Benzer şekilde, gelişmekte olan ekonomilerden birçok öğrenci, kısa veya uzun süreli olarak gelişmiş ülkelere göç ederek gelişmiş ülkelerin okullarında ve üniversitelerinde eğitim görmektedir (Borjas, 2009, s. 1). Türkiye, İtalya ve Kuzey Avrupa'daki mültecilerin artmasının da kanıtladığı gibi, birçok göç zorlukların veya baskıların sonucudur. Göçün doğası göçmenlerin eğitim düzeylerini, yaşlarını ve görev sürelerini ve dolayısıyla olası sosyal kaynaşmalarını etkileyecektir. Göçmenler seçme gücüne sahip olduklarında da göçün doğası seçilen ev sahibi ülkeyi de etkileyecektir (Kerr ve Kerr, 2011, s. 10-12). Temelde "beyin göçü" olarak ifade edilen, ekonomik imkânları iyi olan ülkelere (gelişmiş ülkelere) geri kalmış ülkelerden kalifiye beşeri sermaye akışı (göç), aralıksız devam etmektedir. Kalifiye işçi göçü ekonomik teori çerçevesinde olumlu görünse de demokratik hükümetler nüfuslarının dışarı akışını kolayca kontrol edemediği için gelecek süreçte kalkınma ve refah sorunları yaşayacaktır (Coppel, 2001, s. 24). Göçmenlerin sosyal kaynaşması ile elde ettikleri gelir arasında doğrusal bir orantı olduğu yapılan çalışmalarla ortaya konmuştur. İstihdam ve gelir yoksunluğu arasında güçlü bir ters ilişki

olduğu, daha fazla iş olanağı şehirlerin daha az yoksulluk ve sosyal dışlanma eğilimine yöneltmektedir. Ekonomik rekabet edebilirlik, sosyal kaynaşmayla sağlanabilir (Parkinson ve Moores, 2007). Yine sosyal kaynaşma, eğitim ve büyüme arasındaki ilişkiyi, ekonomik işlemlerin verimliliğinin işlem yapan ajanlar arasındaki sosyal mesafeye bağlı olduğu dinamik bir model bağlamında incelenmiş ve bireysel gelirle sosyal kaynaşma arasında doğrusal bir ilişkinin olduğu bulunmuştur (Gradstein ve Justman, 2002; Camilleri ve Camilleri, 2016). Görüldüğü gibi benzer çalışmalarla bu çalışmanın bulguları örtüşmektedir.

Çalışma bulguları, Sosyal Kaynaşma ile "Umut" arasında çok güçlü ve pozitif yönde bir ilişkinin olduğunu göstermiştir. Göçmenlerin geleceğe dair iyi beklentiler içinde olduğu, geleceğe dair kaygılarının olmadığı ve yaşantısının zamanla olumlu yönde değişeceği umudu içindedir. Çalışma bulguları, literatürde yer alan önceki çalışmalarla uyumludur. Örneğin, Kanada Federal Hükümetinin "Sosyal Kaynaşma" üzerine Politika Araştırma Alt Komitesi tarafından hazırlanan politika belgelerinden birinde, sosyal kaynaşma "Kanada içinde paylaşılan değerler, paylaşılan zorluklar ve eşit fırsatlardan oluşan bir topluluk geliştirmenin devam eden sürecidir ve Kanadalılar arasında güven, umut ve karşılıklılık duygusuna dayalıdır" şeklinde tanımlanmaktadır (Jenson, 1998, s. 4). Bu tanım, sosyal kaynaşmayı bir "süreç" olarak tanımlarken; güven, umut ve karşılıklılık kavramları üzerinden açıklamaktadır (Chan ve Chan, 2006, s. 281-282). Dezavantajlı grupların toplumun bütünüyle sosyal kaynaşmasından beklenen sonuç, yoksulluğu azalması, bireysel ve toplumsal refahın artırılmasıdır. Avrupa Konseyi, doğrudan yoksulluğu önlemek ve sosyal dışlanmanın önüne geçmek bireylerin geleceğe olan umudunun, güvenin gerekliliğine odaklanmıştır (de Europa, 2001). Umut, böylece sosyal dışlanmanın odağında olan "yoksulluk kültürü" ve "alt sınıf"ı kurtarıcı bir kavram olarak görülmektedir (Wilson, 1991; Schwartz, 1991; Kelso, 1994; Oxoby, 2009).

Sosyal Kaynaşma ve Sosyal Sermaye arasında oldukça yüksek doğru orantılı bir ilişki tespit edilmiştir. Ahıska Türkleri Üzümlü halkına karşı güçlü bir bağlılık ve sadakat duygusu içinde olduklarını ifade etmektedirler. Teorik ve ampirik çalışmalar sosyal sermayenin sosyal kaynaşma üzerinde etkili bir faktör olduğunu göstermiştir (Galabuzi ve Teelucksingh, 2010). Sosyal sermaye teorisi, özellikle sosyal güvenin sosyal ilişkilerin kritik bir bileşen olduğunu ve sosyal birliktelik ve sosyal kaynaşma sürecinde vazgeçilmez olduğunu öne sürmektedir (Portes, 1998; Coleman, 1988). ; World Bank, 1998; Putnam, 1995, 2000; Woolcock, 2001; Galabuzi ve Teelucksingh, 2010).

Sosyal kaynaşma, Türkiye gibi göç koridoru üzerinde olan ve sürekli göç alan ülkelerde sosyal huzur, refah, asayiş, barış ve kalkınmanın teminatı gibi görünmektedir. Göçmenlere karşı antipati ve şiddet hareketleri son yıllarda artış göstermektedir. Temelde ekonomik sorunlar yabancı düşmanlığına dönüşmekte; özellikle ülkede yükselen işsizlik sorunu yabancıların sosyal tecrit ve dışlanmasına neden olmaktadır. Ülkede istihdamın artırılması, refahı artırabilir ve böylece yabancıların sosyal kabulü sağlanabilir. Ekonomik yapının iyileştirilmesi, umudu, beklentileri ve sosyal barışı temin edebilir. Demokrasinin geliştirilmesi, güven ve adalet hem göçmenlerin sosyal kaynaşmasına ve hem de ülke yurttaşlarının yabancıları sosyal kabulüne yardımcı olabilir. Karşılıklı sosyal empati geliştirilmesi; karşılıklı anlama ve anlaşma yolu olabilir. Sosyal kaynaşma sosyal empati ile sağlanır. Dayanışma, güven, karşılıklılık, sadakat ve birliktelik ile ifade edilen sosyal sermaye, toplumda ekonomik refaha ve sosyal huzura katkı sağlamaktadır. Bireysel ve kamusal bir mal olan sosyal sermayenin artırılması sosyal kaynaşmayı, huzur ve barışı sağlayabilir.

Bu çalışma, bir ilçede meskûn ve ilçe halkıyla aynı soydan gelen Ahıska Türküyle yürütülmüştür. Yerel halk ve göçmenler aynı etnik köken ve inançtandır. Yine ortak bir tarih, kültür ve ülküye sahiptir. Yöre halkı ve Ahıska Türkleri önceden ve şimdi kırsal alanda tarımla iştigal etmektedir. Ancak bulgular ve sonuçlar yol gösterici niteliktedir ve sosyal kaynaşma kapsamında, bölgesel veya ulusal düzeyde araştırmalar için bir perspektif sunmaktadır. Sosyal kaynaşma konusunda bölgesel veya ulusal araştırmaların yapılmasında bir öncü nitelikteki bu çalışma yöntem ve analizleriyle yol göstericidir.

Kaynakça

Ağaçbacak, P. M. (2019). Pozitif psikoloji bağlamında sınıf öğretmenlerinin psikolojik iyi oluş düzeyleri ile özyeterlik inançları ve örgütsel bağlılık davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi (Order No. 28241853). Available from ProQuest Dissertations & Theses Global. (2460801000). Retrieved from https://www.proquest.com/dissertations-theses/pozitif-psikoloji-bağlamında-sınıf/docview/2460801000/se-2

Akpınar, E. (2016). Donetsk'ten Erzincan'a: Ahıska sürgünlerinin son göçü. *TÜCAUM Uluslararası Coğrafya Sempozyumu*, 13-14. http://tucaum.ankara.edu.tr/wp-content/uploads/sites/280/2016/12/Int_semp_BC5.pdf

Albarosa, E., ve Elsner, B. (2022). Forced Migration, Social Cohesion and Conflict. *Policy Research Working Paper 9913. http://hdl.handle.net/10986/36914*

Alex Linley, P., Joseph, S., Harrington, S., ve Wood, A. M. (2006). Positive psychology: Past, present, and (possible) future. *The journal of positive psychology*, *1*(1), 3-16. https://doi.org/10.1080/17439760500372796

Aslan, S. (2016). Türkiye'de Sosyal Sermaye Bileşenlerinden Güven Hakkında Bir Değerlendirme. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *17*(2), 181-204. http://esjournal.cumhuriyet.edu.tr/en/download/article-file/282722

Avey, J. B., Luthans, F., ve Jensen, S. M. (2009). Psychological capital: A positive resource for combating employee stress and turnover. *Human resource management*, *48*(5), 677-693. https://doi.org/10.1002/hrm.20294

Babataş, G. (2007). Beyin Göçü ve Türkiye'nin Sosyo Ekonomik Yapısının Beyin Göçüne Etkisi. *Öneri Dergisi*, *7*(28), 263-266. https://doi.org/10.14783/maruoneri.684406

Beauvais, C., ve Jenson, J. (2002). *Social cohesion: Updating the state of the research* (Vol. 62). Ottawa: CPRN. https://oaresource.library.carleton.ca/cprn/12949_en.pdf

Berry, R. A., ve Soligo, R. (1969). Some welfare aspects of international migration. *Journal of political economy*, *77*(5), 778-794. https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/259562

Borjas G. (2009) Immigration in high-skill labor markets:The impact of foreign students on the earning of doctorates, in Freeman R. ve Goroff D. (eds.) Science and Engineering Careers in the United States:An Analysis of Markets and Employment, University of Chicago Press, Chicago (see also NBER Working Paper 12085). https://www.nber.org/papers/w12085

Borjas, G. J. (1995). The economic benefits from immigration. *Journal of economic perspectives*, *9*(2), 3-22. DOI: 10.1257/jep.9.2.3

Bourdieu, P. (1989). Social space and symbolic power. *Sociological theory*, *7*(1), 14-25. https://doi.org/10.2307/202060

Bowen, N. K., ve Guo, S. (2011). *Structural equation modeling*. Oxford University Press. DOI: 10.1093/acprof:oso/9780195367621.001.0001

Burchi, F., ve Roscioli, F. (2022). Can integrated social protection programmes affect social cohesion? Mixed-methods evidence from Malawi. *The European Journal of Development Research*, *34*(3), 1240-1263. https://link.springer.com/article/10.1057/s41287-022-00505-5

Burchi, F., Loewe, M., Malerba, D., ve Leininger, J. (2022). *Disentangling the Relationship Between Social Protection and Social Cohesion:Introduction to the Special Issue*. The European Journal of Development Research, 1-21. https://d-nb.info/1264757816/34

Camilleri, M. A., ve Camilleri, A. (2016). Education and social cohesion for economic growth. *International Journal of Leadership in Education*, *19*(5), 617-631. https://doi.org/10.1080/13603124.2014.995721

Chan, J., To, H. P., ve Chan, E. (2006). Reconsidering social cohesion: Developing a definition and analytical framework for empirical research. *Social indicators research*, *75*, 273-302. https://link.springer.com/article/10.1007/s11205-005-2118-1

Chiu, C. M., Hsu, M. H., ve Wang, E. T. (2006). Understanding knowledge sharing in virtual communities:An integration of social capital and social cognitive theories. *Decision support systems*, 42(3), 1872-1888. https://doi.org/10.1016/j.dss.2006.04.001

Chuang, Y. C., Chuang, K. Y., ve Yang, T. H. (2013). Social cohesion matters in health. *International journal for equity in health*, *12*(1), 1-12. Erişim adresi: https://equityhealthj.biomedcentral.com/articles/10.1186/1475-9276-12-87

Cole, D. A., ve Preacher, K. J. (2014). Manifest variable path analysis: potentially serious and misleading consequences due to uncorrected measurement error. *Psychological methods*, *19*(2), 300. https://doi.org/10.1037/a0033805

Cole, J. (2014). The téléphone malgache: Transnational gossip and social transformation among Malagasy marriage migrants in France. *American Ethnologist*, *41*(2), 276-289. https://doi.org/10.1111/amet.12075

Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American journal of sociology*, *94*, S95-S120. https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/228943

Cooley, C. H. (1909). Social Organization: A Study of the Larger Mind, New York: Scribner's. *Search in*. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=bhj3dl0OnN8C&oi=fnd&pg=PR15&dq=Cooley,+C.+H.+(1909).

Coppel, J., Dumont, J. C., ve Visco, I. (2001). Trends in immigration and economic consequences. *OECD Economics Department Working Papers No. 284*. https://doi.org/10.1787/18151973

Czaika, M., ve De Haas, H. (2014). The globalization of migration: Has the world become more migratory?. *International Migration Review*, *48*(2), 283-323. https://doi.org/10.1111/imre.12095

Dattalo, P. (2008). *Determining sample size: Balancing power, precision, and practicality*. Oxford university press. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=f0JRDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP8&dq=Dattalo,+P.+(2008).

de Europa, C. (2001). *Promoting the policy debate on social cohesion from a comparative perspective*. Trends in Social Cohesion, (1). https://www.coe.int/t/dg3/socialpolicies/socialcohesiondev/source/Trends/Trends-01_en.pdf

Demir, R., ve Türk F. (2020). Pozitif psikoloji: Tarihçe, temel kavramlar, terapötik süreç, eleştiriler ve katkılar. *Humanistic Perspective*, *2*(2), 108-125. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1154707

Devrisheva, K. (2019). Ahıska Türklerinin Bitmeyen Göçü. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (45), 333-352. https://doi.org/10.21563/sutad.636251

Duman, B., ve Alacahan, O. (2010). Sosyal Kaynaşma. *Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics ve Administrative Sciences*, *15*(1), 103-128. Erişim adresi: https://web.s.ebscohost.com/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=0&sid=52e406f0-9bbf-4b3f-a709-426ee46f0c6b%40redis

Durkheim, E. (2016). The elementary forms of religious life. In *Social Theory Re-Wired* (pp. 52-67). Routledge. https://www.taylorfrancis.com/chapters/edit/10.4324/9781315775357-6/elementary-forms-religious-life-emile-durkheim

Freud, S. (1921). *Massenpsychologie und Ich-analyse*. Internationaler Psychoanalytischer Verlag. https://joachimschmid.ch/docs/PAzFreudSigMasseIAn.pdf

Friedkin, N. E. (2004). Social cohesion. *Annu. Rev. Sociol.*, *30*, 409-425. https://doi.org/10.1146/annurev.soc.30.012703.110625

Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and the Creation of Prosperity, New York: Free Press, Chapter 9. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=j0LC6XZtH84C&oi=fnd&pg=PT9&dq=Fukuyama,+F.+(1995).

Fukuyama, F. (2000). Social capital and civil society. *Available at SSRN 879582*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=879582

Galabuzi, G. E. ve Teelucksingh, C. (2010). *Social cohesion, social exclusion, social capital*. Mississauga, ON: Region of Peel, Human Services. https://www.researchgate.net/profile/Alison-Taylor/publication/264704453_Migrant_Workers_and_the_Problem_of_Social_Cohesion_in_Canada/links/55f2d24408ae51c380c007cd/Migrant-Workers-and-the-Problem-of-Social-Cohesion-in-Canada.pdf

Gradstein, M. ve Justman, M. (2002). Education, social cohesion, and economic growth. *American Economic Review*, *92*(4), 1192-1204. doi: 10.1257/00028280260344722

Green, A., ve Preston, J. (2001). Education and social cohesion: Recentering the debate. *Peabody Journal of Education*, *76*(3-4), 247-284. https://doi.org/10.1080/0161956X.2001.9682001

Gürsu, O., ve Yaşar, A. Y. (2019). Pozitif psikoloji: Mutluluğun ve insanın güçlü yönlerinin bilimi. *Turkish Academic Research Review*, *4*(4), 655-660. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/914051

Haenlein, M. ve Kaplan, A. M. (2004). A beginner's guide to partial least squares analysis. *Understanding statistics*, *3*(4), 283-297. https://doi.org/10.1207/s15328031us0304_4

Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., ve Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook* (p. 197). Springer Nature. DOI 10.1007/978-3-030-80519-7

Hanifan, L. J. (1916). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, *67*(1), 130-138. https://doi.org/10.1177/00027162160670011

Hann, C. M. (Ed.). (2002). *Postsocialism: Ideals, ideologies, and practices in Eurasia*. Psychology Press. Erişim adresi:https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=VI0PcRPXtIoC&oi=fnd&pg=PR9&dq=Hann,+C.+M.+(Ed.).+(2002).

Hasanoğlu, İ. (2016). Ahıska Türkleri: Bitmeyen Bir Göç Hikâyesi. *Türk Dünyası İncelemeleri Dergisi*, *16*(1), 1-20. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/407049

Helliwell, J. F., Bonikowska, A., ve Shiplett, H. (2016). *Migration as a test of the happiness set point hypothesis: Evidence from Immigration to Canada* (No. w22601). National Bureau of Economic Research. Erişim adresi: https://www.nber.org/papers/w22601

Hooghe, M. (2011). Social cohesion in contemporary societies: An update of theoretical approaches. *Contemporary Theoretical Perspectives on the Study of Social Cohesion and Social Capital Brussels: Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten*, 7-14. Erişim adresi: https://lirias.kuleuven.be/1861508?limo

Hugo, G. (2008). Migration, Development and Environment. Retirved from the International Organization for Migration Geneva. Erişim adresi: https://publications.iom.int/system/files/pdf/mrs_35_1.pdf

Hulse, K., ve Stone, W. (2007). Social cohesion, social capital and social exclusion: A cross cultural comparison. *Policy Studies*, *28*(2), 109-128. https://doi.org/10.1080/01442870701309049

Inglehart, R. (2020). *Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton university press. https://press.princeton.edu/books/paperback/9780691011806/modernization-and-postmodernization

IOM, (2022). World Mıgratıon Report 2022. *International Organization for Migration. 17 route des Morillons P.O. Box 17 1211 Geneva 19. Switzerland*. https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022

Jackman, R. W., ve Miller, R. A. (1998). Social capital and politics. *Annual review of political science*, *1*(1), 47-73. https://doi.org/10.1146/annurev.polisci.1.1.47

Jenson, J. (1998). *Mapping social cohesion: The state of Canadian research* (pp. 109-28). Ottawa: Canadian policy research networks. http://www.cccg.umontreal.ca/pdf/cprn/cprn_f03.pdf

Jenson, J. (2010). *Defining and measuring social cohesion* (No. 1). Commonwealth Secretariat. https://www.socialcohesion.info/fileadmin/user_upload/Jenson_ebook.pdf

Kahn, J. H. (2006). Factor analysis in counseling psychology research, training, and practice: Principles, advances, and applications. *The counseling psychologist*, *34*(5), 684-718. https://doi.org/10.1177/0011000006286347

Kahneman, D., Knetsch, J. L., ve Thaler, R. H. (1991). Anomalies: The endowment effect, loss aversion, and status quo bias. *Journal of Economic perspectives*, *5*(1), 193-206. https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.5.1.193

Kaplan, R. E., ve Kaiser, R. B. (2009). *Toward a positive psychology for leaders*. Linley, P. A., Harrington, S., ve Page, N. (Eds.). Oxford Handbook of Positive Psychology and Work. New York:Oxford University Press. https://psycnet.apa.org/record/2009-21869-000

Katz, E., ve Stark, O. (1986). Labor migration and risk aversion in less developed countries. *Journal of labor Economics, 4*(1), 134-149. : https://www.jstor.org/stable/2534880

Keleş, Ş. (2021a). Attractiveness of the city, psychological and social capital:Never-ending migration from rural settlements to urban centers in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research, 7*(2), 151-161. https://doi.org/10.24289/ijsser.846777

Keleş, Ş. (2021b). The impact of economic expectation, social capital and hope on migration request and action. *Journal of Life Economics, 8*(1), 47-58. https://doi.org/10.15637/jlecon.8.1.05

Kelso, W. A. (Ed.). (1994). *Poverty and the underclass:Changing perceptions of the poor in America*. NYU Press. https://muse.jhu.edu/pub/193/monograph/book/7732

Kerr: P. ve Kerr, W. R. (2011). *Economic impacts of immigration:A survey*. Working Paper 16736 http://www.nber.org/papers/w16736

Keskin, A., ve Keleş, Ş. (2018). Formation of the social capital by its dimensions in rural areas of Erzurum province in Turkey. *Journal of Anımal and Plant Sciences, 28*(6). Erişim adresi: http://www.thejaps.org.pk/docs/v-28-06/38.pdf

Kleist, N. (2016). *Introduction:Studying hope and uncertainty in African migration. In Hope and uncertainty in contemporary African migration* (pp. 1-20). Routledge. https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/48483/1/9781317335481.pdf#page=16

Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications. https://pdfs.semanticscholar.org/9f61/4aefcc38de8aa425a190560055dff40fabed.pdf

Koppenberg, S. (2012). Where do forced migrants stand in the migration and development debate. *Oxford Monitor of Forced Migration*, *2*(1), 77-90. Erişim adresi: https://core.ac.uk/download/pdf/286269512.pdf

Kutanis, R. Ö. ve Yildiz, E. (2014). Pozitif Psikoloji ile Pozitif Örgütsel Davranış İlişkisi ve Pozitif Örgütsel Davranış Boyutları Üzerine Bir Değerleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 5*(11), 135-154. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/213872

Lecture, E. J. H. M. (1996). *Social Dimensions of Economic Growth*. Eric J. Hanson Memorial Lecture, University of Alberta. Erişim adresi: https://citeseerx.ist.psu.edu/document?repid=rep1&type=pdf&doi=319afee86064c12c6b3f53aa86b2351f4fac6af9

Leininger, J., Burchi, F., Fiedler, C., Mross, K., Nowack, D., von Schiller, A., ... ve Ziaja, S. (2021). *Social cohesion: A new definition and a proposal for its measurement in Africa* (No. 31/2021). Discussion Paper. . Erişim adresi: https://www.econstor.eu/bitstream/10419/247791/1/1780471599.pdf

Letki, N. (2008). Does diversity erode social cohesion? Social capital and race in British neighbourhoods. *Political Studies*, *56*(1), 99-126. https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2007.0069

Loewe, M. (2020). Community effects of cash-for-work programmes in Jordan:supporting social cohesion, more equitable gender roles and local economic development in contexts of flight and migration. *DIE Studies*, 102. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/227755/1/1742820344.pdf

Luthans, F., Luthans, K. W., ve Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital:Beyond human and social capital. University of Nebraska. Erişim adresi: https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1151vecontext=managementfacpub.

Mouratidis, K. ve Poortinga, W. (2020). Built environment, urban vitality and social cohesion: Do vibrant neighborhoods foster strong communities?. *Landscape and Urban Planning*, *204*, 103951. https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2020.103951

Münz, R., Straubhaar, T., Vadean, F. P. ve Vadean, N. (2006). *The costs and benefits of European immigration* (No. 3). HWWI Policy Report. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/46220/1/662820886.pdf

Oxoby, R. (2009). Understanding social inclusion, social cohesion, and social capital. *International Journal of Social Economics*, *36*(12), 1133-1152. Erişim adresi: https://contacts.ucalgary.ca/info/econ/files/info/unitis/publications/162-34166/UnderstandingSocialInclusion-Oxoby.pdf

Palloni, A., Massey, D. S., Ceballos, M., Espinosa, K., ve Spittel, M. (2001). Social capital and international migration: A test using information on family networks. *American journal of sociology*, *106*(5), 1262-1298. Erişim adresi: https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/320817

Parkinson, M. ve Moores, L. J. (2007). Social cohesion in English cities: Policy, progress and prospects. *IzR*, *6*, 363-370. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/profile/Michael-Parkinson/publication/352020203_Social_Cohesion_in_English_Cities/links/60b605ff92851cde88477e66/Social-Cohesion-in-English-Cities.pdf

Pine, F. (2014). Migration as hope:space, time, and imagining the future. *Current Anthropology, 55*(S9), 95-104. Erişim adresi: https://www.journals.uchicago.edu/doi/full/10.1086/676526

Polgreen, L. A., ve Simpson, N. B. (2011). Happiness and international migration. *Journal of Happiness Studies, 12*(5), 819-840. Erişim adresi: https://link.springer.com/article/10.1007/s10902-010-9229-3

Portes, A. (1998). Social capital:Its origins and applications in modern sociology. *Annual review of sociology, 24*(1), 1-24. Erişim adresi: https://www.annualreviews.org/doi/abs/10.1146/annurev.soc.24.1.1

Portes, A. ve Landolt, P. (2000). Social capital:promise and pitfalls of its role in development. *Journal of Latin American Studies, 32*(2), 529-547. https://doi.org/10.1017/S0022216X00005836

Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of Democracy, 6*(1), 65-78. Erişim adresi: http://mktgsensei.com/AMAE/Consumer%20Behavior/bowlingalone.pdf

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone:The collapse and revival of American community*. Simon and Schuster. https://doi.org/10.1093/ije/31.1.261

Raykov, T. ve Marcoulides, G. A. (2006). On multilevel model reliability estimation from the perspective of structural equation modeling. *Structural Equation Modeling*, *13*(1), 130-141. https://doi.org/10.1207/s15328007sem1301_7

Raykov, T. ve Marcoulides, G. A. (2012). *A first course in structural equation modeling.* Routledge. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=K-pkAgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Raykov,+T.,+ve+Marcoulides,+G.+A.+(2012)

Sahota, G. S. (1968). An economic analysis of internal migration in Brazil. *Journal of political economy, 76*(2), 218-245. Erişim adresi: https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/259395

Schwartz, J. (1991). The moral environment of the poor. *The Public Interest, 103*, 21. Erişim adresi: https://www.proquest.com/openview/8983947c80b1bd2748bb805f7bdf4b99/1?cbl=1817076&pq-origsite=gscholar

Seligman, M. E. (2002). *Authentic happiness:Using the new positive psychology to realize your potential for lasting fulfillment*. Simon and Schuster. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=3L0BCCoFMRgC&oi=fnd&pg=PR11&dq=Seligman,+M.+E.+(2002).

Seligman, M. E. ve Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychological Association, 55*(1), 5). Erişim adresi: https://psycnet.apa.org/buy/2000-13324-001

Seligman, M. E., Steen, T. A., Park, N. ve Peterson, C. (2005). Positive psychology progress:empirical validation of interventions. *American psychologist, 60*(5), 410. https://doi.org/10.1037/0003-066X.60.5.410

Simon, H. A. (1983). Reason in Human Affairs Stanford University Press. *Stanford*. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=TYnI9tbHkCEC&oi=fnd&pg=PA3&dq=Simon,+H.+A.+(1983).

Stajkovic, A. D. ve Luthans, F. (2003). Behavioral management and task performance in organizations:conceptual background, meta-analysis, and test of alternative models. *Personnel psychology, 56*(1), 155-194. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2003.tb00147.x

Stanley, D. (2003). What do we know about social cohesion:The research perspective of the federal government's social cohesion research network. *Canadian Journal of Sociology/Cahiers Canadiens De Sociologie, 5*-17. https://doi.org/10.2307/3341872

Strang, A. ve Ager, A. (2010). Refugee integration:Emerging trends and remaining agendas. *Journal of Refugee Studies, 23*(4), 589-607. https://doi.org/10.1093/jrs/feq046

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2007). Using multivariate statistics. Boston, MA: Allynve Bacon. *Pearson Education. Erişim adresi:* http://bayes.acs.unt.edu:8083/BayesContent/class/Jon/ResourcesWkshp/2001_TabachnickFidell_Ch4.pdf

Tanrısevdi, F., Durdu, İ. ve Tanrısevdi, A. (2019). Beyin Göçü mü? Beyin Gücü mü?. *Journal of Travel and Tourism Research*, (14), 133-158. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/1409060

Tocqueville, A. D. (1836). Political and Social Condition of France. *London and Westminster Review, 3*, 137-169. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=_TI0p05Qi98C&oi=fnd&pg=PP10&dq=Tocqueville,+A.+D.+(1836).

Tversky, A. ve Kahneman, D. (1991). Loss aversion in riskless choice:A reference-dependent model. *The quarterly journal of economics, 106*(4), 1039-1061. https://doi.org/10.2307/2937956

Veen, E. J., Bock, B. B., Van den Berg, W., Visser, A. J. ve Wiskerke, J. S. (2016). Community gardening and social cohesion:different designs, different motivations. *Local Environment,* 21(10), 1271-1287. https://doi.org/10.1080/13549839.2015.1101433

Vigh, H. (2009). Wayward migration:On imagined futures and technological voids. *Ethnos, 7*4(1), 91-109. https://doi.org/10.1080/00141840902751220

Wetson, R., ve Gore Jr, P. (2006). A brief guide to structural equation model. *The Counseling Psychologist, 34*(5), 719-751. https://doi.org/10.1177/0011000006286345

Wickramasinghe, A. A. I. N. ve Wimalaratana, W. (2016). International migration and migration theories. *Social Affairs, 1*(5), 13-32. Erişim adresi: http://socialaffairsjournal.com/Achive/Fall_2016/2.International%20Migration%20and%20Migration%20Theories_A.A.I.N.Wickramasinghe_W.%20Wimalaratane_SAJ%201(5).pdf

Wilson, W. J. (1991). Another look at the truly disadvantaged. *Political science quarterly*, *106*(4), 639-656. https://doi.org/10.2307/2151797

Woolcock, M. (2000). Why should we care about social capital?. *Canberra Bulletin of Public Administration, (98)*, 17-19. Erişim adresi: https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/agispt.20010800

World Bank (1998). *The Initiative of Defining, Monitoring and Measuring Social Capital: Overview and program description, Social Capital Init*iative. Working Paper No. 1, the World Bank, Washington DC. Erişim adresi: http://www.worldbank.org/poverty/scapital/wkrppr/wrkppr.htm

Yavuz, Y. (2021). Bir Denge Arayışı:Sosyal Kaynaşma Ve Avrupa Birliği İncelemesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 23*(1), 419-453. https://doi.org/10.16953/deusosbil.753856

Yilmaz, A., ve Mustafa, R. (2014). 1992 sonrası Türkiye'ye göçen Ahıska Türklerinin göç, iskân ve uyum sorunlarına ilişkin bir araştırma, Bursa örneği. *Studies of The Ottoman Domain (Osmanlı Hakimiyet Sahası Çalışmaları), 4*(6), 1-19. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/ohsc/issue/11015/131744

Zetter, R. (2015). *Protection in crisis: Forced migration and protection in a global era*. Migration Policy Institute. Erişim adresi: https://domide.colmex.mx/Archivos/Doc_6707.pdf

Zhou, M., ve Bankston III, C. L. (1994). Social capital and the adaptation of the second generation:The case of Vietnamese youth in New Orleans. *International Migration Review, 28*(4), 821-845. https://doi.org/10.1177/019791839402800409

Extended Summary

Purpose

The main problem in receiving countries is the settlement, livelihood, education, employment and social acceptance of immigrants. It is a process of integration and this process can take place through the social acceptance of immigrants by indigenous peoples and social integration of immigrants with indigenous people. Their social capital, economic expectations, hopes and positive psychological capital are important factors in the social cohesion of immigrants. The main purpose of this study is to develop a solution proposal with a scientific study to the problem of "unification of immigrants", which is one of the most fundamental problems of Turkey. The second aim is to reveal the extent to which the Meskhetian Turks who migrated to Turkey are integrated into their environment through an empirical study. Thus, "How can the integration of immigrants be ensured? How to achieve the desire to live together without conflict? answers will be sought. Microeconomics-based study aims to measure the economic and social situation in the country on immigrants and the social cohesion of immigrants with "Structural equation modeling" and to present information and ideas to policy makers and the literature in this context.

Design and Methodology

The phenomenon of migration, which has turned into a global problem, has increased the importance of the concept of "social cohesion" in academic and political circles. In the hegemony of globalization and brutal capitalism, the development differences between countries and the increasing level of welfare among the social classes within the countries have begun to weaken the institutional structures and references that facilitate social cohesion. Poverty and unemployment in countries turn into xenophobia and cause weakening of cooperation and solidarity. In addition, national identity awareness and nationalist movements are getting stronger in the receiving countries, and the decrease in tolerance and increasing individualization make it difficult for immigrants to integrate. This study analyzes the effects of economic expectations, hope, positive psychological capital and social capital on the integration (fusion) of immigrants into society in Turkey, which has become a country of immigration within the scope of neoclassical economic migration theories, expected utility theory and rational choice paradigm, and behavioral economics and limited rationality. It aims at an integrated analysis within the model. The main material of the study consists of primary data obtained from face-to-face surveys with Meskhetian Turks settled in Erzincan Üzümlü District. These data belong to the year 2022 and are horizontal section data. The survey participants of the study on social cohesion consisted of a total of 269 people, 138 men and 131 women. The study was carried out using the Structural Equation Model and LISREL 8.72 and SPSS 21 were used as package programs. The method and hypothesis of the study were formed after a comprehensive literature review on "social cohesion".

Findings

SEM results revealed that there is a high and positive relationship between social cohesion and positive psychological capital, economic expectation, hope and social capital. The study is unique with its subject, method, parameters and findings. The results of SEM revealed that there is a positive and very high relationship between Positive Psychological Capital and immigrants' social cohesion. Immigrants, who have an optimistic point of view, think that "life is beautiful" and express that they are "happy" in the environment and living conditions they settled in. It has been observed that there is a very high level of positive correlation between Economic Expectation and social cohesion of immigrants. Economic theory most prominently emphasizes international labor mobility resulting from wage differences between countries. The findings of the study showed that there is a very strong and positive relationship between Social Cohesion and "Hope". He hopes that immigrants have good expectations for the future, do not have any worries about the future, and that their

lives will change in a positive way over time. Study findings are consistent with previous studies in the literature. A high level of positive relationship was determined between Social Cohesion and Social Capital. Meskhetian Turks state that they have a strong sense of devotion and loyalty towards the people of Üzümlü. Theoretical and empirical studies have shown that social capital is an effective factor on social cohesion.

Research Limitations

This study was carried out with a small number of Ahıska Turks settled in Üzümlü District and in a narrow area. Local people and immigrants are of the same ethnicity and faith. Therefore, generalization of findings and results may not be appropriate. Conducting regional or national research on social cohesion will yield more explanatory results.

Implications

Social cohesion seems to be the guarantee of social peace, welfare, security, peace and development in countries like Turkey, which are on the migration corridor and constantly receive immigration. Antipathy and violence against immigrants have increased in recent years. Basically, economic problems turn into xenophobia; In particular, the rising unemployment problem in the country causes social isolation and exclusion of foreigners. Increasing employment in the country can increase welfare and thus social acceptance of foreigners can be achieved. Improving the economic structure can provide hope, expectations and social peace. Developing democracy, trust and justice can help both immigrants' social cohesion and the social acceptance of foreigners by citizens. Developing mutual social empathy; can be a way of mutual understanding and agreement. Social cohesion is achieved through social empathy. Social capital, which is expressed with solidarity, trust, reciprocity, loyalty and unity, contributes to economic welfare and social peace in the society. Increasing social capital, which is an individual and public good, can provide social cohesion, peace and tranquility.

Originality/Value

The main purpose of this study is to develop a solution proposal with a scientific study to the problem of "unification of immigrants", which is one of the most fundamental problems of Turkey. SEM results revealed that there is a high and positive relationship between social cohesion and positive psychological capital, economic expectation, hope and social capital. The study is original and original with its subject, method, parameters and findings. In this respect, it provides a new and original contribution to the literature and guides politicians.

Araştırmacı Katkısı: Burcu KAYA (%50), Şerafettin KELEŞ (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Role of Social Media in Promoting Organizational Brand: A Case of Telecommunication Organizations in Tanzania [1]

Faridi Abdallah MNAKATU [2] - Çağlar GENÇ [3]

Submitted by: 01.12.2022 **Accepted by:** 10.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

This study was conducted with the aim of exploring the role of social media in promoting organizational brand. The study had three objectives. The first objective is to determine the ways that telecommunication organizations in Tanzania use to promote organizational brands on Facebook. The second one is to find out the customers' perspective on the impacts of the telecommunication organizations' activities on Facebook. The last one is to unveil challenges that telecommunication organizations face in promoting the organizational brand on Facebook. The study used mixed methods research design. The content analysis was used to gather data from the Facebook pages of the four telecommunication organizations of Tanzania. The interviews and online questionnaire survey (OQS) incorporated participants who liked the Facebook pages of the four telecommunication organizations. Interviews were conducted to 16 participants while OQS was used to collect data from 100 respondents through Google Forms. The study was conducted under two theories; Theoretical Model of Corporate Branding in Social Media (TMCBSM) in industrial marketing and Cognitive Dissonance Theory. The study adopted the TMCBSM model for analyzing the Facebook posts of the telecommunication organizations while Cognitive Dissonance Theory was applied in measuring and revealing of the understanding of the OQS and interview participants on the organizational brands. Social media was found to play significant role in promoting organizational brand of the telecommunication organizations through creating organizational brand recognition and awareness to stakeholders. The study found that social media generate engagement and interactivity that build relationships between organizational brand and their stakeholders and create experiences for stakeholders which build organizational brands.

Keywords: *Social Media, Facebook, Organizational Brand, Organizational Communication, Telecommunication Organizations*

Citation: Mnakatu, F. A. and Genç, Ç. (2023). Investigation of impression management tactics exhibited by powerful businesswomen in Turkey by content analysis. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 847-872.

[1] Within the scope of this study, ethics committee permission was obtained from Anadolu University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Council dated 14.02.2020 and protocol number 14506.

[2] Mwalimu Julius K. Nyerere University of Agriculture and Technology Public Relations Unit, **f_a_m@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-4881-616X

[3] Anadolu University, Faculty of Communication Sciences, Department of Communication Design and Management, **cgenc@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-9397-8013

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Kurumsal Markaların Desteklenmesinde Sosyal Medyanın Rolü: Tanzanya Telekomünikasyon Şirketleri Örneği

Faridi Abdallah MNAKATU [4] - Çağlar GENÇ [5]

Başvuru Tarihi: 01.12.2022 **Kabul Tarihi:** 10.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma, kurumsal markaların desteklenmesinde sosyal medyanın rolünü belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın üç amacı bulunmaktadır. İlki, Tanzanya'daki telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook'ta kurumsal markalarını tanıtmak için kullandıkları yolları belirlemektir. İkincisi, telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook'taki faaliyetlerinin etkilerine ilişkin müşterilerin bakış açısını ortaya çıkarmaktır. Sonuncusu ise telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook'ta markalarını tanıtırken karşılaştıkları zorlukları ortaya çıkarmaktır. Bu amaçlara ulaşmak için çalışmada karma yöntem kullanılmıştır. Veri toplamak için hem nitel (içerik analizi ve görüşme) hem de nicel (çevrimiçi anket) araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Tanzanya'daki dört telekomünikasyon kuruluşunun Facebook sayfalarından veri toplamak için içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Görüşme ve çevrimiçi anket sözü edilen dört telekomünikasyon kuruluşunun Facebook sayfalarını beğenen katılımcıları içermektedir. Görüşme, 16 katılımcı ile, çevrimiçi anket ise 100 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma iki teori altında yürütülmüştür. Bunlar, Sosyal Medyada Kurumsal Markalamanın (TMCBSM) Teorik Modeli ve Bilişsel Uyumsuzluk Teorisidir. Çalışma, telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook gönderilerini analiz etmek için TMCBSM modelini benimserken, çevrimiçi anket ve görüşme ile katılımcılarının kurumsal markalara ilişkin anlayışlarının ölçülmesi ve ortaya çıkarılmasında Bilişsel Uyumsuzluk Kuramı uygulanmıştır. Çalışma sonucunda sosyal medyanın, kurumsal marka tanınırlığı ve farkındalık yaratarak telekomünikasyon kuruluşlarının kurumsal markalarını desteklemede önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir. Çalışma, sosyal medyanın kurumsal markalar ve paydaşları arasında ilişkiler kuran katılım ve etkileşim yarattığını ve paydaşlar için kurumsal markaları inşa eden deneyimler oluşturduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Medya, Facebook, Kurumsal Marka, Kurumsal Iletişim, Telekomünikasyon Kuruluşları*

[4] Mwalimu Julius K. Nyerere University of Agriculture and Technology Public Relations Unit, **f_a_m@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-4881-616X
[5] Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimler Fakültesi, İletişim Tasarımı ve Yönetimi Bölümü, **cgenc@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-9397-8013

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Introduction

Social media is considered to be a fastest growing and popular digital channel in the modern world (Toppi et al, 2012, p. 5). Since its introduction, social media has attracted great number of users, especially through Social Network Sites (SNSs) due to their interactivity nature. This advancement has exponentially spread even to the third world countries. This development did not leave behind organizations. They use social media for various purposes (Parveen, Jaafar, and Ainin, 2015, p. 71; Zhang and Vos, 2014, p. 371-372) such as branding, marketing, public relations, and communication with their stakeholders. Social media use in the business arena has attracted attention from both practitioners and academics (Leek, Canning, and Houghton, 2016, p. 25). The attention of research focused on various aspects including situations, use, impacts and other contributions of social media to organizations.

In Tanzania, research studies in social media started to receive high attention in the past ten years. Most researchers focused on social media and interpersonal communication and/or relationships (Mpepo, 2017, p. 28), organizations and the use of social media (Mushi, 2016, p. 29; Mandari and Koloseni, 2016, p. 5), use of social media for learning (Pfeiffer et al, 2014, p. 183; Shembilu, 2013, p. 16; Sedoyeka, 2016, p. 94), and others. Therefore, this study was conducted with the aim to understand the role of social media, particularly Facebook, in promoting organizational brand and to add knowledge in the area of organizational communication and social media use from the third world country context, Tanzania.

Literature Review

The number of people who rely on SNSs for news seeking and communication with friends has been increasing worldwide (Pfeiffer et al, 2014, p. 178; Shih, 2011, p. 12). This was achieved through the massive advancement of science and technology that simplified the emergence of SNSs which is the effect of Web 2.0 (Mandari and Kolosine, 2016, p. 2; Bonson et al, 2012, p. 124) and the interactivity nature of the technology that allows discussion between the users (Toppi et al, 2012, 5).

Organizations have also been using SNSs for communication and PR (Reitz, 2012, p. 43), sales and marketing (Kwayu, Lal, and Abubakre, 2018, p. 447), and branding of products and organizational brands (Waters and Jones, 2011, p. 249). Social media provide benefits to organizations as they offer a chance to get direct and unfiltered feedback from the stakeholders through opinions, comments and regular interaction (Reitz, 2012, p. 45).

Social media use has been reported to rise every year in the developing countries including those in Sub Sahara Africa (Poushter, Bishop, and Chwe, 2018, p. 4). This marks the opportunity for organizations that operate in the area to use social media platforms to reach their stakeholders through varying social media channels. Telecommunication companies in Tanzania are not lagged behind in using social media to communicate and engage with their customers and other stakeholders. Kwayu, Lal and Abubakre (2018, p. 446) posited that, telecommunication organizations in Tanzania have social media accounts in every major social media platform such as Facebook, Twitter, YouTube and Instagram.

Despite evidence provided by different scholars on the use of social media by the Tanzanian organizations and telecommunication companies in particular, there was no study that had focused its attention on how social media play the role of promoting organizational brand in Tanzanian context. Most studies focused on the presence (of organizations) in and the use of social media by the organizations (Mushi, 2016, p. 17; Mandari and Koloseni, 2016, p. 5), their effects and organizational performance (Kazungu, Matto, and Massawe, 2017, p. 146; Deus, 2013, 56), and sales and marketing (Kwayu, Lal, and Abubakre, 2018, p. 447).

Therefore, this research study explored how social media contribute to the promotion of organizational brand in Tanzania. This study was significant since, as Kwayu, Lal and Abubakre (2018, p. 440) stated, the studies that come from the environment with challenges of low purchasing power, unstable electricity supply and internet and still organizations invest in new technology like social media become to be areas of interest to understand issues facing organizations.

Social Media and Organizational Brand

Kotler and Armstrong (2012, p. 231) defined brand as "a name, term, sign, symbol, or design, or a combination of these, that identifies the maker or seller of a product or service". Fifield (2008, p.287-288) clarified that, a brand is not just a physical perspective of a product.

Organizational brand is the image that one forms in the mind when he or she hears the name of the organization mentioned (Waters and Jones, 2011, p. 249). Such a brand includes organization's logo, color combination, or slogan. They further posit that, organizational brand does not end up on the visual and auditory message, it goes further to the individual experiences, mission and organization's activities, and the success stories (ibid).

Aaker (2004, p. 7) defined organizational brand as the brand that represents organizational association behind its (product) brand. It represents the credibility of the organization that is huge than the product brands the organization offers. The organizational brand consists of "rich heritage, assets and capabilities, people, values and priorities, a local or global frame of reference, citizenship programmes, and a performance record" (ibid). This study adopts the definition of Waters and Jones (2011) as its operational definition and in this study, as indicated by Aaker (2004, p. 6), organizational brand and corporate brand refers to the same meaning. Organizational brand is the master and significant brand beyond the product brand (Jones, 2010, p. 44; Aaker, 2004, p. 6). Toppi et al (2012, p. 3) argued that, corporate brand is formed through two components; organizational brand identity and organizational brand image.

Organizations can achieve different communication objectives by using different social media platforms, such as Facebook, Twitter, and Youtube. Contemporary businesses in the digital age can use social media to share different content, such as images, videos, and text, with stakeholders to communicate their latest activities. Social media popularity is unmatched in the present era of digitalization; currently, more than 3.8 billion people use social media worldwide. Moreover, the rate of social media adoption is on the rise (as cited in Gupta et al., 2021, p. 1218).

Kaplan and Haenlein (2010, p. 62) classified social media into six types; blogs, social networking sites (e.g. Facebook), collaborative projects (e.g. Wikipedia), content communities (e.g. YouTube), virtual game worlds (e.g. World of Warcraft), and virtual social worlds (e.g. Second Life). This study centers its analysis on social networking sites (SNSs), and Facebook as its focus social media platform. The study opted Facebook since, as supported by Shih (2011, p. 3), it is the social network site with the high number of users and its magnitude of users and uses are likely to increase in the coming years.

The advancement of internet-related technologies given birth to various online platforms such as brands' websites, brands' social media pages, where actual or potential customers can interact with the brand and have experience (Dwivedi et al., 2020 as cited in Khan, 2022, p.3).

In almost more than two decades, the environment of business changed due to the emerging of a new technology – social media (Shih, 2011, p. 11). Online sales and marketing, online advertising, organizational communication, public relations, and branding of both product and organizational brands in online platforms started to have massive attraction due to the social media presence. This is because, as Shih (2011, p. 11) asserted, "as companies…need to be where the customers are and communicate through the channels they prefer, and a growing number of people are preferring social networking sites".

Knowing this, Adrian Scott launched Ryze.com in 2001 to "help people leverage their business networks" (Boyd and Ellison, 2008, p. 215). The network was introduced to help business people to cooperate instead of competing. This was the first step of SNSs to focus on business, although the initiative did not receive positive actions.

Boyd and Ellison (2008, p. 216) further noted that, from 2003 onward, the number of SNSs increased with varying targets and interests. Social network sites for professionals and business people (LinkedIn, Visible Path, and Xing), religious (MyChurch), travelers connected to buses (Couchsurfing), and activists (Care2) were launched to connect people of the like interests. Facebook was first introduced as a platform for the college students but later on it was transformed into a corporate entity and started to accept registration of people from different places in 2006. Boyd and Ellison (2008, p. 215) insisted that Friendster, MySpace and Facebook "shaped the business landscape".

In business arena and for organizational communication, "the most commonly used platforms and services are Twitter, Facebook, LinkedIn and YouTube" (Leek, Canning, and Houghton, 2016, p. 25). As was it created in 2004 (Linke, 2014, p. 242; Boyd and Ellison, 2008, p. 218), Facebook introduced an important feature – Facebook Business Page – in November, 2007 (Linke, 2011, p. 5) that allows organizations, brands, and individual public figures to create pages of their organizations, brands or individual names or brands. This feature benefits the organizations in their organizational brands, product brands, public relations activities, marketing, and corporate communication. The feature allows organizations to communicate and interact directly with their customers and promote their organizational brands.

Research show that organizations are now turning to SNSs such as Facebook, Twitter, and YouTube for upholding their organizational brands (Waters and Jones, 2011, p. 250; Ferguson, 2008, p. 179). Social media, and SNSs in particular, provide features that allow organizations to interact with their stakeholders, share corporate level information, and promote their organizational brands through texts, pictures, videos, and even interactive applications and games.

With the need for clarification the role of communication with customers the social media helping target companies to better understand consumer, and helping spreading brand related contents (Al kharraz and Seçim, 2023, p.16).

Due to low levels of cost to access social media sites and nearly no barriers in transferring between sites, retaining users and promoting user loyalty and trust has become an important question for companies that use social media. Brand trust is important also because it directly influences users' decisions to visit the brand site, share information, disclose user information, make a purchase, and conduct networking activities on the site, as well as brand equity and brand loyalty (Dwyer, Hiltz and Passerini, 2007; Ebrahim, 2020; Lumsden and MacKay, 2006; Metzger, 2004; PSRA, 2002; Ulusu, Durmus and Yurtkoru, 2011 as cited in Zhang et al., 2022, p.1).

Some organizations, however, do not work directly on upholding their organizational brands through SNSs. In her study, Odhiambo (2012, p. 61) found that, despite their engagement in online marketing through Facebook, Itronic, a reseller company in Finland, did not invest in promoting its organizational brand through the network. This was due to selling of product brands that are strong which act as the organizational brand's introducing tool.

The reviewed literatures revealed the massive use of social media among the organizations. The literatures also confirmed that organizations use social media for the upholding of organizational brands. Few literature (e.g. Waters and Jones, 2011; Madsen, 2016) show the roles social media play in promoting organizational brands, however they deployed one research method and focused on multiple issues.

Also, the reviewed literatures were mostly conducted in developed countries. This study intended to add knowledge from the developing countries of Sub-Sahara Africa – Tanzania in particular. Therefore, this study provides a different context that was not previously worked on (Kwayu, Lal, and Abubakre, 2018, p. 440).

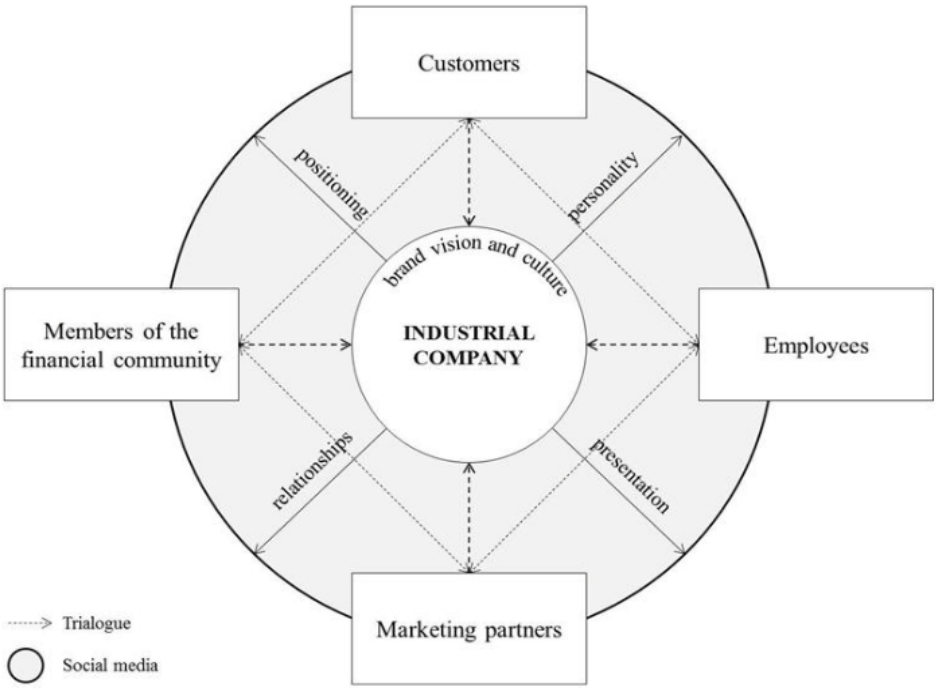
This study was conducted under two theories; Theoretical Model of Corporate Branding in social media in industrial marketing (TMCBSM) and Cognitive Dissonance Theory. These two theoretical models guided the undertaking of this research study. The analysis below connects the models with this study:

Theoretical Model of Corporate Branding in Social Media

The Theoretical Model of Corporate Branding in Social Media (TMCBSM) was designed and introduced by Toppi et al (2012). The Model illustrates the way organization operates in the social media environment to promote their organizational brand. This study adopted this model to study the role of social media in promoting organizational brand.

The proponents of the Model have presented three aspects that cover how social media can be used to uplift organizational brand- the stakeholders, message and interactivity (see Figure 1 below). On stakeholders, Toppi et al (2012, p. 3-4) argue that, corporate branding needs to address various stakeholders such as employees, customers, marketing partners and members of financial community instead of focusing only to the customers. The second aspect is message. The model offers six components of corporate brand identity as the key messages in promoting corporate brand. Such six components are brand vision and culture, positioning, personality, relationship, and presentation. Thus, in designing their communications messages, organizations need to rely on these key message areas to promote organizational brand.

And the third aspect is interactivity whereby the message delivered byl the brand should be interactive, two way communication. Interactivity, as indicated through dotted lines in Figure 1 below, provides 'trialogue' "discussion between the stakeholders with one another and with the company" (Toppi et al, 2012, p. 7), that can easily exist in social media platforms.



Source: Toppi et al, (2012, p. 7)

Figure 1. The Theoretical Model of Corporate Branding in Social Media

Dissonance Theory

The Cognitive Dissonance Theory was introduced by a psychologist, Leon Festinger in 1957 in his Book, "A Theory of Cognitive Dissonance". The theory was first used in the field of social psychology. But, later on, it started to be associated with mass communication and media effects, particularly it was used to show the limited effects of the media to the audiences through the selective abilities. As individuals receive various information from different sources, they are expected to eliminate some of them and retain others (Baran, 2014, p. 328; Sun and Guo, 2013, p. 134; Festinger, 1957, p. 18).

The theory was cemented on "three interrelated processes" of the receiver; (a) selective exposure, (b) selective retention, and (c) selective perception (Baran, 2014, p. 327-328). Selective exposure is the process when people choose to expose themselves to "information that support to existing cognitions", that is, attitudes and beliefs (Sun and Guo, 2013, p. 119). Selective retention means "people remember best messages that are consistent to their preexisting attitudes and beliefs" (Baran, 2014, p. 328). And selective perception implies people's interpretation of the messages will rely on their prior attitudes and beliefs. This theory is relevant in the social media contexts where there is massive messages from many sources delivered to many audiences. Social media users need to have selective abilities for them to retain some of the information. Therefore, this study applied this theory to test people's recognition and retention of the organizational brand of the telecommunication organizations of which they liked their Facebook pages.

Telecommunication Industry in Tanzania

Tanzania Telecommunication Company Limited (TTCL) was the first company to operate in the Tanzania's telecommunication sector. TTCL, which is owned by the government of Tanzania, enjoyed the market monopoly of telecommunications until mid- 1990s when the government adopted the market liberalization policies (Kwayu, Lal, and Abubakre, 2018, p. 445). Currently, with TTCL, other companies are (with famous

names in the brackets), Bhart Airtel (Airtel Tanzania), Vodacom Tanzania PLC (Vodacom Tanzania), Viettel Tanzania (Halotel Tanzania), Zanzibar Telecommunication Limited (Zantel), Millicom Tanzania (Tigo Tanzania), and Smile Tanzania.

Tanzania Communications Regulatory Authority (TCRA) reported that, there are over 43 million telecommunication service (fixed line and mobile phone) subscribers in the country (TCRA, 2019, p. 3), 81% of the telecommunication reach in the country. These organizations provide voice, short message, internet, and mobile money services as their main products to their customers. They are the leading actors in the internet connection and data services provision to the market. The number of internet users in the country is more than 23 million, a 43% internet penetration (TCRA, 2019, p. 14).

Table 1
Tanzania Telecommunication Companies' Starting Year and Subscription

Company/Brand	**Starting year**	**Subscribers**	**Percent**
Vodacom Tanzania	2000	14,392,174	33%
Tigo Tanzania	2003	11,675,809	27%
Airtel Tanzania	2001	11,538,358	26%
Halotel Tanzania	2015	4,218,656	10%
Zantel	2006	1,206,913	3%
TTCL	1993	716,206	1%
Smile Tanzania	2003	970	0%
Total	-	**43,749,086**	**100%**

NB: The subscription stats are based on TCRA's June 2019 Operators' submissions (TCRA, 2019)

Kwayu, Lal and Abubakre (2018, p. 446) noted that, Tanzania's telecommunication organizations are the active users of social media, having presence on every major social media platform. This proposition is supported by Mushi (2016, p. 29) who found that, Vodacom Tanzania, as the research's case study, was using different social media for corporate communication. The major social media platforms that are commonly used by telecommunication organizations in Tanzania are Facebook, Twitter, Instagram and YouTube. This research opted telecommunication organizations as its case study since they actively participate on social media in their daily operations.

Social Media Use in Tanzania

Tanzania has witnessed the growth of social media use from time to time (Poushter, Bishop, and Chwe, 2018 p. 4; Kwayu, Lal, and Abubakre, 2018, 445). The use of social media in the country has gone further even to teenagers in the secondary schools (Pfeiffer et al, 2014, p. 183). As most of the internet users in Tanzania connect to internet with their mobile phones (TCRA, 2019, p. 14; Sedoyeka, 2016, p. 98), most of social media users rely on mobile phones to access their social media accounts (We Are Social and Hootsuite, 2019, p. 15). Majority of urban dwellers in Tanzania are using social media for different purposes (Mpepo, 2017, p. 42). Sedoyeka (2016, p. 102) identified that, most Tanzanians use social media for research and education, information seeking and sharing, networking, and personal communication. Social media use did not end up to individuals only. Government organizations (Mandari and Koloseni, 2016, p. 3), telecommunication

organizations (Kwayu, Lal, and Abubakre. 2018, p. 446; Mushi, 2016, p. 29), nongovernment organizations (Pfeiffer, 2014, p. 183; Deus, 2013, p. 49) microenterprise operators (Kazungu, Matto, and Massawe, 2017, p. 150) and news and media organizations and journalists (Bilal, 2014, p. 63) have been reported to have active social media accounts and pages that handle communication with their stakeholders. Mushi (2016, p. 29) found the widely use of social media for both internal and external communication in the telecommunication organizations in Tanzania.

Objectives of The Study

The main objective of this study was to explore the roles of social media in the promotion of organizational brand of the telecommunication organizations in Tanzania.

In order to achieve the above mentioned objective, this study sought answers of three research questions presented below:

1. Which ways do telecommunication organizations in Tanzania use in promoting organizational brand on Facebook?
2. How do customers perceive the telecommunication organizations' activities on Facebook in their recognition of the organizational brand?
3. What challenges do telecommunication organizations face in promoting organizational brand on Facebook?

The study was conducted in Dar es Salaam where the telecommunication organizations' headquarters offices are located and limited to organizational brand only.

Data Collection: Methods and Tools

This study was conducted under the mixed methods research design as presented by Creswell (2015). As highlighted by Creswell (2015, p. 36-37), the qualitative and quantitative data in this study were collected and analyzed separately, and then the results were integrated and presented herein under. The study employed both qualitative and quantitative approaches to understand well the role of social media in promoting organizational brand (Wimmer and Dominick, 2011, p. 48). A mixed methods research design is also supported by Neuman (2006, p. 14), as he argued that, a researcher can use both approaches "in complementary way". The study deployed content analysis method to collect data from the Facebook Business Pages of the four telecommunication organizations under scrutiny. Another method that was used is interview. The interview was conducted to collect information from the people who liked the Facebook pages of the four telecommunication organizations involved in this study and the intent was to study their understanding of those four organizations' social media activities and the contribution of such activities to organizational brand. The last method was online questionnaire survey (OQS) that was applied to get knowledge from people who liked the Facebook pages of these four telecommunication organizations on their understanding of organizational brand image and organizational brand identity.

Within the scope of this study, ethics committee permission was obtained from Anadolu University Social and Human Sciences Scientific Research and Publication Ethics Council dated 14.02.2020 and protocol number 14506.

For this study, a population consists of people (human sample) and social media posts. Population can be subjects, variables, concepts, or phenomena (Wimmer and Dominick, 2011, p. 87). Purposive sampling technique was applied in this study to get the sample for data collection. Purposive sampling is the sampling

process of selecting samples basing on "specific characteristics or qualities, and eliminates those who fail to meet these criteria" (Wimmer and Dominick, 2011, p. 94). Neuman (2006, p. 222) stated that purposive sampling is applied when the population members are of "difficult-to-reach" and/or "specialized to reach".

The study featured 116 respondents from among the Facebook users who liked the Facebook pages of the four telecommunication organizations mentioned above. The respondents were picked up and involved in the study basing on their active participation on Facebook pages of the telecommunication organizations in focus. The respondents were considered to be active when they interacted with the Facebook posts of the telecommunication organization.

Content analysis is "the technique for gathering and analyzing the content texts" (Neuman 2006, p. 322) "in a quantitative or qualitative manner" (Bhattacherjee (2012, p. 115). This study analyzed the Facebook posts of the telecommunication organizations in a qualitative manner. Bhattacherjee (2012, p. 115-116) suggested three steps in conducting research through content analysis method. First, the researcher begins by sampling a selected set of texts from the population of text for analysis. Second, the researcher identifies and applies rules to divide each into segments or chunks that can be treated as separate unit of analysis. And third, the researcher constructs and applies one or more concepts to each utilized text segment in a process called coding. This research followed these steps in collecting and analyzing the data from Facebook pages of the four telecommunication organizations. Also, the researcher needs to understand the meaning of coding themes before conducting content analysis (Neuman, 2006, p. 326). For this reason, the researcher read different literatures regarding organizational brand and chose the coding themes as; types of post content, vision, mission, logo, slogan, core value, corporate representatives, engagement, website/news link, others (contacts, brand color, success stories). This study used Facebook pages' post as the unit of analysis (Bilal, 2014). Content analysis was used to answer research question one and complement on the other questions. As stated by Wimmer and Dominick (2011, p 159), "content analysis alone cannot serve as the basis for making statements about the effects of content on an audience", this study, therefore, deployed other research methods – interview and online questionnaire survey (OQS) – to understand well the role of social media in promoting organizational brand.

This study included four telecommunication organizations from Tanzania. They were selected basing on; (a) the highest number of subscriptions, (b) the active participation in social media, especially Facebook, and (c) the highest number of people who liked their Facebook Business pages. For these criteria, a researchers conducted a prior analysis of the websites and social media pages of all telecommunication organizations, and found Airtel Tanzania, Halotel Tanzania, Tigo Tanzania, and Vodacom Tanzania having qualified for the study (Table 2).

Table 2
Tanzania Telecommunication Facebook Pages' Information

Company/Brand	Presence on Facebook (since)	Page Likes
Airtel Tanzania	15 June 2011	1164099
Halotel Tanzania	8 May 2015	684371
Smile Tanzania	31 October 2012	119880
Tigo Tanzania	23 May 2011	1522568
TTCL	18 March 2010	70645
Vodacom Tanzania	1 October 2010	917112
Zantel	28 June 2011	501201

Source: Facebook Pages of the organizations reviewed on February, 2020

The study reviewed contents of 922 Facebook posts, out of which 52 posts were excluded because they concentrated on SIM Card registration campaign that was organized by the Tanzania Communications Regulatory Authority (TCRA). Therefore, this study considered 870 posts of the Facebook pages of the four telecommunication organizations in focus from January 1st to June 30th 2019, a period before the start of the research. The researchers reviewed all Facebook posts that were published on the week days (Monday to Friday) to understand the role of social media in promoting organizational brand. The study considered the Facebook posts that were shared on week days only because most of the posts shared on weekends concentrated on entertainment than business matters. In the 870 Facebook posts, the types of the post contents were dominated by photo and text (647 posts) and video and text that were 168 posts (Table 3).

Table 3
The Types of Post Contents in Reviewed Posts and their Percentage

Nature of the post	**Number of posts**	**Percent**
Photo and text	647	74.4%
Video and text	168	19.3%
Video only	13	1.5%
Photo only (Photo or cover photo)	32	3.7%
Text and link	8	0.9%
Text only	1	0.1%
Link only	1	0.1%
Total Posts	**870**	**100%**

Source: Research data

Interview was also used to collect data for this study. The interview was a structured one with standardized questions that guided the researchers to conduct the interviews. The follow-up questions (follow-up time, brand identification criteria, recognition of a brand, efforts promoting the organization's brand) were used by the researchers when clarification was necessary. The researchers interviewed 16 people who liked the Facebook pages of the four telecommunication organizations in the focus. The interviews were recorded through a professional tape recorder and note taking was conducted through notebooks. The recorded interviews were then transcribed into text for data analysis. The interview was used mainly to answer research question one (to confirm the content analysis data), research question two and complementing parts of research question three.

Finally, this research employed **online questionnaire survey** to measure the understanding of people who liked the Facebook pages of the telecommunication organizations in Tanzania on the organizational brand of the telecommunication organizations in focus. The researchers prepared the questionnaire in the Google Forms and shared the link of it to the respondents through Facebook Messenger. The questionnaire consisted of 9 close-ended questions and 3 open-ended questions (follow-up time, coming the mind first, thinking organization promotes its brand, recognition of organisational brand) to limit the respondents to stay in the topic. The researchers conducted a pilot study that involved 10 respondents (10% of the expected questionnaire participants) and refined the tool before starting the data collection exercise. The questionnaire was used to find out how challenging is the exercise of promoting organizational brand to answer research question three. As this is a mixed methods study, the analysis of data was conducted through both qualitative and quantitative techniques to understand the role of social media in promoting organizational brand. The qualitative data of this study were analyzed and presented in the thematic approach. The researchers first transcribed all the

interviews and then read through all the transcripts and coded the themes and ideas that prevailed in the interview transcripts. Data from content analysis were coded based on the messages and key aspects of the organizational brand revealed in the collected data. On the other hand, statistical analysis of quantitative data was made by using Google Forms tools that analyze the collected data once respondents have started submitting their responses. The results and findings of the study were presented basing on the themes, and by using description, tables, and figures for them to be well unders.

Findings and Discussion

The respondents were asked to indicate their age basing on the age groups mentioned in the OQS. The findings, as presented in Table 4A, show that most of the respondents were youth between 18 to 34 years (85%). The respondents with more than 45 years were only 3 (3%). The findings reflect the reality that social media mostly attract youth who frequently establish communication with their peers.

Table 4A
The Age of OQS Respondents

Age (years)	Female	Male	Total
18 – 24	7	11	18
25 – 34	14	53	67
35 – 44	2	10	12
45 and above	1	2	3
Total	**24**	**76**	**100**

In addition, all the interviewees were youth in the 18 to 34 years age group (see Table 4B below). This was affected by the availability of the respondents, which was influenced by the network of the respondents who participated in the study.

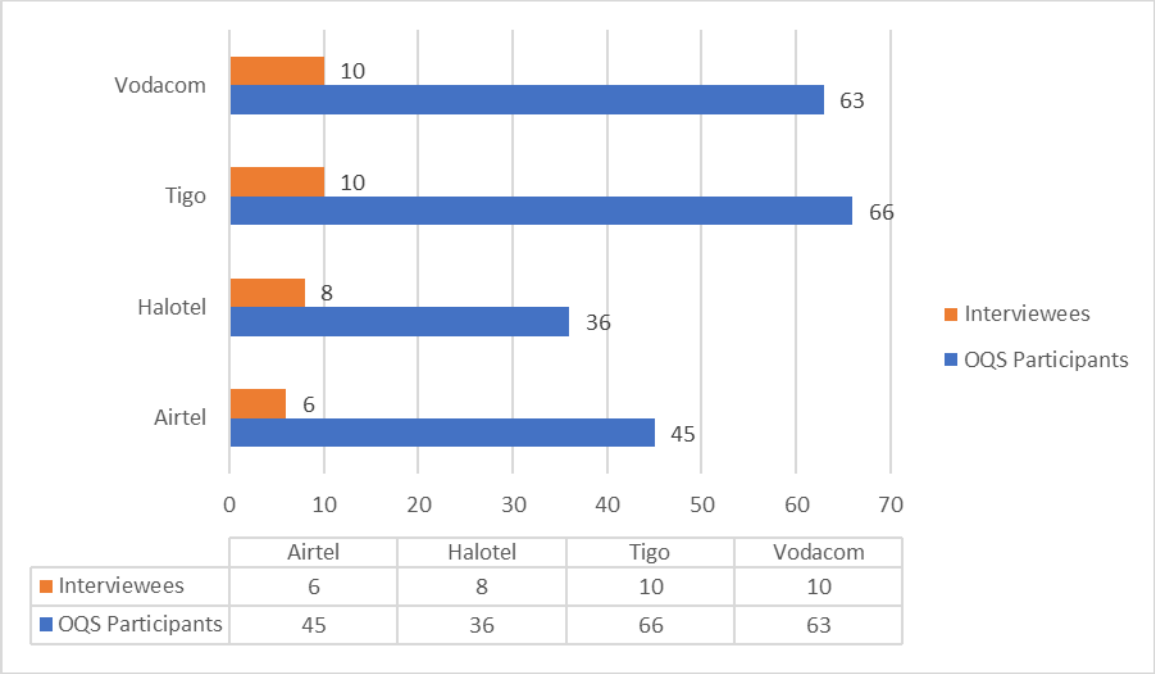
Table 4B
The Age of Interview Participants

Age (years)	Female	Male	Total
18 – 24	4	10	14
25 – 34	0	2	2
35 – 44	0	0	0
45 and above	0	0	0
Total	**4**	**12**	**16**

The study sought to understand the level of education from both the online questionnaire survey participants and the interviewees. The results show that many respondents of the OQS were either university students or graduates (77%), followed by the other colleges (certificates and diploma) and elementary level that each had 8 respondents which form 16% of the respondents. High school level had the lowest number of respondents (7%).

The interviewees' education level, was dominated by the university students who were 13 (81.25%), one Bachelor Degree holder (6.25%), one Diploma graduate (6.25%) and one high school student (6.25%). This sample was affected by the way respondents were picked up for the study that is through participants' network.

This study also asked respondents to offer information regarding the networks they use for communication. The results, as seen on Figure 2 below, show that Tigo Tanzania and Vodacom Tanzania had high number of users with 66 and 63 out of 100 OQS participants and 10 for each out of 16 interviewees respectively. Halotel Tanzania had the lowest use with 36 out of 100 OQS participants and 8 out of 16 interviewees. The respondents have the tendency of using more than one SIM cards for communication which is influenced by the product offered, the network availability and purchasing power of the subscribers.



	Airtel	Halotel	Tigo	Vodacom
Interviewees	6	8	10	10
OQS Participants	45	36	66	63

Figure 2. The Mobile Use of the Respondents

In addition, most of the OQS respondents (90%) have been following the Facebook pages of the telecommunication organizations for at least one year (see Figure 3) and only 10% of the respondents had less than a year during the data collection. While 14 interviewees (87.5%) had at least a year since liking pages of the telecommunication organizations and only 2 participants (12.5%) had less than a year during the interviews.

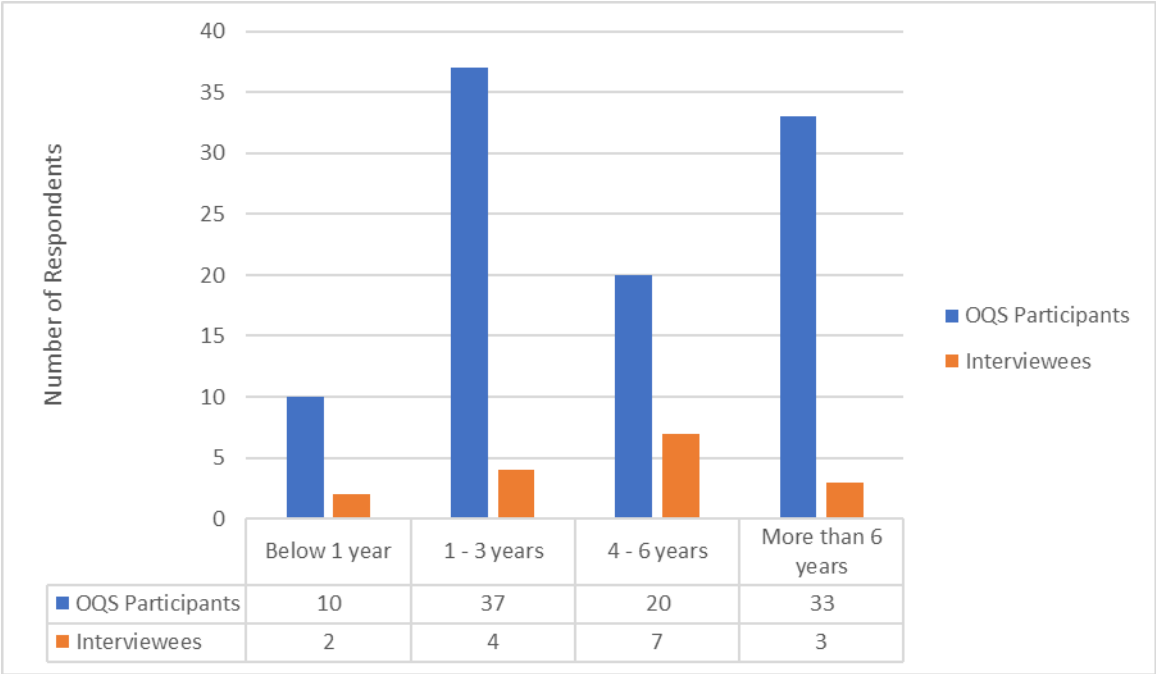


Figure 3. The Time since Respondents Liked the Facebook Pages (in Focus)

Interviewees were asked to mention the criteria that make them to identify a brand and differentiate it from other brands of the same product or service (see Table 5 below). Logo was highly mentioned (10 times) while the least identified criteria were branding and advertising (4), brand color (4), experience (4), and outlook of the brand (4).

Table 5
Brand Identification Criteria

Brand presentation criterion	**How many times appeared**
Logo	10
Slogan	7
Name	5
Color	4
Branding and Advertising (Strategies)	4
Experiences (Quality, Opinion of Others, Services)	4
Outlook (Labeling, Packaging)	4

Ways of Promoting Organizational Brand

This study sought to understand and unveil the ways telecommunication organizations use to promote the organizational brand on Facebook. The researchers conducted a thorough review of the contents of the Facebook pages of the four telecommunication organizations from Tanzania and the following ways were found:

First, customers' engagement. The results show high engagement activities in the pages of the telecommunication organizations. In all posts reviewed, every post at least received reactions (post-likes, comments or shares) from the customers. The companies lead the engagement activities by sharinging posts

that influence customers to interact with them by using hashtags, tagging, prompting and action words, and links that grab customers' attention. Customer service and support to the stakeholders was also offered. Customers' engagement is reflected in the interview transcripts too. Respondent 3 noted that, "on the pages people are allowed to share their opinions". This was emphasized by Respondent 10 as he stated, "they visit the pages and ask questions. Then they receive answers and services basing on their queries from the organizations". In addition, the customer-to-customer (C2C) interaction was also spotted.

Second, the use of logo. Data show that, in most of the posts that contained images or videos (98%), logo appeared consistently. The logo was mostly placed at the same side of those images and videos and each organization having its preferable area of putting them. Respondent 15 in the inteviews confirmed that, telecommunication organizations use logos in their posts that promote the identity of the organizations. He said that, "they (the posts) make me recognize the organizations as brands because…there is the logo of a specific company…that act(s) as the identity of the organization".

Third, focusing on the mission. The results from the posts reviewed show that the contents were crafted basing on the mission statements of organizations concerned. With excluding 51 posts that dragged customers' attention, the mission statements of the telecommunication organizations prevailed in 819 posts that were shared on Facebook. On top of that, the organizations have been consistent to their core values as in all posts they were adhered.

Fourth, the vision. The study's findings from content analysis demonstrate that, the organizations create their Facebook posts with visions of the organizations. The Facebook posts of the telecommunication organizations contained the concept and direction of what the organizations wanted to achieve. Vision appeared in almost 821 Facebook posts. The vision emerged even in the interviewees' responses. Respondent 16 stated that, telecommunication organizations prepare their posts basing on their objectives. He posited that, "there is an experience from (organization mentioned) network that is a standalone company, works for its aims and objectives which are viewable in their Facebook posts".

Fifth, the brand name and repeated references to it. The findings of the study reveal that, telecommunication organizations have the tendency of using brand name – mentioning and making references to it regularly. This was found in the interview transcripts whereby all respondents admitted to find a brand name or a reference to the organization on the Facebook posts of the telecommunication organizations. Respondent 2 indicated that, telecommunication organizations mention the brand names particularly when they introduce their products. He said that, "I have found such posts (that refer to brand names) at times. Those posts unveil different organizations' steps on social media. Through Facebook, (the mentions appear) sometimes when they introduce their products like the packages, changes or the possibility of sending and receiving money". The brand name is mentioned or referred to by the organizations to show possession and the presence of organization behind the offered services.

Sixth, the presence of slogans. The results of the study indicate that, telecommunication organizations use slogans to boost their organizational brand on Facebook. The slogans were noticed in 208 Facebook posts. The slogan was also highlighted in the interviews as Respondent 8 noted that, "the slogans they (organizations) use have great positive impacts (on the organizational brand portrayal)". This suggests that, organizations use slogans purposely to uplift their organizational brand.

Seventh, the corporate leaders. Leaders, as the corporate symbol of organizations, were also used by the telecommunication organizations to promote their organizational brand. The findings show that,

organizations use leaders in their posts, both in the images and videos. Leaders appeared in the 94 Facebook posts of the telecommunication organizations out of 870 posts. The appearance of leaders is confirmed in the interview results whereby 12 (75%) respondents indicated to see the corporate leaders of the telecommunication organizations at least once in their Facebook posts while 4 (25%) respondents denied to have ever seen them. Also, 68% of OQS respondents admitted to encounter posts that included the senior leaders of the telecommunication organizations while 32% of the OQS respondents reported otherwise. Appearance of leaders on the social media posts is associated with significant functions of organizations as illustrated by Respondent 9 of the interview, "When the telecommunication companies' leaders appear, (they) offer information about the happenings or introduce a new product".

Eighth, the use of brand color. The study show that, telecommunication organizations widely apply the brand color in their Facebook posts to promote organizational brands. The study found 859 Facebook posts (images and videos) that had color combination relevant to the brands of the telecommunication organizations. This consistency of color combination of the brands promotes the remembrance of the brand easily to the stakeholders. Other ways that were found to be applied by the telecommunication organizations to promote organizational brand are the use of (outsourced) public figures, consistency of the information shared on social media and those on mainstream media, sharing of communiucation contacts of the organizations, and the use of timing (planned schedule) to share the posts as two organization shared their posts only in day time while the orther two uploaded their posts day and night.

Impacts of Social Media in Promoting Organizational Brand

This study also intended to find out how social media bring about the impacts in promoting organizational brands of the telecommunication organizations in Tanzania. This was assessed through the interviewees' responses regarding their perception on the activities conducted by the telecommunications organizations on Facebook. The findings are presented below:

The results demonstrate that Facebook activities promote the recognition of the organizational brands. Most of the interviewees perceive positively the posts shared and interaction done by the telecommunication organizations in the Facebook pages. Respondent 2, for instance, posited that, "I recognize the organizations as brands because the posts they share on Facebook talk directly about the organization…that performs a particular matter and that matter targets the society and the posts shared are based on the particular organization". This is supported by the Respondent 15 who noted that:

> "When you review the posts of (a telecommunication company) there are various indicators that make one to recognize that those activities are conducted by the organization. There are people (public figures) who are commonly used in their advertisements. So, when you find such people in their posts and the messages they deliver about the products, the use of their logos and other stuffs, you get the picture in mind that, this came from the organization" (Respondent 15).

Also, the study found out that social media offer a playground to the organizations for sharing information that raises awareness about them. The findings indicate that, telecommunication organizations disseminate various information on Facebook and such information generate curiosity of getting more knowledge about the organizations among stakeholders. This is demonstrated by Respondent 1 of the interviews when she remarked that:

> "The posts they share help them to be recognized (as brands) since they bear the company's name. Also, the posts show how their products are good for customers. Thus, people become more curious to find out (more) about the company" (Respondent 1).

Therefore, Facebook activities have great impact to organizations' corporate brand as it creates demand to familiarize about the organizations to stakeholders.

The study further found out that, the Facebook posts bring about good experience to stakeholders. Interviewees reported to have good experiences from the posts shared and interaction offered by the telecommunication organizations on their Facebook pages. Respondent 11 stated that, the posts that talk about services and products and the engagements offer good experience to customers. She argued that, "those who run the Facebook pages and promote their product and services, and their regular engagement with customers on social media offer a good experience that these are big brands (organizations) before the customers". Thus, the organizations' activities on social media portray the positive images and identities of the organizations.

However, data show that, some of the activities of the telecommunication organizations on Facebook raised discouraging impact to the stakeholders. The presence of posts that are not relevant to business and organizations, which were also found in the content analysed (51 posts), created some unwanted reactions to customers. This is put forward by Respondent 7 who complained that, "some posts on social media are shared just to draw customers' attention (to the pages) and they do not directly touch customers' interests". This shows disagreement of the stakeholder on what the telecommunication organizations perform in their Facebook pages.

Challenges of Promoting Organizational Brand on Social Media

This study further intended to determine the challenges telecommunication organizations face when they promote organizational brand on Facebook. The study found a number of challenges that arose in the data collected as presented hereunder:

Less use of success stories in the regular posts

The findings show that there is low use of the success stories of the companies and their employees by the telecommunication organizations on their Facebook pages. From the 870 reviewed posts from the four organizations, only one post was found to present the success story of the organization. The organizations put their emphasis only on the current projects and forgetting to narrate their stories on the achievements of the organizations and their employees.

Uncontrolled customer-to-customer communication

The results show the existence of customer-to-customer interaction and communication within the Facebook pages of the telecommunication organizations. Despite high engagement activities by the organizations, there is still a gap that leaves customers to have their own conversations that may damage the organizational brand of the organizations. Only one organization had a good intervention strategy of getting in when customers start developing their own conversations on the post of that organization. Other three organizations had less and ineffective control of the customer-to-customer interactions.

Some stakeholders are not aware of the organizational brand

The study further found that there is a number of people who do not recognize the organizational brands of the organizations. The results of the study from OQS demonstrate that, one-third (33%) of the respondents

showed disagreement that telecommunication organizations do not promote organizational brands through social media. Lack of knowledge of the organizational brand to some stakeholders is caused by the dominance of the posts that promote products and services than organizational brand. Also, when OQS respondents were asked about what comes first in their mind when they come across with the telecommunication organizations' Facebook posts, 71% of the respondents indicated products and services while 29% chose organizational brand.

Inappropriate comments and language

The findings of the study demonstrate that, there are customers who interact with the telecommunication organizations' posts in their Facebook pages and comment issues that are not relevant to the context. The posts reviewed show the presence of comments that also contain inappropriate language which in one way or another deteriorate the companies' images and drag away some stakeholders from participating in those conversations as some of the comments attack the organizations directly.

Presence of posts that do not touch customers' interests

Telecommunication organizations were found to have a tendency of sharing posts that are not about products, services, or organizations, but to cater for interaction and capture stakeholders' attention. The number of such posts (51) is high which affects the image of the organizations and discourage some customers. This leads to the discontent from some of the stakeholders who show it openly as Respondents 7 in the interviews. He remarked that, such general posts do not touch customers' interest. Dissatisfaction of the stakeholders create a bad experience that affect organizational brand.

Discussion

The findings of the study show that, social media play significant roles in promoting organizational brand of the telecommunication organizations of Tanzania. Social media provide benefits both to organizations and their stakeholders (Reitz, 2012, p. 45). In the study, the respondents reported to have a good level of recognition of the organizational brand that resulted from the organizations' activities on Facebook. This means that, what organizations do on social media platforms has great impact to the organizational brand image and brand identity. Also, the study found that, Facebook offers a room for the telecommunication organizations to share information regarding the organizations' mission, vision, and even products and services. The findings are consistent to what Waters and Jones (2011, p. 259) found on their study that non-profit organizations were sharing information of programmes, services and mission of the organizations on their YouTube videos. They also revealed the appearance of missions and core values in the videos of non-profit organizations which was also found in the Facebook posts of the telecommunication organizations in Tanzania.

The study further shows that, Facebook provides to organizations a chance to get direct and unfiltered feedback from the stakeholders as the telecommunication organizations engage with them through posts and even in their message boxes. This is a benefit to the organizations as Reitz (2012, p. 51) noted that through social media organizations can get benefits through feedback and other discussions. The interactivity as a way of promoting organizational brand was also found by Vernuccio (2014) who conducted an exploratory study that involved organizations from different developed countries. Vernuccio's study presented the views that, organizations use social media with the aim of building corporate brand through interactivity (p. 227). Waters and Jones (2011, p. 252) confirmed that, "images of the brand and organizational identity in the social media realm are largely shaped through conversations and interactions with individuals outside the organization through shared information and word-of-mouth efforts." Thus, the organizations-stakeholders' interactivity has far greater results to the promotion of the organizational brand.

On top of that, the study found that Facebook creates variety of experiences to the stakeholders of the organizations. The presence of engagement and interaction between organizations and their stakeholders and among stakeholders themselves through the Facebook pages of the organizations offer good experiences to stakeholders. The engagement also offers chances to employees, as among the stakeholders, to participate in creating and building the organizational brand images of their respective organizations in online environment. The contribution of employees to the organizational brand image was also found by Madsen (2016, p. 216). However, her study involved internal activities of the organizations, employees had positive contribution to the organizational brand images. The engagement of stakeholders builds relationship between organizations and their stakeholders that adds value to the organizational brand. Parveen, Jaafar, and Ainin (2015, p. 75) asserted that, social media are highly used by the organizations to "develop a good relationship with customers" and to ensure organizations have the "effective communication" with their stakeholders. In brief, organizational brand "brings the stakeholders together both internally and externally" with one vision (Jones, 2010, p. 55).

Also, less use of success stories prevailed in the data of this study. Only one post out of 870 posts presented success story of organization. This finding is similar to what Waters and Jones (2011, p. 261) found in their study whereby non-profit organizations were not sharing information regarding the success stories in the managerial level on their YouTube videos. This consistency demonstrates the tendency of organizations of avoiding to share their success stories on social media.

The study, however, supports both theories that were used in the theoretical framework. On the Theoretical Model of Corporate Branding in Social Media in industrial marketing, the study's findings show that, the posts of the telecommunications organizations were crafted to target varying stakeholders of these organizations such as customers, marketing partners, employees, and financial community. Also, the organizations created their contents with all message aspects outlined by the model's proponents. Toppi et al (2012, p. 7) proposed that, the message of the organizations should consist of brand vision and culture, positioning, personality, relationship, and presentation which were common in the posts of the telecommunication organizations.

Moreover, the posts of the telecommunication organizations were interactive and supported the 'trialogue' – conversations of organizations with stakeholders, and stakeholder to stakeholder were clearly seen in the posts of the telecommunications organizations on Facebook. Therefore, "social media offer an interactive platform for dialogue between users, including individuals and companies" (Zhang and Vos, 2014, p. 371).

On the other hand, the study also supported the Cognitive Dissonance Theory. Despite the presence of numerous information on Facebook, the stakeholders applied their selective abilities as proposed in the theory. The stakeholders liked the Facebook pages of the telecommunication organizations (selective exposure), opted to be following their posts and remembering the significant matters regarding the organizations (selective retention) and associated those posts of the telecommunication organizations with the organizations concerned and their personal lives (selective perception). Therefore, the two theories were compatible with this study.

In summary, the findings are consistent to the previous studies despite this study being conducted in the third world country's context. This consistency implies that, the activities of the organizations in the social media are more or less the same on the promotion of organizational brand.

Recommendation for further Research

As this study had small sample, further research is required to be conducted with the involvement of more posts for content analysis, the use of more interview participants and survey respondents with a control and balance of gender and age of the participants. The results of such study will offer a more implication of the results of this study. Also, the future study could address this issue with involvement of the workers of the telecommunication organizations by gathering and revealing their insights on the role of social media in promoting organizational brand.

As this study was conducted only on Facebook, another area where research may be focused on by considering the activities of these organizations (or other organizations) on other social media platforms and making a comparative analysis to find out which social media platform has far greater impact in promoting organizational brand. Also, as this study incorporated companies with huge capital and ability to have all the expertise to operate in social media, the future study can be conducted to understand the role of social media in promoting organizatioOnline nal brands of small organizations, companies with small capital for operations, and non-profit organizations in third world countries. Such research will be of interest and will bring a new perspective on the area of organizational communication.

References

Aaker, D. A. (2004). Leveraging the corporate brand. *California Management Review*, 46 (3), 6-18. doi: 10.1177/000812560404600301

Al kharraz, F. and Seçim, H. (2023). Customer relationship management impact on customers' trust in the Palestinian telecommunications company Paltel during the Covid-19 era. *Electron Commer Res*., 1-21. https://doi.org/10.1007/s10660-022-09646-5 DOI: 10.1007/s10660-022-09646-5

Baran, S. J. (2014). *Introduction to mass communication: Media, literacy and culture* (8th Ed.). New York: McGraw Hill

Bhattacherjee, A. (2012). *Social science research: Principles, methods, and practice (*2nd Ed.). University of South Florida, Tampa, Open Text Book Access, Textbook Collection 3, Retrieved From https://scholarcommons.usf.edu/oa_textbooks/3/

Bilal, A. (2014). *The impact of new media on journalism practice in Tanzania* (Master's Thesis), University of Dar es Salaam, Dar es Salaam.

Bonson, E., Torres, L., Royo, S. and Flores, F. (2012). Local e-government 2.0: Social media and corporate transparency in municipalities. *Government Information Quarterly*, 29, 123-132, doi: 10.1016/j.giq.2011.10.001

Boyd, D. M. and Ellison, N. B. (2008). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x

Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.

Deus, C. (2013). *The social media and organization performance among civil society organizations in Tanzania: The case of policy forum and selected member organizations* (Master's Thesis), University of Dar es Salaam, Dar es Salaam.

Ferguson, R. (2008). Word of mouth and viral marketing: Taking the temperature of the hottest trends in marketing. *Journal of Consumer Marketing*, 25 (3), 179-182, DOI: 10.1108/07363760810870671

Festinger, L. A. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Stamford, CA: Stamford University Press

Fifield, P. (2008). *Marketing strategy masterclass: Making marketing strategy happen*. Amsterdam: Elsevier Ltd

Gupta, S., Nawaz, N., Alfalah, A. A., Naveed, R. T., Muneer, S. and Ahmad, N. (2021). The relationship of CSR communication on social media with consumer purchase intention and brand admiration. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research. 16,* 1217–1230. https://doi.org/10.3390/jtaer16050068

Jones, R. (2010). Corporate branding: The role of vision in implementing the corporate brand. *Innovative Marketing*, *6*(1), 44-56, Accessed at: https://www.businessperspectives.org/index.php/journals/innovative-marketing

Kaplan, A. M. and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizon*, 53, 59-68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kazungu, I., Matto, G. and Massawe, H. (2017). Social media and performance of micro enterprises in Moshi Tanzania. *International Journal of Academic Research in Business and Social Science*, 7 (5), 144-157, Retrieved from https://hrmars.com/pages/detail/IJARBSS

Khan, I. (2022). Do brands' social media marketing activities matter? A moderation analysis. *Journal of Retailing and Consumer Services,* 64, 1-9. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102794

Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing* (14th Ed.) Boston: Pearson Prentice Hall.

Kwayu, S., Lal, B. and Abubakre, M. (2018). Enhancing organizational competitiveness via social media – a strategy as practice perspective. *Information System Frontiers*, 20, 439-456. doi: 10.1007/s10796-017-9816-5

Leek, S., Canning, L. and Houghton, D. (2016). Revisiting the task media fit model in the era of Web 2.0: Twitter use and interaction in the healthcare sector. *Industrial Marketing Management, 54*, 25-32, doi: 10.1016/j.indmarman.2015.12.007

Linke, K. (2011). Generation Facebook? – The History of Social Networks. *Global Business Management Research*, 2011, Fulda, Germany, Retrieve from http://www.gbmrjournal.com/

Madsen, V. T. (2016). Constructing organizational identity on internal social media: A case study of coworker communication in Jyske Bank. *International Journal of Business Communication*, 53(2), 200-223, doi: 10.1177/2329488415627272

Mandari, H. and Koloseni, D. (2016). Evaluating social media utilization on the implementation of e-government goals in Tanzania. *Journal of African Research in Business and Technology*, *2016*(2016), 1-8, doi: 10.5171/2016.759473

Mpepo, V. (2017). *Impact of social media on interpersonal communication relationships amongst couples in Tanzania: A case of dar es Salaam* (Master's Thesis). Open University of Tanzania, Dar es Salaam.

Mushi, H. (2016). *The use of social media in corporate communication by telecommunication companies: A study of Vodacom, Dar es Salaam* (Master's Thesis). St. Augustine University of Tanzania, Mwanza.

Neuman, W. L. (2006). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches* (6th Ed.). New Jersey: Pearson Education, Inc.

Odhiambo, C. A. (2012). *Social media as a tool of marketing and creating brand awareness: Case study research* (Bachelor Degree Thesis), Vaasan Ammattikorkeakoulu University of Applied Science, Vaasa.

Parveen, F. Jaafar, N. I. and Ainin, S. (2015). Social media usage and organizational performance: Reflections of Malaysian social media managers. *Telematics and Informatics,* 32, 67-78, doi: 10.1016/j.tele.2014.03.001

Pfeiffer, C., Kleeb, M., Mbelwa, A., & Ahorlu, C. (2014). The Use of Social Media among Adolescents in Dar es Salaam and Mtwara, Tanzania. *Reproductive Health Matters*, 22 (43), 178-186, DOI: 10.1016/S0968-8080(14)43756-X

Poushter, J., Bishop, C. and Chwe, H. (2018). *Social media use continues to rise in the developing countries but plateaus across developed ones: Digital divides remain, both within and across countries*. Pew Research Centre Report, June 2018, Retrieved from https://www.pewresearch.org/

Reitz, A. (2012). Social Media's Function in Organizations: A Functional Analysis Approach. *Global Media Journal – Canadian Edition*, 5(2), 41-56. Retrieved from http://gmj-canadianedition.ca/

Sedoyeka, E. (2016). Tanzanians online – current trends 2016. *International Journal of Computing and ICT Research*, *10*(2), 90-107. Retrieve from http://www.ijcir.org/

Shembilu, A. (2013). *Importance of social networking for student participation in education in Tanzania* (Master's Thesis). Blekinge Institute of Technology, Karlskrona.

Shih, C. (2011). *The Facebook era: Tapping online social networks to market, sell, and innovate* (2nd Ed.). Boston: Prentice Hall

Sun, Y. and Guo, S. (2013). Media use, social comparison, cognitive dissonance and peer pressure as antecedents of fashion involvement. *Intercultural Communication Studies,* 22(1), 117-139. Retrieved from https://www.tandfonline.com/journals/rjic20

Tanzania Communications Regulatory Authority [TCRA] (2019). *Quarterly Communication Statistics*. April-June, 2019 Operators' Submission. Accessed at https://www.tcra.go.tz/images/TelCom_Statistics_June_2019.xlsx.pdf

Toppi, A., Ulkuniemi, P., Saraniemi, S. and Malaska, M. (2012). Corporate brand communication through social media in industrial markets. *IMP Conference*, 2012, Rome, Italy, Retrieved from https://www.impgroup.org/

Vernuccio, M. (2014). Communicating Corporate Brands through Social Media: An Exploratory Study. *Business Communication*, *51*(3), 211-233. doi: 10.1177/2329488414525400

Waters, R. D. and Jones, P. M. (2011). Using video to build an organization's identity and brand: A content analysis of nonprofit organizations' YouTube videos. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, *23*(3), 248-268. doi: 10.1080/10495142.2011.594779

We Are Social & Hootsuite (2019). *Digital 2019: Tanzania*. Retrieved from https://datareportal.com/reports/digital-2019-tanzania

Wimmer, R. D. and Dominick, J. R. (2011). *Mass media research: An introduction (*9th Ed.). Boston: Wadsworth Cengage Learning

Zhang, B. and Vos, M. (2014). Social media monitoring: Aims, methods, and challenges for international companies. *Corporate Communications: An International Journal*, *19*(4), 371-383. doi: 10.1108/CCIJ-07-2013-0044

Zhang, M., Xu, P. and Ye, Y. (2022). Trust in social media brands and perceived media values: A surveh study in China. *Computers in Human Behaviour,* 127, 1-10, https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107024

Genişletilmiş Özet

Amaç

Bu çalışma, sosyal medyanın kurumsal markaların tanıtımındaki rolünü ortaya çıkarmak üzere gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın üç amacı bulunmaktadır. Bunlar, Tanzanya'daki telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook'ta kurumsal markalarını tanıtmak için kullandıkları yolları belirlemek, telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook gönderilerine ilişkin müşterilerin değerlendirmelerini ortaya çıkarmak ve bu kuruluşların Facebook'ta kurumsal markalarının tanıtımı yaparken karşılaştıkları zorlukları belirlemektir.

Araştırma Deseni ve Yöntem

Çalışmada, hem nitel (içerik analizi ve mülakat) hem nicel (çevrimiçi anket) araştırma yöntemlerinden oluşan karma yöntem kullanılmıştır. Tanzanya'nın dört telekomünikasyon kuruluşu olan Airtel Tanzania, Halotel Tanzania, Tigo Tanzania ve Vodacom Tanzania'nın Facebook gönderilerine içerik analizi uygulanmıştır. Analiz, telekomünikasyon kuruluşları tarafından Ocak 2019'dan Haziran 2019'a kadar paylaşılan 870 Facebook gönderisini içermekte olup, Cumartesi ve Pazar günleri paylaşılanlar ile SIM kart kayıt kampanyalarını içerenler hariç tutulmuştur. Google Forms aracılığıyla 100 katılımcıdan veri toplamak için çevrimiçi anket (OQS) kullanılırken, 16 katılımcıyla mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar ve çevrimiçi anket, araştırmada yer alan dört telekomünikasyon kuruluşunun Facebook sayfalarını beğenen katılımcıları içermektedir.

Çalışma, Sosyal Medyada Kurumsal Markalaşmanın Teorik Modeli ve Bilişsel Uyumsuzluk Teorisi (SMKMTM) olmak üzere iki teori altında yürütülmüştür. Telekomünikasyon kuruluşlarının Facebook paylaşımlarını analiz etmek için SMKMTM modeli benimsenirken, çevrimiçi anket ve mülakat katılımcılarının kurumsal marka anlayışının ortaya çıkarılmasında Bilişsel Uyumsuzluk Teorisi'nden yararlanılmıştır.

Bulgular

Tanzanya telekomünikasyon kuruluşları, Facebook paylaşımlarında kurumsal markalarını tanıtmak için çeşitli stratejiler kullanmaktadırlar. Bunlar, logo, misyon, vizyon, slogan, marka ismi, marka rengi kullanımı gibi stratejilerdir.

Çalışmada ele alınan kurumsal markaları daha iyi bir duruma getirmek için kullanılan diğer stratejiler ise, müşteri katılımı, kurumsal liderler ve lider mesajlarının yer alması, ünlü kişilerin kullanılması ve farklı paydaşlar için uygun iletişim biçimlerinin tercih edilmesidir. Araştırmada ele alınan kuruluşlar Facebook gönderilerini organize bir şekilde yürütmekte ve paylaşım davranışları bir plan/programı takip etmektedir.

Çalışma ayrıca, telekomünikasyon kuruluşlarının sosyal medyadaki paylaşımlarının, bu markalar üzerinde büyük etkisi olduğunu göstermektedir. Bulgular, bu kuruluşların Facebook paylaşımlarının markanın tanınmasına yol açtığını, paydaşlarda markalar hakkında daha fazla bilgi edinme yönünde merak yarattığını ve müşterilerin kuruluşlarla olan deneyimlerini geliştirerek kurumsal markaları yücelttiğini göstermektedir.

Ayrıca, çalışmanın sonuçları, telekomünikasyon kuruluşlarının kurumsal markalarını tanıtma konusunda çeşitli zorluklarla karşılaştıklarını ortaya koymaktadır. Kurumlar, uygunsuz dil ve yorumlar, başarı hikayelerinin daha az kullanılması, müşteriden müşteriye kontrolsüz iletişimin varlığı, müşterilerin ilgi alanlarına yönelik olmayan paylaşımlar ve telekomünikasyon kurumlarının Facebook sayfalarını takip etmesine rağmen kurum markasından habersiz müşterilerin varlığı ile karşılaşmaktadır.

Sınırlılıklar

Sosyal medyanın kurumsal markaların tanıtımındaki rolünü ortaya çıkarmaya ilişkin olan bu çalışma, bazı sınırlılıklara sahiptir. Öncelikle çalışmada sosyal medya mecrası olarak Facebook gönderileri incelenmiştir. Dolayısıyla, çalışma Facebook ile sınırlıdır. İncelenen telekomünikasyon şirketi sayısı dört ile sınırlıdır. Görüşme ve çevrim içi anket uygulanan katılımcılar, bu şirketlerin Facebook sayfalarını takip edenler ile sınırlıdır.. Çalışma bir yüksek lisans tezi kapsamında gerçekleştirildiğinden zaman sınırlamasına da sahiptir.

Sonuç (Teorik, Pratik ve Sosyal)

Bu çalışma, sosyal medyanın kurumsal markanın tanıtımındaki rolünü belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, nitel ve nicel araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanıldığı karma yöntem benimsenmiş, Tanzanya'daki telekomünikasyon kuruluşlarının sosyal medya paylaşımları aracılığı ile nasıl iletişim kurdukları ortaya çıkarılmıştır.

Bulgulara dayanarak, bu çalışma ile Tanzanya örneğinde, kurumsal iletişim alanında daha fazla sayıda araştırma yapılması önerilmektedir. Bundan sonraki araştırmalarda, örneklem sayısı, içerik analizinde incelenecek gönderi sayısı, anket ve mülakat katılımcısı sayısı artırılabilir. Katılımcıların cinsiyet ve yaşları dengelenebilir. Ayrıca, gelecekte telekomünikasyon kuruluşlarının çalışanlarının katılımıyla bu çalışma yenilenebilir ve çalışanların kurumsal markanın tanıtımında sosyal medyanın rolüne ilişkin görüşleri ortaya çıkartılabilir.

Bu çalışmada, sosyal medya mecrası olarak sadece Facebook ele alınmıştır. Bundan sonraki çalışmalarda, telekomünikasyon şirketlerinin kullandıkları diğer sosyal medya platformlarındaki gönderileri de değerlendirilerek, hangi sosyal medya platformunun kurumsal markanın tanıtımında daha büyük bir etkiye sahip olduğunu ortaya çıkarmak için karşılaştırmalı bir analiz yapılabilir.

Gelecekte yapılacak bir çalışma, üçüncü dünya ülkelerindeki küçük sermayeli şirketlerin ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların kurumsal markalarını tanıtmada sosyal medyanın rolünü anlamaya yönelik olarak gerçekleştirilebilir. Böyle bir araştırma kurumsal iletişim alanına yeni bir bakış açısı getirecektir.

Özgünlük

Sosyal medya, ortaya çıktığı günden bu yana insan iletişiminin büyük bir bölümünü kaplamaktadır.

Bu durum hem kişisel hem de örgütsel iletişimde karşılık bulmaktadır. Dolayısıyla bu çalışma, son yirmi yılda ortaya çıkan ve hızla gelişerek bugünkü seviyesine ulaşan bu yeni iletişim alanına odaklanması açısından önem taşımaktadır. Çalışma, öncelikle, incelenen literatüre dayanarak, Tanzanya başta olmak üzere üçüncü dünya ülkelerinde kurumsal markanın tanıtımında sosyal medyanın rolü konusunda herhangi bir çalışma yapılmamış olması nedeniyle önem taşımaktadır. İkinci olarak, bu çalışmanın bulguları özellikle kurumsal iletişim ve kurumsal marka ile sosyal medya ve kurumsal iletişim alanlarındaki bilgi birikimine katkıda bulunmaktadır. Üçüncü olarak, bu çalışmanın bulguları, Tanzanya bağlamında bulunanların benzerliklerini ve farklılıklarını görmek için dünyanın başka yerlerinde yapılan diğer çalışmaların bulgularıyla karşılaştırmalı olarak analiz edilmiş ve tartışılmıştır; bu da bilgi birikimine farklı bir bakış açısı katmaktadır.

Araştırmacı Katkısı: Faridi Abdallah MNAKATU (%60), Çağlar GENÇ (%40).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Investigation of Online Education Readiness of Teachers Involved in eTwinning Quality Processes in the Context of Various Variables (Example of Eskişehir Province) [1]

Emin ÖZEN [2] - Funda ÇIRAY ÖZKARA [3]

Submitted by: 05.03.2023 **Accepted by:** 21.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

In this research, it is aimed to examine the readiness for online education of teachers who are members of the eTwinning platform (eTwinner) and who take part in the project processes that present a quality label as a result, in the context of demographic and technology usage variables and to develop suggestions in this direction. The research, based on the cross-sectional survey model, was carried out with 384 teachers working in Eskişehir and registered on the eTwinning portal in the 2022-2023 academic year. The K–12 Teachers' Online Teaching Readiness Scale was applied. In the analysis of the data, a t-test was used for variables with two sublevels, and one-way ANOVA was used for the variables with more than two sublevels. In case of a difference in the ANOVA test, post-hoc tests were used to determine the pairwise differences. The results showed that the average level of readiness for online education of eTwinner teachers working in Eskişehir is high and the group with the highest readiness for online education is teachers with a service period of 1-10 years. Among the factors of educational technology proficiency, learner readiness, and relative usefulness, male teachers were more than female. On the other hand, it is a remarkable result in the research that female teachers have higher proficiency in pedagogical and ethical competency than male teachers, and that postgraduate teachers in technical and pedagogical, and ethical competence have higher proficiency than those with undergraduate degrees.

Keywords: *Online Education, Readiness, Etwinning, Quality Process, Teachers and Technology*

Citation: Özen, E. and Çıray Özkara, F. (2023). Investigation of Online Education Readiness of Teachers Involved in eTwinning Quality Processes in the Context of Various Variables (Example of Eskişehir Province). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 873-898.

[1] Within the scope of this study, ethical application permission was obtained from Eskişehir Governorship Provincial Directorate of National Education Scientific Research and Permission Board dated 12.12.2022 and protocol number E-88074293-605-01-65577715.

[2] Ministry of National Education, Assesment and Evaluation Department, **eminozen@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-7026-1503
[3] Ministry of National Education, R&D Department, **fcry1085@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-7912-0563

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

eTwinning Kalite Süreçlerinde Görev Alan Öğretmenlerin Çevrimiçi Eğitime Hazırbulunuşluklarının Farklı Değişkenler Bağlamında İncelenmesi (Eskişehir İli Örneği)

Emin ÖZEN [4] - Funda ÇIRAY ÖZKARA [5]

Başvuru Tarihi: 05.03.2023 **Kabul Tarihi:** 21.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu araştırmada eTwinning platformunda üyeliği bulunan (eTwinner) ve sonucunda bir kalite etiketi sunan proje süreçlerinde görev alan öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarını demografik ve teknoloji kullanımına ilişkin değişkenler bağlamında incelemek ve bu doğrultuda öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Kesitsel tarama modeli temel alınarak gerçekleştirilen araştırma 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Eskişehir'de görev yapan ve eTwinning portalında kayıtlı 384 öğretmen ile gerçekleştirilmiştir. Öğretmenlerin çevrimiçi eğitime ilişkin hazırbulunuşluklarını ortaya çıkarmak ve çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarını farklı değişkenler bağlamında incelemek amacıyla, K-12 Öğretmenleri Çevrimiçi Eğitim Hazır Bulunuşluk Ölçeği uygulanmıştır. Verilerin analizinde öncelikle normallik varsayımı test edilmiş sonrasında değişken durumuna göre parametrik testlerden bağımsız örneklem t-testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) gerçekleştirilmiştir. ANOVA analizi sonrası oluşan ikili farkların tespitinde Post-Hoc testlerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sonucunda; Eskişehir'de görev yapan eTwinner öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk düzeyi ortalamalarının yüksek düzeyde olduğu ve çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluğu en yüksek grubun 1-10 yıl arası hizmet süresine sahip öğretmenler olduğu görülmüştür. Eğitim teknolojileri yeterliği, öğrenen hazırbulunuşluğu ve göreli yararlılık faktörlerinde erkek öğretmenlerin kadınlardan; kadın öğretmenlerin ise pedagojik ve etik yeterlilikte erkeklere göre yüksek yeterliliğe sahip olduğu, teknik yeterlikte ve pedagojik ve etik yeterlilikte lisansüstü mezun öğretmenlerin lisans mezunu olanlardan daha yüksek yeterliliğe sahip olduğu araştırmada dikkat çeken bir sonuçtur.

Anahtar Kelimeler: *Çevrimiçi Eğitim, Hazırbulunuşluk, eTwinning, Kalite Süreçleri, Öğretmenler ve Teknoloji*

[4] Milli Eğitim Bakanlığı, Ölçme ve Değerlendirme Birimi, **eminozen@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-7026-1503
[5] Milli Eğitim Bakanlığı, Ar-Ge Birimi, **fcry1085@gmail.com,** ORCID: 0000-0001-7912-0563

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Introduction

Educators such as teachers and school administrators are expected to adapt to the rapid changes and developments of the 21st century and update the education methods they use in the education process. Online education, which has come to the fore with the developments in computer and internet technology and can be considered an important tool in updating the educational approaches, methods, and techniques used by teachers in the education process, has been implemented in Turkey as well as in many countries of the world in recent years and is becoming widespread day by day (Telli and Altun, 2021). Being able to take place anytime and anywhere, eliminating the limitations of time and space, and providing lifelong learning are described as the most basic factors in the spread of online education. In addition, due to the Covid-19 global epidemic, which has affected the whole world recently, there has been a rapid increase in the distance education process and the number of learners who have to take online education based on this process (Özen, 2022). The increase in the number of learners has highlighted the fact that teachers, who are in the position of teaching, acquire knowledge and skills in online distance education environments and develop their knowledge and skills. Based on these views, it is thought that the readiness of teachers in online education has become important in related learning environments.

Online learning, which includes the integration of new technologies such as the internet, intranet, e-mail and satellite broadcasts into the learning process, is defined by Contreras and Shadi (2015) as the use of electronic media, educational technology and information and communication technologies (ICT) in education (Mosa, Mahrin and İbrahim, 2016). Readiness for online learning is defined as the ability of potential e-learning users to use alternative technologies as well as a new learning environment (Hashim and Tasir, 2014, p.267). According to Borotis and Poulymenakou (2004), online learning readiness is "an individual's mental or physical preparation for some e-learning experience or action". Readiness for online learning should also be seen as "factors that must be realized before e-learning implementation (Odunaike et al., 2013 as cited in Mosa, Mahrin and Ibrrahim, 2016; Sakal, 2017).

Today, interest in online education and student-centered education has increased. As an example, Stanford University started to implement Education 4.0, which emerged in parallel with Industry 4.0 in 2013 and includes data-based technology integration such as artificial intelligence and big data, as a training program at the origin of the increasing interest (Kılıç, 2018 as cited in Şimşek and Fiş Erümit, 2022). In this context, teacher competencies have also come to the fore in terms of changing expectations and needs in educational institutions. Within the scope of the general competencies of the teaching profession, teachers are expected to use information and communication technologies effectively in the teaching and learning process. In addition, teachers undertake various responsibilities in acquiring new skills and values for themselves, their students and society (General Directorate of Teacher Training and Development, 2017, pp. I-14).

In order for learners to benefit from the advantages of online learning, they must have certain technical skills and be ready for online learning (Sakal, 2017). The needs of a learner whose readiness level is identified can be determined; preparation, a plan and curriculum can be made in accordance with those needs (Harman and Çeliker, 2012). The readiness of teachers, who are both learners and teachers, plays an important role in determining future strategies, measures and interventions to advance and develop e-learning (Polat, Hopcan andYahşi, 2022).

The eTwinning platform, launched in 2005 with the initiative of the European Commission, is one of the learning platforms that offers online learning opportunities. eTwinning is a non-profit online platform where countries such as Turkey, Azerbaijan, Jordan, and countries in Europe form a large part of the participating schools and where target groups such as teachers and school administrators working in these schools can work

as members. It offers the opportunity to reach teachers and students from many countries. The eTwinning platform is defined as a community for schools in Europe. eTwinning can also be described as the most exciting learning community in Europe, where communication and cooperation come to the fore and projects are developed and shared (European Commission, 2021).

In 2022, the eTwinning platform was transferred to the European School Education Platform (ESEP). ESEP covers all levels of education from early childhood education and care to primary and secondary education, including pre-service vocational education and training (European Commission, 2022a). Teachers who are members of this platform can organize and conduct on-site and online activities in eTwinning with their colleagues and students from the countries participating in the Erasmus+ program (European Commission, 2022b).

eTwinning projects are projects that are based on the cooperation of students from different schools and different countries, and where the planned studies are carried out with student-centered activities and these activities are shared with partners in the online environment. Teachers from at least two different schools can create a project. Teachers and students cooperate by using information and communication technologies to carry out their studies, communicating over the internet. A project can be awarded with a national or European quality label. For a project to qualify for the European Quality Label, schools from at least 2 different countries must be involved in the project and work actively (YEĞİTEK, 2022b). eTwinning projects are important in terms of the eTwinning platform being technology-supported, bringing digital skills to the fore in projects, and meeting the needs and expectations of the new generation (Karataş and Özatay, 2023, p.109).

Teachers and members of the eTwinning community are called eTwinners. With the social networking features available to eTwinners, they can network, share and collaborate with other registered eTwinners and schools by networking, participating in eTwinning groups and European projects. There are also options on the eTwinning platform that support professional development such as webinars, short and long online courses (including Massive Open Online Course-MOOCs), online conferences and events, self-education materials (European Commission, 2022b).

The Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 mentions about the global epidemic of Covid 19 and the digital transformation process that affects daily life, and emphasizes that employees in public institutions should improve their digital skills after the epidemic process (European Commission, 2022c). In such a process, according to Döğer and Kurnaz (2022, p.68), it is not known which characteristics of teachers affect technology competence in eTwinning projects. Considering that eTwinning project applications are completely based on an internet-based social network, the use of technology is decisive in the effectiveness of teachers in these projects.

It is important to measure the online readiness of teachers who are members of the eTwinning portal, which provides online education and learning. Because with the assessment of readiness for online learning, it will measure the ability of users to adapt to technological challenges, collaborative learning and training, as well as learning and training at their own pace, synchronously and asynchronously (Hashim & Tasir, 2014, p.267).
In the context of all expressions, it is thought that the level of the predisposition of teachers registered in and working on the eTwinning portal to online learning and their readiness for online education should be determined considering the Covid-19 pandemic process. Although there are studies in the literature that determine the readiness of teachers for online education, it has been understood that there is no study related to the online education readiness of eTwinner teachers in the national context. For this reason, teachers who have works on the eTwinning portal have been identified as the target audience (N=550). Numerous online

events are organized within the scope of eTwinning; international online learning activities, learning activities and webinars organized by the experts, Turkish National Support Service or provincial coordinators can be given as examples of these activities (YEĞİTEK, 2023). It can be said that an etwinner teacher is involved in these processes while running a project on the eTwinning platform. For these reasons considering that it would be easier for eTwinner teachers to adapt to the distance education process, it was tried to reach teachers working in Eskişehir and registered on the eTwinning portal.

Thus the aim of this study is to examine the readiness for online education of teachers who are members of the eTwinning project platform in Eskişehir and take part in the project processes, which present a quality label as a result, in the context of demographic and technology usage variables and to make suggestions in this direction. For this purpose, answers to the following research questions were sought.

Teachers involved in eTwinning quality processes;

1. What is the readiness level for online education?
2. Does the gender variable make a difference in online education readiness levels?
3. Does education status make a difference in online education readiness levels?
4. Does the education they receive online regarding the use of technology in education make a difference in their readiness for online education?
5. Does the length of service make a difference in the level of readiness for online education?
6. Does the duration of membership in the eTwinning portal make a difference in readiness levels for online education?

Methodology

This research was designed in the cross-sectional survey model, which is one of the quantitative research methods (Büyüköztürk, et al., 2012). The cross-sectional survey model aims to take a photo of the situation by collecting data at once to illuminate a situation, variable, or phenomenon and to reveal the relationship between the situation, variables, and variables by examining this photo. The K-12 Teachers' Online Teaching Readiness Scale was applied to reveal the teachers' readiness for online education.

Study Group

Teachers who work in Eskişehir and have project works that bring quality labels on the eTwinning platform constitute the universe of the research (N=550). Within the scope of the study, it is aimed to reach the universe, and the link of the data collection tool was sent to the relevant teachers via Google form. Within the scope of the study, data were obtained from 384 (n=384) teachers. Creswell (2013) states thatae sample number of 360 or more generalizes the universe.

Ethical Statement

Research ethics permission for this study was obtained with the decision numbered E-88074293-605-01-65577715 on 12.12.2022.

Data Collection

In the collection of data, the 'survey on the Internet' method, which is a faster, more effective, and economical method, which is seen to be increasing in popularity in the literature, was used (Arıkan, 2018). The surveys were uploaded to the online survey platform called Google Forms, and the link to access the form was shared with the teachers.

Data Collection Tools

As a data collection tool in the research, the Participant Information Form including demographic and technology usage variables and Polat, Hopcan, and Yahşi (2022) K-12 Teachers Online Teaching Readiness Scale was used. Information about the form and scale used in the research is given below.

Participant information form

In this study, Participant Information Form included gender, educational status, educational technologies education status, level of use in learning-teaching processes of online web 2.0 tools, length of service, process of participation in the eTwinning platform, number of project applications and the type of quality label received by the study group.

K-12 teachers online teaching readiness scale

Polat, Hopcan andYahşi (2022), a 5-point Likert-type scale consisting of 9 sub-factors and 52 items, validity and reliability tests were applied, and it can be applied to teachers. The confirmatory factor analysis (CFA) performed shows that the fit of the scale is in the desired range and is good. "x^2/sd= 2.476, RMSEA= 0.067, S-RMR= 0.034, GFI= 0.99, AGFI= 0.96, CFI= 0.99, NNFI= 0.98, IFI= 0.99". The Cronbach's alpha coefficient calculated for the reliability analysis was 0.83 and 0.92 for the subscales, and 0.93 for the whole scale. The results of the validity and reliability analysis of the scale show that the scale can be applied to teachers.

Data Analysis

SPSS 25.0 package program was used for the analysis of the data obtained from the data collection tools. The findings were evaluated at the 95% confidence interval and at the 5% significance level. Since the data in the study showed a normal distribution, t-test was used for variables with two sublevels in the comparison of quantitative data such as gender and educational status that affect teachers' online education readiness. After the t-test, the Cohen effect size value was calculated to calculate the size of the differentiation among the groups with a significant difference. On ANOVA was used for variables with more than two sublevels that affect teachers' online education readiness, such as length of service. In case of a difference in the ANOVA test, post-hoc tests were used to determine the pairwise differences.

The skewness and kurtosis coefficients of the scores obtained from the K-12 Teachers Online Teaching Readiness Scale were found to be between +1.5 and -1.5. According to the obtained values, it can be said that the data provides the assumption of normality (De Carlo, 1997). Table 1 shows the scores that teachers got from the online education readiness scale.

Table 1
Teachers' Scores from the Online Teaching Readiness Scale

Variables	n	Min.	Max.	Mean	Sd.	Skewness	Kurtosis
Technical Competence	384	1,52	5.00	4,2270	,72036	-,918 ,125	-,135 ,248
Educational Technology Competence	384	1,50	5.00	4,1688	,81822	-1,094 ,125	,930 ,248
Computer Self-Efficacy	384	1.00	5.00	3,8635	1,00335	-,855 ,125	,211 ,248
Management Support	384	1.00	5.00	3,4349	1,13415	-,506 ,125	-,591 ,248
Colleague	384	1.00	5.00	4,2871	,83363	-1,176 ,125	,734 ,248
Learner Readiness	384	1.00	5.00	3,3184	,94809	-,050 ,125	-,567 ,248
Contents	384	1.00	5.00	3,3026	1,04788	-,362 ,125	-,470 ,208
Relative Usefulness	384	1.00	5.00	2,8813	1,04402	-,045 ,125	-,600 ,248
Pedagogical and Ethical Competence	384	1.00	5.00	4,4342	,58560	-,908 ,125	-,037 ,248

When the scores in Table 1 are examined, the scores of the teachers differ from 9 different sub-factors: technical competence, educational technology competence, computer self-efficacy, management support, colleague, learner readiness, content, relative usefulness, and pedagogical and ethical competence.

Cronbach's Alpha value was examined to determine the reliability level of the scale used in the research. It is seen that Cronbach's Alpha internal reliability coefficient is .893 and the scale has high reliability.

Findings and Comment

In this section, the findings obtained as a result of the research are given. Explanations and comments were made based on the findings; The findings were evaluated in accordance with the sub-objectives.

Demographic Findings for the Study Group

In this section, the frequency and percentage distributions of the data collected through the participant information form are shown the in tables. Table 2 shows the distribution of the study group by gender.

Table 2
Distribution Table by Gender of the Study Group

Variables	*Groups*	*Frequency*	*Percent*
	Female	345	89,8
Gender	Male	39	10,2
	Total	384	100

As it can be seen in Table 2, when the distribution of teachers who responded to the relevant questionnaire within the scope of the study is examined by gender, it is understood that 345 of them are female and 39 of them are male and female eTwinner teachers participate more in the eTwinning learning portal than male teachers.Table 3 shows the distribution of the study group according to their educational status.

Table 3
Distribution Table of the Study Group by Educational Status

Variables	*Groups*	*Frequency*	*Percent*
	Undergraduate Education	307	79,9
Educational Status	Graduate Education	77	20,1
	Total	384	100

As can be seen in Table 3, when the distribution of teachers who responded to the relevant survey within the scope of the study is analyzed according to their educational status, it is understood that 307 of them have undergraduate education, 77 of them have graduate education and that eTwinner teachers with undergraduate degrees participate more in the eTwinning portal than teachers with graduate degrees. Table 4 shows the distribution of the study group according to their educational technology education status.

Table 4
Distribution Table of the Study Group According to the Educational Technologies Education Status

Variables	*Groups*	*Frequency*	*Percent*
	Yes	318	82,2
Education Status	No	66	17,8
	Total	384	100

As seen in Table 4, when the distribution of the teachers who responded to the survey in the scope of the study according to their educational status regarding the use of technology in education is examined, it is seen that 318 of them received the relevant training, 66 of them did not, and eTwinner teachers who received training on the use of technology in education participated in the study more than the teachers who did not. Table 5 shows the distribution table of the study group according to the level of use of online Web 2.0 tools in the learning-teaching processes.

Table 5
Distribution Table of the Study Group by Level of Use in Learning-Teaching Processes of Online Web 2.0 Tools

Variables	***Groups***	***Frequency***	***Percent***
Web 2.0 Usage Level	Low	9	2,3
	Middle	142	37,0
	High	233	60,7
	Total	384	100

As can be seen in Table 5, when the distribution of the teachers who responded to the related questionnaire in the study according to their level of use in the learning-teaching processes is examined, the low level of use of 9 of them, the medium level of 142 of them, and the high level of use of online Web 2.0 tools in the learning-teaching processes. It is understood that eTwinner teachers with high levels of use participate more in the study than teachers who use other levels.

Table 6 shows the distribution table of the study group according to the length of service.

Table 6
Distribution Table of the Study Group by Terms of Service

Variables	***Groups***	***Frequency***	***Percent***
Service Period	1-10 Years	75	19,5
	10-20 Years	200	52,1
	20 and above	109	28,4
	Total	384	100

As can be seen in Table 6, when the distribution of teachers who responded to the relevant survey within the scope of the study is examined according to their length of service, it is understood that 75 between 1-10 years, 200 between 10-20 years and 109 between 20 years and above participated in the study. According to the

variable of length of service, teachers with 10-20 years of service show the highest participation.Table 7 shows the distribution table of the study group according to the process of participation in the eTwinning platform.

Table 7
Distribution Table by Study Group's Participation in the eTwinning Platform

Variables	***Groups***	***Frequency***	***Percent***
Participation Process	Pre-Pandemic	316	82,3
	Pandemic Process and After	68	17,7
	Total	384	100

As seen in Table 7, when the distribution of the teachers who responded to the survey within the scope of the study according to the Participation Process of the eTwinning Platform is examined, it is seen that 316 were members of the platform before the pandemic and 68 were included in the system during and after the pandemic period, and the majority of eTwinner teachers were members of the relevant platform before the pandemic.

Table 8 shows the distribution table of the working group according to the number of project applications.

Table 8
Distribution Table of the Study Group by Number of Project Applications

Variables	***Groups***	***Frequency***	***Percent***
Number of Projects	1-10	325	33,9
	10-20	48	62,2
	20 and more	11	3,9
	Total	384	100

As can be seen in Table 8, when the distribution of the teachers who responded to the survey within the scope of the study according to the Number of Project Applications to the eTwinning Platform is examined, it is seen that 325 of them participated with 1-10 projects, 48 of them with 10-20 projects and 11 of them with 20 or more projects. It is understood that the majority of the teachers applied to the relevant platform with a number of 1-10 projects.Table 9 shows the distribution table according to the type of quality label received by the study group.

Table 9
Distribution Table by Type of Quality Label Received by the Study Group

Variables	*Groups*	*Frequency*	*Percent*
Quality Label	I never took	15	3,9
	National	139	33,9
	National and European	209	62,2
	Total	384	100

As can be seen in Table 9, when the distribution of the teachers who responded to the relevant questionnaire within the scope of the study is analyzed according to the Type of Quality Label They Received, it is seen that 15 of them did not receive any labels, 139 received national labels and 209 received both national and European labels. It is understood that it also has a European quality label. Based on these findings, it can be said that most of the projects of eTwinner teachers working in Eskişehir are awarded with both national and European labels.

Findings Related to the Problem Situation

In the first sub-problem of the research, it was tried to determine the readiness levels of the teachers involved in the eTwinning quality processes for online education. The numerical values of the analysis results obtained are given in Table 10.

Findings on readiness levels for online education

Table 10
Table of Readiness Levels of Teachers for Online Education

Variables	**n**	**Min.**	**Mak**	**Mean**	**Ss.**	**Skewness**	**Kurtosis**
Readiness in Online Education	384	2,35	5.00	3,9115	,56004	-,370 ,125	-,220 ,248

In Table 10, the readiness levels of teachers for online education, and the arithmetic mean and standard deviation scores of their levels are presented. The score ranges of the data obtained in the Likert scale type should be considered equal and the average score range factor should be 0.79 (Büyüköztürk, 2010). In revealing the current score range; the lowest point value (1) is subtracted from the highest point value to be obtained from the scale item, and this value is found by dividing the total value by the number of degrees, and finally the score ranges are determined (Erkuş, 2012). The evaluation intervals of the relevant scale are shown in Table 11.

Table 11
Readiness Scale Item Evaluation Intervals in Online Education

Value of Choice	Item Value Range
1 – Very Low	1,00 – 1,79
2 – Low	1,80 – 2,59
3 – Mid	2,60 – 3,39
4 - High	3,40 – 4,19
5 – Very High	4,20 – 5,00

In the context of all these statements in Table 11, it is seen that the average the teacher's readiness for online education is 3.91, at a "high" level. According to Erkuş (2012), in revealing the current score range; The lowest point value (1) is subtracted from the highest point value (5) to be obtained from the scale item, and this value is found by dividing the total value by the number of degrees, and finally the score ranges are determined. In this context, the score range obtained from the scale shows that the teachers' readiness level for online education is high.

Findings on the effect of gender variable on teachers' readiness for online education

The readiness scale for online education consists of 9 subscales: technical competence, educational technology competence, computer self-efficacy, management support, colleague, learner readiness, content, relative usefulness, and pedagogical and ethical competence. Independent samples t-test was used to analyze whether there was a difference in the context of the gender variable. In Table 12, there are findings regarding the effect of gender variable, which is the second sub-problem of the research, on teachers' online education readiness levels.

Table 12
The Effect of Gender Variable on Teachers' Readiness for Online Education

Variable	*Groups*	*Mean*	*F*	*P*	*Cohen's d*
Technical Competence	Female	4,6213	1,014	0,315	
	Male	4,6781			
Educational Technology Competence	Female	4,1585	10,513	0,001*	0,48
	Male	4,2607			
Computer Self-Efficacy	Female	3,8678	2,692	0,102	
	Male	3,8256			
Management Support	Female	3,4618	0,531	0,467	
	Male	3,1966			
Colleague	Female	4,3145	1,071	0,301	
	Male	4,0449			
Learner Readiness	Female	3,3029	8,700	0,003*	0,40
	Male	3,4551			
Contents	Female	3,2899	2,551	0,111	
	Male	3,4154			
Relative Usefulness	Female	2,8446	3,910	0,049*	0,29
	Male	3,2051			
Pedagogical and Ethical Competence	Female	4,4754	5,004	0,026*	0,32
	Male	4,0705			

When the values in Table 12 are examined; Educational Technology Competence (P=.001<.05), Learner Readiness (P=.003<.05), Relative Usefulness (P=0.049<.05), and Pedagogical and Ethical Competence of eTwinner teachers working in Eskişehir for online education. It is seen that the factors (P=,026<,05) differ significantly in terms of gender variables. When Cohen's d values of the said difference are examined, it is seen that the relevant values for the sub-dimensions with significant differences between them are in the range of 0.29 - 0.48 and have a medium effect size. It is understood that men have higher proficiency than women in educational technology competency, learner readiness, and relative usefulness factors. In terms of pedagogical and ethical competence, it is seen that female teachers have higher competence than male teachers. According to Polat, Hopcan, and Yahşi (2022), educational technology proficiency includes items such as online collaboration and using online exam/quiz tools, and these items (items 12 and 15) are considered important in terms of readiness for online education. In the learner readiness factor (items 33 and 34), both high interest in online learning and time management are expressed as the most important items. In the relative usefulness factor consisting of 5 items (items 42 and 43), it was shown that the readiness of teachers who thought that online education was efficient and effective was high. Within the scope of the pedagogical and ethical competence factor consisting of 8 items, it was seen that the ability to communicate online with colleagues is important in terms of readiness (item 50).

Findings on the effect of educational status variable on teachers' readiness for online education

The differentiation status of eTwinner teachers working in Eskişehir for online education according to their educational status was analyzed with independent samples t-test analysis. In Table 13, there are findings regarding the effect of the third sub-problem of the research, the variable of educational status, on the teachers' readiness for online education.

Table 13
The Effect of Educational Status Variable on Teachers' Readiness for Online Education

Variable	*Groups*	*Mean*	*F*	*P*	*Cohen's d*
Technical Competence	Undergraduate	4,5816	24,739	0,000*	0,41
	Graduate	4,8081			
Educational Technology Competence	Undergraduate	4,1384	0,704	0,402	
	Graduate	4,29			
Computer Self-Efficacy	Undergraduate	3,8638	1,443	0,230	
	Graduate	3,8623			
Management Support	Undergraduate	3,4387	0,086	0,769	
	Graduate	3,4199			
Colleague	Undergraduate	4,2801	0,085	0,770	
	Graduate	4,3149			
Learner Readiness	Undergraduate	3,2997	0,158	0,691	
	Graduate	3,3929			
Contents	Undergraduate	3,2541	2,715	0,100	
	Graduate	3,4961			
Relative Usefulness	Undergraduate	2,828	1,081	0,299	
	Graduate	3,0935			
Pedagogical and Ethical Competence	Undergraduate	4,4222	5,452	0,020*	0,35
	Graduate	4,4821			

When the values in Table 13 are examined; It is seen that eTwinner teachers' readiness for online education in Eskişehir differs significantly in terms of educational status variable in Technical Competence (P=.000<.05) and Pedagogical and Ethical Competence (P=.020<.05) factors according to their educational status variable. Cohen's d values of the said difference were examined. It is seen that the relevant values for the sub-dimensions with significant differences between them are in the range of 0.35 - 0.41 and have a medium effect size. It is understood that teachers with postgraduate degrees in technical competence and pedagogical and ethical competence have higher proficiency than those with undergraduate degrees. According to Polat, Hopcan and Yahşi (2022), technical competence generally includes items related to computer and internet usage skills (items 3, 5, 6, and 7). It has been stated that computer and internet usage skills are important in terms of teachers' readiness for online education.

Findings on the effect of education on the use of technology in education by teachers on the level of readiness for online education

The differentiation of eTwinner teachers' readiness for online education, working in Eskişehir, according to their educational status on technology use was analyzed with independent samples t-test analysis. In Table 14, there are findings regarding the effect of the variable of educational status on the use of technology, which is the fourth sub-problem of the research, on the teachers' readiness for online education.

Table 14
The Effect of Education on the Use of Technology in Education on Teachers' Readiness for Online Education

Variable	*Groups*	*Mean*	*t*	*P*	*Cohen's d*
Technical Competence	Evet	4,6897	5,368	0,004*	0,41
	Hayır	4,3249			
Educational Technology Competence	Evet	4,2631	4,294	0,265	
	Hayır	3,7146			
Computer Self-Efficacy	Evet	3,9591	5,116	0,701	
	Hayır	3,4030			
Management Support	Evet	3,4712	4,531	0,030*	0,37
	Hayır	3,2601			
Colleague	Evet	4,3491	4,185	0,014*	0,56
	Hayır	3,9886			
Learner Readiness	Evet	3,4285	4,218	0,003*	0,42
	Hayır	2,7879			
Contents	Evet	3,3484	1,377	0,671	
	Hayır	3,0818			
Relative Usefulness	Evet	2,9384	1,503	0,204	
	Hayır	2,6061			
Pedagogical and Ethical Competence	Evet	4,5031	3,236	0,000*	0,45
	Hayır	4,1023			

When the values in Table 14 are examined; Technical Competence (P=,004<,05), Management Support (P=,030<,05), Colleague (P=,014<,05) according to the readiness of eTwinner teachers in Eskişehir for online education, according to their education on educational technologies, Learner Readiness (P=.003<.05) and Pedagogical and Ethical Competence (P=.000<.05) sub-factors are seen to differ significantly in terms of technology education status variable. Cohen's d values of the said difference were examined. It is seen that the relevant values for the sub-dimensions with significant differences between them are in the range of 0.41 - 0.56 and have a medium effect size. In the context of the relevant sub-factors with a significant difference, it is seen that the readiness level of all teachers who received training on the use of technology in education is higher than the others.

Findings on the effect of the length of service variable on teachers' readiness for online education

The differentiation of eTwinner teachers' readiness for online education according to their length of service in Eskişehir was carried out with a one-way ANOVA analysis. Post-hoc tests after the homogeneity of variance test were used to determine the groups with a significant difference after the ANOVA Analysis. In Table 15, there are findings regarding the effect of the fourth sub-problem of the research, the variable of the length of service, on the teachers' readiness for online education.

Table 15
ANOVA Table on the Effect of Length of Service on Teachers' Readiness for Online Education

Variables	*Groups*	*Mean*	*F*	*P*	*Diffirence*
Service Year	1-10 year	4,0790	11,429	,000*	2-1
	10-20 year	3,7850			2-3
	20 and above	4,0284			

As seen in Table 15, as a result of the ANOVA analysis, it is seen that the eTwinner teachers' readiness for online education differs according to their length of service. Post-Hoc tests are used to determine between which groups the differentiation occurs. Since the variances were homogeneously distributed (P=.146>.05), the Hochberg GT2 test was performed because the sample distribution was not equal.

According to the Post-Hoc analysis results in Table 15, it is seen that teachers with 10-20 years of service differ from other groups. It is seen that the average of readiness for online education (3.78) of teachers with a service period of 10-20 years is lower than the other groups. In this context, it is understood that teachers with 10-20 years of service are the group with the lowest readiness level for online education.

Findings on the effect of teachers' etwinning portal membership period on online education readiness levels

The differentiation status of eTwinner teachers' readiness for online education in Eskişehir according to the periods when they were members of the eTwinning portal (before or after the pandemic) was carried out by independent samples t-test analysis. In Table 17, there are findings regarding the effect of the sixth sub-problem of the research, the periods when teachers are members of the eTwinning portal, on their readiness for online education.

Table 17
The Effect of Teachers' Periods of Membership in the eTwinning portal on Readiness for Online Education

Variable	*Groups*	*Mean*	*t*	*P*	*Cohen's d*
Technical Competence	Pre-Pandemic	4,5999	2,217	0,002*	0,45
	Pandemic Process or After	4,7533			
Educational Technology Competence	Pre-Pandemic	4,1129	2,918	0,010*	0,36
	Pandemic Process or After	4,4289			
Computer Self-Efficacy	Pre-Pandemic	3,8323	1,318	0,001*	0,48
	Pandemic Process or After	4,0088			
Management Support	Pre-Pandemic	3,3924	1,586	0,335	
	Pandemic Process or After	3,6324			
Colleague	Pre-Pandemic	4,2785	0,437	0,983	
	Pandemic Process or After	4,3272			
Learner Readiness	Pre-Pandemic	3,3916	3,306	0,002*	0,42
	Pandemic Process or After	2,9779			
Contents	Pre-Pandemic	3,3114	0,354	0,468	
	Pandemic Process or After	3,2618			
Relative Usefulness	Pre-Pandemic	2,9006	0,784	0,459	
	Pandemic Process or After	2,7912			
Pedagogical and Ethical Competence	Pre-Pandemic	4,4225	0,849	0,159	
	Pandemic Process or After	4,4890			

When the values in Table 17 are examined; The readiness of eTwinner teachers in Eskişehir for online education is Technical Competence (P=.002<.05), Educational Technology Proficiency (P=.010<.05), Computer Self-Efficacy (P=.001<, 05), Learner Readiness (P=,002<,05) sub-factors differ significantly in terms of technology education status variable. Cohen's d values of the said difference were examined. It is seen that the relevant values for the sub-dimensions with significant differences between them are in the range of 0.36 - 0.48 and have a medium effect size. In the context of the relevant sub-factors with a significant difference, it is understood that the level of readiness in online education of the teachers who were included in the system during and after the pandemic process from the time they became a member of the eTwinning portal is higher than the teachers who were included in the system before the pandemic. According to Polat, Hopcan, and Yahşi (2022), computer self-efficacy consists of five items and it has been stated that providing technical support, allocating sufficient time, and giving practical training are especially important in terms of readiness within the scope of items 17, 18 and 19.

Conclusion

Undoubtedly, teachers have the biggest task in the studies to be carried out to use technology in education and to improve, support, and accelerate learning in this way. The learning-teaching process will become meaningful with teachers' ability to bring technology to the classroom environment, support them in this regard, and their online readiness (Şimşek & Fiş Erimut, 2022). In addition, according to Sakal (2017, p.83), every institution that will engage in distance education should definitely focus on the readiness of the trainers, even if their infrastructure is ready. The eTwinning portal, which is an online platform that offers distance education, can also be described as a platform that contributes to the learning of teachers and students using technology.

According to the first findings obtained from the scale applied in line with the purpose of the research, the scores of the teachers from 9 different sub-factors such as technical competence and educational technology competence differed. In this study, when the distribution of eTwinner teachers by gender is examined, it is understood that female teachers participate more in the eTwinning learning portal than male teachers. A similar result was reached in the studies of Döğer and Kurnaz (2022), and it was suggested that male teachers could be encouraged to do projects more in eTwinning projects.

When the distribution of teachers according to their educational status is examined, it is understood that undergraduate eTwinner teachers participate more in the study than graduate teachers. When the distribution of teachers regarding the use of technology in education is examined, it is seen that eTwinner teachers who receive training on technology use in education participate more in the study than teachers who do not. It was also emphasized by Bozdağ (2017), Memişoğlu and Broutin (2018) that the projects within the scope of the eTwinning platform are an important tool in the use of technology in education. Acar (2021) also stated that teachers' eTwinning activity contributed to their professional development, and they improved themselves especially in the use of technology.

When the distribution of eTwinner teachers' use of online Web 2.0 tools in learning-teaching processes is examined, it is seen that 9 of them use low, 142 of them medium use, 233 of them use high level, and eTwinner teachers who use online Web 2.0 tools in learning-teaching processes have a high level of use. It is understood that the teachers participated in the study more than the teachers. In the study of Karataş and Özatay (2023), it was stated that participating in eTwinning projects that require the use of the internet contributes to teachers using Web 2.0 tools and learning alternative teaching methods and techniques. Gençtürk Erdem, Başak Başar, Toktay, Yayğaz and Küçük Süleymanoğlu (2021) also concluded that teachers with a high perception of technology competence use web 2.0 tools with their eTwinning studies.

When the distribution of teachers according to their length of service is examined, the teachers with 10-20 years of service show the highest participation. In addition, it is understood that teachers with 1-10 years of service participate less in the study than teachers with other service periods. In Avcı's (2020) study in which teachers' views on the eTwinning platform were determined, the finding that the majority of the teachers participating in the study had a professional experience of 10 years or more was included. Based on this finding, the teachers' participation in the study was interpreted as they wanted to continue their professional development, even though it had been a long time since their graduation.

When the distribution of eTwinner teachers working in Eskişehir according to the participation process in the eTwinning platform is examined, it is seen that the majority of teachers were members of the relevant platform before the pandemic and the majority of them applied to the relevant platform with the number of 1-10 projects. In this context, it can be said that eTwinner teachers used the online learning platform before the pandemic and were inclined to online education.

When the distribution of eTwinner teachers according to the type of quality label is examined, it is understood that the majority of them have both national and European quality labels. In the quality label evaluation criteria of the projects on the eTwinning platform, e-security-related practices such as sharing accurate and reliable information among schools by taking cyber security measures under the title of technology use are taken into account (National Support Service, 2022; YEĞİTEK, 2022a). The quality label requires collaborative work to be provided with online applications and shared work online by taking the necessary security measures. In the study of Gençtürk, Başar, Toktay, Yayğaz, and Küçüksüleymanoğlu (2021), in line with the interviews they conducted with the teachers who received the quality label, they found that the teachers had a high level of cyber security awareness, that they transferred the knowledge to classroom applications with Web 2.0 tools, and that they benefited from the knowledge and practices of other schools at a high level. they have stated.

It has been understood that the average readiness level of the teachers involved in the eTwinning quality processes for online education is at a "high" level with an average of 3.91. It can be interpreted that teachers' high readiness for online education means that they better understand their personal characteristics, abilities and resources. Baran and Özen (2020) also stated this in their study and emphasized that this is necessary for a high-quality online learning process.

It is understood that male eTwinners have higher proficiency than females in educational technology competence, learner readiness and relative usefulness factors. In the studies of Polat, Hopcan, and Yahşi (2022, p.225-226), in the technical competence factor; a significant difference was found in favor of women in terms of colleague, content, pedagogical (professional) and ethical competence factors. In this study, although there was no difference in terms of gender variable in technical competence, colleague, content factors, it was understood that eTwinner female teachers had higher proficiency in pedagogical and ethical competence than male teachers. The only common result in both studies can be interpreted that female teachers have higher pedagogical and ethical competence than male teachers. Pedagogical (professional) and ethical competence includes skills such as being able to communicate with colleagues online, taking into account the copyrights of materials used in online education (Polat, Hopcan & Yahşi, 2022). As a platform where teachers from different countries can communicate with their colleagues and share their experiences, the eTwinning portal can be interpreted as a platform where especially female teachers exhibit the skills specified in the pedagogical and ethical competence factors. In the research of Döğer and Kurnaz (2022), it was concluded that female teachers with quality labels use technology better in their eTwinning projects. Despite the studies stating that female teachers are better than male teachers in terms of technology proficiency, there is a situation in favor of male teachers in this study and in the study of Polat, Hopcan and Yahşi (2022). Different variables such as the number of teachers participating in the study, educational status, and the region they work may have affected the emergence of this situation.

It has been observed that eTwinner teachers' readiness for online education in Eskişehir differs significantly in terms of educational status variable in terms of technical competence and pedagogical and ethical competence factors according to the variable of educational status. Teachers with postgraduate degrees in technical competence and pedagogical and ethical competence seem to have higher proficiency than those with undergraduate degrees. Teachers involved in the graduate education process may have used technological applications in their academic studies. As Ziphorah (2014) emphasized in his study, if teachers are well-equipped with technology knowledge and skills, they will be able to use existing technological tools.

Also, it has been observed that the readiness of eTwinner teachers in Eskişehir for online education differs significantly in terms of the sub-factors of technical competence, management support, colleague, learner

readiness, and pedagogical and ethical competence according to their educational technology education status. In the context of the relevant sub-factors with a significant difference, it is seen that the readiness level of all teachers who received training on the use of technology in education is higher than the others. When the changing roles of the teacher in the context of the 21st century are examined, it is stated in the literature that the teacher has roles such as using technology effectively, using information and communication technologies as a learning tool, and managing change (Ünsal, 2021). The results of this study also examine these roles of teachers from an angle and reveal that teachers who develop these skills have higher readiness levels in online education. Döğer and Kurnaz (2022) also found that teachers with more project experience use technology better in their eTwinning projects. Gençtürk Erdem, Başak Başar, Toktay, Yayğaz and Küçük Süleymanoğlu's (2021) work titled "Contribution of eTwinning projects to teachers' digital literacy skills suggests that it is important for teachers to obtain correct information online, to work in accordance with eTwinning project criteria and to use digital applications in order to improve their digital literacy skills.

In this study, it has also been concluded that the readiness of eTwinner teachers working in Eskişehir for online education differs in their length of service. It has been observed that the average of readiness for online education of teachers with a service period of 10-20 years is lower than the other groups, so it can be said that these teachers have the lowest level of readiness for online education. The group with the highest readiness for online education is eTwinner teachers with a service period of 1-10 years. A similar conclusion was reached in the studies of Polat, Hopcan, and Yahşi (2022, p.226) and it was stated that young teachers are more ready to teach online.

This study is limited to eTwinner teachers working in Eskişehir. A similar study can be carried out with all teachers in Turkey or with teachers and students working in different countries. In this study, it is seen that teachers with 10-20 years of service have the lowest level of readiness for online education. It is recommended to organize in-service training for teachers with the specified service period. In addition, school-based or online in-service training can be offered to teachers, including the use of Web 2.0 tools, interactive script writing, and gamification within the scope of online education. Experimental research can also be conducted with teachers whose online readiness is determined.

Since it is important for eTwinner teachers to have a high level of online learning readiness for qualified projects and successful online education applications, studies should be conducted to improve teachers' online readiness. The high readiness of teachers for online education also affects many factors such as the use of technology, computer self-efficacy, colleagues, and student readiness. Every variable that affects the quality of online education will also affect learners, so by measuring teachers' online education readiness, studies related to many variables such as the online education process and learners' success in this process can be done. In eTwinning projects, detailed studies can be carried out in which the criteria considered in the quality label evaluation process and the online training readiness of teachers are associated with each criterion.

References

Acar, P. (2021). *Sınıf Öğretmenlerinin eTwinning ile ilgili görüşlerinin incelenmesi,* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Fırat Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Elazığ.

Arıkan, R. (2018). Anket yöntemi üzerine bir değerlendirme. *Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *1*(1), 97-159. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/551880

Avcı, F. (2021). Çevrim içi bir öğrenme ortamı olarak etwinning platformuna ilişkin öğretmenlerin görüş ve değerlendirmeleri. *Cumhuriyet International Journal of Education*, *10*(1), 1-22. http://dx.doi.org/10.30703/cije.663472

Baran, H. and Özen, E. (2020). *Çevrimiçi öğrenmede öğretmen hazırbulunuşluğu ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlik çalışması.* Uluslararası Açık ve Uzaktan Öğrenme Konferansı, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/338548784

Bozdağ, Ç. (2017). Almanya ve Türkiye'de okullarda teknoloji entegrasyonu, eTwinning örneği üzerine karşılaştırmalı bir inceleme. *Ege Eğitim Teknolojileri Dergisi, 1*(1), 42-64. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/322113

Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. and Demirel, F. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri* (11. bs.). Ankara: Pegem Akademi.

Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

De Carlo, L. T. (1997). On the meaning and use of Kurtosis. *Psychological Methods*, *2*, 292-307. Retrieved from http://www.columbia.edu/~ld208/psymeth97.pdf

Döğer, M. F. and Kurnaz, A. (2022). Examining the ICT level of projects done by teachers on social networks in Turkey in terms of different variables example of eTwinning activity. *International Journal of Current Education Studies (IJCES)*, *1*(2), 63-89. doi: 10.5281/zenodo.7368322

Erkuş, A. (2012). Varolan ölçek geliştirme yöntemleri ve ölçme kuramları psikolojik ölçek geliştirmede ne kadar işlevsel: Yeni bir öneri. *Journal of Measurement and Evaluation in Education and Psychology*, *3*(2), 279-290. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/65963

European Commission. (2021). *eTwinning*. Retrieved from https://www.etwinning.net/tr/pub/index.htm

European Commission. (2022a). *European school education platform***.** Retrieved from https://school-education.ec.europa.eu/tr

European Commission. (2022b). *eTwinning*. Retrieved from: https://school-education.ec.europa.eu/tr/etwinning

European Commission. (2022c). Digital Economy and Society Index (DESI) 2022. Retrieved from https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi

Gençtürk E., E., Başar, F. B., Toktay, G., Yayğaz, İ. H. and Küçüksüleymanoğlu, R. (2021). eTwinning projelerinin öğretmenlerin dijital okuryazarlık becerilerine katkısı. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, *7*(3), 204-219. https://doi.org/10.24289/ijsser.901129

Harman, G. and Çeliker, D. (2012). Eğitimde hazır bulunuşluğun önemi üzerine bir derleme çalışması. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, *1*(3), 147-156. Retrieved from http://www.jret.org/FileUpload/ks281142/File/16z.harman.pdf

Hashim, H. and Tasir, Z. (2014, April). E-learning readiness: A literature review. *International Conference on Teaching and Learning in Computing and Engineering*, Kuching, Malaysia. 267-271. Doi: 10.1109/LaTiCE.2014.58

Karataş, F. R. and Öztay, E. S. (2023). Öğretmen ve öğrencilerin eTwinning proje uygulamalarına yönelik görüşleri. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (14), 105-120. Doi: 10.21733/ibad.1190441

Memişoğlu, B. and Broutin, T. M. S. (2018, October). *FATİH Projesi bileşenlerinin eTwinning projesine entegrasyonu.* Uluslararası Necatibey Eğitim ve Sosyal Bilimler Araştırma Kongresinde sunulan bildiri (pp. 152-163.), Balıkesir.

Mosa, A. A., Mahrin, M. N. and Ibrrahim, R. (2016). Technological aspects of e-learning readiness in higher education: A review of the literature. *Computer and Information Science*, *9*(1), 113-127. Doi:10.5539/cis.v9n1p113

Öğretmen Yetiştirme ve Geliştirme Genel Müdürlüğü. (2017). *Öğretmenlik mesleği genel yeterlikleri*. Ankara. Retrieved from: https://oygm.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2017 _12/11115355_YYRETMENLYK_ MESLEYY_GENEL_ YETERLYKLERY.pdf

Özen, E. (2022). *Çevrimiçi eğitimde öğrenen destek hizmetleri kalite boyutları ve ölçümü: Bir ölçek geliştirme çalışması,* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

Polat, E., Hopcan, S. and Yahşi, Ö. (2022). Are K-12 teachers ready to e-learning?. *International Review of Research in Open and Distributed Learning*, *23*(2), 1-28. https://doi.org/10.19173/irrodl.v23i2.6082

Sakal, M. (2017). Çevrimiçi öğrenmede öğrencilerin hazırbulunuşluk düzeylerinin demografik özelliklerine göre incelenmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, *18*(39), 81-102. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/sobbiad/issue/36458/413106

Şimşek, A. and Fiş Erümit, S. (2022). *Teknolojinin öğretim ortamlarında kullanımı ve güncel teknolojik uygulamalar*. A. Şimşek ve S. Fiş Erümit (Eds.)., Pedagojiden uygulamaya yansımalar teknolojinin öğretim ortamlarında kullanımı içinde (1. bs, p. 1-37). Ankara: Pegem Akademi.

Telli, S. G. and Altun, D. (2021). Coronavirus (Covid-19) pandemisi döneminde çevrimiçi öğrenme. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, *4*(2), 90-107. Doi:10.26701/uad.916837

Ulusal Destek Servisi. (2022). *2022 Ulusal kalite etiketi kriterleri.* Retrieved from http:// etwinning.meb.gov. tr/wpcontent/uploads/2021/09/2022_Ulusal_Kalite_Etiketi_Kriterleri.pdf

Ünsal, S. (2021). Öğretmenlik mesleğinin tanımı, önemi ve öğretmenlerin değişen rolleri üzerine nitel betimsel bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, *20*(42), 1481-1504. Doi:10.46928/iticusbe.956111

YEĞİTEK. (2022a). *Adım adım eTwinning ile ilgili sıkça sorulan sorular*. Retrieved from http://etwinning.meb.gov.tr/wp-content/uploads/2021/12/DergiEkim2021.pdf.

YEĞİTEK. (2022b). *eTwinning ile ilgili sıkça sorulan sorular*. Retrieved from http://etwinning.meb.gov.tr/sikca-sorulan-sorular/

YEĞİTEK. (2023). eTwinning Mesleki Gelişiminize Nasıl Katkı Sağlar. Retrieved from http://etwinning.meb.gov.tr/kendini-gelistir/

Ziphorah, R. M. (2014). Information and communication technology integration: Where to start, infrastructure or capacity building?. *Procedia—Social and Behavioral Sciences*, *116*, 3649–3658. Doi:10.1016/j.sbspro.2014.01.818

Genişletilmiş Özet

Amaç

Bu araştırmanın amacı eTwinning platformunda üyeliği bulunan ve sonucunda bir kalite etiketi sunan proje süreçlerinde görev alan öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarını demografik ve teknoloji kullanımına ilişkin değişkenler bağlamında incelemek ve bu doğrultuda öneriler geliştirmektir. Bu amaç doğrultusunda Eskişehir'de eTwinning kalite süreçlerinde görev alan öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk düzeyleri belirlenmiştir. Öğretmenlerin cinsiyet, öğrenim durumu, eğitimde teknoloji kullanımı ile ilgili çevrimiçi ortamlarda alınan eğitim, Web 2.0 araçlarının öğrenme-öğretme süreçlerinde kullanım düzeyi, hizmet süresi ve eTwinning portalına üyelik süresi gibi değişkenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk düzeylerine etkisine bakılmıştır.

Tasarım ve Yöntem

Nicel araştırma yönteminin kesitsel tarama modeli temel alınarak gerçekleştirilen bu araştırma, 2022-2023 eğitim-öğretim yılında Eskişehir'de görev yapan ve eTwinning portalında kayıtlı 384 öğretmen ile gerçekleştirilmiştir. Öğretmenlerin çevrimiçi eğitime ilişkin hazırbulunuşluklarını ortaya çıkarmak ve çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarını farklı değişkenler bağlamında incelemek amacıyla, Polat, Hopcan ve Yahşi (2022) tarafından geliştirilen ve 9 alt faktör ile 52 maddeden oluşan K-12 Öğretmenleri Çevrimiçi Eğitim Hazır Bulunuşluk Ölçeği ile araştırmacılar tarafından hazırlanan Katılımcı Bilgi Formu internet ortamında anket yöntemi kullanılarak Google form adlı online anket platformu ile uygulanmıştır.

Formdan elde edilen verilerin analizi için SPSS 25.0 paket programından yararlanılmıştır. Demografik sorularla desteklenen verilerin analizinde cinsiyet, öğrenim durumu, öğretmenlerin eğitimde teknoloji kullanımı üzerine aldıkları eğitim gibi iki alt düzeyi olan değişkenler için t-testi kullanılmıştır. Belirtilen değişkenler için gerçekleştirilen t testi analizi sonucunda anlamlı fark bulunan gruplar için de farklılaşmanın boyutunu belirleyebilmek adına Cohen etki büyüklüğü değerleri hesaplanmıştır. Hizmet süresi gibi ikiden fazla

alt düzeyi olan değişkenler için tek yönlü ANOVA'dan yararlanılmıştır. ANOVA testinde fark çıkması durumunda ikili farkların saptanmasında Post-Hoc testlerinden faydalanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeğin güvenirlik düzeyini belirlemek için Cronbach's Alpha değeri incelenmiştir. Cronbach's Alpha iç güvenirlik kat sayısının ,893 olduğu ve ölçeğin yüksek güvenirliğe sahip olduğu görülmüştür.

Bulgular

Araştırmanın sonucunda; Eskişehir'de görev yapan eTwinner öğretmenlerin eTwinning platformuna pandemi öncesi üye olduğu, kadın öğretmenlerin erkeklere göre, lisans mezunu öğretmenlerin lisansüstü mezunlara göre, eğitimde teknoloji kullanımına yönelik eğitim alan öğretmenlerin eğitim almayanlara göre, Web 2.0 araçlarının öğrenme-öğretme süreçlerinde kullanım düzeyi yüksek olan öğretmenlerin diğer düzeyde kullanım gösterenlere göre ve 10-20 yıl arası hizmet süresine sahip öğretmenlerin çalışmaya daha fazla katılım sağladığı görülmüştür. eTwinner öğretmenlerin büyük çoğunluğunun ilgili platforma 1-10 proje sayısı ile başvuru yaptığı, ulusal ve uluslararası kalite etiketi sahibi olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmaya katılan öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk düzeyi ortalamaları yüksek düzeydedir. Çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluğu en yüksek grup ise 1-10 yıl arası hizmet süresine sahip öğretmenlerdir. Eğitim teknolojileri yeterliğinde, öğrenen hazırbulunuşluğu ve göreli yararlılık faktörlerinde erkek öğretmenlerin kadınlardan; kadın öğretmenlerin ise pedagojik ve etik yeterlilikte erkeklere göre yüksek yeterliliğe sahip olduğu, teknik yeterlikte ve pedagojik ve etik yeterlilikte lisansüstü mezun öğretmenlerin lisans mezunu olanlardan daha yüksek yeterliliğe sahip olduğu araştırmada dikkat çeken bir başka sonuçtur. eTwinner öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarının eğitim teknolojileri üzerine eğitim alma durumlarına göre teknik yeterlik, yönetim desteği, mesleki işbirliği, öğrenen hazırbulunuşluğu ve pedagojik ve etik yeterlik alt faktörlerinde hazırbulunuşluk düzeyinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu da anlaşılmıştır.

Sınırlılıklar

Bu çalışma Eskişehir'de görev yapan eTwinner öğretmenlerle sınırlıdır. Ayrıca örneklem grubundan alınan verilerde eTwinner öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşlukları araştırma kapsamında kullanılan ölçek maddelerinden elde edilen yanıtlar kapsamıyla sınırlı olup, örneklemden elde edilen verilerin gerçek ve samimi yanıtlar olduğu varsayılmaktadır.

Öneriler

Benzer bir çalışma Türkiye'deki tüm öğretmenlerle ya da farklı ülkelerde görev yapan öğretmenlerle ve öğrencilerle gerçekleştirilebilir. eTwinning platformunda üyeliği bulunan ve sonucunda bir kalite etiketi sunan proje süreçlerinde görev alan öğretmenlerle sınırlandırılan bu çalışma Eskişehir'de eTwinning platformu dışında çalışmalar yapan öğretmenler hedef kitle seçilerek ve bir eğitim kademesi belirtilerek de geliştirilebilir.

Bu çalışmada 10-20 yıl hizmet süresine sahip öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk seviyeleri en düşük grup oldukları görülmektedir. Belirtilen hizmet süresine sahip öğretmenlere yönelik olarak hizmetiçi eğitimler düzenlenmesi önerilmektedir. Ayrıca öğretmenlere Web 2.0 araçlarının kullanımı, çevrimiçi eğitim kapsamında etkileşimli senaryo yazımı, oyunlaştırma gibi farklı etkinlikleri de içerecek şekilde okul temelli ya da çevrimiçi hizmetiçi eğitimler sunulabilir. Çevrimiçi hazırbulunuşluğu belirlenen öğretmenlerle deneysel araştırmalar da gerçekleştirilebilir.

eTwinner öğretmenlerin nitelikli projeler yapabilmeleri, çevrimiçi eğitim uygulamalarının başarılı olabilmesi için çevrimiçi öğrenme hazırbulunuşluklarının yüksek olması önemli olduğundan öğretmenlerin çevrimiçi hazırbulunuşluklarını geliştirecek çalışmalar da yapılabilir. Öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarının yüksek olması teknoloji kullanımı, bilgisayar özyeterliliği, mesleki işbirliği, öğrenci

hazırbulunuşluğu gibi birçok faktörü de etkilemektedir. Çevrimiçi eğitimin kalitesini etkileyen her değişken öğrenenleri de etkileyecektir, dolayısıyla öğretmenlerin çevrimiçi eğitim hazırbulunuşluğu ölçülerek, çevrimiçi eğitim süreci, öğrenenlerin bu süreçteki başarıları gibi pek çok değişkenle ilişkili çalışmalar yapılabilir.

Özgün Değer

eTwinning portalı son yıllarda Türkiye'de çok sayıda öğretmenin üye olduğu çevrimiçi bir öğrenme portalı olarak tanımlanabilir. Bu araştırmada eTwinning portalında kayıtlı ve bu portalda çalışmaları olan öğretmenlerin çevrimiçi öğrenmeye ne düzeyde yatkın oldukları ve Covid-19 pandemi süreci dikkate alınarak öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluk düzeyleri belirlenmiştir. Ulusal ve uluslararası alanyazında öğretmenlerin çevrimiçi eğitime hazırbulunuşluklarının belirlendiği çalışmalara rastlanmakla birlikte ulusal alanyazında eTwinner öğretmenlerin çevrimiçi eğitim hazırbulunuşlukları ile ilişkili herhangi bir çalışmanın bulunmadığı anlaşılmıştır.

Araştırmacı Katkısı: Emin ÖZEN (%50), Funda ÇIRAY ÖZKARA (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Küresel Siyaset Penceresinden Diasporaları Anlamak: Bir Analiz Çerçevesi Denemesi [1]

Elif MADAKBAŞ GÜLENER [2]

Başvuru Tarihi: 25.07.2023 **Kabul Tarihi:** 31.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Küreselleşmenin yarattığı dünyanın siyaset bilimi ve uluslararası ilişkileri birbirine yaklaştırması, küresel siyaseti yeni bir çalışma alanı olarak gündeme getirmiştir. Alışık olduğumuz/tanıdık disiplinlere ait yerleşik kavramlar ve teoriler, günümüz olaylarını ve süreçlerini anlama noktasında yetersiz kalmaktadır. Diasporalar da bunlardan biridir. Bu doğrultuda, bu çalışmanın amacı, küresel siyaset penceresinden diasporaları analiz etmek için bir çerçeve önermektir. Öncelikle, küresel siyasetin nasıl bir alan olduğu anlaşılmaya çalışılarak diasporaların bu alandaki yeri incelenmiştir. Sonrasında ise hem küreselleşme hem de diaspora kavramları ile sık sık birlikte anılan ulus-ötesicilik ve kozmopolitçilik kavramları ele alınmıştır. Kavramsal farkların ortaya konulmasını takiben iç içe geçmiş kümeler şeklinde bir çerçeve oluşturulmuştur. Bu çerçevede en dış küme olan küresel siyaset kümesi, bir 'analiz çerçevesi' olarak konumlanmıştır. Alt kümeleri ise sırasıyla 'olguları ve gerçek süreçleri' anlatacak şekilde küreselleşme kümesi, 'araştırma perspektifini' işaret edecek şekilde ulus-ötesicilik kümesi, 'aktörler' olarak ise diasporalar kümesi oluşturmuştur. Diaspora kümesi içinde, aynı zamanda tüm kümelerin ortak yanı olarak, dikey ve yatay ağların dikkate alınması ile çok-seviyeli (dünya-bölgesel-ulusal-yerel) ve çok-boyutlu (siyaset, ekonomi, kültür) analizlerin gerekliliği yer almıştır. Kozmopolitçilik ise bir ideoloji, paradigma ve değerler sistemi olarak çerçevenin tercihe bağlı zemini olarak konumlanmıştır. Böyle bir çerçeve ile spesifik olarak diasporaları çalışmak için daha detaylı bir kavramsal ve daha kapsamlı bir teorik tartışma ise bir başka çalışmanın konusu olarak sonuç ve öneriler kısmında yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: *Küresel Siyaset, Diaspora, Küreselleşme, Ulus-Ötesicilik, Kozmopolitçilik*

Atıf: Madakbaş Gülener, E. (2023). Küresel siyaset penceresinden diasporaları anlamak: Bir analiz çerçevesi denemesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 899-920.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Bursa Uludağ Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, **emadakbas@uludag.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-7353-5653

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Comprehension of Diasporas Through the Lens of Global Politics: A Proposal for a Framework of Analysis

Elif MADAKBAŞ GÜLENER [3]

Submitted by: 25.07.2023 **Accepted by:** 31.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

The world created by globalization brings political science and international relations closer to each other and, at the same time, brings global politics to the agenda as a new field of study. Well-known concepts and theories of familiar disciplines are insufficient to understand today's events and processes. Diasporas are one of them. Accordingly, the aim of this study is to develop a framework for analyzing diasporas through the lens of global politics. First of all, the global politics as a field and the place of diasporas in the field is examined. Afterwards, the concepts of transnationalism and cosmopolitanism, which are often mentioned together with the concepts of globalization and diaspora, are discussed. After revealing the conceptual differences, a framework is developed in the form of nested clusters. In this framework, the outermost cluster of global politics is positioned as an analysis framework. Its sub-sets are formed by 'globalization' to describe phenomena and real processes, 'transnationalism' to indicate the research perspective, and 'diasporas' as actors. Within the diaspora cluster, at the same time as aspects of all clusters, the necessity of multi-level (world-regional-national-local) and multi-dimensional (politics, economy, culture) analyzes are located besides vertical and horizontal networks. Cosmopolitanism, on the other hand, is positioned as the optional ground of the framework as an ideology, paradigm and value system. With such a framework, a more detailed conceptual and more comprehensive theoretical discussion to study diasporas specifically is included in the conclusion and recommendations section as the subject of another study.

Keywords: *Global Politics, Diaspora, Globalization, Trans-Nationalism, Cosmopolitanism*

[3] Bursa Uludağ University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Political Science and Public Administration, **emadakbas@uludag.edu.tr,** ORCID: 0000-0001-7353-5653

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Diaspora kavramı, tarihsel olarak oldukça geriye götürebileceğimiz bir kavramdır. Yüzyıllar önce Yahudilerin Filistin toprakları dışına yayılmalarını anlatmak için kullanılırken benzer yayılım süreçlerinden geçen başka grupların deneyimlerini (örneğin Afrika kıtası dışına yayılan Siyahilerinkini) kapsayacak şekilde anlamını genişleterek günümüze dek gelmiştir. Diaspora sürecini başlatan eylem "yayılma (*dispersal*)"[4] olduğundan, diaspora hem bu nedeni işaret edecek şekilde kullanılır hem de yayılma sonucu oluşan durumu anlatacak şekilde sonucu vurgular (collinsdictionary.com/diaspora). Fakat yayılma, yayılmanın başladığı merkezle ilişkinin koptuğu anlamına gelmez; teknolojinin gelişmesi, söz konusu ilişkinin kurulması ve sürdürülmesi noktasında yeni imkanlara kapı aralar. Önceden yalnızca alıcı konumda bulunan diasporalar, internetin yaygınlaşmasıyla birlikte daha aktif, görünür ve etki alanı yüksek aktörlere dönüşürler (Bernal, 2010, s. 168). Teknolojinin gelişmesi, iletişimle birlikte etkileşimin de sıklığını ve yoğunluğunu arttırmaya başlar.

Diasporaların daha görünür olduğu ve teknolojinin dünyanın çehresini değiştirdiği 1990'lı yıllar, siyasetin de küreselleşmeye başladığı dönemi işaret eder. Anthony McGrew'in "geçiş dönemi (*transitional era*)" olarak tanımladığı bu yıllar, yeni küresel gelişmelerin (teknolojinin gelişmesi, küresel ekonominin ortaya çıkışı, çevre sorunlarının tüm yerküreyi ilgilendirmeye başlaması gibi) gündeme gelmeye başladığı yıllar olur (McGrew, 1992). "Devlet, piyasa, bölgeselleşme, kalkınma ve eşitsizlik, silahlanma, insani müdahale, milliyetçilik ve etnik çatışma, göç, çevre" gibi meseleler, sadece yerel ve ulusal seviyeyi değil tüm dünyayı aynı anda etkileyebilecek bir gündem oluştururlar (White vd., 1997). Diğer yandan, 2000'li yıllarla birlikte, liste genişler: "yükselen güçler, savaş, küresel terör, uluslararası örgütler, geleneksel-olmayan güvenlik, yönetişim, bölgeselcilik, uluslararası hukuk, milliyetçilik-kimlik, iklim değişimi, küresel finansal kriz, toplumsal cinsiyet, eşitsizlik, göçmenler, sosyal hareketler, demokrasi" (Beeson ve Bisley, 2017). Tüm bu gelişmeler, bizleri ele aldığımız konuları artık 'dünya ölçeğinde' düşünmeye zorlar. İnsanların dünyayı anlama ve yorumlama şekilleri ile bunları ifade ettikleri dil ise sıkı bir ilişki içindedir (Pin-Fat, 2019). Bu nedenle olaylara dünya ölçeğinde bakabilmek, bir yerde, anlama-yorumlama şeklimizi ve dili nasıl kullandığımızı yeniden gözden geçirmek anlamına gelir. İşte küresel siyaset, bu yeni 'dil ve düşünme şekli' ihtiyacının sonucunda ortaya çıkar.

Yukarıda bahsi geçen arka plandan hareketle, bu çalışmada öncelikle küresel siyasetin (KS) yeni bir alan mı yoksa mevcut disiplinlerin -özellikle siyaset bilimi (SB) ve uluslararası ilişkilerin (Uİ)- dönüşümü mü olduğu sorgulanacaktır. Bu noktada, Andrew Heywood'un sağladığı kavramsal yaklaşımlardan yardım alınacaktır. Heywood, her ne kadar ders kitabı niteliğinde çalışmaları ile bilinse de SB'ye ilişkin kavramları netleştirme; ayrıca, SB, Uİ ve küresel siyaset arasındaki ilişkileri açıklama noktasında önemlidir. Fakat Heywood'un sağladığı kaynaklarla yetinilmeyecektir. Heywood'un eksik bıraktığı ya da yeterince vurgulamadığı düşünülen kısımlar literatürdeki ilgili çalışmalar ile tamamlanarak küresel siyasete ilişkin bir çerçeve oluşturulmaya çalışılacaktır[5]. 'Çerçeve' sözcüğünü, "sorunlarla başa çıkmak ya da ne yapacağına karar vermek için kullanılan kurallar, fikirler ve inançlar" olarak tanımlayabiliriz (collinsdictionary.com/framework). Küresel siyasete ilişkin oluşturulan çerçeve (Şekil 1) içerisinde diaspora konusu ele alınarak çerçeve güncellenecektir (Şekil 2).

[4] Bu çalışma boyunca tek tırnak işareti vurgu için, çift tırnak işareti ise doğrudan alıntılar için kullanılmıştır.

[5] Küresel siyaset ve diaspora ilişkisini doğrudan ele alan bir çalışma için bknz. Lyons ve Mandaville, 2010. Bu çalışma diasporaları, dış politika yapımında bir aktör olarak ele alır ve tartışmayı bu doğrultuda yürütür. Benzer bir yaklaşım, Eva Ostergaard-Nielsen (2001) ile Dimitri C. Constas ve Athanassios G. Platias'ta da (1993) görülür. Ostergaard-Nielsen (2001), diasporaların devlet-dışı aktörler olarak dış politika yapımındaki rollerine odaklanır. Constas ve Platias (1993) da dünya politikasından dış politikayı kastederek, Yunan diasporasını diaspora-anavatan-misafir ülke üçgeninde incelerler. Özetle, yukarıdaki üç yazarın diasporaları 'dünya polikası' ekseninde ele alışları, Uİ disiplini içinde 'dış politika analizine' yakın bir noktada durur. Bu çalışma, 'dünya siyaseti' yerine 'küresel siyaset' tercihini kullanarak Uİ disiplinin imkanlarından farklı bir doğrultuda ilerlemeye çalışmaktadır.
Küreselleşme, ulus-ötesicilik, kozmopolitçilik ile diasporaların ilişkisi de daha önce ele alınmış konulardır. Thomas Faist (2010), ulus-ötesicilik ile diaspora ilişkisine detaylı bir şekilde değinerek kozmopolitçiliği Ulrich Beck'e atıfla oldukça kısa bir şekilde ele almaktadır. Bu çalışmada ise kozmopolitçilik de detaylı bir şekilde ele alınmakta ve Beck'in kozmopolitçiliği konumlandırışı (metodolojik olarak) sorgulanmaktadır. Andreas Wimmer ve Nina Glick Schiller (2002), doğrudan diaspora konusuna değinmeseler de göç süreçlerinin küreselleşme, ulus-devletlerin dönüşümü ve ulus-ötesi topluluklarla ile bağlantısına yer vererek diasporalar için de önemli bir açılım sağlamaktadırlar. Fakat Faist'e benzer şekilde kozmopolitçiliğin (yine Beck' atıfla çok kısa bir şekilde yer vererek) ulus-ötesicilik ve diasporalar ile ilişkisine değinmemektedirler.
Dolayısıyla bu çalışmanın özgün yanı, küresel siyaseti merkeze alması ve kozmopolitçiliği daha detaylı bir şekilde tartışarak bir analiz çerçevesi önermesidir.

Küresel siyaset-diaspora ilişkilerini ele alma noktasında iki önemli kavram daha karşımıza çıkacaktır. Bunlar 'ulus-ötesicilik (*transnationalism*)' ve 'kozmopolitçilik (*cosmopolitanism*)' kavramlarıdır. Her bir kavramsal tartışmayı takiben oluşturduğumuz çerçeve yeniden yapılandırılacaktır (Şekil 3 ve Şekil 4). Böylece nihai şeklini alacaktır (Şekil 4). Sonuç kısmında ise bu çerçevenin geliştirilebilmesi için neler yapılması gerektiğine ilişkin tartışmalar ve öneriler sıralanacaktır.

Küresel Siyaset Penceresi, Diaspora Çalışmaları için Neler Sunabilir?

Nasıl Bir Pencere? Bir Pencere Var Mı?

KS'yi uzmanlara ya da öğrencilere tanıtmayı amaçlayan, dolayısıyla başlıklarında KS'ye "giriş (*introduction*)" sözcüğünü barındıran çalışmalara baktığımızda genellikle 2000'li yıllar ve sonrasında yayınlandığını görürüz (Larres ve Wittlinger 2020; Edkins ve Zehfuss, 2019; Mansbach ve Taylor, 2018/2008). 1990'lı yıllarda yayınlanmış "küresel siyaset" başlıklı çalışmaların odağında ise soğuk savaş sonrası siyasetin aldığı biçimler ve küreselleşmenin doğası yer alır (Bretherton ve Ponton, 1996; McGrew ve Lewis, 1992). Kısaca, 1990'lı yıllarda küresel siyaset algısı soğuk savaş ve küreselleşme ile sınırlıyken 2000'li yıllara geldiğimizde küresel siyasetin anlamı, giriş bölümünde bahsi geçen ve teknolojik gelişmelerin tetiklediği yeni durumların anlaşılması çabasına yönelmiş olur.

Yeni dönemin yeni meselelerinin ele alınış şekline "küresel siyaset (*global politics*)" başlığını uygun görenler olduğu gibi (Lamy vd., 2020; Edkins ve Zehfuss, 2019; Larres ve Wittlinger 2020; Mansbach ve Taylor, 2018; Bretherton ve Ponton, 1996) "dünya siyaseti (*world politics*)" kullanımı da sıklıkla karşımıza çıkar (Wang, 2021; Beeson ve Bisley, 2017; Haynes vd., 2017; Spiegel vd., 2013; Katzenstein, 2010; Agathangelou ve Ling, 2009). Bu kullanımları "küresel çalışmalar (*global studies*)" (McCormick, 2018; Campbell vd., 2010) ve "dünya işleri (*world affairs*)" (Kavalski, 2016) gibi tercihler takip eder. Fakat hem dünya siyaseti ve KS literatürünü hem de alternatif kullanımları birlikte düşündüğümüzde, tartışmaların baskın bir şekilde uluslararası ilişkilerin teorik imkanları ile yapıldığını görürüz (Bknz. Lamy vd., 2020; Kavalski, 2016; Spiegel vd., 2013; Mansbrach ve Taylor, 2018; Haynes vd., 2017). KS için yeni bir teorik çerçevenin henüz olmayışının, kimi araştırmacılar için Uİ disiplini içinde kalarak aşılmaya çalışıldığını söyleyebiliriz. Fakat Uİ içinde kalındığında da, Uİ teorilerini kullanarak başka bir başlık tercih edildiğinde de (örneğin dünya politikası) teorik çeşitliliğin artması gerektiği vurgusunu görürüz. Çin, Hindistan, Japonya, İslam dünyası ve Afrika gibi farklı kültürlerin düşünsel miraslarının analizlere dahil edilmesi (Katzenstein, 2010), beyaz ve erkek aktörlerin şekillendirdiği egemen uluslararası ilişkiler anlayışının ötesine geçilmesi (Agathangelou ve Ling, 2009) önemli bir öneri ya da kaçınılmaz bir gelişme olarak karşımızda çıkar.

Çeşitlilik çağrısının temelinde yatan unsur, hem *neo-liberalizmle* birlikte hem de ona karşı konumlanarak ortaya çıkan düşünceler/akımlardır. Bu akımlar; kozmopolitçilik (*cosmopolitanism* - adalet ve eşitlik konularının küresel ölçekte tartışılması, küresel ölçekte bir demokratikleşmenin amaçlanması), alternatif-küreselleşme (*alter-globalization* - yerel grup ve azınlıklarının seslerinin önem kazanması) ve medeniyetçiliktir (*civilizationalism* - ekonomik çıkarları yanında insanların kültürel ve dini yönleri de olması) (Marchetti, 2013). Burada adalet, eşitlik ve demokrasi konuları gelişmelerin 'siyasi boyutuna', yerel gruplar ve azınlıkların 'kültürel boyuta', çıkarların ise 'ekonomik boyuta' işaret ettiğini söyleyebiliriz. Bu nedenle David Held (2004) de küreselleşmenin üç boyutuna dikkatimizi çeker. Özellikle teknolojik gelişmelerin dönüştürücü gücüyle şekillenen günümüz küreselleşmesi, ulus-devletlerin egemenliğini tartışmaya açarak siyasi, ekonomik ve kültürel olanı bir arada düşünmeyi zorunlu kılar. Bir anlamda çeşitliliğin artması, artık tek boyutlu bir sosyal analizi ortadan kaldırır.

Görüldüğü üzere, küreselleşmenin getirdiği yeniliklerin anlaşılması için KS ya da dünya siyaseti gibi yeni başlıklar/şemsiyeler önerenler olduğu gibi sorunun Uİ'nin zenginleştirilmesi ile çözülebileceğini söyleyenler de bulunur. Bu noktada Andrew Heywood, hem SB hem Uİ ile bağlantıda kalarak KS'nin ne demek olduğunu anlamımızda bize yardımcı olacak bir çerçeve çizer. KS'ye ilişkin kavramsal karmaşayı giderdiği gibi onun teorik olarak nasıl beslenebileceğine yönelik imalarda bulunur. Aynı zamanda, diasporaları da küresel siyasetin önemli bir konusu olarak listeler. Elbette eksik bıraktığı ya da yeterince vurgulamadığı hususlar da söz konusudur. 'Küresel siyaset' penceresi gibi Uİ ve SB'nin ötesine geçen ya da ikisini ortak noktada bir araya getiren bir pencere olup olmadığına karar verebilmek için Heywood'un sağladığı kavramsal netlik anlaşıldıktan sonra bu sorunun cevabı verilmeye çalışılacaktır.

Heywood'un Kavramsallaştırmaları ve Küresel Siyasete Yaklaşımı

Küresel siyaset, dünya siyaseti, dünya işleri, siyaset bilimi ve uluslararası ilişkiler arasındaki benzerlik, farklılık ve bağlantıları anlamamızı sağlayan Heywood; öncelikle, *Siyaset* (2013/1997) ve *Küresel Siyaset* (2011) isimli iki kitabını birbirinin "tamamlayıcısı" olarak görerek iç ve dış meseleler arasında net bir ayrım yapmanın artık mümkün olmadığını söyler. Bu nedenle hem SB'nin hem Uİ'nin birlikte ele alınabileceği "bütünsel bir yaklaşımın" gerekliliğini vurgular (Heywood, 2013, s. 25). Söz konusu bütüncül yaklaşımı ve küresel siyaseti gündeme getiren sürecin başlangıcı ise küreselleşme olur.

Heywood (2011), 1980'li yıllarda ortaya çıkan ve devam etmekte olan küreselleşmenin temelde "birbirine bağlılık (*interconnectedness)*" ve "birbirine bağımlılık (*interdependence*)" durumu olduğunu söyler (s.1). Bir meselenin küresel duruma gelişi, iki şekilde anlaşılabilir. Bunlardan ilki, söz konusu meselenin 'analiz seviyesi' olarak 'dünya ölçeğinde' ele alınmasıdır. İkinci anlamda küresel durum ise bütüne/genele parçalarıyla ilişki içinde bakmak demektir. Kısaca ikinci anlamda, herhangi bir mesele, dünya ölçeğinde-bölgesel-ulusal-ulusaltı boyutlarıyla beraber değerlendirilir. Bu noktada iç işler/dış işler ayrımı aşılarak hareket edilir. Fakat küresel olanın ortaya çıkışı, uluslararası olanı ortadan kaldırmaz; aksine, onu kuşatır (s. 2-3). Ulus-altı boyutun "yerel boyutla" da karşılık bulduğu iç içe geçmiş dört seviye, çok seviyeli analizi oluşturur (Heywood, 2013, s. 23-25). Burada devletler arası ilişkiler devam eder fakat devletleri aşan aktörler de sürece dahil olur. Aynı zamanda 'KS' yerine 'dünya siyaseti' gibi kavramsallaştırmaları tercih edenleri dikkate aldığımızda, 'küresel' ile 'dünya' arasında ayrım yapılmış olur. Dünya, bir 'analiz seviyesi' olarak kalırken dünya seviyesini ve tüm alt seviyeleri –birbirleri arasındaki ilişkileri de dikkate katarak- ele alan çerçeve, 'KS' olur.

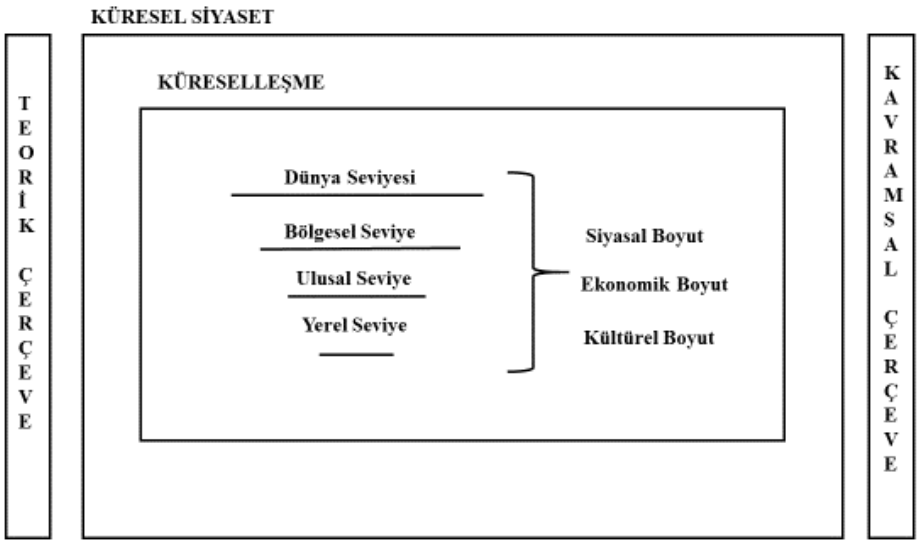
Heywood (2011, s. 3-9), KS'nin Uİ'den farklı oluşunu, ulus-devletin egemenliğini sorgulamaya açan ulus ötesi firmalar ve sivil toplum örgütleri gibi "ulus-ötesi (*transnational*) aktörlerin" varlığıyla ilişkilendirir. Ulus-ötesileşmeyle birlikte dünya üzerindeki hareketlilik artmakta; bu hareketliliğin zemini ise anarşiden beslenen bir uluslararası sistem yerine Avrupa Birliği (AB) gibi yapılanmaların söz konusu olduğu yönetişim mantığı olmaktadır. Burada küresel siyaset, iç işlerin yani siyasetin bir konusu ve yer yer tanımı olan 'yönetimin', 'yönetişim' olarak ulus-devlet sınırları dışına çıkması anlamına gelmektedir. Burada ne ulusal olan ne de uluslar-arası olan ortadan kalkmamakta fakat ulus-ötesi olana dokunulan noktada, siyaset küreselleşmektedir.

Heywood (2011), her ne kadar iç ve dış meseleleri birbirinin devamı olarak gören bütüncül bir yaklaşımı vurgulasa da, küresel siyaset "perspektifinin" uluslararası ve küreseli birlikte içerdiğini belirterek KS'nin teorik alanını "uluslararası ilişkiler teorileri" (s. 53-82); tarihsel sürecini ise II. Dünya Savaşı sonrası dünya tarihi[6] (s. 25-52) olarak ele alır. Bu nedenle "küresel siyaset teorileri" başlığı altında "küresel siyaset üzerine 'bakış açıları (*lenses*)'" söz öbeğini kullanır. Bunlar ana akım bakış açıları olarak realizm ve liberalizme (s. 54-67); eleştirel bakış açıları olarak ise Marksizm/Neo-Marksizm/Eleştirel teori üçlüsüne, sosyal inşacılığa, postyapısalcılığa,

[6] Küresel siyasetin ortaya çıkış sürecini "siyasi tarih" ile benzer şekilde anlatan çalışmalar için bknz. Mansbrach ve Taylor, 2018.

feminizme, yeşil siyasete (ekolojik hareketlere) ve postkolonyalizme yer verir (s. 67-77). Liberalizm ve realizmin ortak yanının pozitivizme yakınlık olduğunu söylerken (s. 14) eleştirel yaklaşımları pozitivizmin çeşitli eleştirileri olarak ele almış olur. Pozitivizm eleştirisi, bu noktada, yukarıda bahsettiğimiz teori çeşitliliğine karşılık gelir. Bir başka deyişle çeşitlilik, eleştiriler ile sağlanır.

Teorik olarak Uİ'den yardım alan Heywood (2011, s. 81), disiplinlerarası ve çok boyutlu küresel meseleleri tek bir bakış açısıyla açıklamanın yeterli olmayacağını not düşer. Bu durumda, sadece spesifik paradigma ve teorileri takip ederek analiz/açıklama yapmaya çalışmak eksik kalacaktır. Eğer çok boyutlu bir yaklaşım amaçlanıyorsa başka paradigmalardan yararlanmak baştan kabul edilmeli ya da paradigmalar, onlardan ilham almak ve onları geliştirmek amaçlı kullanılmalıdır. Heywood'un (2013) siyaset çalışmalarında paradigmanın karşılığı olarak söz ettiği unsur "ideolojilerdir". Kullandığımız kavramları ve teorileri şekillendiren en kapsayıcı şemsiye paradigmadır. Bu şemsiyenin altında paradigma ile ilişkili bir şekilde teoriler, modeller ve kavramlar bulunur (s. 18-22). Heywood, paradigmaların karşılığı olan ideolojileri anlatırken üç ana/klasik ideoloji olduğunu söyler. Bunlar; liberalizm, muhafazakarlık ve sosyalizmdir. Bununla birlikte bir de "alternatif düşünce sistemleri" bulunur. Alternatifler, henüz ideoloji olma yolundadır. Bunların bazıları yine Batı dünyasının ürünüyken (faşizm, feminizm, anarşizm, yeşil politika, kozmopolitçilik) bazıları da Batı-dışı dünyanın ürünleridir (post-kolonyalizm, dini fundamentalizm, Asya değerleri ve dualite temelli düşüncenin ötesi) (s. 27-55). Heywood, daha önce Uİ'de 'çeşitlilik' olarak bahsettiğimiz yeni bakış açılarını paradigma olarak görmüş olur ve yeni düşünce sistemlerinden ilham alarak kendimize uygun çerçeveyi oluşturabileceğimizi ima eder; analizler için esnek bir zemin sunar. Aynı zamanda bu durum bize, Heywood'un küresel siyaset için henüz teorik bir zemin oluşmadığından Uİ'ye başvurduğunu gösterir. Farklı paradigmalardan yardım alarak özgün analiz çerçeveleri oluşturmanın kapısı her zaman açıktır. Bu çerçeve, çalışılan spesifik konunun ele alınış şekline göre değişebilecektir.



Not: Heywood, 2013; Heywood, 2011 ve Held, 2004'teki tartışmalardan hareketle yazar tarafından hazırlanmıştır.

Şekil 1. Küresel Siyaset İçin Bir Çerçeve

Öyleyse küresel siyaset için *küreselleşmenin yarattığı dünyayı anlayabilmek için Uİ ve SB disiplinlerini bir araya getiren ve onları aşan, çok-seviyeli ve çok-boyutlu bir analizi kaçınılmaz kılan, disiplinlerarasılığa ve teorik çeşitliliğe dayanan bir çerçeve* diyebiliriz. Küreselleşmenin siyasal, ekonomik ve kültürel yönlerini ise 'boyut' sözcüğü ile açıklayabiliriz. Boyut sözcüğünün, bir şeyin "boyu, uzunluğu, genişliği, oranı" gibi nicel bir tarafı olduğu gibi "bir şeyin belirli bir özelliği" şeklinde niteliksel bir tarafı da bulunur

(collinsdictionary.com/dimension). Boyutların ve seviyelerin nasıl ele alınacağı, kısaca çerçevenin içeriği, küresel siyaset penceresinden ele alınacak konuya göre değişiklik gösterecektir. Örneğin uluslararası örgütler ya da vatandaşlık gibi bir konu, konuya dair literatür ve olgular ile yeniden şekillenecektir. Bu konulardan biri de diasporadır. Aşağıda, diaspora konusunun ele alınması durumunda söz konusu çerçevenin nasıl şekilleneceği anlaşılmaya çalışılacaktır.

Diasporalar Bu Çerçevenin Neresinde Duruyor?

Diaspora olmanın koşullarına ilişkin tartışmaların başlangıcı kabul edilen William Safran'ın (1991, s. 84) listesi 1) iki ve daha çok bölgeye yayılmayı, 2)ortak bir hafızaya sahip olmayı, 3)misafir ülkeye tam bir aidiyet hissedememeyi, 4)anavatana geri dönüş isteğini, 5)anavatanın uzaktan da olsa korunmasını ve ona katkıda bulunulmasını ve son olarak 6)aynı etnik grubun üyeleri arasındaki bağlantıyı içerir. Bu listeyi kısaltan Rogers Brubaker (2005, s. 5-7); 1)yayılmanın varlığına, 2)anavatan merkezli yaşamaya ve 3)sınır-korumaya işaret eder. Brubaker'ın aksine listeyi daha da genişleten Robin Cohen (2008, s. 17) ise 1)iki ve daha çok bölgeye göç etmek, 2)yalnızca zorla değil iş vb. amaçlarla da yerinden ayrılmak, 3)anavatana dair hafızaya sahip olmak, 4)anavatanın daha iyi konumda olması için çabalamak, 5)anavatana geri dönüşü gündeme getirmek, 6)içinde dinsel ve kültürel unsurlar barındıran etnik gruba üye olmak, 7)misafir ülkede çeşitli sorunlar yaşamak, 8)aynı etnik grubun üyeleri ile birliktelik kurmak ve 9)misafir ülkedeki kültürel çeşitliliğe katkıda bulunmak üzerinde durur.

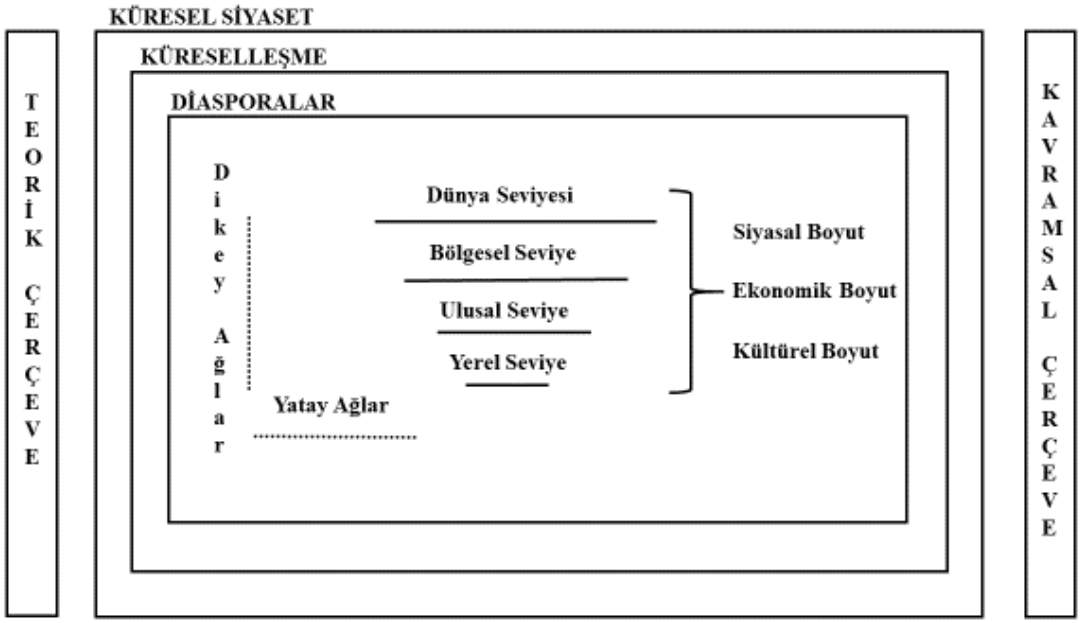
Yukarıda üç farklı yazarın yer verdiği koşulları, tüm diasporalar için her zaman geçerli sabit ilkeler olarak kabul etmek doğru olmaz. Diasporalar bu koşulların tümünü karşılamayan, "ulus-ötesi ve esnek kimlikler ve bağlılıklar" (Carment ve Sadjed, 2017, s. 4) olabilmekte; diasporik özellikler toplumdan topluma ve tarihsel süreç içinde değişebilmektedir (Clifford, 1994, s. 310). Bu çalışma için yukarıdaki tartışmalardan hareketle şöyle bir diaspora tanımı yapılabilir: *Bir noktadan pek çok farklı noktaya yayılan, hem yayıldıkları noktayla hem de birbirleri ile özellikle etnik kimlik bağlamında ilişkiyi sürdüren insanların oluşturdukları esnek gruplar ve bu gruplara üyelik.* Heywood'a (2011) baktığımızda ise diaspora konusunu "küresel siyasette uluslar" başlığı altında incelediğini görürüz. Buradaki temel soru, küreselleşmenin[7] ve artan hareketliliğin, ulus-devlet düzeninde bir değişikliğe neden olup olmadığı ve milliyetçiliği zayıflatıp zayıflatmadığıdır. Uluslararası göç, vatandaşlığı toprağa bağlı olmaktan çıkarır. Böylece milliyetçilik algıları da toprak ile sınırlı olmayan 'ulus-ötesi topluluklar' ortaya çıkar. Teknolojik gelişmeler ise göçmenler ve anavatanları arasındaki bağları güçlendirici rol oynar (s. 157-179). Fakat burada Heywood'u tamamlayıcı iki noktaya dikkat çekmek gerekmektedir. Bunlar, diasporaların ulus-ötesi topluluklar olmakla birlikte aynı zamanda 'aktör[8]' oluşları ve çok-seviyeli analizdeki seviyeler arası ilişkilerin yönüdür. Her ikisi de 'ulus-ötesicilik' ile yakından ilgilidir.

Diasporanın ulus-devlet ve milliyetçilik bağlamında ele alınışını, diaspora konusunun hangi analiz seviyesinde çalışılacağını da tartışmaya açar. Andreas Wimmer ve Glick Schiller'a göre (2002) diaspora kavramının ortaya çıkışı, sosyal bilimlerde yeni kavramların türeyişinin bir sonucudur. Özellikle uluslararası göçlerle birlikte ulus-devlet kavramındaki ulus ve devlet sözcükleri birbirlerinden ayrışmakta; devlete ait topraklar üzerinde ikamet etmeyen bir ulus ortaya çıkmaktadır. Bu durum, metodolojik ulusçuluğu/milliyetçiliği yetersiz kılmakta; diaspora ve ulus-ötesicilik gibi yeni kavramlar gündeme gelmektedir. Bu durumda hem aktörler hem seviyeler, teknolojinin sağladığı olanaklar ile birbirlerine ağlarla bağlı bir örüntü oluşturmaktadır.

[7] Robin Cohen (2008) küreselleşme ve diaspora arasındaki ilişki için şöyle der: "Küreselleşme ve diasporalaşma aralarında gerekli nedensel ilişki bulunmayan iki ayrı fenomendir fakat olağandışı bir şekilde 'birbirlerine iyi uymaktadırlar'" (s. 154).

[8] Heywood, diasporaları milliyetçilik konusunda ele almakla birlikte ulus-ötesiciliği yeni aktörlerin ortaya çıkışıyla ilintilendirdiği için diasporaları da birer aktör olarak işaret etmiş olur. Fakat diasporaların bu yeni rolünün vurgulanmaya ihtiyacı vardır.

İnsanlar; vatandaşlar, göçmenler, diaspora üyeleri, gezginler, aktivistler vb. olarak mikro seviye ve makro seviyeyi bir arada barındıran geniş ağlar (*networks*) oluştururlar (Rosenau, 2016). Küreselleşme ile beraberinde gelen iletişim ve ulaşım teknolojilerindeki ilerlemeler, bireyleri ve toplulukları birbirlerine karşılıklı olarak bağlayan "ağ toplumuna" dönüşürler (van Dijk, 2012; Castells, 2010). Burada oldukça önemli bir nokta, yerel grupların ve bireylerin birbirleriyle ilişkilerinde sadece "dikey" süreçlerin değil "yatay" süreçlerin de var olmasıdır (Lionnet ve Shih, 2005, s. 11-12). Kısaca, yeni aktörlerin oluşturdukları ağlar dikey ve yatay yönleri içinde barındırmakta, diasporalar hem bu ağlar içinde bir aktör olmakta hem de ağlar aracılığıyla kendisi bir aktöre dönüşmektedir. O nedenle, ağların dikey yönü yanında yatay yönünün varlığının altı çizilmelidir.



Not: Lionnet ve Shih, 2005, s. 11-12 ile Friedman, 1999, s. 73-74'te yapılan tartışmalar göz önünde bulundurularak, Şekil 1'in yazar tarafından yeniden formüle edilmesiyle oluşturulmuştur.

Şekil 2. Küresel Siyaset Çerçevesinde Diasporalar

Lawrence M. Friedman'ın (1999) "yatay toplum" adlandırması diasporaların oluşturduğu yatay ağları anlamak açısından da faydalıdır. Friedman, teknolojinin sunduğu olanaklarla birlikte insanların "devingenliğinin" iki türlü arttığını belirtir. Bunlardan ilki göçler ve sosyal statüyü değiştirebilmek anlamında hareketlilikken ikincisi hareket etmeden dünyada olup biteni öğrenmek olarak bir tür kültürel hareketliliktir. İnsanlar, evlerinden çıkmadan dünyayı takip edebilmekte; farklı yaşam tarzlarından haberdar olabilirler (s. 73-74). Bu durum, insanların aynı mekanı paylaşmasalar da çeşitli topluluklar oluşturmalarıyla, bu topluluklara üye olmalarıyla sonuçlanır. Dikey ağlar tamamen yok olmamakla, varlığını sürdürmekle birlikte yatay ağların etkinlik alanı artmaktadır (s. 196-197). Yataylığın burada mekanlara ve analiz seviyelerine vurgu yaptığını söyleyebiliriz. Ulrich Beck (2011) mekanı, analiz seviyesi ile eş tutarak bunun ulusal olanla birlikte ulus-üstü (dünya, bölgeler) ve ulus-altı (yerel, bireysel) seviyeleri içerebileceğini belirtir (s. 26). Bunu bir tür "spesifik yerellikler ve zaman noktaları içinde beliren konumlandırılmış karşılıklara ilişkin süreçler" (Schiller, 2017, s. 116) olarak da okuyabiliriz.

Çok seviyeli bir analiz, diasporalar için uygun olurken; çok boyutlu bir analiz de önemli hale gelir. Bir başka deyişle diasporalar; kültürel, ekonomik ve siyasal boyutları ile birlikte ele alınmalıdır. Diasporalar, anavatandaki kalkınmaya destek vererek ekonomik bir boyuta sahip olurlar. Hem kimlik ve benzerlik üzerinden kültürel olarak anavatanla bir bağ oluştururlar hem de misafir devletin karar verme süreçlerini etkileyecek aktörlere dönüşerek politik bir aktör olabilirler (Délano ve Gamlen, 2014; Gamlen vd., 2019).

Böylece Şekil 1'e yatay ve dikey ağlar ile diasporaları ekleyerek Şekil 2'ye ulaşabiliriz. Diasporalar –eskiye dayanan bir kavram olmakla birlikte- günümüzde küreselleşme süreçleri içinde anlaşılabilir olmaktadır. Bu nedenle küreselleşmeyi, diasporaları kapsayıcı bir küme olarak düşünebiliriz. Metodolojik ulusçuluğun artık yeterli olmayışı ve yeni seviyelerin/mekanların gündeme gelişi ise diasporalar ile oldukça sık bir araya gelen bir başka kavramı, ulus-ötesiciliği incelemeyi gerektirir.

Ulus-Ötesicilik: Yatay ve Dikey Ağlar

Tüm değişimi başlatan küreselleşme süreci, ekonomik olarak liberal ekonomiyi küresel ölçekte standart haline getirirken siyasal sistem olarak ise demokratikleşmeyi tüm ulus-devletlere örnek olarak sunar. Bu esnada kültürel alanda kimlik temelli oluşumlar için fırsatlar oluşur. Özellikle internet ve gelişmiş iletişim araçları ile insanlar kendileri ile aynı özelliklere sahip olduğunu düşündükleri insanları daha kolay bulabilirler. Aynı zamanda, kendilerini diğerlerinden ayıran özelliklerinin misafir ülkedeki demokratik sistemler içinde tanınmasını isteyebilir; hızlı finans akışı ile diasporik oluşumları destekleyebilirler. Yine benzer şekilde anavatanla hem maddi hem kimlik temelli ilişki kurabilirler. Bunun yanında, teknolojinin sunduğu imkanlarla birlikte hem yatay biçimde diğer yerel topluluklarla hem de dikey şekilde küresel aktörlerle bağlantıya geçmiş olurlar. Dahası, kendileri de küresel birer aktöre dönüşebilirler (Sheffer, 2003, s. 181-182). Küreselleşmenin, diasporaları yatay ve dikey ağların bir bileşenine ve aynı zamanda birer aktöre dönüştüren tarafının anlaşılmasına yönelik karşımıza "ulus-ötesicilik (*transnationalism*)" kavramı sıklıkla çıkar. Ulus-ötesicilik, bu yeni dönemin ya da 'geçiş döneminin' anlaşılması noktasında önemli rol oynar:

> "'Ulus-ötesi' topluluklara, sermaye akışlarına, vatandaşlığa, şirketlere, hükümetler arası birimlere, sivil toplum örgütlerine, politikaya, hizmetlere, sosyal hareketlere, sosyal ağlara, ailelere, göç döngülerine, kimliklere, kamusal alanlara ve kamusal kültürlere ilişkin artan sayıda çalışma görmekteyiz. Bunlar, açık bir biçimde, oldukça farklı bir doğanın fenomenleri olarak farklı ölçeklerde ve farklı soyutlama seviyeleriyle birlikte yeni araçlarla [gerçekleştirilecek] araştırma ve teorileştirmeleri gerekli kılar. İlginç bir küresel aktivite ve teori geliştirme alanını işaret etme telaşı içinde kavramsal bir bulamaç söz konusu olur" (Vertovec, 2009, s. 3-4).

Söz konusu küresel hareketlilik, diasporaları hem hareket halinde birer ulus-ötesi aktöre dönüştürürken hem de onları kendi mekanları ve anavatan üzerinden bir yere bağlı kılmaya devam eder. Bu durum, alışık olduğumuzdan farklı politika yapma biçimlerini gündeme getirerek diasporaların konumlarını karmaşıklaştırır (Lyons ve Mandaville, 2012, s. 3-4). Bir yandan ulus-öteciliğin tam olarak neyi işaret ettiğine yönelik tartışmalar sürerken bir yandan da diasporaların varlığı, ulus-ötesicilik içinde anlaşılmaya çalışılır. Ulus-ötesicilik; ulusal, uluslararası ya da küresel olandan farklı olarak yeni bir alanı işaret eder fakat aynı zamanda ulus-ötesiciliğin sadece yeni bir kavram mı olduğu yoksa yeni bir teorik çerçeve mi sunduğu gibi sorulara yanıt aranmaya çalışılır. Her iki durum da öncelikle kavramsal bir netliğe kavuşturulmaya ihtiyaç duyar. Aşağıda ulus-ötecilik kavramına ve ona yakın kavramlara değinilerek aralarındaki farklar ortaya konulacaktır. Böylece Heywood'un kavramlara netlik kazandırma çabası aşağıda da takip edilecektir. Söz konusu netlik, ulus-ötesiciliğin uluslararası, ulus-üstü, küresel ve diasporik olandan farkları üzerine olacaktır.

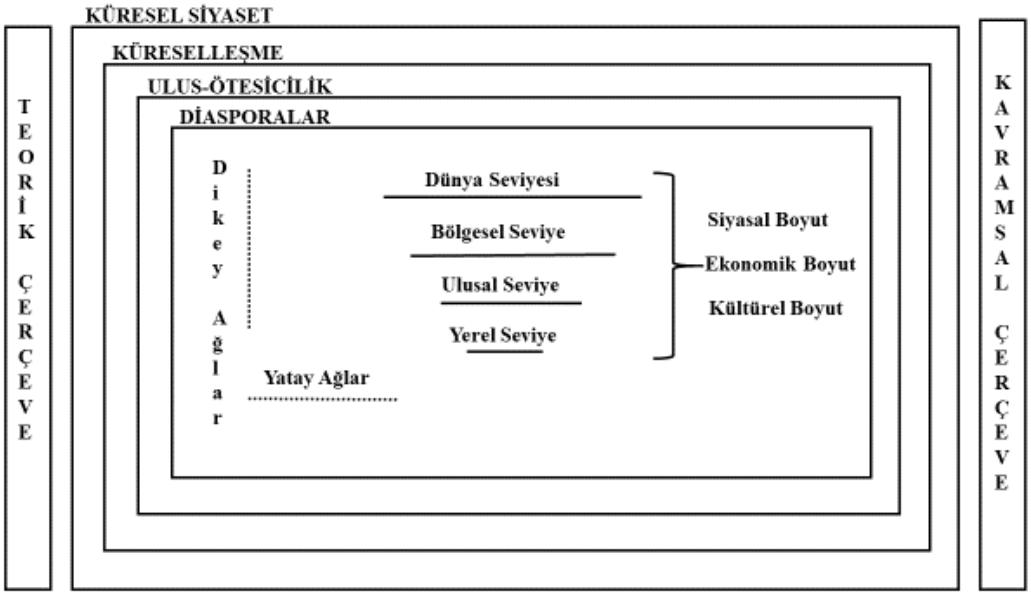
Eliezer Ben Rafael ve Yitzhak Sternberg'e (2009) göre ulus-ötesicilik, alışık olduğumuz 'uluslararası' kavramından farklıdır. Bu doğrultuda ulus-ötesinin uluslararası olandan en önemli farkı, 'uluslararasının' halen önemli bir aktör olarak gördüğü devlet yanında merkezi bir idareye bağlı olmadan gerçekleşen oluşumları da politik bir aktöre dönüştürebilmesidir (s. 1)[9]. Ulus-öteciliğin, onu yaratan küreselleşmeden

[9] Burada Rafael ve Sternberg'in ulus-ötesini ve uluslararası olanı birbirinden farklı görmeleri, Heywood'un küresel siyaseti ve uluslarası ilişkileri birbirinden farklı görmesine benzer.

farkını literatüre atıfla tartışan Girish Daswani'ye (2013) göre küreselleşme, dünyanın yeni durumun adıdır. Ulus-üstücülük ise ulus-devletlerin bu yeni durum içinde aldığı şekli anlamaya çalışan bir kavramdır (s. 34-35). Bir başka deyişle ulus-ötecilik, küreselleşmenin yarattığı koşullar içinde ortaya çıkmaktadır (Howard, 2011, s. 14). Konuyu ulus-öteciliğin diasporalar ile ilişkisine/benzerliğine/farkına getirdiğimizde ise Thomas Faist (2010), bu ilişkiyi ele alan önemli bir isim olarak karşımıza çıkar. Faist (2010), diaspora ve ulus-öteciliğin birbirlerini tamamlayıcı kavramlar olduğunu belirtmekle birlikte diasporanın "daha geniş bir yelpazeye sahip olan ulus-ötesi toplumsal biçimlerin bir alt kümesi" olduğunu söyler (s. 33). Faist, hem ulus-ötesi çalışmaların hem de diaspora çalışmalarının küresel çalışmalardan farklı bakış açılarını bünyesinde bulundurduğunu şöyle açıklar: "Benzer şekilde, diaspora ve ulus-ötesicilik daha geniş bir kategori olan küreselleşme çalışmalarından açıkça farklıdır. Diaspora ve ulus-ötesicilik küresel yapılar içindeki eyleyenlere ve süreçlere daha çok dikkat eder ve bu nedenle, geniş kapsamlı genellemelere daha az meyillidir." (s. 33).

Ulus-ötesiciliğin, en azından ulus-ötesi ağların, sadece günümüze özgü bir durum olmadığını; geçmişte de izlerini bulabileceğimizi söyleyebiliriz. Fakat günümüzde daha görünür oluşunu, kullanım sıklığının artışına bağlayabiliriz. Bunun yanında, ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte göçlerin kitlesel bir hale gelişi de bu görünürlükte etkilidir (Howard, 2011, s. 3-4). Dijitalleşmenin arttığı ve iletişimin kolaylaştığı bir dünyada, ulaşım teknolojilerinin gelişmesiyle hareketlilik de artmıştır. Bu hareketliliğin önemli bir bölümünü oluşturan göçmenler, hem birbirleriyle hem de arkada bıraktığı yakınlarıyla daha çok bağlantı kurma olanağı bulmuş; bu durum da ulus-ötesi ağların daha sık örülmesiyle sonuçlanmıştır. Kısaca teknolojik imkanların varlığı, ağların hiç olmadığı kadar genişlemesini beraberinde getirmiştir (Sinanan ve Horst, 2022). Bu genişleme içinde göçmenlerin konumları, finans akışları, teknolojinin imkanları, hak ve özgürlükler üzerine yapılan tartışmalar ile sosyal ağlar ve göçler, ulus-ötesi süreçleri anlamayı daha zor bir hale getirmiştir (Guarnizo ve Smith, 2017, s. 4). Bu çalışma boyunca açıklık kazandırmaya çalışılan kavramsal karışıklığın, 'karmaşık' süreçlerin bir yansıması olduğunu söyleyebiliriz. Bu noktada ulus-ötesicilik, kendisi bir kavram olmanın yanında, diasporaları anlamak için önemli bir bakış açısına işaret eder.

Kısaca, hem diaspora hem ulus-ötesicilik sözcükleri "bugünün dünyasındaki ulus, kimlik ve küreselleşme anlayışımızı onlar aracılığıyla organize ettiğimiz iki anahtar kavram" olurlar (Quayson ve Daswani, 2013, s. 2). Fakat ulus-ötesicilik, kapsamını genişleterek, diasporaları da saran bir kümeye dönüşür. Bu nedenle Rainer Bauböck (2010), ulus-öteciliğin diasporaları anlamak ve analiz etmek için bir "çerçeve" (s. 317) olabileceğini söyler. Dolayısıyla ulus-ötesiciliği, bir "perspektif" (Bauböck, 2010, s. 317; Levitt, 2010, s. 40-41) olarak da kabul edebiliriz. Bu perspektifle, diasporaların da dahil olduğu uluslararası aktörleri ise "farklı ülkelere … yayılma konumundaki bir birlik ve bazı ortak nitelikleri paylaşan aktörler" (Ben-Rafael ve Sternberg, 2009, s. 1) olarak tanımlayabiliriz. Hatta ulus-öteci bir bakışın, günümüz göç hareketlerini anlamak için kaçınılmaz olduğunu söyleyebiliriz (Sternberg, 2009, s. 103). Böylece ulus-ötesicilik, hem küresel siyaset hem de diasporalar için elverişli bir 'lense' dönüşmüş olur.



Not: Daswani, 2013, s. 34-35; Faist, 2003, s. 181-182 ve Faist, 2010, s. 33'te yapılan tartışmalar göz önünde bulundurularak, Şekil 2'nin yazar tarafından yeniden formüle edilmesiyle oluşturulmuştur.

Şekil 3. Küresel Siyaset Çerçevesinden Ulus-ötesicilik ve Diasporalar

Ulus-ötesi bakış açısı, ulus-ötesi pratikleri mikro, mezo ya da makro boyutlarıyla birlikte anlamayı gerektirdiğinden, hangi seviyede hangi analizi yapabileceğimiz ya da seviyeler arası geçişleri nasıl kurgulayabileceğimiz soruları, bu sorulara cevap bulmaya yarayacak yöntem ve teknikleri sorgulamaya açar (Guarnizo ve Smith, 2017, s. 25). Bu noktada ulus-ötesicilik de küresel siyasete benzer şekilde i)çok-seviyeli analizi, ii)çok boyutlu analizi ve iii) kavramsal ve teorik çerçeveyi diasporalar açısından anlamayı bir kez daha gerekli kılmış olur. O nedenle, küresel siyaset çerçevesine büyük bir uyum ile eşlik eder.

Şekil 2'yi ulus-ötesicilik tartışmalarını hesaba katarak yeniden çizecek olursak, küresel siyasetin küreselleşmenin yarattığı durumu anlamayı gerektirdiğinden onu kuşatır. Küreselleşme kümesi, ulus-ötesicilik kümesini kapsamakta; ulus-ötesicilik ise diasporaları kapsamaktadır. Küresel siyasetin araçlarından olan çok-seviyeli ve çok-boyutlu analizi diasporaları anlamak için kullanabiliriz. Diasporalar arası –ulus-ötesi bakışın bir sonucu olarak- yatay ve dikey ağlar bulunabilir. Diasporalar kendileri bir aktöre dönüştüğü gibi farklı pek çok aktörle birlikte söz konusu ağlar içinde işbirliğine ve iletişime geçebilirler. Kavramsal ve teorik çerçeve ise hem küresel siyaset çerçevesinde hem de diasporalar için oluşacak ayrı bir çerçevede yer alacak yeni araçları işaret edecektir. Peki küreselleşme, ulus-ötesicilik ve diaspora tartışmalarında karşımıza çıkan kozmopolitçilik, bu çerçevenin neresinde durmaktadır?

Kozmopolitçilik: Küreselleşme, Ulus-ötesicilik, Diaspora Üçgeninin Neresinde?

"Kozmopolitan" sözcüğü, Antik Yunan zamanına dayanır ve "kozmoz" ile "polis" sözcüklerinin bir araya gelişi sonucu oluşur. Tüm kozmozu, bir polis ya da bir devlet olarak görmek esastır. Bu durumda, yeryüzündeki her toprak parçası, bir kişinin vatanıdır ve o kişi dünya vatandaşıdır. Bir başka deyişle, aidiyet duyduğu ya da evi olarak gördüğü yer dünyadır. Farklılıklara karşı hoşgörülüdür ve pek çok farklı kültür hakkında bilgi ve deneyim sahibidir (collinsdictionary.com/cosmopolitan). Kozmopolitan bir konumun savunusuna ve dolayısıyla kozmopolitçi düşüncenin ilk nüvelerine yine kozmopolitan sözcüğünün etimolojik kökenini gördüğümüz Antik Yunan dünyasında rastlamaktayız. Kinikler, şehir-devlet olarak sınırlı bir toprak parçasına, polise, bağlılık yerine onu aşan kozmoza bağlılığı tercih etmektedirler. Böylece, polisle sınırlı olan kültürü ve bakış açısını da aşmaktadırlar (Appiah, 2006, s. xiv). Aynı şekilde kozmopolitçi düşüncenin tarihi de Antik Yunan dünyasını aşarak günümüze dek gelmektedir.

Kozmopolitçiliğin Antik Yunan ve Roma dünyasında ifade edildiği dönemi "klasik kozmopolitçi" dönem olarak adlandırmak mümkündür. Kant[10], Heidegger Alexandre Kojeve, Jacquas Derrida ve postmodern düşünceyle bir araya gelen dönem ise "modern kozmopolitçilik" ve "günümüz kozmopolitçiliği[ni]" temsil eder (Treponier ve Habib, 2011). Görüldüğü üzere binlerce yıllık bir serüveni bulunan kozmopolitçilik, bu serüven içinde farklı alanlarda ele alınıp farklı türlere de sahiptir. Bu alanlardan ilki "ahlaki kozmopolitçiliktir". İkincisi "siyasal-yasal kozmopolitçiliktir". Üçüncüsü ise "kültürel kozmopolitçiliktir". Ahlaki kodların, kültürlerin ve etkileşimin, ulus-devletle sınırlı siyasal-yasal örgütlenmenin dünya seviyesinde yeniden ele alınması, söz konusu türlerin ortaya çıkışında rol oynar (Taraborrelli, 2015). Bu farklılıklar, aynı zamanda, bir yandan real politikaya dair değişimleri işaret ederken bir yandan da bu değişimlerin nasıl yönetilmesi gerektiğini yansıtan normatif tarafı gündeme getirir. Tartışmalar 'soyut' ve 'somut', bir başka deyişle, 'olan' ve 'olması gereken' arasında gidip gelir (Beck, 2011; Inglis ve Robertson, 2011; Sanahuja ve Ghia, 2015). Günümüz kozmopolitçiliği, pratik ve teori arasında 20. ve 21. yüzyılın hem sorunlarını hem çözümlerini merkeze alarak ilerler.

Günümüz kozmopolitçiliğinin en temel konusu, farklı kültürlerin ve farklı kimliklerin daha sık etkileşimi ve dolayısıyla çatışması nedeniyle "kültürel ve politik çoklukların (*multiplicities*) yönetimi " (Vertovec ve Cohen, 2002, s. 4) olarak görülür. Aynı zamanda, ulus-devletten ayrı olarak ulus-ötesi ağlar, iş dünyası, ulus-ötesi sivil toplum örgütleri gibi aktörler de siyasal alanda "aktörlerin çoğulculuğu[nu]" meydana getirirler (Held, 2010, s. 34-35). Kozmopolitçilik, bir gerçeklik olarak, kültürlerin etkileşimini, medyanın yaygınlaşmasını ve bu etkileşimdeki rolünü, bilgi toplumuna dönüşümüzü, kapitalizmin küreselleşerek halen ekonomiyi biçimlendirdiğini anlatmak ve tüm bunların sonucunda meydana gelen çoğulculuğu vurgulamak için kullanılır (Vertovec ve Cohen, 2002, s. 4). Aynı zamanda, günümüz sorunları (örneğin iklim değişimi) herhangi bir toprak parçasının spesifik sorunu olarak değil tüm kürenin ortak sorunu olarak karşımıza çıkar ve çözüm bulma noktasında hepimizi sorumlu kılar (Beck, 2011, s. 24-25). Tüm bu gelişmeler, ulus-devletin sınırlarını aşan karşılaşmaları beraberinde getirmekle birlikte ulus-devleti sahneden silmez. Ulus-devlet, önemli bir aktör olmaya devam ederken ona eşlik etmeye başlayan yeni aktörler ve süreçler de ortaya çıkar (Beck, 2011, s. 23). Çünkü küresel krizlerin çözümü ve küresel risklerin önlenmesi, birlikte hareket etmeyi gerektirir. Çoğul aktörler, ulus-devletlerle birlikte karar verme süreçlerine dahil olurlar (Held, 2010, s. 13-14). Ulus-devletin etki alanını başka aktörlerle paylaştığı; bilgi, ürün ve finans akışının yoğun olduğu günümüz küresel dünyasında söz konusu risk yönetimi ve kriz çözümü, karar alma süreçlerinde birtakım etik sorunları da gündeme getirir. Bu sorunlara yönelik tartışmalar da süreçlerin normatif yönüne işaret eder.

David Held (2005), kozmopolitçilik için değerler olarak gördüğü sekiz ilke belirler. Bu ilkeler "1)eşit değer ve onur, 2)aktif eyleyenlik, 3)kişisel sorumluluk ve hesap verebilirlik, 4)rıza, 5)oy verme prosedürleri aracılığıyla kamu meseleleri üzerine kolektif karar vermek, 6)içerme ve yerellik, 7)ciddi zarardan kaçınmak, 8)sürdürülebilirlik[tir]" (s. 12-16). Held'in belirlediği ilkeler[11], kozmopolitçiliğe ilişkin tartışmaların normatif yönüne işaret etmektedir. Held'in ilgili bölümünün yer aldığı çalışma da esasen "kozmopolitçiliğin siyaset felsefesi" (Brighouse, 2005) kapsamında yapılan bir çalışmadır. Kozmopolitçiliğin gerçek süreçlerle ve normatif tartışmalarla eş zamanlı ilişkisi, onun tam olarak 'neye' işaret ettiğini anlamayı zorlaştırır. Kozmopolitçlik, bir "perspektif" (Pogge, 2005), bir "ideal" (Appiah, 2006, s. xx), bir "proje" (Fine, 2007, s. 5-6), bir "araştırma birimi" (Beck, 2011, s. 25), "etik yönlendirme" (Brown ve Held, 2010, s. 13) ya da bir "yaklaşım" (Held, 2010, s. 14) olarak tanımlanır. Kozmopolitçiliğe atfedilen anlamları sınıflandıran Steven Vertovec ve Robin Cohen (2002) ise kavramı "sosyo-kültürel durum", "dünya görüşü", "politik proje",

[10] Kozmopolitçilik tartışmalarında modern dönemde en çok referans gösterilen kişi Kant'tır. Kant ve kozmopolitçilik üzerine analizler için bknz. Nussbaum, 2011; Cavallar, 2015; Sanahuja, 2017.

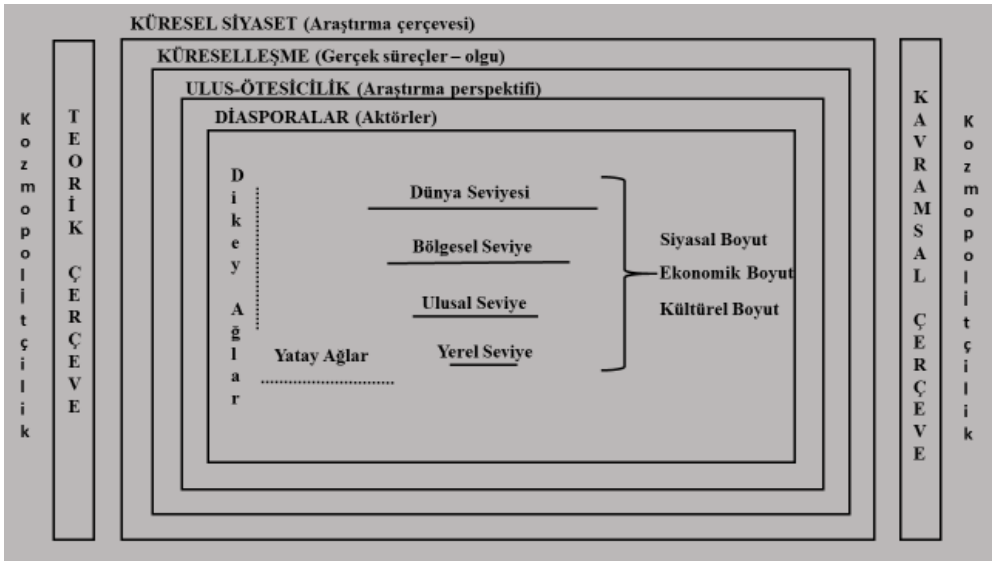
[11] Held'in kozmopolitçilik tartışması, demokrasinin ve demokratik değerlerin dünya ölçeğinde el alınması etrafında şekillenir. Söz konusu ilkelerin zemininde demokrasi yer alır. Held'in demokrasi ve kozmopolitçilik bağlamında bir tartışması için bknz. Held, 2011.

"tutum", "pratik" gibi sözcüklerle ilişkilendirirler (s. 8-14). Kozmopolitçilik, çoğulculuğu anlamak için kullanılan bir kavramken kendisi de bu durumdan pay alarak çoğul anlamlara kavuşur. Diaspora kavramının çoğulcu doğasını düşündüğümüzde diaspora ve kozmopolitçilik kavramlarının bir araya gelişleri de bu çoğulculuğu arttırır.

Sonika Gupta ve Sudarsan Padmonabhan (2017), kozmopolitçiliği "toprağa bağlı devletin ötesindeki politik topluluklara yönelik zemini yeniden tanımlamak için yapıl[an] tartışma" (s. 3) olarak görürler. Vertovec ve Cohen (2002) ise kozmopolitçiliğin işlevinin, "etnik merkezli milliyetçilik ve tikel çokkültürlülük arasında orta yol alternatifler" bulma noktasında önemli olduğunu söylerler (s. 1). Bu iki bakış açısı, kozmopolitçilik-diaspora ilişkisini anlama açısından önemlidir çünkü diasporalar, ulus-devletlere başta etnik olmak üzere çeşitli bağlarla bağlı topluluklardır. Ulus-devlete ait toprak parçası üzerinde yaşamamakta fakat onun bir parçası olurlar. Topraktan ayrışan bir topluluk için ne tür bağların ve sadakat ilişkilerinin gündeme geleceği ise diasporalar açısından önemlidir. Çünkü vatandaşlığa ya da sadakate ilişkin normların ulus-ötesi bir şekilde düşünülmesi için kozmopolitçilik önemli imkanlar sunar (Vadarajan, 2017; Ragazzi, 2017). Benimsenecek ilkelerin, ulus-devlet sınırları ve onun ötesinde konumlanışı ise yeni sorunları beraberinde getirir.

Kozmopolitçi olmak, başta tanımını yaptığımız üzere bağlılık ve aidiyetini tüm dünya üzerine kurgulamak, bir ulusa ya da yerel bir topluluğa duyulan aidiyet ile çatışmaya neden olabilir (Appiah, 2006, s. xvi-xvii). Diasporanın kozmopolitçi normları benimsemesi ve bağlılığını dünya üzerine kurması, asimilasyon olarak görülebilmekte; diasporanın özelliklerini koruduğu ve etnik kimliğe bağlı kaldığı durumlarda ise içe kapalı ve 'anti-kozmopolit' değerlendirmeler karşımıza çıkabilmektedir (Dharwadker, 2011). Richard W. Miller (2005), bu durumu bir tür öncelik sorunu olarak tanımlar ve kaynakların kıtlığı durumunda önceliğin tanıdık/bilindik olan ulustan yana mı yoksa tanımadığımız tüm dünya insanları için mi feda edilebileceği sorusunun cevabı olarak görür. Gillian Brock (2013) ise aynı tartışmayı 'sorumluluk' kavramı üzerinden gerçekleştirerek, insanların tanımadığı yabancılara karşı sorumluluk hissetmesinin "kozmopolitan" bir durum olduğunu söyler. İnsanların sadece kendine benzeyenler için sorumluluk duymasını ise "kozmopolitan olmayan" bir durum olarak görür. Nina. G. Schiller (2017) ikisinden birini tercih etmek durumunda olmadığımızı söyleyerek "diasporik kozmopolitçilik" dediği yeni bir kavramdan bahseder. Diasporalar, misafir ülkede ayrıştırılmış ve kapalı bir toplum haline gelmiş olabilirler. Fakat sosyal farklılıklar olarak yerel ve ulus-üstü bir konumda yer alırlar. Kısaca, kozmopolitan bir ortamı yaratacak farklılıklar içinde diasporalar da bulunur. Diasporalar, toplumun geri kalanından ayrışırken kendileri gibi ayrışmış başka topluluklarla mekandan bağımsız birliktelikler kurabilirler.[12]

[12] Latha Vadarajan'ın (2017) da "diasporik kozmopolitçilik" ve "kozmopolitan diasporalar" kavramlarını kullandığını görürüz. Fakat Vadarajan, iki kavramın birlikteliğini, devletin halen önemli bir aktör oluşunu vurgulamak için kullanır.



Not: Delanty, 2012, s. 2; Beck, 2011, s. 26; Inglis ve Robertson, 2011, s. 307-308; Bauböck, 2010, s. 317; Levitt, 2010, s. 40-41, Ben-Rafael ve Sternberg, 2009, s. 1 ve Held, 2005, s. 12-16'da yapılan tartışmalar göz önünde bulundurularak, Şekil 3'ün yazar tarafından yeniden formüle edilmesiyle oluşturulmuştur.

Şekil 4. Kozmopolitçi Bir Zeminde Küresel Siyaset

Kozmopoliçiliğin bizi alışık olduğumuz düşünme şekillerinin ötesine davet etmesi durumunu Ulrich Beck (2011), bir tür "paradigma değişimi" olarak tanımlar. Alışmış olageldiğimiz düşünme şekli, ulus-devleti bir aktör olarak merkeze alır. Dolayısıyla; siyasete, ahlaka ya da toplumsal süreçlere yönelik algılarımız belirli bir toprak parçası üzerinde sınırlar ile belirlenmiş bir bağlamla özdeşleşir. Bu özdeşleşim, beraberinde, "metodolojik ulusçuluğu" getirir. Fakat ulus-devletle sınırlamaya alışık olduğumuz süreçleri kozmoza uyarlamak, "metodolojik kozmopolitçiliği[13]" gerekli kılar.

Hatırlanacağı üzere SB'deki paradigmalar ideolojilere karşılık gelmekteydi (Heywood, 2013, s. 18-22). Paradigma değişimi (Beck'in terminolojisi ile) bir ideoloji değişimini de işaret eder. Çünkü Heywood, kozmopolitçiliğe, batı içinden çıkan ideoloji benzeri düşünceler içinde yer verir. Bu nedenle kozmopolitçilik de diğer ideolojilere benzer şekilde hem mevcut duruma ilişkin analizleri hem de idealleri içinde barındırır. Dolayısıyla David Inglis ve Roland Robertson (2011), kozmopolitçi düşüncenin iki yönüne dikkat çekerler. Bunlar, daha "soyut" bir mesele olarak "kozmopolitçi teorik düşünceler" ile daha "somut" bir zemine oturtabileceğimiz "küreselleşen ampirik gerçeklikler[dir]" (s. 307-308). Böylece, kozmopolitçilik de küreselleşme ile ilişkili bir kavram olur.

Kozmopolitçiliğin küreselleşme ile ilişkisine baktığımızda Gerard Delanty (2012), küreselleşmenin doğrudan kozmopolit olmayı gerektirmediğini söyler. Fakat kozmopolitçiliği, normatif olandan ayırmanın mümkün olmadığını da ekler (s. 2). Görüldüğü üzere küreselleşme daha çok bir 'gerçeklik' olarak konumlandırılırken kozmopolitçilik ise küreselleşme koşullarında ortaya çıkabilecek 'normlara' işaret eder. Kozmopolitçiliğin ulus-ötesicilik ile ilişkisine baktığımızda ise Beck (2011), kozmopolitçiliğin "ulus-ötesi[ni]" anlamak için işlevsel olabileceğini söyler. Fakat "ulus-ötesi süreçler" ile "ulus-ötesi yapılar" arasında ayrım yapar. Örnek olarak ise göç ve diaspora kavramlarını verir. Göç bir süreç olurken diaspora ise bir yapı olur (s. 26). Bu noktada, Hem Beck'in adlandırmalarının gözden geçirmek hem de küresel siyaset çerçevesine nihai halini vermek gerekir.

[13] Bu nedenle Zlatko Skrbis ve Ian Woodword (2013), kozmopolitçilik türlerinden bahsederken "kültürel boyut", "politik boyut", "etik boyut" yanında "metodolojik boyutu" da vurgularlar (s. 2-3).

Öncelikle kozmopolitçiliği "insan bağlantılılığı çağı için felsefe" (Brown ve Held, 2010, s. 13) olarak görebiliriz. Dolayısıyla, kozmopolitçiliği ideolojik bir zemin ya da bir 'değerler sistemi' olarak ele almak, küresel siyaset çerçevesini daha analitik bir hale getirecektir[14]. Görüldüğü üzere Şekil 4'ün zemini beyaz yerine gri renktedir. Bunu, olan ve olması gereken arası karşılaştırma yapmaya yarayan bir zemin olarak görebiliriz. Gelişmeleri, kozmopolitçiliğin sunduğu değerler kapsamında anlamaya çalışabiliriz. Fakat bu zemin, zorunlu bir zemin değildir. Zeminin rengi değişebilir, farklı değerler sistemi rehber olarak alınabilir.

Çerçevenin son hali olan Şekil 4'te, zemin rengiyle birlikte meydana gelen bir başka değişiklik ise iç içe geçmiş olan küreselleşme-ulusötesicilik-diaspora kümelerinin küresel siyaset çerçevesi içinde almış oldukları isimlerdir. Küresel siyaseti, çalışmanın başından itibaren bir 'çerçeve' olarak görmüş ve çerçeveye ilişkin bir tanım yapmıştık. Burada David Inglis ve Roland Robertson'ın (2011) "küreselleşen ampirik gerçeklikler" (s. 307-308) adlandırmasını küreselleşme için kullanabiliriz. Küreselleşme, ampirik olanı işaret edecek hale gelmiş olur. Yine Beck (2011), "ulus-ötesi süreçler[e]" örnek olarak göçleri göstermekteydi (s. 26). Göçlerin küreselleşmeyle ilişkisi ve ampirik bir gerçeklik oluşu, küreselleşmeyi bir 'süreç' olarak görmeyi de mümkün kılar. Ulus-ötesiciliği ise, yukarıda da değinildiği üzere, bir "perspektif" (Bauböck, 2010, s. 317; Levitt, 2010, s. 40-41) –bakış açısı- olarak ele alabiliriz. Diasporalar da "aktörler" (Ben-Rafael ve Sternberg, 2009, s. 1) olarak küresel siyaset çerçevesi içindeki yerlerini alırlar.

Faist'in (2010) diasporaları "ulus-ötesi toplumsal biçimlerin bir alt kümesi" (s. 33) olarak gördüğü tanımdaki 'alt-küme' metaforu, küresel siyaset çerçevesinin alt-kümeleri için de açıklayıcıdır. Bir başka deyişle küresel siyaset, küreselleşme konusunu kapsar fakat onunla sınırlı değildir. Ulus-ötesicilik ise küreselleşmenin yarattığı ya da hız verdiği koşulları anlayabilmek için ortaya çıkmış bir bakış açısıdır fakat tek bakış açısı değildir. Ulus-ötesicilik ise diasporaları kapsamakta fakat başka aktörleri de içinde barındırabilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Bu çalışma boyunca, SB ve Uİ'nin hem kesişim alanını oluşturan hem de onu aşan KS penceresinden diasporaları anlamak için bir analiz çerçevesi oluşturulmaya çalışıldı. Bu amaçla, öncelikle, KS'nin neleri kapsadığına ve diaspora konusunun nerede durduğuna bakıldı. Küreselleşme ve diaspora ilişkisinde önemli rol oynayan iki kavrama, ulus-ötesiciliğe ve kozmopolitçiliğe, yer verilerek kavramlar arası farklara ve ilişkilere değinildi. Sonuç olarak küresel siyaset, bir 'araştırma çerçevesi' olarak ortaya kondu. Bu küme/çerçeve içine küreselleşme bir 'olgu-süreç', ulus-ötesicilik bir 'perspektif', diasporalar ise 'aktörler' olarak yerleştirildi. Her bir kümeye dahil olan unsur olarak yatay ve dikey ağların önemine, çok-boyutlu ve çok-seviyeli bir analizin gerekliliğine yer verildi. Kozmopolitçilik ise bu analiz çerçevesinin normatif bir zemini olarak görülerek, karşılaştırma yapmaya olanak tanıyan değerler sistemi-ideoloji-paradigma olarak kabul edildi.

KS'nin iki yanında yer alan kavramsal ve teorik çerçeve sütunları ise bir başka çalışmanın konuları olarak bırakıldı. Dolayısıyla, söz konusu analiz çerçevesini tamamlamak üzere ele alınması gereken konuların başında, esnek bir diaspora kavramına yönelik kavramsal tartışma yer almaktadır. Küresel siyasetin bir teorik arka planı olmayışı ve Uİ'den beslendiği gerçeğini dikkate aldığımızda, mevcut Uİ teorilerinin diasporaları nasıl gördüğü, SB içinden kapsamı genişletilebilecek bir teorinin olup olmadığı, sosyal teoriden yardımla daha geniş bir teorik bakışın sunabilecekleri de ikinci konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Dahası, bir teoriye ihtiyaç olup olmadığı ya da eklektik bir zeminin nasıl oluşturabileceği de bekleyen sorular arasındadır.

[14] Heywood (2012), siyaset bilimindeki tartışmaları temel kavramlar (örneğin devlet), ideolojiler (örneğin liberalizm), yaklaşımlar (örneğin davranışçılık), değerler (örneğin özgürlük), yapılar (örneğin ırk ve etnisite), düzeyler (örneğin bölgeselcilik) ve sistemler (örneğin liberal demokrasi) olarak sınıflandırır. Held'in saydığı değerler, burada da değerler başlığı altında yer alacaktır. Fakat belli değerler, bir araya gelerek ideolojileri oluştururlar. Bu nedenle Heywood, ideolojilere birtakım değerler bütünü olarak yaklaşmış olur. Kozmopolitçilik de bunlardan biridir.

Söz konusu soruların cevaplanması, hem teoriye hem pratiğe dokunan noktada önemli bir rol oynamaktadır. Diaspora, yalnızca sosyal bilimler alanındaki akademisyenlerin çalıştığı bir konu olarak kalmamakta; sosyal bilim mezunlarını (başta ekonomi, siyaset bilimi, sosyoloji, uluslararası ilişkiler bölümleri olmak üzere) talep eden uzmanlık/meslek olarak da göç uzmanlığından ve göç çalışmalarından farklılaşmaktadır (Madakbaş-Gülener, 2020). Teori ve pratiğin karşılıklı olarak birbirlerini besleyeceği disiplinlerarası bir çerçeveyi, küresel siyaset çatısı altında birleştirmek olası görünmektedir. Bu birliktelik, yeni ve yaratıcı metodolojilere açık kapı bırakacaktır. Esnek bir diaspora tanımı da bu açık kapıya hizmet edecektir.

Herhangi bir teorik ve kavramsal çerçeveyle hareket edilmediğinde, tümdengelimci değil de tümevarımcı bir çizgide tartışmalar yürütüldüğünde (Beck, 2011, s. 29-30), bir başka deyişle "aklın fantezileri" değil de "ampirik süreçler" dikkate alındığında (Inglis ve Robertson, 2011, s. 308) bu çerçevenin işlevselliğini yitirip yitirmeyeceği, bir diğer önemli konu olmaktadır. Hazır bir çerçeveyle hareket etmek, tümdengelimci ve pozitivizme daha yakın bir noktada durmaktadır. Tamamen veriye bağımlı hareket etmek ise olguları ve süreçleri dikkate almayı gerekli kılmaktadır. Hem bir çerçevenin mümkün olduğu hem de esnekliklere imkan tanıyan bir analiz mümkün müdür? Aynı zamanda, 'küresel siyaset' söz öbeğini tercih etmek, ulus-devletle sınırlı yaptığımız 'siyaset' tanımlarının da gözden geçirilmesini gündeme getirmektedir. Küreselleşmeye yönelik yeni bir farkındalık ile yeni bir siyaset tanımı (Cheah, 2011) ihtiyacı bizi beklemektedir. Yukarıda ele aldığımız haliyle (Şekil 4) diaspora konusunu çalışmak, siyaset sözcüğünü de yeniden ele almak anlamına gelecektir.

Kaynakça

Agathangelou, A. M. ve Ling, L. H. M. (2009). *Transforming world politics: From empire to multiple worlds*. New York, NY: Routledge.

Appiah, K. A. (2006). *Cosmopolitanism: Ethics in world of strangers*. New York, NY: W. W. Norton & Company.

Bauböck, R. (2010). Cold constellations and hot identities: Political theory questions about transnationalism and diaspora. R. Bauböck ve T. Faist (Ed.), *Diaspora and transnationalism: Concepts, theories and methods* (s. 295-322) içinde. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Beck, U. (2011). Cosmopolitan sociology: Outline of a paradigm shift. M. Rovisco ve M. Nowicka (Ed.), *The Ashgate research companion to cosmopolitanism* (s. 17-32) içinde. Burlington, VT: Ashgate.

Beeson, M. ve Bisley, N. (Ed.). (2017). *Issues in 21st century world politics* (3. bs.). Londra ve New York: Palgrave Macmillan.

Ben-Rafael, E. ve Sternberg, Y. (2009). Introduction: Debating transnationalism. E. Ben-Rafael ve Y. Sternberg (Ed.), *Transnationalism: Diasporas and advent of new (dis)order* (s. 1-28) içinde. Leiden: Brill.

Bernal, V. (2010). Diasporas and cyberspace. K. Knott ve S. McLoughlin (Ed.), *Diasporas: Concepts, intersections, identities* (s. 167-174) içinde. Londra: Zed Books.

Bretherton, C. ve Ponton, G. (Ed.). (1996). *Global politics: An introduction*. Oxford: Blackwell.

Brock, G. ve Brighouse, H. (Ed.) (2005). *The political philosophy of cosmopolitanism*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brock, G. (2013). Rethinking the cosmopolitanism versus non-cosmopolitanism debate: An introduction. G. Brock (Ed.), *Cosmopolitanism versus non-cosmopolitanism: Critiques, defenses, reconceptualizations* (s. 1-34) içinde. Oxford: Oxford University Press.

Brown, G. W. ve Held, D. (2010). Editors' introduction. G. W. Brown ve D. Held (Ed.), *The cosmopolitanism reader* (s. 1-14) içinde. Cambridge: Polity Press.

Brubaker, R. (2005). The 'diaspora' diaspora. *Ethnic and Racial Studies*, *28*(1), 1-19. doi: 10.1080/0141987042000289997

Campbell, P. J., MacKinnon, A. ve Stevens, C. R. (2010). *An introduction to global studies*. Oxford: Wiley-Blackwell.

Carment, D. ve Sadjed, A. (2017). Introduction: Coming to terms with diaspora cooperation. D. Carment ve A. Sadjed (Ed.), *Diaspora as cultures of cooperation: Global and local perspectives* (s. 1-26) içinde. Cham: Palgrave MacMillan.

Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2. bs.). Oxford: Wiley-Blackwell.

Cavallar, G. (2015). *Kant's embedded cosmopolitanism: History, philosophy, and education for world citizens*. Berlin, Boston: De Gruyter.

Cheah, P. (2011). The cosmopolitcal. M. Rovisco ve M. Nowicka (Ed.), *The Ashgate research companion to cosmopolitanism* (s. 211-224) içinde. Burlington, VT: Ashgate.

Clifford, J. (1994). Diasporas. *Cultural Anthropology*, 9(3), 302-338, Erişim Adresi: https://www.jstor.org/stable/i226887

Cohen, R. (2008). *Global diasporas: An introduction* (İkinci Basım). Londra, New York: Routledge.

Collinsdictionary. Cosmopolitan. *Collins English Dictionary* içinde. Erişim Tarihi: 09.06.2023, https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/cosmopolitan.

Collinsdictionary. Diaspora. *Collins English Dictionary* içinde. Erişim Tarihi: 20.09.2022, https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/diaspora.

Collinsdictionary. Dimension. *Collins English Dictionary* içinde. Erişim Tarihi: 10.06.2023, https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/dimension.

Collinsdictionary. Framework. *Collins English Dictionary* içinde. Erişim Tarihi: 20.06.2023, https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/framework.

Constas, D. C. ve Platias, A. G. (Ed.) (1993). *Diasporas in world politics: The Greeks in comparative perspective*. UK: Palgrave MacMillan.

Daswani, G. (2013). The anthropology of transnationalism and diaspora. A. Quayson ve G. Daswani (Ed.), *A companion to diaspora and transnationalism* (s. 29-53) içinde. Oxford: Wiley Blackwell.

Délano, A. ve Gamlen, A. (2014). Comparing and theorizing state-diaspora relations. *Political Geography, 14,* 43-53. https://doi.org/10.1016/j.polgeo.2014.05.005.

Delanty, G. (2012). Introduction: the emerging field of cosmopolitanism studies. G. Delanty (Ed.), *Routledge handbook of cosmopolitanism studies* (s. 1-8) içinde. New York, NY: Routledge.

Dharwadker, V. (2011). Diaspora and cosmopolitanism. M. Rovisco ve M. Nowicka (Ed.), *The Ashgate research companion to cosmopolitanism* (s. 125-146) içinde. Burlington, VT: Ashgate.

Edkins, J. ve Zehfuss, M. (Ed.). (2019). *Global politics: A new introduction* (Üçüncü Basım). New York, NY: Routledge.

Faist, T. (2010). Diaspora and transnationalism: What kind of dance partners?. R. Bauböck ve T. Faist (Ed.), *Diaspora and transnationalism: concepts, theories and methods* (s. 9-34) içinde. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Fine, R. (2007). *Cosmopolitanism*. New York, NY: Routledge.

Friedman, L. M. (2002). *Yatay toplum* (1.bs.) (A. Fethi, Çev.). İstanbul: İş Bankası Kültür Yayınları.

Gamlen, A., Cummings, M. E. ve Vaaler, P. M. (2019). Explaining the rise of diaspora institutions. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, *45*(4), 492-516. doi:10.1080/1369183X.2017.1409163

Guarnizo, L. E. ve Smith, M. P. (2017). The locations of transnationalism. M. P. Smith ve L. E. Guarnizo (Ed.), *Transnationalism from below* (s. 3-34) içinde. New York, NY: Routledge.

Gupta, S. ve Padmanabhan, S. (2017). Introduction. S. Gupta ve S. Padmanabhan(Ed.), *Politics and cosmopolitanism in a global age* (s. 1-16) içinde. Londra, New York ve Yeni Delhi: Routledge.

Haynes, J., Hough, P., Malik, S. ve Pettiford, L. (2017). *World politics: International relations and globalisation in the 21st century* (2. bs.). London: Sage.

Held, D. (2011). Cosmopolitanism, democracy and the global order. M. Rovisco ve M. Nowicka (Ed.), *The Ashgate research companion to cosmopolitanism* (s. 163-178) içinde. Burlington, VT: Ashgate.

Held, D. (2010). *Cosmopolitanism: Ideals, realities* & *deficits*. Cambridge ve Malden, MA: Polity Press.

Held, D. (2005). Principles of cosmopolitan order. G. Brock ve H. Brighouse (Ed.), *The political philosophy of cosmopolitanism* (s. 10-27) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.

Held, D. (Ed.). (2004). *A globalizing world? Culture, economics, politics* (İkinci Basım). New York, NY: Routledge & The Open University.

Heywood, A. (2013/1997). *Politics* (4. bs.). New York, NY: Palgrave MacMillan.

Heywood, A. (2012). *Siyasetin temel kavramları* (Hayrettin Özler, Çev.). Ankara: Adres Yayınları.

Heywood, A. (2011). *Global politics*. New York, NY: Palgrave MacMillan.

Howard, M. J. (2011*). Transnationalism and society: An introduction*. Jefferson, NC: McFarland and Company.

Inglis, D. ve Robertson, R. (2011). From cosmos to globe: Relating cosmopolitanism, globalization and glocality. M. Rovisco ve M. Nowicka (Ed.), *The Ashgate research companion to cosmopolitanism* (s. 295-312) içinde. Burlington, VT: Ashgate.

Katzenstein, P. J. (Ed.). (2010). *Civilization in world politics: Plural and pluralist perspectives*. New York, NY: Routledge.

Kavalski, E. (Ed.). (2016). *Encounters with world affairs: An introduction to international relations*. New York, NY: Routledge.

Lamy, S. L., Masker, J. S., Baylis, J., Smith, S. ve Owens, P. (2020). *Inroduction to global politics* (6. bs.). New York ve Oxford: Oxford University Press.

Larres, K. ve Wittlinger, R. (Ed.). (2020). *Understanding global politics: Actors and themes in international affairs*. New York, NY: Routledge.

Levitt, P. (2010). Transnationalism. K. Knott ve S. McLoughlin (Ed.), *Diasporas: Concepts, intersections, identities* (s. 39-44) içinde. Londra: Zed Books.

Lionnet, F. ve Shih, S. (2005). Introduction: Thinking through the minor, transnationally. F. Lionnet ve S. Shih (Ed.), *Minor transnationalism* (s. 1-26) içinde. Durham ve Londra: Duke University Press.

Lyons, T. ve Mandaville, P. (2012). Introduction: Politics from afar: Transnational diasporas and networks. T. Lyons ve P. Mandaville (Ed.), *Politics from afar: Transnational diasporas and networks* (s. 1-24) içinde. Londra: Hurst & Company.

Madakbaş-Gülener, E. (2020). Diaspora-üzerine uzman(lık), politika çalışmaları için neyi ima ediyor?. *Akademik İncelemeler Dergisi*, *15*(1), 393-424. doi: 10.17550/akademikincelemeler.588039

Mansbach, R. W. ve Taylor, K. L. (2018). *Introduction to global politics* (3. bs.). Abington, Oxon: Routledge.

Marchetti, R. (2013). Introduction: political agency in the age of globalization. B. Maiguashca ve R. Marchetti (Ed.), *Contemporary political agency: Theory and practice* (s. 1-13) içinde. New York, NY: Routledge.

McCormick, J. (2018). *Introduction to global studies*. London: Red Globe Press.

McGrew, A. G. ve Lewis, P. G. et al. (Ed.). (1992). *Global politics: Globalization and the nation-state.* Cambridge, MA: Polity Press.

McGrew, A. G. (1992). Global politics in transitional era. A. McGrew ve P. G. Lewis et al. (Ed.), *Global politics: Globalization and the nation-state* (s. 312-330) içinde. Cambridge: Polity Press.

Miller, R. W. (2005). Cosmopolitan respect and patriotic concern. G. Brock ve H. Brighouse (Ed.), *The political philosophy of cosmopolitanism* (s. 127-147) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.

Nussbaum, M. C. (2010). Kant and Cosmopolitanism. G. W. Brown ve D. Held (Ed.), *The cosmopolitanism reader* (s. 27-44) içinde. Cambridge: Polity Press.

Ostergaard-Nielsen, E. (2001). Diasporas in world politics. D. Josselin ve W. Wallace (Ed.), *Non-state actors in world politics* (s. 218-234) içinde. New York, NY: Palgrave.

Pin-Fat, V. (2019). How do we begin to think about the world?. J. Edkins ve M. Zehfuss (Ed.). *Global politics: A new inroduction* (3. bs.) (s. 20-37) içinde. New York, NY: Routledge.

Pogge, T. (2005). A cosmopolitan perspective on the global economic order. G. Brock ve H. Brighouse (Ed.), *The political philosophy of cosmopolitanism* (s. 92-109) içinde. Cambridge: Cambridge University Press.

Quayson, A. ve Daswani, G. (2013). Introduction – Diaspora and transnationalism: Scapes, scales, scopes. A. Quayson ve G. Daswani (Ed.), *A companion to diaspora and transnationalism* (s. 1-26) içinde. Oxford: Wiley Blackwell.

Ragazzi, F. (2017). Diasporas, cosmopolitanism and post-territorial citizenship. S. Gupta ve S. Padmanabhan (Ed.), *Politics and cosmopolitanism in a global age* (s. 137-165) içinde. Londra, New York ve Yeni Delhi: Routledge.

Rosenau, J. N. (2016). *People count!: Networked individuals in global politics*. Abingdon, Oxford; New York, NY: Routledge.

Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths od homeland and return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, *1*(1), 83-99. doi: 10.1353/dsp.1991.0004

Sanahuja, L. C. (2017). *Towards Kantian cosmopolitanism*. Cham: Palgrave Macmillan.

Sanahuja, L. C. ve F. Ghia (Ed.). (2015). *Cosmopolitanism: Between ideals and reality*. Newcastle upon Tyne, UK: Cambridge Scholars Publishing.

Schiller, N. G. (2017). Diasporic cosmopolitanism: Migrants, sociabilities and city making. N. G. Schiller ve A. Irving (Ed.), *Whose cosmopolitanism: Critical perspectives, relationalities and discontens* (s. 103-120) içinde. Oxford: Berghahn.

Sheffer, G. (2003). *Diaspora politics: At home abroad*. Cambridge: Cambridge University Press.

Sinanan, J. ve Horst, H. A. (2022). Communications technologies and transnational networks. B. S. A. Yeoh ve F. L. Collins (Ed.), *Handbook on transnationalism* (s. 371-387) içinde. UK: Edward Elgar.

Skrbis, Z. ve I. Woodward (2013). *Cosmopolitanism: Uses of the idea*. Londra: Sage.

Spiegel, S. L., Matthews, E. G., Taw, J. M. ve Wiliams, K. P. (2013). *World politics in a new era* (6. bs.). Oxford: Oxford University Press.

Sternberg, Y. (2009). Contemporary immigration in comparative perspective. E. Ben-Rafael ve Y. Sternberg (Ed.), *Transnationalism: Diasporas and advent of new (dis)order* (s. 101-116) içinde. Leiden: Brill.

Taraborrelli, A. (2015). *Contemporary Cosmopolitanism* (Ian McGilvray, Çev.). Londra: Bloomsbury.

Trepanier, L. ve M. H. Khalil (Ed.). (2011). *Cosmopolitanism in the age of globalization: citizens without state*. Lexington: The University Press of Kentucky.

Vadarajan, L. (2017). The 'domestic abroad' and the limits of cosmopolitanism. S. Gupta ve S. Padmanabhan, *Politics and cosmopolitanism in a global age* (s. 166-192) içinde. Londra, New York ve Yeni Delhi: Routledge.

Van Dijk, J. (2012). *The network society* (3. bs.). Londra: Sage.

Vertovec, S. ve Cohen, R. (2002). Introduction: Conceiving cosmopolitanism. S. Vertovec ve R. Cohen (Ed.), *Conceiving cosmopolitanism: Theory, context, and practice* (s. 1-24) içinde. Oxford ve New York: Oxford University Press.

Vertovec, S. (2009). *Transnationalism*, Londra ve New York: Routledge.

Wang, J. (2021). *Essential goals in world politics*. Gateaway East, Singapur: CITIC Press Group & Springer.

White, B., Little, R. ve Smith, M. (Ed.) (1997). *Issues in world politics*. New York, NY: Macmillan Education.

Wimmer, A. ve Schiller, N. G. (2002). Methodological nationalism and beyond: Nation-state building, migration and social sciences. *Global Networks, 4,* 301-334. https://doi.org/10.1111/1471-0374.00043

Extended Abstract

Purpose

Recent decades witnessed a great expansion in the literature of diaspora studies. Diaspora, a concept dating back to centuries, came up again in order to understand today's immigrant communities. However, not all immigrant communities end with being a diaspora. The diaspora requires certain conditions and especially a deliberate choice based on ethnic identity. Reviewing conditions addressed by William Safran, Rogers Brubaker and Robert Cohen, the diaspora is defined in this study as follows: *Flexible groups formed by people who spread from one point to many different points and maintain relations with each other, especially in the context of ethnic identity, and membership in these groups*.

Another issue that comes to the fore simultaneously with diasproas is global politics (following 1990s on). Global politics, located at the intersection of political science (PS) and international relations (IR), has been initiated in order to indicate issues that are the subject of both domestic and foreign affairs. Global politics is a new field for some authors. But for some others, it is a new name to familiar fields in which political science extends beyond the nation-state or in which international relations are transformed. Following Andrew Heywood's definition of global politics (new but not yet theoretically and conceptually finding its way), in this study, the definition of global politics is as follows: *A framework based on interdisciplinarity and theoretical diversity, which brings together and transcends the IR and PS disciplines, making a multi-level and multi-dimensional analysis inevitable in order to understand the world created by globalization.*

Therefore, the purpose of this study is to develop a framework that is fruitful for understanding and analyzing diasporas through the lenses of 'global politics'. Imagining global politics as a new toolbox, proper tools in order to analyze diasporas are aimed to be explored for further emprical research.

Design and Methodology

Inspired from Thomas Faist, the framework is designed as nested clusters. After each discussion, the figures were updated (as figure 1, figure 2, figure 3 and figure 4) and reached at its final version. In this way, this study depends on literature review as a conceptual evaluation and argumentative resoning. First of all, the literature of global politics is handled and its difference from IR and PS is presented. Following Heywood's clarification of global politics, the first cluster is drawn as a global politics including globalization as the second cluster. Then, literature of diaspora studies are reviewed and their relations to globalization and global politics are examined. Finally, two concepts, used together and interchangebly, are mentioned: transnationalism and cosmopolitanism. Literature on transnationalism and diaspora-transnationalism relations were reviewed and the framework was re-formulated. Dealing with comsopolitanism and diaspora-cosmopolitanism studies, connections among global politics-globalization-diasporas-transnationalism-cosmpolitanism and a pattern surrounding them aimed to be discovered by re-re-formulation of the figure.

Findings

Following connections among global politics, globalization, diasporas, transnationalism and cosmpolitanism as concepts and clustered nests as a model, a framework is developed in order to analize diasporas. As seen in the Figure 4, the outermost cluster of 'global politics' is positioned as a 'research framework'. Its sub-sets are formed by 'globalization' to describe 'facts and processes', 'transnationalism' to indicate the 'research perspective', and 'diasporas' as 'actors'.

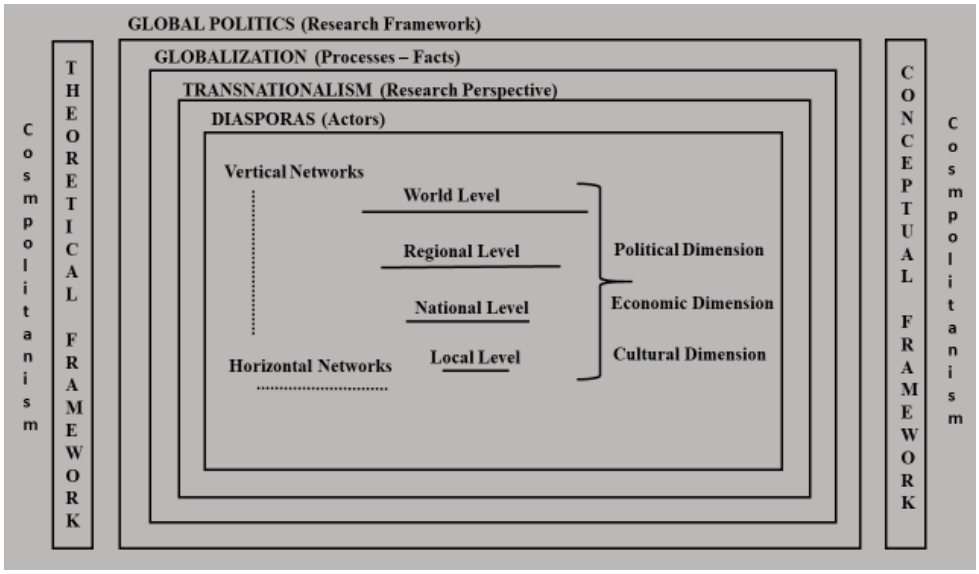


Figure 4. Ultimate Version of the Framework

Within the diaspora cluster, at the same time as aspects of all clusters, the necessity of multi-level (world-regional-national-local) and multi-dimensional (politics, economy, culture) analyzes are located besides vertical and horizontal networks. Cosmopolitanism, on the other hand, is positioned as the optional ground of the framework as an ideology, paradigm and value system.

Research Limitations

As portrayed in Figure 4, there are conceptual and theoretical frameworks on both sides of the main framework. Discussions on details of these frameworks are left for another study. In other words, the framework created in this study is the first step of a research design. In the second step, conceptual framework should be studied comprehensively, considering the diaspora in particular. At the same time, it should be stated how theories that are not limited to PS and IR may support the main framework. Morover, the door should be left open to eclectic arrangements.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

With the rapid increase in international migration, the issue of diaspora seems to be studied more intensively**.** Especially, multi-level and multi-dimensional nature of the analyzes will bring an interdisciplinary and supradisciplinary approach. It implies re-examining the concepts and the steps we have taken throughout a research, at the same time, study on new and creative tools to overcome complexity of the current day issues. Moreover, 'politics' needs to be defined with reference to current facts and processes.

Originality/Value

Globalization, transnationalism, cosmopolitanism and their relations with diasporas are topics that have been dealt with before. However, the studies are mostly on diaspora-transnationalism relations or diaspora-cosmopolitanism relations. Studies dealing with transnationalism in the context of diasporas briefly refer to cosmopolitanism or simply mention the concept. In studies evaluating diasporas together with cosmopolitanism, the place allocated for transnationalism is similar. In this study, both concepts are treated equally in their relations to diaspora. Moreover, a research design/analysis framework is proposed to study diasporas under the umbrella of global politics. However, it needs to be improved.

Araştırmacı Katkısı: Elif MADAKBAŞ GÜLENER (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Annelerin Anne-Çocuk Kategorisinde Faydacı ve Hedonik Satın Alma Motivasyonlarının Anlık Satın Alma Davranışları Üzerine Etkisi [1]

Nur ÖZER CANARSLAN [2] - Canan YILMAZ UZ [3]

Başvuru Tarihi: 28.03.2023 **Kabul Tarihi:** 31.08.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Araştırmada annelerin faydacı ve hedonik satın alma motivasyonlarının anlık satın alma davranışları üzerine etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın ana kütlesi sosyal medya kullanan annelerden oluşturmaktadır. Sosyal medyada, annelerin bir araya geldiği gruplara dahil olan 321 anne araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Örneklemden elde edilen veriler SPSS paket programı yardımıyla tanımlayıcı istatistiksel analizlere, faktör analizi, regresyon analizi, t-testi ve ANOVA testine tabi tutulmuştur. Araştırmada annelerin, hedonik alışveriş motivasyonlarının sadece yaşlarıyla ters orantılı değişirken, faydacı alışveriş motivasyonlarında hiç bir anne grubunda istatistiksel anlamlı bir farklılık olmadığını ve anlık satın alma davranışlarının yaşa ve çalışma durumuna göre anlamlı farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca annelerin, çocukları için yaptıkları alışverişlerdeki hedonik motivasyonlarının anlık satın alma davranışını artırırken, faydacı motivasyonunu azalttığı da ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Araştırma, işletmelere annelerin alışveriş motivasyonlarını ve satın alma davranışlarını daha iyi anlayarak, onlara özgü pazarlama stratejileri geliştirme fırsatı sunmakta ve annelerin ihtiyaçlarına daha iyi cevap veren kampanyaların oluşturulmasına olanak sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Anne Tüketici, Alışveriş Motivasyonları, Hedonik Satın Alma Motivasyonu, Faydacı Satın Alma Motivasyonu, Anlık Satın Alma Davranışı*

Atıf: Özer Canarslan, N. ve Yılmaz Uz, C. (2023). Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı ve hedonik satın alma motivasyonlarının anlık satın alma davranışları üzerine etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 921-942.

[1] Bu çalışma için etik kurul izni İskenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 31.03.2022 tarihli ve 03 numaralı toplantı kararıyla alınmıştır

[2] Anadolu Üniversitesi, Açıköğretim Fakültesi, İktisadi ve İdari Programlar Bölümü, **nurozer@anadolu.edu.tr,** ORCID: 0000-0003-3091-6012
[3] İskenderun Teknik Üniversitesi, Havacılık ve Uzay Bilimleri Fakültesi, Havacılık Yönetimi Bölümü, **canan.yilmazuz@iste.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-4798-2262

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Effect of Mothers' Utilitarian and Hedonic Purchase Motivations on Impulse Purchase Behavior in the Mother-Child Category

Nur ÖZER CANARSLAN [4] - Canan YILMAZ UZ [5]

Submitted by: 28.03.2023 **Accepted by:** 31.08.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

The study aims to determine the effect of mothers' utilitarian and hedonic purchase motivations on their impulse buying behaviors. The main population of the research consists of mothers using social media. The sample of the study consists of 321 mothers who are included in the groups where mothers come together on social media. The data obtained from the sample were subjected to descriptive statistical analysis, factor analysis, regression analysis, t-test and ANOVA test with the help of SPSS package program. The study concluded that the hedonic shopping motivations of mothers change only inversely proportional to their age, while there is no statistically significant difference in utilitarian shopping motivations in any mother group, and impulse buying behaviors show significant differences according to age and employment status. In addition, it is among the results that hedonic motivation of mothers in shopping for their children increases their impulse buying behavior while utilitarian motivation decreases it. The research provides businesses with the opportunity to better understand the shopping motivations and purchasing behaviors of mothers, to develop marketing strategies specific to them, and to create campaigns that better respond to their needs.

Keywords: *Mother Shoppers, Shopping Motivations, Hedonic Purchase Motivation, Utilitarian Purchase Motivation, Impulse Buying Behavior*

[4] Anadolu University, Open Education Faculty, Department of Economics and Administrative Science, **nurozer@anadolu.edu.tr**, ORCID: 0000-0003-3091-6012
[5] İskenderun Technical University, Faculty of Aeronautics and Astronautics, Department of Aviation Management, **canan.yilmazuz@iste.edu.tr**, ORCID: 0000-0002-4798-2262

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Her yıl milyonlarca bebeğin doğumu, dünya nüfusunun artmasına ve farklı ihtiyaçlarının doğmasına neden olmaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) doğum istatistikleri verilerine bakıldığında 2022 yılında Türkiye'de 1.035.795 bebek dünyaya gelmiştir (Doğum İstatistikleri, 2022). TUİK İstatistiklerle Çocuk 2022 verilerine göre Türkiye nüfusunun %26,5'ini 18 yaş altı çocukların oluşturuyor olması çocukların demografik olarak ne kadar büyük bir gücü simgelediklerini göstermektedir. Bu, işletmeler açısından sürekli büyüyen ve gelişen bir pazar anlamına gelmektedir.

Kadınların istihdam payındaki artış, son yıllarda dikkat çekmektedir. Bu artışın pazardaki yansımaları özellikle akademisyenler ve iş insanları tarafından önemle takip edilmektedir. Çalışma hayatında daha aktif olmak, annelerin çocuklarıyla daha az zaman geçirmek zorunda olmalarına, fakat bir yandan ekonomik olarak daha güçlü olmalarına olanak sağlamaktadır. Ayrıca anneler, anne-çocuk kategorisinde daha fazla genişleyen bir ürün yelpazesiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu durumda annelerin, hangi ürünleri tercih ettiği ve satın alma kararını nasıl aldığı oldukça önem kazanmaktadır. Bu araştırmada, annelerin alışveriş motivasyonları ve bu motivasyonların plansız satın alma davranışları üzerindeki etkisi araştırılmaya değer bir konu olarak görülmüştür.

Çalışmanın sonuçları, anne-çocuk kategorisinde faaliyet gösteren firmaların pazarlama stratejilerine katkı sağlayacak ve tüketicilerin satın alma davranışları hakkında genel bir anlayış sağlayacaktır. Ayrıca çalışma ilgili literatüre katkıda bulunarak, satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranışları üzerine yapılan araştırmaların devamı niteliğinde olacaktır.

Kavramsal Çerçeve

Anne Tüketiciler

Bebeklik döneminden itibaren anneye bağımlı/bağlı olan çocukların temel gereksinimleri anne figürü tarafından karşılanmaktadır. Çocuklarını hem içgüdüsel olarak hem yakından gözlemleyerek çok iyi tanıyan anne, her koşulda çocuğuyla ilgili en doğru kararı vermeye çalışır. Her anne çocuğu için mümkün olan en iyi anne olmaya çalışır ve çoğu satın almalarının merkezinde çocukları vardır.

Annelik rolüne geçiş bir kadının hayatını neredeyse birçok yönden etkiler. Annenin kimliğinde, önceliklerinde, sorumluluklarında, dünyaya bakışında, hayat görüşünde önemli değişiklikler görülür. Batılı kadınlar üzerine yapılan çalışmalarda anneliğin kadınların kimlik inşası hiyerarşisinde medeni durum ve mesleğin önünde yer aldığı görülmüştür (Rogers ve White 1998; Thoits 1992).

Anne tüketici; kendisi bir anne olan ve kendisi ile ailesi için satın alma kararlarında kilit rol oynayan bir kadın olarak tanımlanabilir. McIntosh ve diğerleri, (2010)'a göre çalışan anneler çocuklarıyla birincil faaliyetler olarak adlandırılan yani çocuğu doğrudan ilgilendiren faaliyetlerde daha fazla zaman harcadıkları, daha çok araştırdıkları ve daha dikkatli davrandıkları görülmektedir.

TÜİK İstatistiklerle Kadın 2022 araştırma sonuçları, 2022 yılında hanesinde 3 yaşın altında çocuğu olan 25-49 yaş grubundaki kadınların istihdam oranının %26,1 olduğunu açıklamıştır. Günümüz annelerinin geçmişe kıyasla çalışma yaşamında daha aktif oldukları ve hep yapacak daha çok şeyleri varken bunları yapmak için daha az zamanları olduğu görülmektedir. Şen ve Boyraz (2017) çalışmalarında çocukları için daha çok şey satın alan annelerin "çocuklarım için çalışıyorsam, önce onlar için harcamalıyım." diye düşündüğünü belirtmişlerdir. Bu durum, anne tüketicilerin satın alma motivasyonunun çocuklarına yönelik sorumluluklarına dayandığını ve bu sorumluluklarını önceliklendirdiğini göstermektedir. Baybars ve Dedeoğlu (2020)'nin yaptıkları çalışmada annelerin çocukları için yaptığı alışverişlerde kendileri için yaptıkları

alışverişe kıyasla harcamalarında daha fazla sorumluluk hissettikleri, harcamalarının sonuçlarını daha fazla sorguladıklarını ve daha fazla para harcamaya meyilli oldukları bulgusuna ulaşmışlardır. Bu bulgular, anne tüketicilerin çocuklarına yönelik satın alma davranışlarının, maddi ve duygusal olarak daha yüksek bir yatırım içerebileceğini ve bu şekilde çocuklarına daha iyi bir yaşam sunma isteğini yansıttığını göstermekte ve annelerin çocuklarına yönelik satın alma motivasyonlarının diğer türden harcamalardan farklı olduğunu göstermektedir. Akgül (2021)'in anne tüketicilerle ilgili yaptığı araştırmada annelerin bebeklerini kendi benliklerinin bir uzantısı olarak görerek yeni kimlikleri ile benliklerini genişlettikleri ve bu da onları statü tüketimine yönlendirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Bu durum, annelerin çocukları için yapılan alışverişlerin arkasındaki motivasyonun, anne ve çocuk arasındaki bağın güçlenmesi ve annenin kendi kimliğini annelik kimliğiyle bütünleştirmesi olduğunu göstermektedir.

Annelerin tüketim davranışlarıyla ilgili ulaşılan çalışmalar göstermektedir ki, annelerin satın alma motivasyonları sadece çocuklarının ihtiyaçlarını karşılamakla sınırlı kalmamakta, aynı zamanda annelik kimlikleri ve duygusal bağlarıyla da derinlemesine ilişkilidir. Bu çalışmalar annelerin hedonik ve faydacı satın alma motivasyonlarını ve anlık satın alma davranışlarını içeren geniş bir perspektif sunarak, annelerin alışveriş davranışlarının karmaşıklığını ve çeşitliliğini göstermektedir

Anlık Alışveriş Davranışı

Alışveriş sürecindeki tüketici çeşitli uyaranlara maruz kalmakta, bu uyaranları değerlendirip alışverişini ona göre yapmaktadır. Plansız ve ani satın alımlar olarak tanımlanan anlık satın alma, bilişsel ve duyuşsal tepkilere verilen yanıt olarak değerlendirilir (Rook, 1987). Planlı satın alma işleminden farklı, ani ve spontane bir davranış olarak tanımlanan anlık alışveriş davranışı (Ahn ve diğerleri, 2019; Jones ve diğerleri, 2003; Li ve Jing, 2012), karmaşık ve hızlı karar verme süreciyle ilgilidir (Li ve diğerleri, 2021). Tüketicinin herhangi bir şeyi o anda satın almak için beklenmedik, güçlü ve kalıcı bir istek duyması ile ortaya çıkan anlık satın alma davranışı, tüketicinin anlık tepki vermesine neden olan uyaranlara maruz kalmasının bir sonucudur (Piron, 1991; Parboteeah, 2009).

Anlık satın alma davranışı, saf anlık satın alma, hatırlayıcı etkiyle gerçekleşen anlık satın alma davranışı, öneriyle gerçekleşen satın alma davranışı ve planlı anlık satın alma davranışı olarak dört kategoride sınıflandırabilir (Stern, 1962). Saf anlık satın alma davranışı, herhangi bir planlamanın olmadığı genellikle duygusal durumlarla gerçekleşen satın almalardır. Hatırlatıcı anlık satın almalar, tüketicinin maruz kaldığı bir uyaran sonucu ihtiyacı olduğunu hatırlamasıyla gerçekleşen satın almalardır. Öneriyle gerçekleşen satın almalar ise, herhangi bir ürünün kendisine önerilmesi ile satın alma kararı verilen alımlardır. Planlı anlık satın alma davranışı ise alışveriş ortamına girilmeden önce kısmen planlanmış olan ve ortamdaki promosyon gibi uyaranların etkisiyle daha güçlü bir şekilde hissedilen güdülenme sonucu gerçekleşen alımları ifade eder.

Çeşitli tüketici gruplarına, farklı ürünler ele alınarak yapılan mevcut araştırmalar online anlık satın almayı etkileyen pek çok faktör olduğunu ortaya koymuştur. Tüketicinin faydacı ve hedonik satın alma motivasyonlarının anlık satın almayı etkilediğini ortaya koyan araştırmalar olduğu gibi (Rook ve Hoch, 1985; Peck ve Childers, 2006; Park vd. 2006, Herabadi, 2009; Tifferet ve Herstein, 2012; Gültekin ve Özer, 2012; Floh ve Madlberger, 2013), cinsiyet, yaş, eğitim seviyesi gibi (Erkmen ve Yüksel, 2008; Khan, Hui, Chen ve Hoe, 2015; Wood, 1998, Rook ve Hoch, 1985; Beatty ve Ferrel, 1998) demografik faktörlerin de anlık satın alma puanları üzerinde anlamlı farklılıklar yarattığı araştırmalar görülmektedir. Bu araştırmada literatürdeki araştırmalardan farklı olarak anne tüketiciler açısından anlık satın almayı etkileyen faktörler ele alınacaktır.

Alışveriş Motivasyonları

Motivasyon, "belirli hedeflere yönelik davranışları uyandıran ve yönlendiren kalıcı eğilim" olarak tanımlanır (Engel ve diğerleri, 1995). Tanıma göre motivasyon, kişinin karar almasında ve harekete geçmesinde rol oynayan bir faktördür. Motivasyonun, içsel (hedonik) ve dışsal (faydacı) motivasyon olmak üzere iki düzeyde incelenebileceği, uzun zaman önce kanıtlanmış bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır (Deci, 1975). Odabaşı (2006, s.40) da benzer bir şekilde alışverişin artık sadece tüketicilerin fayda odaklı ihtiyaçlarının değil, aynı zamanda hazcı ihtiyaçlarının giderilmesinde de rol oynadığını ifade etmiştir.

Mevcut araştırmalar, tüketimin hedonik veya faydacı nedenlerle gerçekleşebileceğini ortaya koymuştur (Hirschman ve Holbrook, 1982; Lim ve Ang, 2008). Hirschman ve Holbrook (1982), tüketicileri ya "problem çözücüler" ya da "eğlence, fantezi, uyarılma, duyusal uyarım ve keyif" arayan tüketiciler olarak tanımlamıştır. Babin ve diğerleri (1994) de, tüketim faaliyetlerinin hem hedonik hem de faydacı sonuçlar üretebileceğini öne sürmüştür. Batra ve Ahtola (1991) tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alarak tüketim davranışlarını duygusal doyum ve faydacı neden olmak üzere iki temel nedenden dolayı gerçekleştirdiklerini ifade ederler (s.159).

Hedonik Satın Alma Motivasyonu

Levy (1959) insanların ürünleri yalnızca işlevleri için değil, aynı zamanda taşıdıkları anlam için de satın alabileceklerini belirtmiştir. Bu ürünleri elde etmek için yapılan alışveriş, basit bir işlevsel faydadan daha büyük bir anlam taşımaktadır (Babin ve Attaway, 2000; Babin ve diğerleri,1994; Eroğlu ve diğerleri, 2005; Homer, 2008; Lim ve Ang, 2008; Voss ve diğerleri, 2003). Bu durum hedonist duyguların tüketime etkisini göstermektedir.

Alışveriş ortamının haz duygusunu ortaya çıkarması, tüketicinin algıladığı özgürlüğü yaşatması ile satın almaya güdülemesi, tüketiciye yüksek bir hedonik alışveriş değeri sağlayabilir (Holbrook ve Hirschman, 1982; Hirschman ,1983). Yapılan çalışmalar, anlık satın almanın bireyin hedonik motivasyonlarıyla ilişkili olduğunu belirtmiş (Rook ve Hoch, 1985; Peck ve Childers, 2006; Park vd., 2006; Herabadi, 2009; Tifferet ve Herstein, 2012; Gültekin ve Özer, 2012; Floh ve Madlberger, 2013), alışveriş davranışının tüketicide haz, eğlence, fantezi gibi duyguları uyandırdığını dile getirmiştir. Tüketicilerin deneyimlerinden elde ettikleri keyif, eğlence ve olumlu duyguları ifade eden (El-Adly ve Eid, 2016) hedonik değer de, bu alışveriş sonunda tüketicinin elde edeceği kazanımlar arasında yer almaktadır. Dolayısıyla hedonik tüketim, bir tüketicinin ürünlerle olan deneyiminin duyusal, fantezi ve duygusal yönlerini vurgulayan tüketim olarak tanımlanabilir (Hirschman ve Holbrook, 1986). Böyle bir tanımla, hedonik tüketim perspektifi, hedonik tüketimin ana itici gücünün benzersiz tüketim deneyimi olduğunu öne sürer (Hudson ve Murray, 1986).

Sonuç olarak, bu makalede ele alınan hedonik tüketim motivasyonu, annelerin alışveriş davranışlarını ve satın alma kararlarını yönlendiren önemli bir faktördür. Bu perspektif, annelerin çocuklarına yönelik satın almalarını sadece ihtiyacın karşılanması olarak değil, aynı zamanda tatmin ve anlam taşıması açısından da ele almaktadır.

Faydacı Satın Alma Motivasyonu

Faydacı alışveriş, ürün satın almayı ve bununla ilgili bilgiyi doğru bir şekilde işleyen, görev odaklı, bilişsel, duygusal olmayan alışveriş olarak kabul edilir (Babin ve diğerleri, 1994). Rasyonel, araçsal ve görevle ilgili bir alışveriş olarak kendini gösteren faydacı alışveriş, bünyesinde tüketicinin belirlemiş olduğu bir amaca hizmet etmeyi barındırdığı için dışardan elde edilen bir ödüle ulaşmayı hedefler. (Picot-Coupey, 2020). Daha akılcı değerlendirmeler sonucu yönlendirilen mülk odaklı tüketimle ilgili (Strahilevitz ve Myers, 1998) olan faydacı satın alma, tüketimin işlevsel sonuçlarıyla ilgilenir (Voss ve diğerleri, 2003). Satın alma sonrasında bir değerlendirme yapılarak alışveriş davranışı ile ulaşılan faydalar dikkate alınır ve bu faydalar daha sonraki satın almalarda değerlendirilmek üzere tüketici zihninde yer eder.

Pazarlama disiplinindeki geleneksel bakış açısı, müşterilerin işlemler sırasında finansal ödülleri en üst düzeye çıkarmak ve maliyetleri en aza indirmek isteyen fayda odaklı kişiler olduğunu öne sürer (Bettman ve diğerleri, 1998). Elde edilecek ödüller ile ulaşılacak faydalar, satın alma davranışı için önemli bir motivasyon oluşturacaktır. Babin ve diğerleri faydacı değeri, bir ürünün bilinçli ve verimli bir şekilde satın alınması olarak tanımlarlar (1994, s. 646) ve bu yüzden görev odaklı rasyonel bir iş olarak düşünülebileceğini dile getirirler. Faydacı satın alma, öncelikle tüketicilerin mal veya hizmet için sahip olabilecekleri araçsal beklentilerin yerine getirilmesini içerir ve genellikle rasyonel zaman, yer ve sahip olma ihtiyaçlarına hizmet eden bir amaca yönelik satın almayı vurgular. Faydacı görüşte, tüketiciler, hedeflerine minimum maliyetle ulaşmak için ürünleri verimli ve zamanında bir satın alma kararı vermekle ilgilenirler (Ruy ve diğerleri, 2010, s. 419).

Solomon ve Rabolt (2009), anlık satın alma davranışının tamamen irrasyonel olmadığını, genellikle tüketicinin ihtiyaçları veya rasyonelliğine dayandığını söylemektedir, yani bu davranış faydacı değere yol açar. Faydacı değer, tüketicilerin ihtiyaç duydukları ürünü elde ettiği zaman ortaya çıkar ve bu değer, tüketicilerin ürünü minimum çaba ile elde ettiği durumlarda artar (Lee, Kim ve Fairhurst, 2009). Tersine Rook (1987), anlık satın almaların, plansız alışverişlerin bir alt kümesi olarak, diğer alışverişlere kıyasla daha çok keyfi tepkilere yol açtığını ve faydacı bir ihtiyacı karşılama olasılığının daha düşük olduğunu belirtir. Cahyono (2016) ve Tokgöz (2019)'un araştırmaları da faydacı satın alma motivasyonunun anlık satın alma davranışını negatif yönde anlamlı etkisi olduğu yönündedir.

Yöntem

Bu araştırmayı yönlendiren temel araştırma sorusu: "Annelerin anne-çocuk kategorisinde yaptıkları alışverişlerinde hedonik ve faydacı satın alma motivasyonlarının rolü nedir?" ve "Annelerin hedonik ve faydacı satın alma motivasyonları anlık satın alma davranışlarını etkilemekte midir?" şeklinde ifade edilebilir. Bununla birlikte "annelerin hedonik ve faydacı satın alma motivasyonları ile anlık satın alma motivasyonlarının sosyo-demografik özelliklerine göre farklılık göstermekte midir?" sorusuna cevap aranacaktır.

Araştırmanın araştırma sorusuna cevap verebilmek için tanımlayıcı nitelikte nicel bir araştırma tasarlanmıştır. Bu çalışma için etik kurul izni İskenderun Teknik Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'nun 31.03.2022 tarihli ve 03 numaralı toplantı kararıyla alınmıştır. Araştırmada annelerin hedonik ve faydacı satın alma motivasyonlarının tespit edilmesi amacıyla Babin ve diğerleri (1994) tarafından geliştirilen ve Jones ve diğerleri (2006) tarafından revize edilerek yeniden düzenlenen 11 ifadeli hedonik alışveriş değeri ölçeği ve 4 ifadeli faydacı alışveriş değeri ölçeğinin ifadeleri annelerin anne-çocuk kategorisindeki alışverişlerine yönelik olacak şekilde uyarlanarak kullanılmıştır. Anlık satın alma davranışına ait 8 ifade Rook ve Fisher (1995) tarafından geliştirilen anlık satın alma ölçeğinden uyarlanarak kullanılmıştır. Toplanan veriler 5'li Likert ölçeği (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum) ile ölçülmüştür. Araştırmanın pilot uygulaması 20 kişiye uygulanmıştır. Pilot uygulama sonucuna göre gerekli düzenlemeler yapılarak uygulamaya başlanmıştır. Araştırma evreni sosyal medya kullanan annelerdir. Sosyal medyada anne gruplarında anketler paylaşılmış ve tüm sorulara yanıt veren 321 anne çalışmanın örneklemini oluşturmuştur.

Örneklemden elde edilen veriler SPSS paket programı yardımıyla tanımlayıcı istatistiksel analizlere, faktör analizi, regresyon analizi, t-testi ve ANOVA testine tabi tutulmuştur. Araştırmanın amacına bağlı olarak Rook ve Hoch (1985), Peck ve Childers (2006), Park vd. (2006), Herabadi (2009), Tifferet ve Herstein (2012), Gültekin ve Özer (2012), Floh ve Madlberger (2013), Cahyono (2016) ve Tokgöz (2019)'un çalışmalarından yola çıkılarak belirlenen hipotezler aşağıda verilmektedir:

H_1: Annelerin anne-çocuk kategorisinde anlık satın alma davranışları yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_2: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik satın alma motivasyonu yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_3: Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı satın alma motivasyonu yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

H_4: Annelerin anne-çocuk kategorisinde anlık satın alma davranışları eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_5: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik satın alma motivasyonu eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_6: Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı satın alma motivasyonu eğitim durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_7: Annelerin anne-çocuk kategorisinde anlık satın alma davranışları son çocuklarının yaşına göre farklılık göstermektedir.

H_8: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik satın alma motivasyonu son çocuklarının yaşına göre farklılık göstermektedir.

H_9: Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı satın alma motivasyonu son çocuklarının yaşına göre farklılık göstermektedir.

H_{10}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde anlık satın alma davranışları çocuk sayılarına göre farklılık göstermektedir.

H_{11}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik satın alma motivasyonu çocuk sayılarına göre farklılık göstermektedir.

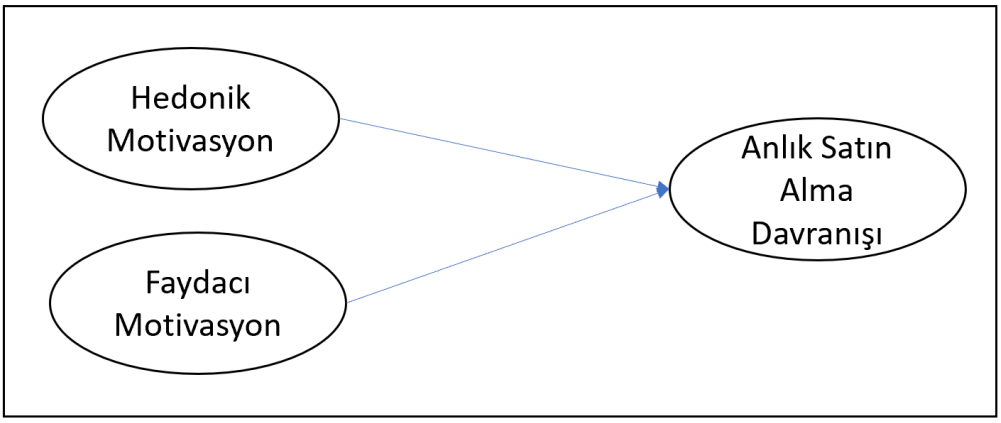
H_{12}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı satın alma motivasyonu çocuk sayılarına göre farklılık göstermektedir.

H_{13}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde anlık satın alma davranışları çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{14}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik satın alma motivasyonu çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{15}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde faydacı satın alma motivasyonu çalışma durumlarına göre farklılık göstermektedir.

H_{16}: Annelerin anne-çocuk kategorisinde hedonik ve faydacı satın alma motivasyon düzeylerinin anlık satın alma davranışları üzerinde bir etkisi vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmada anne-çocuk kategorisinin kapsadığı ürün grupları; bebek araç ve gereçleri, emzirme ve bebek beslenme ürünleri, bebek odası ve güvenlik ürünleri, bebek bezi ve ıslak mendil ürünleri, bebek bakım, banyo ve sağlık ürünleri, bebek, çocuk ve hamile giyim ürünleri ve oyuncakları kapsamaktadır. Bu tanımlama çalışmanın uygulama kısmında açıklama olarak katılımcılara bildirilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Tablo 1'de görüldüğü üzere araştırmaya katılan annelerin %57'si tek çocuğa, %42'si birden fazla çocuğa sahip olduğu, %58'i aktif olarak bir işte çalıştığı %41'inin çalışmadığı, %58,8'inin en küçük çocuğu 0-3 yaş arasında, %33'ünün 4-6 yaş arasında olduğu gözlemlenmiştir. Eğitim durumları incelendiğinde %56 ile büyük çoğunluğu üniversite ve %28'inin lisans üstü mezunu olduğu görülmektedir. Annelerin yaş aralığı incelendiğinde ise %17,1'inin 30 yaş altı, %42.4'ünün 31-35 yaş arası, %30,5'unun 36-40 yaş arası, %9,7'sinin 40 yaş üzeri olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 1
Tanımlayıcı İstatistikler

Çocuk sayısı	**N**	**%**	**Yaş**	**N**	**%**
Tek	186	57,9	30 yaş altı	56	17,4
Birden çok	135	42.1	31-35 yaş arası	136	42,4
Çalışma durumu			36-40 yaş arası	98	30,5
Çalışıyor	189	58,9	40 yaş üzeri	31	9,7
Çalışmıyor	132	41,1			
Mezuniyet durumu			**Son çocuk yaşı**		
İlköğretim	9	2,8	0-3 yaş arası	187	58,8
Lise	39	12,1	4-6 yaş arası	108	33,5
Üniversite	182	56,7	6 yaş üzeri	26	8,7
Lisans üstü	91	28,3			

Araştırmaya katılan annelere çocuklarına yönelik anne-çocuk kategorisinde yaptıkları alışverişlerde tercihlerinde en çok etkili faktörün ne olduğu sorulduğu soruya verilen cevaplar incelendiğinde büyük çoğunluk olan %65'inin ürünün doğal içeriğe sahip olmasını, %16'sının hayatı basitleştiren ürünleri tercih ettiklerini, %10'unun uzman tavsiyelerinin, %4'ünün online ürün yorumlarının, %3'ünün de çevre bilincine sahip markaların tercihlerinde etkili olduğunu belirttiği görülmüştür.

Tablo 2
Annelerin Anne-Çocuk Kategorisinde Yaptıkları Alışverişlerde Tercihlerinde Etkili Faktörler

	N	**%**
Hayatı basitleştiren ürünler	53	16,5
Ürünün doğal içeriğe sahip olması	209	65,1
Çevre bilincine sahip markalar	11	3,4
Online ürün yorumları	15	4,7
Uzman tavsiyeleri	32	10

Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizleri

Araştırmaya katılan anne tüketicilerin hedonik, faydacı satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranışlarını ölçmek için kullanılan ölçeklerin yapısal geçerlilikleri faktör analizi yapılarak test edilmiştir (Tablo 3.). Araştırmada kullanılan ölçeklerin faktör yapılarını ve yüklerini belirlemek için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklerin Kaiser-Meyer Olkin (KMO) değeri 0,930'dur. Bu değer veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Analiz sonucunda, elde edilen Bartlett Küresellik Testi (Bartlett's Test of Sphericity) değerleri değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir (p=.000, Ki Kare 1875,686, Serbestlik Derecesi 171).

Faktör analizinde öz değeri (eigen value) 1'den daha büyük ve minimum yükleme büyüklüğü olarak 0.35 kriteri kullanılmıştır. Bunun sebebi ise bir maddenin bir yapıyı ya da faktörü iyi ölçtüğünü söyleyebilmek için bu faktör yükünün değerinin 0.30 ya da bu değerin üstünde bir değer olması gerekliğindendir (Kline, 1994). Tablo 3 incelendiğinde değişkenlerin literatürle benzer şekilde 3 ayrı faktörde toplandığı ve bütün değişkenlerin 0,35 ve üzeri değerler aldığı gözlemlenmektedir.

Bu araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliğini test etmek amacıyla Alfa Katsayısı yönteminden yararlanılmıştır. Alfa Katsayısı için kabul gören alt sınır 0,70'tir. Ancak bazı keşfedici araştırmalar için bu sınır 0,60'a kadar inebilmektedir (Hair ve diğerleri, 1998, s. 118). Bu çalışmada yapılan güvenilirlik analizi sonucunda faktörlerin Cronbach Alpha değerleri sırasıyla , Hedonik satın alma motivasyonu için 0,839, Faydacı satın alma motivasyonu için 0,632 ve Anlık satın alma davranışı faktörü için 0,780 olarak tespit edilmiştir.

Tablo 3
Faktör Analizi ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

	Hedonik alışveriş	**Anlık alışveriş**	**Faydacı alışveriş**	**Cronbach Alpha**	**Açıklanan Varyans**
Hedonik3	.794			0,839	%19.554
Hedonik2	.777				
Hedonik4	.720				
Hedonik6	.715				
Hedonik1	.689				
Hedonik5	.639				
Hedonik7	.536				
Anlık 3		.775		0,78	%17.450
Anlık2		.750			
Anlık1		.742			
Anlık4		.601			
Anlık5		.576			
Anlık6		.567			
Anlık7		.538			
Anlık8		.350			
Faydacı9			.696	0,631	%10.216
Faydacı11			.639		
Faydacı8			.508		
Faydacı10			.457		

Toplam varyans: %47.220 **KMO test:** .828
Barlett test: x2:1875.686 **df**=171 **Sig.:** .000
Çıkarma yöntemi: Temel bileşenler analizi
Rotasyon yöntemi: Varimax with Kaiser Normalization

Farklılık Testleri

Katılımcıların hedonik, faydacı ve anlık satın alma davranışlarının yaş, eğitim durumu, sahip olunan en küçük çocuk yaşı ve çocuk sayısı ayrımına göre yapılan farklılık testleri sonuçları izleyen başlıklarda verilecektir.

Yaş ayrımında ölçeklere ilişkin farklılık testleri

Araştırmaya katılan annelerin hedonik, faydacı ve anlık satın alma davranışı puan ortalamalarının yaş değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği ANOVA analizi ile test edilmiş ve Hedonik satın alma motivasyonu ve anlık satın alma davranışı puanında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir.

Tablo 4
Yaş Ayrımında Ölçeklere İlişkin Farklılık Testleri

		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p.
Hedonik Satın Alma	Gruplararası	7,852	3	2,617	4,979	**,002**
	Gruplariçi	166,653	317	,526		
	Toplam	174,505	320			
Faydacı Satın Alma	Gruplararası	,069	3	,023	,046	,987
	Gruplariçi	114,209	229	,499		
	Toplam	114,278	232			
Anlık Satın Alma	Gruplararası	6,567	3	2,189	3,600	**,014**
	Gruplariçi	192,762	317	,608		
	Toplam	199,329	320			

Farklılığın hangi gruplar arasında anlamlı olduğu Tukey post-hoc testi ile analiz edilmiş ve hedonik satın alma motivasyonu açısından 30 yaş altı annelerle 36-40 yaş arası (p=,01) ve 40 yaş üzeri (p=,006) anneler arasında anlamlı farklılık tespit edilmiş ve 30 yaş altı annelerin hedonik satın alma motivasyonları puan ortalamaları (x=2,6939), 36-40 yaş arası (x=2,3134) ve 40 yaş üzeri (x=2,1613) annelerin puan ortalamalarından yüksek bulunmuştur.

Anlık satın alma davranışı puan ortalamalarındaki farklılıklara bakıldığında 40 yaş üzeri grupla (x=1,075) diğer yaş grupları arasında anlamlı fark tespit edilmiş (30 yaş altı p=,014 x=1,5060; 31-35 yaş arası x=1,4926; p=,012; 36-40 yaş arası x= 1,4694 p=,037) ve 40 yaş üzeri grubun anlık satın alma davranışı puan ortalaması diğer gruplardan daha düşük çıkmıştır.

Eğitim durumu ayrımında ölçeklere ilişkin farklılık testleri

Araştırmaya katılan annelerin eğitim (mezuniyet) durumları ile hedonik, faydacı satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranışlarının farklılık gösterip göstermediği ANOVA ile analiz edilmiştir. İstatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır

Tablo 5
Eğitim Durumu Ayrımında Ölçeklere İlişkin Farklılık Testleri

		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p.
Hedonik Satın Alma	Gruplararası	2,838	3	,946	2,318	,075
	Gruplariçi	129,381	317	,408		
	Toplam	132,219	320			
Faydacı Satın Alma	Gruplararası	1,294	3	,431	,796	,497
	Gruplariçi	171,740	317	,542		
	Toplam	173,034	320			
Anlık Satın Alma	Gruplararası	,684	3	,095	,174	,914
	Gruplariçi	172,350	317	,550		
	Toplam	173,034	320			

Tablo 5'de görüldüğü üzere annelerin eğitim (mezuniyet) durumları ile hedonik, faydacı satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranışları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Sahip olunan en küçük çocuk ayrımında ölçeklere ilişkin farklılık testleri

Araştırmaya katılan annelerin hedonik, faydacı ve anlık satın alma puan ortalamalarının sahip oldukları en küçük çocuk yaşı değişkenine göre belirlenen gruplar arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla ANOVA analizi yapılmıştır.

Tablo 6
Eğitim Durumu Ayrımında Ölçeklere İlişkin Farklılık Testleri

		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F	p.
Hedonik Satın Alma	Gruplararası	5,092	2	2,546	4,779	**,**009
	Gruplariçi	169,413	318	,533		
	Toplam	174,505	320			
Faydacı Satın Alma	Gruplararası	,542	2	,271	,654	,520
	Gruplariçi	131,677	318	,414		
	Toplam	132,219	320			
Anlık Satın Alma	Gruplararası	,684	2	,342	,631	,533
	Gruplariçi	172,350	318	,542		
	Toplam	173,034	320			

Tablo 6'da görüleceği üzere sadece hedonik satın alma motivasyonunda anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Hangi gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu Tukey post-hoc testi ile analiz edilmiş ve en küçük çocuğu 0-3 yaş arasında olan anneler (x=2,5409) ile 4-6 arasında olan annelerin (x=2,2698) hedonik satın alma motivasyonları arasında anlamlı fark (p=0,007) tespit edilmiş ve en küçüğü 0-3 yaş arasında olan annelerin

hedonik satın alma motivasyonu puanlarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bu da annelerin ilk anne olmanın heyecanıyla sadece ilk üç yıl alışverişlerinde daha hedonik motivasyonla hareket ettiklerini göstermektedir.

Çocuk sayısı ayrımında ölçeklere ilişkin farklılık testleri

Araştırmaya katılan annelerin hedonik, faydacı satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranış puanları ortalamalarının çocuk sayısı değişkenine göre (tek çocuklu-çok çocuklu) belirlenen gruplar arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi yapılmıştır.

Tablo 7
Çocuk Sayısı Ayrımında Ölçeklere Ilişkin Farklılık Testleri

			Anlık satın alma		**Hedonik alışveriş**		**Faydacı alışveriş**	
			Eşit varyans	**Eşit olmayan varyans**	**Eşit varyans**	**Eşit olmayan varyanslar**	**Eşit varyans**	**Eşit olmayan varyans**
Varyansların eşitliği için Levene testi	**F**		1,414		,846		2,75	
	Sig.		,235		,358		,098	
Aritmetik ortalamaların eşitliği için t-testi	**t**		,653	,662	1,610	-,596	,229	,228
	Df		319	301.512	319	295,774	319	275,65
	Sig. (2-tailed)		,514	,508	,108	,112	,107	,115
	Aritmetik ortalama farkı		,05438	,05438	,13407	,13407	,1171	,11716
	Standart hata farkı		,08322	,8214	,08329	,08406	,0725	,07400
	95% farkın güven aralığı	**En düşük**	-,10934	-,10725	-,02980	-,03141	-,0254	,25979
		En yüksek	,21810	,21601	,29793	,29955	,2597	,26287

Yapılan t-testi sonucunda Tablo 7'de görüleceği üzere çocuk sayısı ayrımında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır p>.005.

Çalışma durumu ayrımında ölçeklere ilişkin farklılık testleri

Araştırmaya katılan annelerin hedonik, faydacı satın alma motivasyonları ve anlık satın alma davranışları açısından çalışma durumu (çalışıyor - çalışmıyor) grupları arasında farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla t-testi yapılmıştır.

Tablo 8
Çalışma Durumu Ayrımında Ölçeklere Ilişkin Farklılık Testleri

			Anlık satın alma		Hedonik alışveriş		Faydacı alışveriş	
			Eşit varyans	Eşit olmayan varyans	Eşit varyans	Eşit olmayan varyans	Eşit varyans	Eşit olmayan varyans
Levene testi	**F**		,474		3,734		,067	
	Sig.		,492		,054		,796	
Aritmetik ortalamaların eşitliği için t-testi	**T**		2,342	2,370	-,587	-,596	,229	,228
	Df		319	293,329	319	295,774	319	275,657
	Sig. (2-tailed)		,020	,018	,558	,552	,819	,820
	Aritmetik ortalama farkı		,19400	,19400	-,049	-,04922	,01675	,01675
	Standart hata		,08283	,08186	,0730	,07348	,08385	,08264
	95% fark güven ara	**En düşük**	,03104	,03290	-,2141	-,21185	-,1269	,16042
		En yüksek	,35697	,35511	-,1157	-,1134	-,1279	,16141

Yapılan analizler sonucunda Tablo 8'de görüleceği üzere grup ortalamaları arasındaki fark hedonik ve faydacı satın alma motivasyonu açısından istatistiksel olarak anlamlı bulunmazken, anlık satın alma davranışı açısından anlamlı bulunmuştur (t=2,370 ;p=0,018). Çalışan annelerin anlık satın alma puan ortalamaları (x=1,527), çalışmayan annelerin anlık satın alma puan ortalamalarından (x=1,3333) yüksek bulunmuştur.

Regresyon Analizleri

Araştırmaya katılan annelerin hedonik ve faydacı satın alma motivasyonlarının anlık satın alma davranışları üzerindeki etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır. Bağımlı değişken olarak anlık satın alma belirlenirken, hedonik satın alma ve faydacı satın alma motivasyonları bağımsız değişkenler olarak belirlenerek çok değişkenli regresyon analiz gerçekleştirilmiştir. Bu modele ait analiz sonuçları Tablo 9'da verilmektedir.

Tablo 9
Regresyon Analizi Sonuçları

Model	**R**	**R^2**	**Düzeltilmiş R**	**Tahminin st. Hatası**		
1	0,377	0,142	0,137	0,68328		
a. Tahminleyiciler: (Sabit) Hedonik satın alma, Faydacı satın alma						
b. Bağımlı Değişken: Anlık satın alma						
Model	**Beta**	**Std. Hata**	**Std. ß**	**t**	**R^2**	**P**
Sabit	1,116	0,179	12,284	6,221	6,221	000
Hedonik satın alma (Bağımsız)	0,371	0,053	0,373	6,953	6,953	,00
Faydacı satın alma (Bağımsız)	-0,228	0,061	-0,2	-3,723	-3,72	,00
Bağımlı değişken: Anlık satın alma						

Tablo 9'daki sonuçlar incelendiğinde, hedonik ve faydacı satın alma motivasyonu ile anlık satın alma arasında

anlamlı bir yordama söz konusudur p<.005 (p=0,000). Bununla beraber hedonik ve faydacı satın alma motivasyonunun anlık satın alma davranışlarına etkisine ait modelin belirlilik katsayısı (R^2) 0,142' dir ve bu da hedonik ve faydacı satın alma motivasyonunun anlık satın alma üzerinde %14'lük bir etkisi olduğunu açıklamaktadır. Diğer bir ifadeyle anlık satın almadaki %14'lük değişim faydacı ve hedonik satın alma motivasyonuna bağlıdır. Modele göre tüketicilerin anlık satın alma düzeyleri üzerinde hedonik satın alma motivasyonunun anlamlı ve pozitif (B=0,371; p=0,000) yönde, faydacı satın alma motivasyonunun anlamlı ve negatif (B=-0,228; p=0,000) yönde bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre tüketicilerin hedonik satın alma motivasyonu düzeylerindeki bir birimlik artışın anlık satın almaya yönelik düzeylerinde 0,371 birimlik bir artış meydana getireceği, faydacı satın alma motivasyonundaki bir birimlik artışın ise 0,228 birim azalış meydana getireceği ifade edilebilir. Bu durumda çalışmada önerilen H_{16} hipotezi kabul edilmiştir. Çalışmada yer alan hipotezlerin sonuçları Tablo 10'da özetlenmektedir.

Tablo 10
Hipotez Testi Sonuçları

Anlık Satın Alma Dav. Yön. Hipotezler	**Sonuç**	**Hedonik Satın Alma Mot. Yön. Hipotezler**	**Sonuç**	**Faydacı Satın alma Mot. Yön. Hipotezler**	**Sonuç**
H_1, H_2,	Kabul	**H_4, H_5, H_6, H_7, H_9**	Red	**H_{10}, H_{11},H_{12},H_{14},H_{15}**	Red
H_3	Red	**H_8**	Kabul	**H_{13}, H_{16}**	Kabul

Sonuç ve Öneriler

Annelerin çocuklarına yönelik yaptıkları alışverişlerindeki motivasyonlarını hedonik ve faydacı motivasyon bağlamında belirleyerek bu motivasyonlarının anlık satın alma davranışlarını hangi yönde etkilediğinin tespit etmek ve annelerin sosyo-demografik özelliklerine göre hedonik, faydacı motivasyonlarıyla, anlık satın alma davranışlarında farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla kurgulanan bu araştırma nicel araştırma bakış açısıyla kurgulanmıştır.

Sosyal medya platformlarındaki anne gruplarından ulaşılan ve araştırmanın örneklemini oluşturan 321 anneye ait sonuçlara göre; çocuklara yönelik yapılan alışverişlerde hedonik motivasyonun yaşa, ve çocuk sayısına göre farklılık gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bunun yanında, hedonik motivasyonun gençlerde ve en küçük çocuğu 3 yaşından küçük olanlarda daha yüksek ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Daha az gelecek endişesi taşıyan genç nüfusun alışveriş tercihlerinde elde edecekleri faydaya değil de, daha çok hedonik doyuma odaklanmaları şaşırtıcı bir sonuç değildir. En küçük çocuğu üç yaşından küçük olanların, alışverişlerini hedonik motivasyonları doğrultusunda gerçekleştirmeleri, bu yaşta çocuğu olan ebeveynlerin daha duygusal olabileceğini ve dolayısıyla duygularının kontrolünde hareket ettiklerini göstermektedir.

Eğitime, çocuk sayısına ve çalışma durumuna göre hedonik motivasyonda istatistiksel anlamda bir farklılık tespit edilmemiştir. Faydacı motivasyonun hiç bir anne grubunda, istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediği ortaya çıkmıştır. Annelerin alışveriş motivasyonlarında eğitim durumlarına göre bir farklılık olmaması sonucu, eğitim durumu fark etmeksizin bütün annelerin benzer hisler taşıdığına dair sinyaller vermektedir. Bu durum, annelik duygusunun-annelik içgüdüsünün diğer dışsal etkenlerin üstünde olduğunu ve onlardan daha baskın geldiğini göstermektedir.

Çalışmanın bir diğer çarpıcı sonucu da, anlık satın alma davranışının yaşa ve çalışma durumuna göre anlamlı

bir farklılık göstermesidir. Anlık alışveriş ortalamasının 40 yaş üstü grupta diğer tüm yaş gruplarına göre daha düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgu Akçay ve Özdemir (2019)'un çalışmalarında ulaştığı 51 yaş ve üzerindeki tüketicilerin diğer tüketicilere kıyasla daha az anlık satın alma yaptığı bulgusuyla benzerlik göstermektedir ve Yang vd. (2011)'in 40 yaş üzerindeki kadın tüketicilerin daha fazla anlık satın alma yaptığı bulgusuyla benzerlik göstermektedir. Mevcut çalışmayla ulaşılan sonuçlardan biri de çalışmayan annelerin anlık satın alma davranış ortalamasının, çalışan annelere göre daha düşük ortalamaya sahip olduğudur. Çalışmayan annelerin alışveriş için araştırma yapacak fırsatlarının olması, onları anlık değil planlı alışverişe sevk ediyor olabilmektedir. Bu sonucun hane geliri ile de ilişkili olması muhtemeldir. Çalışmayan anne, ev ekonomisini düşünüp anlık satın alımlardan kaçınmak ve alışverişi daha faydacı motivasyonlarla gerçekleştirmek isteyebilmektedir.

Hedonik ve faydacı satın alma motivasyonlarının anlık satın alma davranışı üzerindeki etkisinin incelendiği regresyon analizi sonucuna göre hedonik satın alma motivasyonu anlık satın alma davranışını anlamlı ve pozitif yönde etkilerken faydacı satın alma motivasyonunun anlamlı ve negatif yönde bir etkiye sahip olduğu görülmüştür. Bu bulgu Rook ve Hoch (1985), Peck ve Childers (2006), Park vd. (2006), Herabadi (2009), Tifferet ve Herstein (2012), Gültekin ve Özer (2012), Floh ve Madlberger (2013), Cahyono (2016) ve Tokgöz (2019)'un çalışmalarıyla benzerlik göstermektedir. Alışveriş esnasında yaşayacakları hazzın etkisiyle alışverişe yönelenler o an karar verip satın almaya yönelirken alışverişin faydacı yönüne odaklanan tüketiciler ise daha detaylı düşünüp karar verme sürecini uzatmaktadırlar.

Araştırmada ortaya çıkan sonuçlara göre öncelikle anne-çocuk sektöründeki işletmelerin detaylı müşteri segmentasyonu yapmaları gerekmektedir. Annelerin farklı yaş gruplarına ve sosyo-demografik özelliklerine göre özelleştirilmiş kampanyalar oluşturarak, pazarlama içeriğini kişiselleştirerek müşteri bağlılığını artırabilirler. Bunun dışında işletmeler genç annelerim alışveriş tercihlerini yönlendiren hedonik motivasyonun farkında olarak, ürünlerin cazbesini artırmak için duygusal odaklı pazarlama içerikleri oluşturabilirler. Çekici içerikler ve görseller kullanarak, ürünlerle duygusal bağ kurmaları desteklenmelidir. Çalışmayan annelerin planlı alışverilerini teşvik etmek için, ürünlerin faydalarını ve pratik kullanımını vurgulayan kampanyalar düzenleyebilirler ve onlara mantıklı ve somut bilgiler sunarak alışveriş kararları desteklenmelidir. Ayrıca işletmeler sosyal medya platformlarında anne gruplarına yönelik, ürün kullanım deneyimlerini paylaşma ve önerilerde bulunma imkanları sunan etkileşimli kampanyalar düzenleyerek, annelerin alışveriş kararlarını olumlu yönde etkileyebilirler.

Araştırmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Bu araştırma Türkiye'de bulunan sosyal medya platformlarındaki anne gruplarından elde edilen verilere dayanmaktadır. Bu nedenle sonuçlar, diğer topluluklarda farklılık gösterebilir. Araştırmanın niteliksel yöntemlerle desteklenmesi, daha derinlemesine ve kişisel deneyimlere dayalı sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir. Gelecekte yapılacak araştırmalarda bu kısıt dikkate alınarak niteliksel yöntemlerle derinlemesine çalışmalar gerçekleştirilmesi faydalı olacaktır.

Konuyla ilgili gelecekte annelerin alışveriş motivasyonları ve anlık satın alma davranışları üzerinde kültürel faktörlerin etkisi incelenebilir. Teknolojik gelişmelerin annelerin alışveriş alışkanlıkları üzerindeki etkisinin araştırılması ve sosyal medya platformalarında anne grupları arasındaki etkileşimlerin de alışveriş motivasyonları ve satın alma davranışları üzerindeki etkisinin araştırılması alanın daha da genişlemesine katkı sağlayabilir.

Bu çalışmanın işletmelere büyük bir değer sunabileceği açıktır. Anneler, alışveriş davranışlarına çocuklarıyla

ilgili duygusal bağlarını entegre ederken aynı zamanda kendi kişisel tatmin ve gereksinimlerini de dengelemeye çalışırlar. Bu nedenle, işletmeler annelerin bu çift yönlü motivasyonunu anlayarak, ürün ve hizmetlerini daha iyi şekilde özelleştirebilirler. Annelerin hızlı ve anlık satın alma davranışları da dikkate alınarak, hızlı karar verme noktaları belirlenerek daha etkili pazarlama stratejileri oluşturulabilir.

Kaynakça

Ahn, J., Lee, S. L. ve Kwon, J., (2019). Impulsive buying in hospitality and tourism journals. *Annuals of Tourism Research, 82*, 1–6. doi: 10.1016/j.annals.2019.102764.

Akçay, G. ve Özdemir, E. (2019). Demografik özellikler açısından tüketicilerin plansız satın alma davranış farklılıklarını incelemeye yönelik bir araştırma . OPUS *International Journal of Society Researches* , 14 (20) , 817-846 . DOI: 10.26466/opus.596873

Akgül, D. (2021). To buy or not to buy for my baby. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, *16*(63), 1185-1206. doi:10.19168/jyasar.903912 .

Barry, J. B., William R. D. ve Griffin, M. (1994). Work and/or fun: measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research, 20*(4), 644-656. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/2489765

Babin, B. J., Darden, W. R. ve Griffin, M. (1994). Work and/or Fun: Measuring hedonic and utilitarian shopping value. *Journal of Consumer Research*, *20*(4), 644. doi:10.1086/209376

Batra, R. ve Ahtola, Olli T. (1991). Measuring the hedonic and utilitarian sources of consumer attitudes. *Marketing Letters, 2*(2), 159–170. doi: 10.1007/BF00436035

Baybars, M. ve Özhan-Dedeoğlu, A. (2020). Analysis of mothers' self-control of spending for their own and theır kids. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (27), 123-140. doi: 10.18092/ulikidince.582720.

Beatty, S. E. ve Ferrell, M. E. (1998). Impulse buying: Modeling its precursors. *Journal of retailing*, *74*(2), 169-191. doi:10.1016/S0022-4359(99)80092-X

Bettman, J. R., Luce, M. F. ve Payne, J. W. (1998). Constructive consumer choice processes. *Journal of Consumer Research*, *25*(3), 187–217. doi: 10.1086/209535.

Boyraz, E. ve Şen, Ş. (2017). Annelik rolü ve çocuk için tüketime yansımaları: kadınların ebeveynlik tutumları ve hedonik tüketim eğilimi üzerine bir araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14*(2), 347 - 370. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/357218.

Cahyono, K. E., Khuzaini, K. ve Widiarto, H. (2016). Shopping life style memediasi hubungan hedonic dan utilitarian value terhadap impulse buying. *EKUITAS Jurnal Ekonomi dan Keuangan*, *20*(2), 188-208. doi: 10.24034/j25485024.y2016.v20.i2.54

Coupey, K. P., Krey, N. Elodie Huré, E. ve Ackermann, C.L. (2021). Still work and/or fun? Corroboration of the hedonic and utilitarian shopping value scale. *Journal of Business Research*, *126,* 578-590. doi: 10.1016/j.jbusres.2019.12.018

Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. Plenum Press. doi:10.1007/978-1-4613-4446-9

Engel, J. F., Blackwell, R. D ve Miniard, P. W. (1995). *Consumer behavior (8th ed.*). Fort Worth, Texas: The Dryden Press.

Erkmen, T. ve Yüksel, C. (2008). Tüketicilerin alışveriş davranış biçimleri ile demografik özelliklerinin incelenmesine yönelik bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 8(2): 683-727. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/557144

Eroglu, S. A., Machleit, K. ve Barr, T. F. (2005). Perceived retail crowding and shopping satisfaction: The role of shopping values. *Journal of Business Research, 58*(8), 1146-1153. doi: 10.1016/j.jbusres.2004.01.005

Fishbein, M ve Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research.* Reading, MA: Addison-Wesley.

Floh, A. ve Madlberger, M. (2013). The role of atmospheric cues in online impulse-buying behavior. *Electronic Commerce Research and Applications*, *6*(12), 425-439. https://doi.org/10.1016/j.elerap.2013.06.001

Gardner, B. ve Levy, S. J. (1955). The product and the brand. *Harvard Business Review*, *33*(2), 33–39. Erişim adresi: https://static.squarespace.com/static/52f06caee4b0c058f6084354/t/539070a1e4b0b4380bb48719/1401974945820/Levy_ProductandBrand.pdf

Gültekin, B. (2012). The influence of hedonic motives and browsing on impulse buying. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, *3*(4), 180-189. https://doi.org/10.22610/jebs.v4i3.315

Herabadi, A. G., Verplanken, B. ve Knippenberg, A. V. (2009). Consumption experience of impulse buying in Indonesia: Emotional arousal and hedonistic considerations. *Asian Journal of Social Psychology*, *1*(12), 20-31. https://doi.org/10.1111/j.1467-839x.2008.01266.x

Hirschman, E. C. ve Holbrook, M. B. (1982). Hedonic consumption: emerging concepts, methods and propositions, *Journal of Marketing, 46*(1), 92–101. doi:10.2307/ 1251707.

Homer, P. M. (2008). Perceived quality and image: When all is not rosy. *Journal of Business Research, 61*(7), 715-23. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.05.009

Hudson, L. A. ve Murray, J. B. (1986). Methodological limitations of the hedonic consumption paradigm and a possible alternative: A subjectivist approach". *Advances in Consumer Research, 13*(1), 343–348. Erişim adresi: https://www.acrwebsite.org/volumes/6516/volumes/v13/NA-13

Jones, M. A., Reynolds, K. E., Weun, S. ve Beatty, S. E. (2003). The product-specific nature of impulse buying tendency. *Journal of Business Research, 56*(7), 505–511. doi: 10.1016/S0148-2963(01)00250-8

Jones, M. A., Reynolds, K. E. ve Arnold, M. J. (2006). Hedonic and utilitarian shopping value: Investigating differential effects on retail outcomes. *Journal of Business Research, 59*(9), 974-981. doi: 10.1016/j.jbusres.2006.03.006

Khan, N., Hui, L. H., Chen, T. B. ve Hoe, H. Y. (2015). Impulse buying behaviour of generation Y in fashion retail. *International Journal of Business and Management*, *11*(1), 144. doi:10.5539/ijbm.v11n1p144

Lee, M. Y., Kim, A. K. ve Fairhurst, Y. (2009). Shopping value in online auctions: Their antecedents and outcomes. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *16*(1), 75-82. doi: 10.1016/j.jretconser.2008.11.003

Levy, S. J. (1959). Symbols for sales, *Harvard Business Review*, *37*(4), 117–119.

Li, Y. L. ve Jing, F. J. (2012). Post-impulsive buying behavior satisfaction based on the analysis of impulsive buying predisposing factors. *Chinese Journal of Management, 9*(3), 437–445. Erişim adresi: http://manu68.magtech.com.cn/Jwk_glxb/EN/Y2012/V9/I3/437

Li, C., Wang, Y., Lv, X. ve Li, H. (2021). To buy or not to buy? The effect of time scarcity and travel experience on tourists' impulse buying. *Annals of Tourism Research, 86,* 103083. doi: 10.1016/j.annals.2020.103083

Lim, E. A. C. ve Ang, S. H. (2008). Hedonic vs utilitarian consumption: a cross-cultural perspective based on cultural conditioning. *Journal of Business Research, 61*(3), 225-32. doi: 10.1016/j.jbusres.2007.06.004

Odabaşı, Y. (2006). *Tüketim Kültürü*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Parboteeah, D. V., Valacich, J. S. ve Wells, J. D. (2009). The influence of website characteristics on a consumer's urge to buy impulsively. *Information Systems Research, 20*(1), 60–78. doi: 10.1287/isre.1070.0157

Park, J., Young Kim, E., ve Cardona Forney, J. (2006). A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, *10*(4), 433-446. doi: 10.1108/13612020610701965

Peck, J. ve Childers, T. L. (2006). If I touch it I have to have it: Individual and environmental influences on impulse purchasing. *Journal of Business Research, 6*(59), 765-769. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2006.01.014

Piron, F. (1991). *Defining impulse purchasing.* In: Holman, Rebecca H., Solomon, Michael R. (Eds.), NA - Advances in Consumer Research 18. Association for Consumer Research, Provo, UT, 509–514. Erişim adresi: https://www.acrwebsite.org/volumes/7206/vol

Rogers, S. J. ve White, L. K. (1998). Satisfaction with parenting: The role of marital happiness, family structure, and parents' gender. *Journal of Marriage and the Family, 60,* 293–308. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/353849

Rook, D. W. ve Fisher, R. J. (1995). Normative influences on impulsive buying behavior. *Journal of Consumer Research*, *22*(3), 305-313.

Rook, D.W. ve Hoch, S.J. (1985). Consuming impulses. *Advances in Consumer Research*, *12*, 23-27. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/2489616

Ruy, K., Han, H. ve Jang, S. (2010). Relationships among hedonic and utilitarian values, satisfaction and behavioral intentions in the fast-casual restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *22*(3), 416-432. doi: 10.1108/09596111011035981

Solomon, M. R., and Rabolt, N. J. (2009). Consumer Behavior in Fashion. UK: Pearson/Prentice Hall.

Stern, H. (1962). The significance of impulse buying today, *Journal of Marketing, 26*(2), 59–62. doi:10.2307/1248439

Strahilevitz, M. ve Myers, J. G. (1998). Donations to charity as purchase incentives: How well they work may depend on what you are trying to sell. *Journal of Consumer Research, 24*(4), 434–446. doi: 10.1086/209519

Thoits, P. (1992). Identity structures and psychological well-being: Gender and marital status comparisons. *Social Psychology Quarterly, 55,* 236–256. doi: 10.2307/2786794

Tifferet, S. ve Herstein, R. (2012). Gender differences in brand commitment, impulse buying, and hedonic consumption. *Journal of Product & Brand* Management, *21*(3), 176-182. doi: 10.1108/10610421211228793

Tokgöz, E. (2019). Hedonik ve faydacı tüketimin dürtüsel ve kompulsif satın alma üzerinde etkisi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (35), 93-108. doi: 10.30794/pausbed.402715

TUİK (2022). İstatistiklerle Kadın 2022. 01 Nisan 2023 222222inde https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=%C4%B0statistiklerle-Kad%C4%B1n-2022-49668&dil=1 adresinden erişilmiştir.

TUİK (2022). İstatistiklerle Çocuk 2022. 01 Nisan 2023 tarihinde https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Cocuk-2022-49674 adresinden erişilmiştir.

Verplanken, B., Herabadi, A. G., Perry, J. A. ve Silvera, D. H (2005). Consumer style and health: The role of impulsive buying in unhealthy eating. *Psychology and Health, 20,* 429–441. doi: 10.1080/08870440412331337084

Voss, K. E., Spangenberg, E. R. ve Grohmann, B. (2003). Measuring the hedonic and utilitarian dimensions of consumer attitude. *Journal of Marketing Research, 40*(3), 310–320. doi: 10.1509/jmkr.40.3.310.19238

Wood, M. (1998). Socio-economic Status, Delay of Gratification, and Impulse Buying. *Journal of Economic Psychology*, 19(3), 295–320. doi: 10.1016/S0167-4870(98)00009-9

Yang, D., Huang, K. C. ve Feng, X. (2011). A Study of the factors that affect the impulsive cosmetics buying of female consumers in Kaohsiung, International *Journal of Business and Social Science*, 2(24), 275-282. Erişim adresi: http://ijbssnet.com/journals/Vol_2_No_24_Special_Issue_December_2011/30.pdf

Wu, J. ve Holsapple, C. (2014). Imaginal and emotional experiences in pleasure-oriented IT usage: A hedonic consumption perspective, *Information & Management, 51,* 80–92. doi: 10.1016/j.im.2013.09.003

Extended Abstract

Purpose

The main research question guiding this research is: "What are the main purchasing motivations of mothers in their shopping in the mother-child category, and do these motivations affect their (hedonic/utilitarian) impulse buying behavior?" can be expressed as depending on the determined research question, the main purpose of the research is to determine the purchasing motivations of mothers in the context of hedonic and utilitarian purchasing motivation in their shopping for the mother-child category and to determine the effect of these motivations on their unplanned purchases. However, the other sub-purpose of the study is to reveal whether mothers' hedonic and utilitarian purchasing motivation and their unplanned purchases differ according to socio-demographic characteristics.

Design and Methodology

A quantitive research with a descriptive design was designed to achieve the research aim and provide an answer to the research question. The study utilized the 11-item hedonic shopping value scale and the 4-item utilitarian shopping value scale, which were developed by Babin et al. (1994) and revised by Jones et al. (2006), respectively, to determine mothers' hedonic and utilitarian purchase motivations. The statements on the scales were adapted to be relevant to mothers' shopping behaviors in the mother-child category. Additionally, 8 statements from the impulse buying scale developed by Rook and Fisher (1995) were used to assess impulse buying behavior. The collected data was measured on a 5-point Likert scale (1=Strongly Disagree, 2=Disagree, 3=Neutral, 4=Agree, 5=Strongly Agree).

Firstly, a pilot application was conducted with a group of 20 people and necessary adjustments were made to the survey form before starting the research. The research population consisted of mothers who use social media. Surveys were shared in mother groups on social media, and 321 mothers who answered all the questions constituted the sample of the study. Generalizing the research results to all mothers would be incorrect, but it is considered important in terms of providing an idea about mothers' shopping behaviors in the mother-child category, which has not been previously researched in the literature.

The data obtained from the sample was subjected to descriptive statistical analyses, factor analysis, regression analysis, t-test, and ANOVA test using the SPSS software package.

Findings

It has been revealed that hedonic motivation in shopping for children differs according to age and number of children. In addition, hedonic motivation has been found to have a higher average among young people, those whose youngest child is less than 3 years old. It is not surprising that the young population, who are less worried about the future than other age groups, focus more on hedonic satisfaction and pleasure, rather than the benefit to be obtained in their shopping preferences.

The fact that those with the youngest child under the age of three do their shopping in line with their hedonic motivations show that parents with children at this age may be more emotional and therefore act under the control of their emotions. No statistically significant difference was found in hedonic motivation according to education, number of children and working status. It was revealed that utilitarian motivation did not show a statistically significant difference in any of the mother groups. The fact that there is no difference in the shopping motivations of the mothers according to their educational status indicates that all mothers have similar feelings regardless of their educational status. This shows that the maternal instinct is superior to other external factors and is more dominant than them. Another striking result of the study is that impulse buying behavior differs significantly according to age and working status. It has been determined that the average of instant shopping has a lower average in the over 40 age group than in all other age groups.

The desire to live in a planned way, to act systematically, to plan the future and to act by thinking, which increases with age, showed itself in this study as well. One of the results of the current study is that non-working mothers have a lower mean of impulse buying behaviour than working mothers. The fact that unemployed mothers have opportunities to do research for shopping may lead them to planned shopping, not instantaneous. The non-working mother may want to think about the home economy and avoid impulse purchases and shop with more utilitarian motivations.

According to the results of the regression analysis examining the effect of hedonic and utilitarian buying motivations on impulse buying behavior, it was seen that hedonic buying motivation had a significant and positive effect on impulse buying behavior, while utilitarian purchasing motivation had a significant and negative effect. While those who tend to shop with the effect of the pleasure they will experience during shopping, make a decision at that moment and tend to buy, while consumers who focus on the utilitarian aspect of shopping think in more detail and prolong the decision-making process

Research Limitations

One of the main limitations of this research is the sample range. The survey was conducted online among mothers who are members of social media groups related to motherhood. For further research, this sample should be expanded.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

It is considered that the results of the research will make a theoretical contribution to the literature and fill an important gap, as it examines the purchasing motivations of mothers, a consumer group for which there is not much theoretical research. It sheds light on future studies aiming to determine the shopping motivations of mother shoppers. Managers should be aware that mothers with relatively younger and have younger children seem to act with hedonic motivation while shopping for their children. The research revealed that only hedonic motivation has a direct effect on impulse buying behavior, indicating that managers in the mother-child sector can achieve higher profits by providing environments where younger, smaller children who shop with hedonic motivation.

Originality/Value

The limitations of studies on the shopping behaviors of mother shoppers, who carry out shopping for babies and children, who have a significant demographic power in Turkey and in the world, draw attention in the national and international literature. It is believed that this study will fill the gap in the literature and provide a new perspective to the experts of the subject.

Araştırmacı Katkısı: Nur ÖZER CANARSLAN (%50), Canan YILMAZ UZ (%50).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Sosyal Bilimlerin Odağındaki Bir Konu Olan Sosyalleşmenin Disiplinlerarası Doğasının İncelenmesi [1]

Sezgin ELBAY [2]

Başvuru Tarihi: 11.03.2023 **Kabul Tarihi:** 04.09.2023 **Makale Türü:** Derleme

Öz

Sosyalleşme bir bireyin toplumun kültürünü edinme sürecidir. Bu amaçla toplum, bireyi kendi değer, amaç, inanç ve idealleri doğrultusunda biçimlendirmektedir. Bu biçimlenme sonucunda birey toplumsal bir varlık olmaktadır. Başka bir anlatımla birey, zihinsel ve duygusal olarak belli bir dönüşüme uğramakta ve bu dönüşüm de kültürün istediği yönde olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak her kültür, kendi sosyalleşme sürecini (sosyal ilişki ile pratikler) bireylere eğitim aracılığıyla kazandırmaktadır. Bireylerin sosyal ilişki ve pratikleri Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler gibi disiplinlerarası dersler aracılığıyla geliştirilmeye çalışılmaktadır. Bu derslerin yapı ve amaçları incelendiğinde, derslerin sosyalleşme olgusunu işlediği görülmektedir. Buna rağmen sosyalleşmenin disiplinlerarası doğasını konu alan çalışmaların az olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmalarda sosyalleşmenin bir ders bağlamında disiplinlerarası yapısı vurgulanmış olmasına rağmen sosyalleşme, disiplinlerarası desenler bağlamında incelenmemiş ve sosyalleşmeye ilişkin örnek ünite/ler tasarlanmamıştır. Bu nedenle çalışmanın amacı alanyazın bağlamında sosyalleşmeyi, disiplinlerarası desenler bağlamında inceleyerek sosyalleşmeye ilişkin örnek bir ünite tasarısı sunmaktır. Bunun için çeşitli yazılı dokümanlar incelenmiştir. Yapılan incelemelerde, sosyalleşme ile bu kavramın odağındaki konuların (örneğin deprem gibi) disiplinlerarası öğretime uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuca dayanarak sosyalleşmenin disiplinlerarası standartları karşılayan, bütünsel bir yapısının olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Bilim, Sosyalleşme, Disiplinlerarası Dersler, Disiplinlerarası Yaklaşım, Çok Disiplinli Yaklaşım, Disiplinler Ötesi Yaklaşım*

Atıf: Elbay, S. (2023). Sosyal bilimlerin odağındaki bir konu olan sosyalleşmenin disiplinlerarası doğasının incelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 943-968.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Milli Eğitim Bakanlığı, **sezgin_elbay@hotmail.com,** ORCID: 0000-0002-0601-8063

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Investigation of the Interdisciplinary Nature of Socialization, a Subject at the Focus of Social Sciences

Sezgin ELBAY [3]

Submitted by: 11.03.2023 **Accepted by:** 04.09.2023 **Article Type:** Review

Abstract

Socialization is the process by which an individual acquires the culture of the society. For this purpose, society transforms the individual in line with its own values, goals, beliefs and ideals. As a result of this transformation, the individual becomes a social being. In other words, the individual undergoes a certain transformation mentally and emotionally, and this transformation takes place in the direction that the culture wants. As a result, each culture imparts its own socialization process (social relations and practices) to individuals through education. The social relations and practices of individuals are tried to be developed through interdisciplinary courses such as Life Science and Social Studies. When the structure and purposes of these courses are examined, it is seen that the courses deal with the phenomenon of socialization. Despite this, it was determined that there were few studies on the interdisciplinary nature of socialization. Although the interdisciplinary structure of socialization is emphasized in the context of a course in these studies, socialization is not examined in the context of interdisciplinary patterns and sample units/s related to socialization are not designed. For this reason, the aim of the study is to examine socialization in the context of interdisciplinary patterns in the context of literature and to design an exemplary unit on socialization. For this, various written documents were examined. In the investigations, it was concluded that socialization and the subjects at the focus of this concept (such as earthquakes) were suitable for interdisciplinary teaching.

Keywords: *Social Science, Socialization, Interdisciplinary Courses, Interdisciplinary Approach, Multidisciplinary Approach, Transdisciplinary Approach*

[3] Ministry of National Education, **sezgin_elbay@hotmail.com,** ORCID: 0000-0002-0601-8063

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Sosyalleşme bir bireyin toplumun kültürünü edinme sürecidir. Bu amaçla toplum, bireyi kendi değer, amaç, inanç ve idealleri vb. doğrultusunda dönüştürmektedir. Bu dönüşümden önce birey biyolojik bir varlık olarak hayatını sürdürmektedir. Başka bir anlatımla birey, doğuştan gelen içgüdüsel ve refleksif hareketleri döngüsel bir şekilde tekrarlamaktadır. Çünkü bireyde henüz sosyo çevresel bilinç oluşmadığı için birey sosyal çevreden ayrışmış devresel tepkiler sergilemektedir. Sosyal çevre hakkında farkındalığı ilk önce ailede kazanan birey, giderek daha geniş bir çevrede tutum ve davranış seti geliştirmeye başlamaktadır (Bronfenbrenner, 1979). Bu nedenle ilk sosyalleştirici kurum ailedir. Ancak aile yapısal olmayan ilişki ağlarıyla toplumun kültürünü gelişigüzel bir şekilde bireye kazandırabilir. Öte yandan toplumun devamı için kasıtlı (belirlenmiş hedefler doğrultusunda planlı ve düzenlenmiş) kültürlemeye gereksinim duyulmaktadır. Kasıtlı kültürleme yoluyla, "istenilen" bilgi, beceri ve değerler bireylere kazandırılabilir. Bu şekilde her bir kültür öğesi, belli bir filtreden geçirildikten sonra sosyal ilişkilerdeki alışverişlere açık hale gelebilir. İlişkilerdeki sosyal sözcüğüne atıf da sosyal ilişkilerin kültürel norm ve değerlere göre tasarımlanan doğasınadır. Filtrelenmiş bu kültürel öğeler, "bağımsız birer ölçü normu" olarak sosyal dokunun ölçütü olmaya "hak kazanmak"tadır. Burada sosyal ilişkilerdeki ölçünün nasıl belirlendiği sorusu akla gelebilir.

Birincil ve ikincil sosyalleştirici kurumlar sosyal ilişkileri belli değerler üzerine temellendirmektedir. Bu değerler -iyi, güzel, kötü, ahlaksız gibi- nasıl biçimlenirse, birey de o şekilde vaziyet almaktadır. Kavramların içlerini değer yargıları ile dolduran ise o toplumun yaşam deneyimleridir (Durkheim, 2016). Kültür, kimi değerleri öne çıkarırken, kimilerini arka planda bırakmakta, kimilerini ise kötülemektedir. Birey bu değerlerle düşünme ve duygulanmaya sosyalleşme sürecinden geçerek başlamaktadır. Her duygu doğuştan transfer edilen kalıtsal mirasa dayalı olsa da, bu duygulara pratik değerini veren, içinde yaşanılan toplumdur. Bu bağlamda toplum, kendi değerlerini bireylere aktarmaktadır. Bu örtük ya da açık bir şekilde gerçekleşmektedir. Bu anlamda her kültürleme faaliyeti bir sosyalleşme sürecine dayanmaktadır. Kültürlemenin esas fonksiyonu, bireyin toplumun değer ve normlarına göre yaşamasını sağlamaktır. Yani birey, zihinsel ve duygusal olarak belli bir dönüşüme uğramakta ve bu dönüşüm de kültürün istediği yönde olmaktadır. Bunun bir sonucu olarak her kültür, kendi sosyalleşme sürecini (sosyal ilişki ve pratiklerini) bireylere eğitim aracılığıyla kazandırmaktadır (Elbay, 2021).

Temel eğitimde bireylerin sosyal ilişki ve pratikleri Hayat Bilgisi ve Sosyal Bilgiler gibi disiplinlerarası dersler aracılığıyla geliştirilmeye çalışılmaktadır (Kaya, 2018). Çünkü sosyalleşme sürecinin bütüncül ile tematik olarak algılamaya dayalı olması ve temel eğitimdeki bireylerin hayatı bütüncül olarak algılama eğilimleri sosyalleşme sürecinin disiplinlerarası dersler aracılığıyla gerçekleştirilmesini sağlamıştır. Bu bağlamda sosyal ilişki ağlarında kaza olgusu ile karşılaşan bir birey, bu kazaların çok boyutlu doğasını Sosyal Bilgiler dersi aracılığıyla kavramaya çalışmaktadır. Kazanın ekonomik açından maliyeti (ekonomi disiplini), bireylerin ruh sağlıklarına etkileri (psikoloji disiplini), hukuki boyutu (hukuk disiplini), kaza sonucunda toplumun tepkisi (sosyoloji disiplini), aynı yerlerdeki kazaların tarihçesi (tarih disiplini) gibi farklı disiplin alanlarında değerlendirilir. Anlaşılacağı üzere birey kazaların sosyal ilişki ve pratiklere yansımalarını disiplinlerarası açıdan değerlendirmeye çalışmaktadır. Bu açıdan bakıldığında birey vekil bir tecrübe ile sosyalleşme sürecinden geçerek belirli olay ve/ya olguları disiplinlerarası bakış açısıyla irdelemeye teşvik edilmektedir.

İlgili alanyazın incelendiğinde sosyalleşme süreciyle bağlantılı olarak birçok çalışma ve araştırmanın yürütüldüğü saptanmıştır. Bunların çoğunda sosyalleşme sürecinin kesintiye uğraması neticesinde meydana gelen olumsuz etkiler incelenmiştir (Dangerfield, 2020; Dossey, 2020; Elbay, 2021; Kıral ve Mavruk, 2019; Puurunen ve diğerleri, 2020; Zhu ve diğerleri, 2021). Bazı çalışmalarda araştırmacılar sosyalleşme ajanlarını incelemişlerdir (Genner ve Süss, 2017; Kochanska ve diğerleri, 2019; Lunkenheimer ve diğerleri, 2020; Wang ve diğerleri, 2020). Elbay (2022), Kaya ve Öner (2017) ise sosyalleşme sürecini sosyal bilgiler eğitiminin var

oluş gerekçesiyle ele almışlardır. Ancak sosyalleşme sürecinin disiplinlerarası doğasına dönük çalışma ve araştırmalara rastlanmamıştır. Oysaki bu bağlamda yürütülecek bir çalışma ile sosyalleşme sürecinin farklı disiplinlere yansıyan yapısı ortaya konabilir ve bu sayede sosyalleşme sürecinin çok boyutluluğu açığa çıkartılabilir. Bu da sosyalleşme sürecinin çeşitli kavramlar temelinde ortak bir tema altında toplanma/bütünleştirilmesini sağlayabilir. Bu çerçevede çalışmanın amacı alanyazın bağlamında sosyalleşmenin disiplinlerarası doğasını incelemektir.

Yöntem

Çalışmada, alanyazın bağlamında sosyalleşmenin disiplinlerarası doğasının incelenmesi amaçlanmış ve bu konuda çalışma yapan araştırmacılarda farkındalık oluşturmak hedeflenmiştir. Bu amaca ulaşmak için çeşitli yazılı dokümanlar -özellikle birinci elden kaynaklar- (disiplinlerarası desen ve sosyalleşme konulu makale ile kitaplar) incelenmiştir. Bunun için öncelikle sosyalleşme özlü bir şekilde açıklanmış, sosyalleşmeyi okul öğrenmeleri bağlamında ele aldığı için John Dewey'in sosyalleşme vurgusu incelenmiş; ardından belli başlı disiplinlerarası desenler incelenerek, disiplinlerarası açıdan sosyalleşmeye ilişkin mini bir ünite desenlenmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda çalışma için etik kurul onayı gerektirmemektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sosyalleşme

Sosyalleşme, bireylerin bir kültürün üyeleri olmaları için gerekli değer, davranış ve motivasyonları edindiği gelişimsel süreçler olarak tanımlanmaktadır (Morawski, 2014). Sosyalleşme terimi, hem sosyal bilim hem de sıradan konuşmalarda düzenli olarak kullanılan yaygın ve açıkça anlaşılan bir terim olsa da, sosyalleşmenin tarihi karmaşıktır. Sosyalleşme, 19. yüzyılda toplumsal faaliyet veya projelere atıfta bulunmak için kullanılmış; ancak 20. yüzyılın başlarında bireyin içinde meydana gelen psikolojik süreçleri tanımlayan bir terim olarak kullanılmaya başlanmıştır. 21. yüzyılla birlikte sosyalleşme, anlamın mimarisi, disiplinlerarası kuram oluşturma ve birey/toplum ikiliğinin kuramsal çözümü dâhil olmak üzere modern sosyal bilimin konu ve sorunlarını barındıran bir kavram olmuştur (Morawski ve Martin, 2011). Bu bağlamda geniş kavramsal bir kategori olarak sosyalleşme, sıradan söyleme girmiş ve pratik meseleleri açıklamak ile yönetmek için düzenli olarak uygulanmış; eğitim, aile (ebeveynlik) ve siyasi meselelerde etkili olmuştur (Morawski, 2014). Bunlar aynı zamanda çeşitli sosyalleştirme araçlarını oluşturmuştur.

En temel sosyalleşme araçlarından birinin aile olduğu söylenebilir; çünkü en yakın ilişkilerin yaşandığı ortam aile ortamıdır (Cüceloğlu, 2018). Bu bağlamda, tüm ebeveynlerin (örneğin büyükanne/büyükbaba ile kardeşler), bebek ve küçük çocuklara, önemli gördükleri değer, davranış, beceri ve tutumları aktardıkları söylenebilir (Zimbardo, 1988). Ancak çocuklar büyüdükçe ve aile dışındaki çevre ile daha yoğun etkileşime girdikçe, diğerleri, sosyalleşme sürecinde önemli roller oynamaya başlayabilirler. Bunlar: kitle iletişim araçları (medya ve internet ortamları gibi), dostluklar, hukuk, ibadethaneler ve okul gibi kurumlardır. Diğer bir deyişle çocuğun ekolojik çevresi (yakın ve uzak çevre) ile kurduğu ilişkiler, çocuğun psiko-sosyal gelişimini çeşitli şekillerde etkileyebilir (Bronfenbrenner, 1979).

Çocuğun psiko-sosyal çevresini etkileyen etmenlerden biri olarak beyin, psiko-sosyal ortamın etkisiyle meydana gelen aktivite düzeyine göre stres tepkisi oluşturmak için vücuda sinyaller göndermektedir (Aneshensel, 2009). Bu çerçevede psiko-sosyal sağlığı etkileyen faktörlerin düzeyler açısından anlaşılmasında fayda bulunmaktadır. Bu düzeyler, en yakın ilişkilerin kurulduğu düzeyden en genişine kadar mekân temelli sosyalleşmeye göre kategorize edilmektedir. Mekân, Arapça "kevn" sözcüğünden türemiş bir kavramdır. Kevn ise var olmak/meydana gelmek demektir (Hançerlioğlu, 1976). Bu anlamda mekân; ekonomik, sosyal ve kültürel süreçlerin şekillendirilmiş hali olarak tanımlanmaktadır (Gürsel, 1992). Ancak belirli bir coğrafi yerin

mekâna dönüşmesi, mekânın içinde insan ilişkilerinin varlığına bağlıdır (Moles, 1992). Bu bağlamda mekân, içinde yaşayanlar tarafından algılanan ve değerlendirilen düzlem anlamına gelmektedir (Kefeli, 2009). Yani insan ilişkileri belirli bir mekân içerisinde gerçekleşmekte ve insanların hayata bakışları bu şekilde şekillenmektedir. Bu durum, insan ilişkilerinin belirli bir mekân içerisinde gelişirken, mekânın benliği etkilediğini göstermektedir. Ancak mekân temelli insan ilişkileri yeterince gelişemediğinde psiko-sosyal gelişim bu durumdan olumsuz etkilenebilmektedir Bu bağlamda birtakım sosyal beceri (empati, girişimcilik, iletişim, işbirliği, karar verme, mekanı algılama, sosyal katılım) ve değerlere (adalet, aile birliğine önem verme, barış, dayanışma, duyarlık, dürüstlük, eşitlik, özgürlük, saygı, sevgi, sorumluluk, vatanseverlik, yardımseverlik) ihtiyaç olmaktadır (Elbay, 2022).

Özetle sosyalleşme, toplum kesimlerini birbirine yakınlaştırma ve bu sayede kaynaştırmayı amaçlamaktadır. Bununla birlikte sosyalleşmeye ilişkin çeşitli eleştiriler de bulunmaktadır. Bunlardan bir tanesi zorunlu sosyalleştirmeye yönelik olanıdır. Zorunlu sosyalleştirme "cezaevleri, akıl hastaneleri, askeri birlikler ve bazı yatılı okullar" gibi kurumlarda gerçekleşebilir. Bu gibi sosyobağlamsal mekânlar; zorlama ve baskıyla, kurumun norm, değer ve geleneklerine uygun tutum ile davranış seti geliştirmede bireyleri yeniden sosyalleştirmek için kullanılabilir. Cezaevleri ve psikiyatri kliniklerinde bu süreç sağaltım çalışmaları olarak çerçevelendirilebilir. Orduda ise zorunlu sosyalleştirmeyle, bireyler adına tamamen yeni bir kimlik inşa etmek amaçlanabilir. İkinci olarak hâkim kültürel norm, değer, varsayım ve inançlar sosyalleşme sürecine rehberlik ettiğinde, bu durum tarafsızlığı ihmal edebilir ve sosyalleşme, eşitsizlik ve sosyal adaletsizliğe yol açan önyargıları yeniden üretebilir (https://www.thoughtco.com/socialization-in-sociology-4104466).

John Dewey'in Sosyalleşme Vurgusu

Dewey'in sosyalleşmeye dönük düşüncelerinin temelini Darwin'in evrim kuramı (türlerin kökeni) oluşturmaktadır. Çünkü Dewey, temelde Darwin'in evrim kuramının toplumsal hayatı da içerdiğini düşünmektedir (Çelik ve Küçükyıldırım, 2022). Darwin, evrim kuramında canlıların doğal bir değişim (eleme ve ayakta kalma) sonucunda çevrelerine uyum sağladıklarını; uyum sağlayamayanların yok olduğunu ileri sürmüştür. Dahası evrim kuramı değişim üzerine kurulu organizmanın çevre tarafından aktif müdahale olmadan tedrici bir şekilde dönüştüğünü varsaymaktadır. Buna paralel olarak Dewey de kendi felsefi paradigması (dünya görüşü) olan Pragmatizm (yararcılık) de bireylerin sosyal hayata uyum sağlama pratiklerini ortaya çıkarmak istemiştir (Bilgiç, 2016). Bu bağlamda değişim ve yeniliği Pragmatik felsefesinin anahtar kavramları olarak önermiştir (Hickman ve diğerleri, 2009). Değişim ve yeniliği Platon, Aristoteles, Thomas Aquinas ve Hegel de vurgulamış olmasına rağmen onlar temelde değişmeyen temel bir yapı, form öngördükleri için Dewey'den ayrılmaktadırlar.

Dewey'e göre sosyal ortamın karmaşık doğası insan aklını zorladığı ölçüde değişim ve yenilik süreklilik arz eden bir şekilde gerçekleşmekte; bu süreçte sosyalleşme yaşanmaktadır. Bu nedenle sosyalleşme bireyin sosyal hayata uyum sağlaması anlamına gelmektedir. Bununla birlikte her toplumun bireylerden beklentileri farklı olduğu için sosyalleşme süreçleri toplumdan topluma farklılık göstermektedir. Ayrıca sosyalleşme sürecinin yaşanması için düşünme yollarının bireye öğretilmesi gerekmektedir. Bu sayede birey karmaşık toplumun ilişki ağını aktif bir zihin yapılanması ile kavrayabilir. Ardından zihin karşıt kavramları uzlaştıran belli bir uyum pratiği inşa edebilir. Bu süreçte birey anlamı, bilginin uygulayıcısı olarak diğerleri ile ilişkileri sonucunda yapılandırmaktadır. Anlam toplumdan; yani sosyalleşme sürecinden bağımsız oluşmamaktadır. Bu sayede toplumsal sorunlar da irdelenebilir. Dewey, toplumsal sorunları genel olarak eğitim bağlamında irdelemiştir (Dewey, 1996).

Toplumdaki sorunların okul ortamına getirilerek sınıfta çözülmeye çalışılması sosyalleşme sürecini gerektirmektedir. Çünkü diğerlerinin bakış açısını öğrenen öğrenci, kendi bakış açısını düzenlemekte,

gerekirse değiştirmektedir. Dewey, bu anlamda uygulamalı bir eğitim öngörmüştür. Kültürel olarak çözülmesi gereken sorunlar sınırlandırılarak, öğrenene indirgenerek, okul toplumunun alanına girmelidir. Ona göre sorun nerede başlarsa, çözümü de aynı alanda olmalıdır. Buna uygulayıcı olan öğretmenlerin entelektüel vizyon ve birikimleri ile araştırma yapıp, hipotezlerini bizzat test edip, sonuçlarını değerlendirmeleri örnek olarak verilebilir. Bunu da toplumsal fayda ve demokrat vatandaş yetiştirme amacıyla yapmalıdırlar (Dewey, 1996). Yani Dewey, sosyalleşme sürecini, değişim ve yenilik bağlamında demokratik karaktere sahip, özerk bireyler yetiştirmek olarak değerlendirmektedir. Demokratik eğitim, toplumun tüm bireylerini, özgül farklılıklarına rağmen ortak değerler etrafında birleştirmeye yaramaktadır. Dewey için ortak değerlerin uygulama yönü ön plandadır. Bu değerler hayatın içinde bir anlam bulduğu sürece toplumun geneli için geçerli olmakta ve toplumu iyileştirici olma özelliği kazanmaktadır (Dewey, 1997). Bu bağlamda Dewey, demokrasi temelli sosyalleşme süreci ile ilgili şunları belirtmektedir:

"Bağımsız ve kendine güvenen bireylere özgü bir demokrasinin gerçekleşmesinde resmi okulların büyük hizmetlerinden söz ettikleri halde 'okulların özyönetimine' karşı alaycı ve sert bir tutum takınan pek çok kimse bulunmaktadır. Bu gibi yaklaşımlarla kendi ve birbirlerini yönetmeyi öğrenen çocuklar değil; ancak onları egemenlikleri altına alacak efendiler yetiştirilir. Çocukluk dönemindeki bu yaygın uygulamanın, yurttaşların politik buyurucuların keyiflerine göre yönetildiği bir yetişkinler toplumu için hoşa gitmez bir ortamın temeli olabileceği unutulmamalıdır (Dewey, 1995, s. 10)."

Dewey'e göre eğitim, demokrasinin temel karakteri olan özgürlüğü kendi içinde yaşayarak gerçekleştirecek bir araçtır. Bu durum yaşam boyu devam eden bir süreç olan ve yaşamın bizzat kendisi olan bir sosyalleşme sürecidir. Bunun aksine laboratuvar koşullarında kuramsal zemini oluşturulan birtakım öğretim ilke ile yöntemleri ve de kuramlarının, sınıf ile okul bağlamına transfer edilirken, bağlamdan kopuk olduğu için, uygulanması zor olabilir. Ancak birey demokratik katılım ile aynı zamanda uygulayıcı olarak problemleri bilimsel süreç becerilerini kullanarak çözmelidir. Çünkü hazır sunulan reçetelendirilmiş önerileri, okul sorunlarını çözmek için kullanmak güç olabilir. Bu nedenle eğitimcilerin iyi birer entelektüel işçi olmaları ve "izm"lere kapılmamaları gerekmektedir.

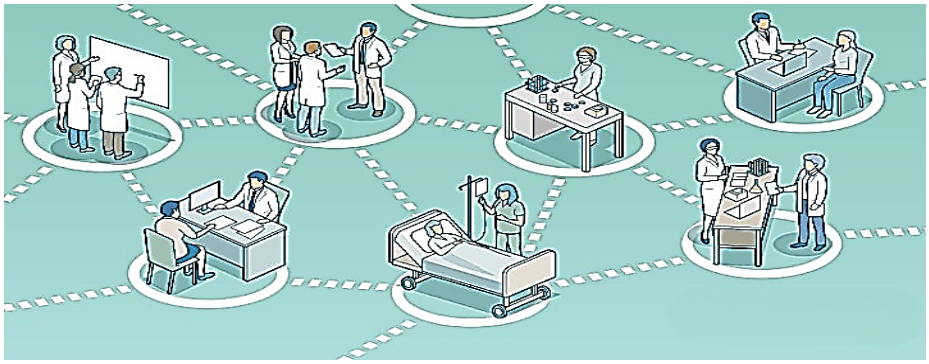
Özetle Dewey eğitimde birtakım "izmlerin" belli bir kalıp yargı oluşturması nedeniyle, bunlara karşıdır. Bireyin özgürlüğe eğitim vasıtasıyla vardırılabileceğini kabul etmektedir. Bu nedenle sosyalleşmenin odağında değişim, eğitimde yenilik ve reform anlayışı bulunmaktadır. Bu da, bireyi demokrat bir karaktere kavuşturma idealiyle örtüşmektedir.

Belli Başlı Disiplinlerarası Desenler

Disiplinlerarası öğretimin geniş ve yaygın olarak kullanılan bir tanımı Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (Organisation for Economic Cooperation and Development [OECD]) tarafından yapılmıştır. Buna göre disiplinlerarası öğretim, "iki veya daha çok farklı disiplin arasındaki etkileşimdir. Etkileşim, fikirlerin basit bir şekilde iletilmesinden oldukça geniş bir alanda disiplinlerin kavramları, yaklaşımı, iş-işlem basamakları, epistemolojisi, terminolojisi, verileri ve organizasyonunun karşılıklı bütünleştirilmesine kadar değişebilir" (OECD, 1972, s. 25). Bu, çok disiplinli öğretimin tanımından biraz farklıdır. Çünkü çok disiplinli öğretim, "çeşitli disiplinlerin yan yana getirilmesi ile oluşmaktadır. Bazen disiplinlerin aralarında belirgin bir benzerlik yoktur ve disiplinlerarası öğretim, bir dizi disiplin için ortak bir öneriler seti kurmak demektir" (OECD, 1972, s. 25). Dolayısıyla disiplinlerarası öğretim simetrik bir bütünleşme ve etkileşimi öngörmektedir. Bu yaygın tanıma rağmen disiplinlerarası öğretimi iki veya daha fazla disiplinin simetrik veya asimetrik bütünleşmesi olarak tanımlayanlar da bulunmaktadır (Barry ve Born, 2013). Bu bağlamda çok disiplinli ve disiplinlerarası

öğretimi, birbirini dışlayan tipolojiler olmaktan çok genellikle bir süreklilik üzerindeki noktalar olarak düşünme eğilimi de vardır (Huutoniemi ve diğerleri, 2010).

Bu bağlamda örnek bir durum üzerinde çok disiplinli yaklaşım Şekil 1'de gösterilmektedir.



Şekil 1. Çok Disiplinli Açıdan Hasta Bakım Hizmeti (https://www.foxchase.org/blog/multidisciplinary-cancer-care-what-it-means-and-why-it-matters)

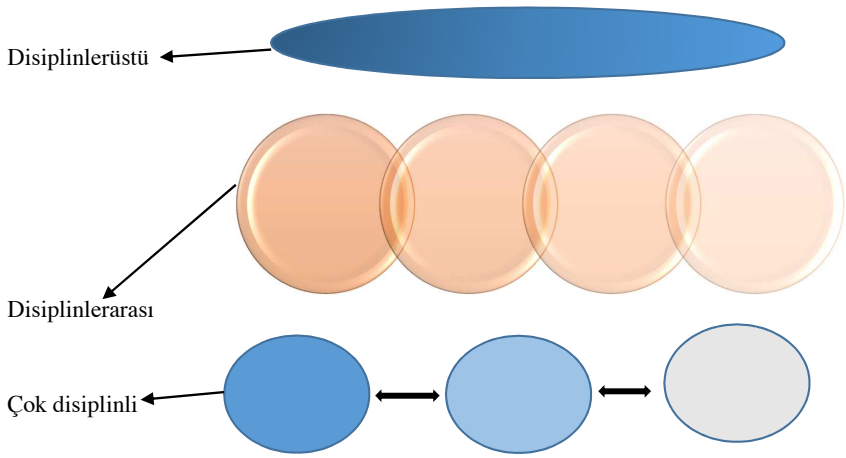
Şekil 1 incelendiğinde çok disiplinli bakımın tedavi açısından kullanıldığı görülmektedir. Hastanın bakımına tek bir hekim tarafından karar verilmesi yerine çok disiplinli yaklaşım, bir grup uzman ve sağlık profesyonelini içeren bir ekip modeli (çeşitli disiplinlerden hekimler: cerrahi, medikal ve radyasyon onkologları, tanısal görüntüleme uzmanları ve patologlar; diğer sağlık profesyonelleri: hemşireler, hemşire rehberleri, genetik danışmanlar, sosyal hizmet uzmanları, fizyoterapistler ve hastane eczacıları) sunmaktadır. Böylece herkes elindeki veri ve bulguları paylaşmakta ve bu doğrultuda hastaya en iyi bakım hizmetini vermeye çalışmaktadır. Bu durum kolaylıkla okul öğrenmelerine uyarlanabilir. Örneğin Türklerin Orta Asya içlerinden Anadolu ve Mezopotamya bölgelerine göç etme nedenleri sağlık açısından incelendiğinde salgın hastalıklar; coğrafi açıdan incelendiğinde hayvanlara yeni otlaklar bulma isteği; psikolojik açıdan incelendiğinde Çinlerin baskı ve şiddet davranışlarının kaygı duygularını doğurması; sosyopolitik ve hukuki açıdan incelendiğinde Kurultay'ın (meclis) göç kararını alıp bunu Kağan (devlet başkanı) ve Hatun'un (Kağan'ın eşi) onaylaması; tarihi açıdan incelendiğinde geçmiş boyunca göçlerin benzer güzergâh boyunca yaşanması gibi çeşitli sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Tüm bu bilgiler bir arada göç olgusunun anlaşılmasında kullanılabilir. İki örnek incelendiğinde, diğer bilim alanlarından gelen görüşlerle desteklenen bir disiplin görüşünün baskın olduğu görülmektedir. Ancak bu bilgilerin bütünleştirilmesi için disiplinlerarası yaklaşımı kullanmak gerekmektedir (Drake ve Burns, 2004).

Şekil 2. Disiplinlerarası Yaklaşım (https://www.surrey.ac.uk/news/10-tips-developing-interdisciplinary-researchers)

Şekil 2 incelendiğinde farklı alanların birbirine puzzle gibi bağlanması sonucunda oluşacak bütünlük görülmektedir. Sonuçta bu durum bütünsel bir resim ortaya çıkaracaktır. Buna antropoloji, siyaset bilimi, sosyoloji, kültür, tarih, güzel sanatlar ve coğrafya gibi disiplinlerin bütünleştirilmesinden ortaya çıkan kültürel coğrafya alanı örnek olarak verilebilir. Kültürel coğrafya; insanların kültürel değer, uygulama, söylemsel ile maddi ifade ve eserlerini, toplumun kültürel çeşitliliği ile çoğulculuğunu, kültürlerin mekâna nasıl dağıldığı, yer ve kimliklerin nasıl üretildiği, insanların onları nasıl anlamlandırdığını incelemektedir (Castree ve diğerleri, 2013). Bu bağlamda, kültürel coğrafya aracılığıyla farklı sosyal grupların kültürel politikalarını engellilik, etnik köken, cinsiyet, ırk, cinsellik gibi konularla ve ötekileştirme, sömürgecilik, emperyalizm, milliyetçilik ve dinsel süreç ile pratiklerin farklı yerlerdeki insanların yaşamlarını nasıl şekillendirdiği ve aidiyet ile dışlanma duygularını besleyen bağlamlar incelenmiştir (Tolia-Kelly, 2012). Diğer yandan ise kültürün sanat, fotoğraf, müzik, film ve kitle iletişim araçları gibi temsiller ile moda, yemek, miras ve anıt/müzeler gibi maddi kültürlerin yanı sıra bilgi yaratma pratikleri aracılığıyla nasıl yansıtıldığı ile aracılık edildiği konu edilmiştir (Castree ve diğerleri, 2013). Örnekten eşit ağırlıklara sahip birçok disiplin görüşünün bütünleştirildiği anlaşılmaktadır.

Çok disiplinli ve disiplinlerarası öğretim tasarımlarının yanı sıra özellikle son yıllarda disiplinler üstü öğretim tasarımlarının da geliştirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Bu nedende disiplinler üstü yaklaşıma da kısaca değinmekte yarar olduğu düşünülmektedir. Öz olarak disiplinler üstü yaklaşım, birden çok disiplinin sınırlarını kaldırarak hiçbir disiplinin tek başına üretimi olmayan yeni bir alan yaratma ve buna uygun ortak kavramsal çerçeve sağlamak demektir. Bu sayede tüm disiplinlerin eklemlenmesi ile yeni bir bakış açısı ve alana çıkış sağlanmaktadır (Wolf, 1982, s. 19). Bunu ilk olarak ortaya atan 1970 yılında İsviçreli Gelişim Psikoloğu Jean Piaget olmuştur. O, kavramsal ilişkileri disiplinler arasında kesin sınırlar olmaksızın bütün bir sistem içine yerleştirmiştir (Piaget, 1972, s. 138). Dolayısı ile Piaget "disiplinlerin ötesinde bir bilgi alanı olasılığını düşünmekle" (Nicolescu, 2008, s. 1) ilgilenmiştir.

Uluslararası Disiplinlerüstü Araştırma Merkezi'ne göre (International Center for Transdisciplinary Research), disiplinlerüstülük, çok-disiplinli ve disiplinlerarası yaklaşımları tamamlamasına rağmen bunların arasında büyük farklılıklar olduğunu da rapor etmiştir (bkz. Şekil 3). Çok-disiplinli yaklaşımlar, zorunlu örtüşme olmadan birkaç farklı disiplinin bakış açısını kullanmakta; buna karşılık disiplinlerarası yaklaşımlar, birden çok disiplinin bütünleştirilmesine odaklanmaktadır. Bununla birlikte, disiplinlerüstü yaklaşımın amacı, disiplinlerin sınırlarının ötesine geçmek ve bilgi ile düşünme biçimlerini düzenlemenin yeni yollarını sağlamaktır (Blassnigg ve Punt, 2013).



Kaynak: http://www.nature.com/nchembio/journal/v4/n9/_g tab/nchembio0908-511 F1.html

Şekil 3. Farklı Disiplin Yaklaşımların Gösterimi

Şekil 3 incelendiğinde farklı disiplin yaklaşımları arasındaki temel ayrımlar görülmektedir. Bu bağlamda disiplinlerüstü yaklaşımlarda, farklı disiplinlerden derlenen içerik (bilgi, kavram, beceri ve değerler) bir araya getirilerek disiplinleri aşan yeni bir alan oluşturulmaktadır. Disiplinlerarası yaklaşımlarda ise farklı disiplinlerin bakış açı ve yöntemleri ilişkilendirilerek; yani disiplinlerin özgünlüğü korunarak alanlar arasında işbirliği sağlanmaktadır. Çok disiplinli yaklaşımlarda, bir konu farklı disiplinlerin bakış açısıyla irdelenmekte ve disiplinler arasında bir ilişki kurulmamaktadır. Öz bir şekilde temel ayrım ve benzerlikler ifade edildikten sonra çeşitli disiplinlerarası öğretim program tasarımları incelenebilir. Ancak bundan önce birkaç konuya daha değinmekte yarar vardır.

Disiplinlerarası programa yönelik yürütülen çalışmalar, öğrencilerin etkili ve anlamlı öğrenmelerinde, disiplinlerarası öğretimin kayda değer katkılar sağladığını ortaya koymaktadır (]acobs, 2016). Ancak disiplinlerarası öğretime ilişkin program tasarlama, geliştirme ve uygulama, daha fazla zaman, emek ile eşgüdümü gerekli kılabilir. Disiplinlerarası bir program geliştirirken olabildiği kadar farklı konu alanlarından uzmanların bu sürece katılımları sağlanmalıdır. Yoksa program belirli bir disiplinin baskınlığında geliştirilebilir ve bu da etkili bir disiplinlerarası bütünleştirmeye imkân vermeyebilir (Yıldırım, 1996). Bu bağlamda çeşitli program tasarım modelleri geliştirilmiştir. Bunlardan ilgili alanyazında en çok başvurulan modeller kısaca izleyen paragraflarda sunulmuştur.

Jacobs ve Borland'ın Disiplinlerarası Program Tasarım Modeli

Jacobs ve Borland disiplinlerarası yaklaşıma uygun bir program tasarlamak amacıyla dört aşamadan oluşan desen önermektedirler (Jacobs ve Borland, 2016):

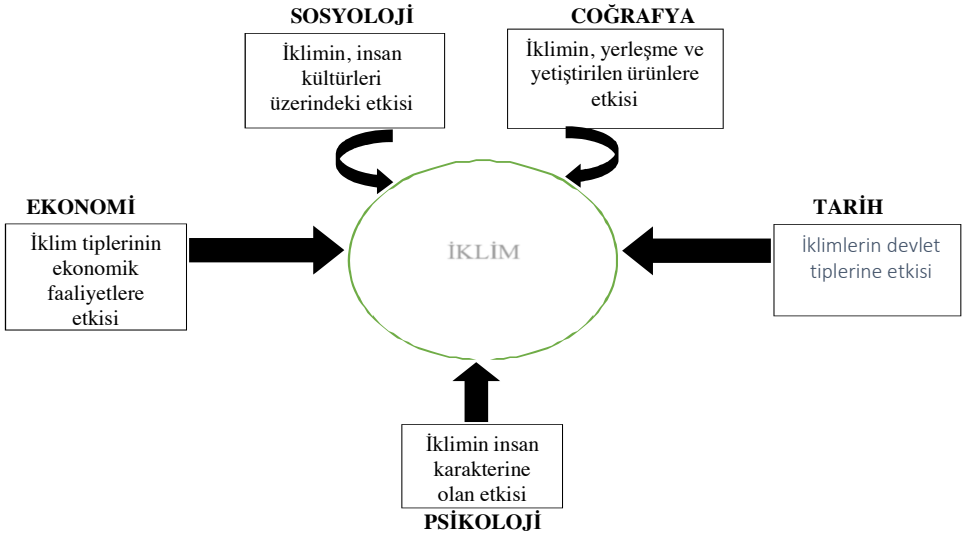
1. Konu Belirleme Aşaması: Bu aşamada disiplinlerarası öğretime uygun bir konu ya da tema belirlenir. Bu konu ne çok geniş anlamlara gelebilecek (ülke gibi), ne de belli bir disipline atfedilebilecek sınırlı bir doğaya (ribozom gibi) sahip olmalıdır. Seçilen konu, disiplinlerarası geçişi sağlayabilecek geçirgenlikte (enflasyon, iklim) olmalıdır.

2. Alt Konuların Belirlenmesi Aşaması: Seçilen konuya uygun alt tema/konular belirlenir. Alt konuların dayandığı disiplinlerde bu aşamada ortaya çıkarılır.

3. Konu ve Disiplinlerin İlişkilendirilmesi Aşaması: Kavramlar arasındaki ortak noktalar saptanır. Buna göre sorular oluşturulur.

4. Program Tasarımı ve Geliştirme Aşaması: Programın bu mantığa göre geliştirilmesi gerekir. Programın amaç, tema, süreç ve sınama boyutu tasarımlanır.

Aşamalar doğrultusunda "iklim" temalı bir ünitenin program tasarım modeli Şekil 4'te gösterilmektedir.



Şekil 4. İklim Temalı Bir Ünitenin Program Tasarım Modeli

Erickson'ın Kavram Temelli (Tabanlı) Disiplinlerarası Program Tasarım Modeli

Bu programlama yaklaşımı, tek tek disiplinlerin sosyal ve maddi gerçeğe bakış açısının bir eleştirisidir. Bu anlamda bütünleştirilmiş öğretimin gerekçeleri oluşturularak, tek disiplinli öğretime karşı çıkılmıştır. Ancak bu yaklaşım tek disipline dayanan yaklaşımın radikal bir şekilde söküme uğratılmasından çok onunla beraber kullanılabilecek bir program yaklaşımıdır.

Kavram temelli öğretim, sinerjik düşünmeyi, bilginin aktarılması ve toplumsal yapısının anlaşılmasını gerektirmektedir. Sinerjik düşünce, zihinsel işlemenin olgusal ve kavramsal seviyeleri arasındaki bilişsel bir etkileşimdir. Sinerji, tek başına hareket eden her seviyeden daha büyük bir etki sağlayan iki etkileşimli seviye olarak tanımlanabilir (Erickson, 2007). Yani bu tarz öğretimde, olgusal bilgiler ikinci plandadır. Bilginin kavramsal yapısı üç boyutlu olarak içerikte sunulmaktadır. Ayrıca kavram tabanlı tasarım, bilişsel ve öğrenme araştırmaları tarafından tamamen desteklenmektedir (Erickson, 2009). Örneğin Gestalt yaklaşımının bütünsel bakış açısına yaptığı vurgu kavram tabanlı öğretim için belli bir dayanak noktası oluşturmaktadır. Gestalt yaklaşımına göre, "bütün", anlamını tek tek parçalardan ya da bu parçaların toplamından almamaktadır. Bütünsel programlama yaklaşımı da, disipliner bakış açılarında sosyal ve maddi gerçeklerin kaçırıldığını; oysaki hayatın bir bütün olarak anlaşılması gerektiğini savunmaktır. Hayattan tek tek koparılıp disipline edilen gerçekler, bütünsel olarak değil parça parça bilgilere sahip olunmasını sağlamaktadır. Ancak bu, Gestalt yaklaşımının da belirttiği gibi, bütünü temsil edememektedir. Gerçeklerin kapsamının daraltılıp belli parçaların ders adı altında desenlenmesi, parça parça edilmiş bilimsel bilgilerin öğrenen tarafından bütünleştirilmesi gerektiğini de akla getirmektedir. Bu öğretimsel iş de öğrenci için zor olabilir. Çünkü öğrenci, hem disipline edilmiş bilgileri özümseyecek hem de bu parça parça edilmiş bilgiler arasında bağlantı kurarak bunları bütünleştirecektir.

Bütünleştirme esasına dayanan kavram tabanlı öğretim bilginin kapsanması ve ezberlenmesinden odağa, hem olgusal hem de kavramsal seviyelerde düşünme ve bilginin uygulanmasına odaklanmaktadır. Fikirleri; iletişim kurmak, problemleri çözmek, bilgiyi farklı küresel bağlam ve durumlara aktarmak, kavram, fikir ve durumlar arasındaki kalıp ile bağlantıları görmek için olgusal bilgi ve kavramlarla derin düşünmek, kavram temelli öğretme ile öğrenmenin merkezinde yer almaktadır (Erickson, 2009). Bu sayede yaşantılar arasında bir bağ kurmakta mümkün olabilir.

Kavram tabanlı öğretim, yaşantılar arasındaki dikey ve yatay kaynaşıklıkla, hem bireyin bütünsel doğası hem de algı yasalarına uygunluk göstermektedir. Bu, üç boyutlu bir program modelini gerektirmektedir. İki boyutlu program modelleri; içerik kapsamı, analiz ve bilgilerin ezberlenmesi amaçlarıyla gerçek ve becerilere odaklanmaktadır. Üç boyutlu modeller, ilgili gerçek ve becerileri, disiplin içeriğini, disiplinlerarası tema/konuları derinlemesine anlamayı ve zamanla, kültür ile durumlar boyunca kavramsal aktarmayı kolaylaştıran kavram, ilke ve genellemeler üzerine inşa edilmektedir. Bu anlamda öğrenenin görevleri şunlardır (Erickson, 2009, s. 16):

a) Olgusal bilginin derin bir temeline sahip olma,
b) Kavramsal bir çerçeve bağlamında gerçek ile fikirleri anlama ve
c) Bilgi edinme ile uygulamayı kolaylaştıran yollarla bilgi düzenlemedir.

Drake ve Burns'ün Disiplinlerarası Program Şablonu

Drake ve Burns'ün (2004) desenledikleri disiplinlerarası program şablonu, tüm sınıflara uygun genel bir tasarımdır. Onlar, disiplinlerarası öğretimi teşvik etmek için farklı disiplinlere ait konu/tema, kavram ve becerileri bütünleştirerek belirli standartlar altında bir araya getirmişlerdir. Bunun için yedi aşamalı bir program tasarımı desenlemişlerdir. Aşamalar şu şekildedir (Drake ve Burns, 2004):

Aşama 1: Zaman içinde geliştirilen kavram ile beceriler hakkında bir fikir edinmek için program standartlarının hem dikey (sınıflar düzeyinde) hem de yatay (konu alanları arasında) olarak taranması ve kümelenmesidir. Bütünleştirme için konu alanlarının her birinde bir veya iki geniş tabanlı standart (diğer birçok disiplinin kendi şemsiyesi altında toplanmaya uygun kavram/temalar) seçilmelidir. Yani hem konuya özgü kavram hem de aktarılabilir kavramlar için program oluşturulmalıdır.

Aşama 2: Yaşa uygun ve alakalı bir konu veya tema seçilmelidir. Genellikle konu veya tema, tarama ve kümeleme işlemi sırasında ortaya çıkmaktadır. Bu aşamada üst düzey düşünmeyi gerektirecek bir konu/tema seçilmektedir.

Aşama 3: Disiplinlerarası ünitenin içeriğini belirlemek için bir yakınlaştırma merceği kullanılmaktadır. Tarama ve kümeleme sırasında geniş açılı merceğin kullanılması, programın büyük bir resmini sağlamaktadır. Şekil 5, disiplinlerdeki standart kümelerini belirlemek için kullanılabilecek bir ağı göstermektedir.

Aşama 4: BİL/YAP/İNAN köprüsü kurulmaktadır. Konu veya tema belirlenmektedir. Şekil 6, köprüyü inşa etmek için gereken yapı taşlarını göstermektedir. Köprü olmadan, disiplinlerarası ünite, amaçsız ve ayrı ayrı faaliyetler topluluğu olma (disipliner/ayrık disiplin) tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. Bu bağlamda BİL/YAP/İNAN köprüsü, amaca yönelik ve tutarlı bir program sağlamaktadır.

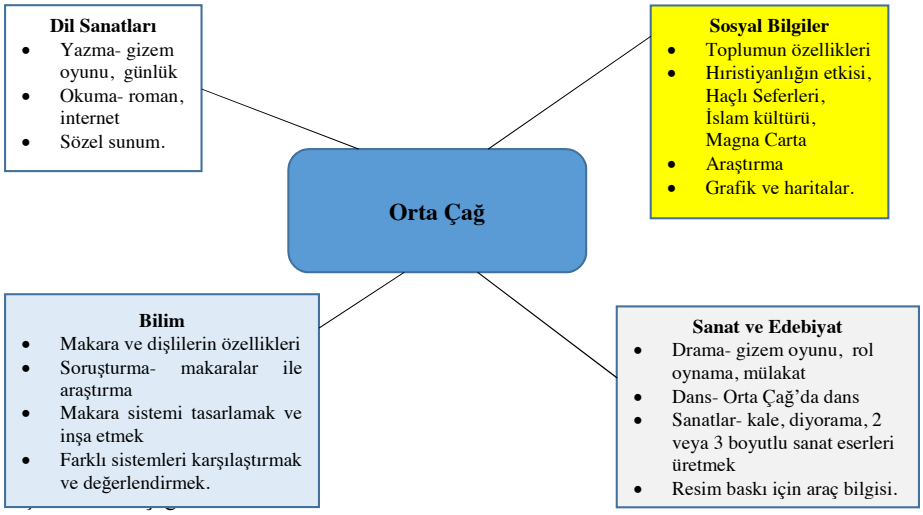
Aşama 5: Nihai bir değerlendirme tasarlanmaktadır. Değerlendirme genellikle performans, sunum veya öğrencilerin öğrendiklerini gösteren bir sergi gibi büyük bir olaydır. Nihai faaliyet ayrıca BİL/YAP/İNAN köprüsüne bağlanmalıdır. Örnek değerlendirme: Bir Orta Çağ fuarı tertip etmek. Öncelikle tüm öğrenci ve

veliler fuara katılmaya davet edilmiştir. Öğrenciler şatolar yaparak, Orta Çağ toplumunun farklı yönleri üzerine araştırmalar yürüterek, Orta Çağ'a özgü dansları ederek ve bir gizem oyununda yazıp oynayarak fuara hazırlanmışlardır. Bunun için belirlenmiş bir sosyal role uygun Orta Çağ kostümleri giymişlerdir. Araştırma, sunum, tasarım ve inşa becerilerini değerlendirmek için akran, öz ve öğretmen değerlendirmesi kullanılmıştır.

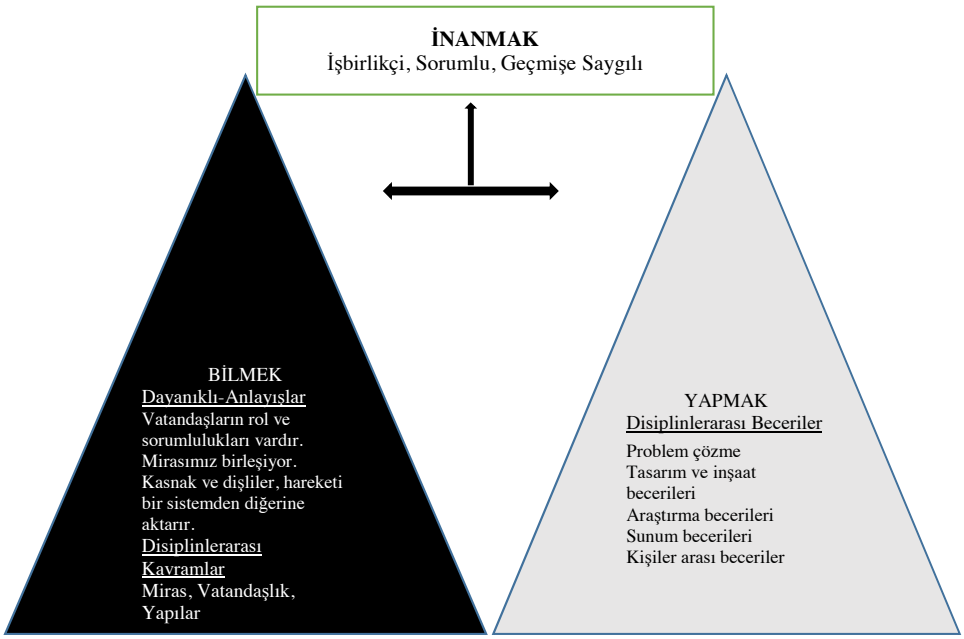
Aşama 6: Yol gösterici sorular oluşturulmaktadır. Bunlar hem konu sorularından hem de daha geniş temel sorulardan oluşabilir ve kalıcı anlayışlar sağlayabilir. Geliştirilen Orta Çağ ünitesi için bazı olası sorular şu şekildedir:

Bugün insanlar neden hala Orta Çağ ile ilgileniyor?
Ortaçağ'da insanlar nasıl yaşıyordu?
Makara ve dişliler nasıl çalışır ve Orta Çağ'da insanlar bunları nasıl kullanırdı?
Ortaçağ'ın önemli olayları bugün kültürümüzü nasıl etkiliyor?

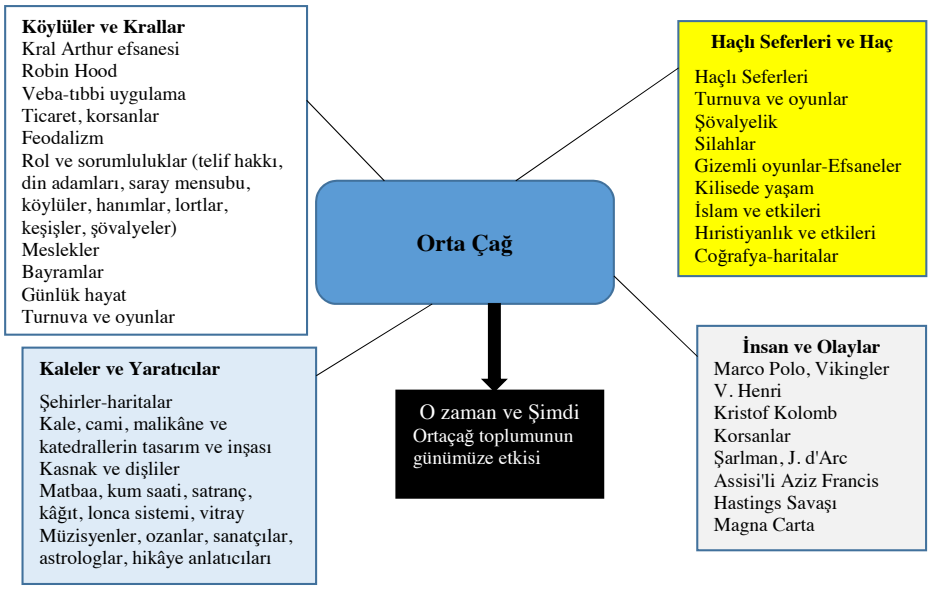
Aşama 7: Kılavuz sorular, doğal bağlantılar, BİL/YAP/İNAN köprüsü ve nihai değerlendirme ile uyumlu öğretim etkinlikleri ve değerlendirmeler oluşturulmaktadır. Ünite kısaysa, yalnızca bir dizi öğrenme deneyimi içerebilir. Uzun bir ünite ise, öğretmenler öğrenme deneyimlerini anlamlı mini üniteler halinde kümelemelidir. Buna yönelik bir gösterim Şekil 7'de verilmiştir.



Şekil 5. Ortaçağ Ünitesi Bağlamında Disiplinlerarası Program Standardının Uygulanması



Şekil 6. Orta Çağ Ünitesi İçin BİL/YAP/İNAN Köprüsü



Şekil 7. Orta Çağ Zamanı İçin Mini Ünite: Konu-Orta Çağ, Kavramsal Tema-Kültür ve Değişim: O Zaman ve Şimdi

Şekil 5, 6 ve 7 bütünleştirilmiş program tasarımında yer alan aşamalara uygunluk göstermektedir. Böylece Orta Çağ konusuna uygun disiplinlerarası program tasarımı somut bir şekilde izlenebilmektedir. Bu bağlamda standartlara dayalı bütünleştirilmiş programın tema, öğretim ve değerlendirme yaklaşımına göre disiplinlerarası öğretimin yapılabileceği söylenebilir (Drake, 2007).

Sosyalleşmenin Disiplinlerarası Doğası

Disiplinlerarası öğretimin anlamlı ve etkili öğrenmeye olan katkısı gün geçtikçe daha fazla vurgulanmaktadır. Bu yaklaşım yeni olmamakla birlikte kendini hem alanyazın hem de okullardaki uygulamalarda daha fazla hissettirmeye başlamıştır. Örneğin öğretmen eğitimi programları, grupla öğretim ve probleme dayalı öğretim gibi öğrenme-öğretme sürecindeki uygulamalarla disiplinlerarası öğretim ön plana çıkarılmakta ve geleceğin öğretmenleri bu yönde hazırlanmaktadırlar (Yıldırım, 1996). Bu anlamda disiplinlerarası öğretim, farklı disiplinlere ait bilgi, beceri ve kavramları toplulaştırma ve bütünsel bir şekilde kullanma yönünde etkili bir desensel yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Kaya, 2022). Dahası disiplinlerarası desen tematik ve bütüncül olan doğasıyla algısal örgütleme yasalarına (tamamlama, bütünlük ilkeleri gibi) da uygunluk göstermektedir.

Disipliner; yani ayrık öğretimin, belirli bir konu alanı (matematik, biyoloji, tarih vb.) çerçevesinde yürütülen öğretim olduğu düşünülürse, disiplinlerarası öğretim, geleneksel konu alanlarının belirli kavramlar etrafında anlamlı bir biçimde bütünleştirilmesi olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda Jacobs (1989), disiplinlerarası öğretimi, "bir kavram, konu, sorun veya deneyimin incelenmesi için birden çok disiplinin yöntem ve bilgisini bilinçli bir biçimde işe koşan program anlayışı" (s. 8) olarak tanımlamaktadır. Konu sosyalleşme boyutu ile ele alındığında ise, disiplinlerarası öğretimin sosyal gerçekliği tam manasıyla anlamak için sosyal bilimlere ait kavram ve bilgilerin belli bir sistem dâhilinde toplulaştırılmasına dayalı olduğu söylenebilir. Bu yaklaşıma göre birtakım hayat olay ve/ya olgularının birbirinden izole edilerek anlaşılması sosyal gerçekliğin doğasına aykırıdır. Bu nedenle sosyal problemler bütüncül bir mantıkla incelenmelidir. Çünkü sosyal sistemlerin birbirini etkileme ve birbirlerinden etkilenme özelliği bulunmaktadır. Sosyal sistemler kendilerini var eden ekolojik (sosyo çevresel) perspektifler dahilinde anlam kazanmakta (Bronfenbrenner, 1979); yani hiçbir sosyal sistem boşlukta yer almamaktadır. Bu iç içe geçmiş katmanlar bireylerin kavramları algılamalarını şekillendirmektedir.

Sosyal problemlerin çok yönlü ve iç içe geçmiş doğası ve bireyin, psiko-sosyal alana bütüncül tepki vermesinden dolayı, disiplin temelli öğretimin, disiplinlerarası öğretimle yan yana verilmesi gerekebilir. Ancak sosyal bilimlerde ağırlık disiplinlerarası yaklaşım üzerine olabilir. Çünkü sosyal bilimlerin temel amacı bireyin sosyalleşme repertuvarını geliştirmektir. Sosyal bilimler temel eğitimde Sosyal Bilgiler dersi aracılığıyla okul öğrenmelerinin konusu olmaktadır. Bu anlamda sosyal bilgiler, sosyal bilimlerin pedagojik amaçlarla basitleştirilmiş bir şekli olarak tanımlanmaktadır (Wesley, 1950, akt.: Shug ve Berry, 1987: 7). Wesley'in sosyal bilgiler tanımı, disipliner/ayrık bir yaklaşımı yansıtmış olmasına rağmen, pedagojik amaçlar, sosyal bilimlerin (tarih, coğrafya, psikoloji gibi) öğrenci gereksinimleri ile toplumun bütünleştirilmesini sağlamıştır (Doğanay, 2008).

Ayrık disiplinler bağlamında öğrenci sosyalleşirken, ayrı ayrı bilgi parçalarını sentezleyip, kavram ve değerlerin tam bir resmini çıkarmada birtakım güçlüklerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu süreçte öğrenci, hem ayrı ayrı disiplinlerin kavram, bilgi, beceri ve değerleri ile hem de toplumun bütüncül beklentileriyle (bir olayın çok boyutluluğunu kavrama gibi, örneğin kaza olgusu) baş etmek zorundadır. Bu nedenlerle sosyalleşme açısından disiplinlerarası öğretim bir yerde zorunludur. Sosyalleşme açısından disiplinlerarası öğretime duyulan ihtiyaç bunlarla sınırlı değildir.

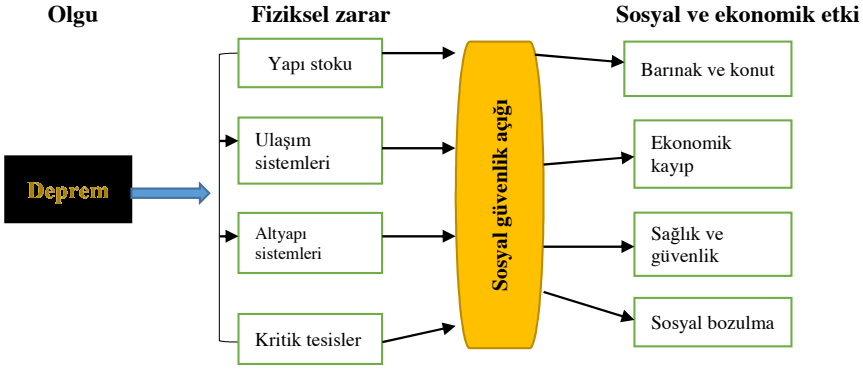
Bireylerin karşılaştıkları sosyal problemlere çözüm bulma uğraş ve/ya kişiler-arası iletişim kurma biçimleri, disiplinlerarası bilgi, değer, kavram ve becerileri edinmeyi gerektirmektedir. Çünkü günlük yaşamda karşılaşılan sorulara verilen yanıtlar genellikle birden fazla disiplinin konu alanına girmektedir. Algılama ve davranış biçimleri genellikle birden çok konu alanının anlamlı bir örüntüsü biçiminde meydana gelmektedir. Bu nedenle disipliner öğretimin içerdiği bilgi, değer, kavram ve beceriler, böyle bir bütün içerisinde sunulmadığı zaman bireylere yapay gelebilir. Sadece disipliner yaklaşımla düzenlenen öğretim sosyal yaşamla

bağlantı kurmada zorluklara neden olabilmektedir. Çünkü birey sosyal yaşam ile sosyal bilgi (çatışma çözme ve uzlaşma stratejileri gibi), beceri (empati, sosyal katılım gibi) ve değerlerle (yardımlaşma, dayanışma gibi) bağlantı kurabilmektedir (Elbay, 2022). Disiplinlerarası öğretim, bireyin sosyal öğrenme sürecine (Bandura) ve dünyayı algılayış biçimine (Gestalt) de daha uygun olduğu için sosyalleşme sürecine yardımcı olabilir.

Gelişen ve değişen bilgi birikimi, her geçen gün ortaya yeni çalışma alanlarını çıkartmaktadır. Bu durum disiplinleri aşan bir mantıkla; yani disiplinlerarası bir şekilde sosyal hayatın; dolayısıyla sosyalleşmenin tanzim edildiğini göstermektedir. Başka bir anlatımla günümüzde sosyalleşme tabanlı disiplinlerarası konular ön plana çıkmaktadır. Teknoloji, Çevre ile Cinsel Eğitim, Ekonomi Sosyolojisi gibi disiplinler, birden çok disiplinin içerdiği konuları bir araya getirdiği için sosyalleşme tabanlı disiplinlerarası alanlar olarak sayılmaktadır. Ayrık disiplinlerin dar kapsamları içinde, bu yeni gelişen alanları öğretmek ve incelemek zor olmaktadır (Yıldırım, 1996). Bu alanlardan cinsel eğitim sosyalleşme açısından incelendiğinde, örneğin cinsel eğitime sadece din bağlamında yaklaşmak, bireyin cinsellikle, sağlık, ekonomi, etik ve psikoloji gibi alanların kesişimini gözden kaçırmasına ve eksik sosyalleşmesine neden olabilir. Sosyalleşme açısından diğer alanların kesişimdeki kavramları bütünleştiremeyen birey; yani alanlar arası köprüyü kuramayan birey, bu konuya tek alanın bilgi, kavram ve değerleri ile yaklaşabilmektedir. Bu da sosyalleşme odağında gerçekleşen olayları; örneğin sosyal sorunları bütünsel olarak irdelemek yerine ayrı ayrı incelemeye neden olabilmektedir.

Gerçek sosyal sorunlar disiplin sınırlarını nadiren dikkate almaktadır (Carr ve diğerleri, 2018). Bu bağlamda farklı disiplinlerden gelen bilgi ve anlayış bir araya getirilerek sosyal sorunların bütünsel doğasını yansıtan disiplinlerarası öğretim, toplumun karşı karşıya olduğu zorlukları ele almak için gereklidir (Repko, 2008). Bu, örneğin sosyal hayat ve ekonomi için gerekli olan su konusunda belirgindir. Çünkü su sistemlerini disiplinlerarası olarak anlamaya ilişkin bütüncül bir yaklaşım, sürdürülebilir yönetim için kritik öneme sahiptir (Daily ve Ehrlich, 1999). Ayrıca sosyal hayattaki olay, olgu ve sorunlar okul öğrenmelerinin bir konusu olduğu için bunların disiplinlerarası bir şekilde öğretilmesi gerekmektedir.

Öğrencilerin sınıf içinde öğrenmek zorunda oldukları sosyalleşmeye ilişkin birçok konu disiplinlerarası bir özelliğe sahiptir. Bu konular sadece bir disiplin ya da ders içinde ele alındığı zaman öğrenme anlamlı, verimli ve etkili olmayabilir. Örneğin, sosyal konuların (devrimler, yönetim biçimleri, kıtalar, enflasyon, vatandaşlık gibi) öğretiminde, Tarih, Coğrafya, Felsefe, Sosyoloji, Psikoloji ve Vatandaşlık Bilgisi gibi derslerin bağlantılı olduğu birçok nokta vardır. Öğrenci bu disiplinlere ait bilgileri bir araya getirebildiği zaman bu konuları daha ilişkisel ve anlamlı biçimde öğrenebilir (Mehlinger, 1981). Öte yandan disiplinlerarası öğretimin temel bir özelliği, problem, kişi ve/ya durumlara bağlı öğrenme etkinlikleri olmasıdır; yani bağlama bağlı doğasıdır. Disiplinlerarası öğretimin, hem disiplinlere ait bilgi, beceri ve kavramların öğrenilmesi hem de bu bilgilerin yaşama dönük olarak bütünleştirilmesine önemli bir katkısı vardır. Buna karşılık disipliner öğretimin temel niteliklerinden biri olan günlük yaşamdan soyutlanmış öğrenme, disiplinlerarası öğretimde yerini günlük yaşama daha yakın öğrenmeye bırakmaktadır. Örneğin sosyalleşme sürecini içeren "deprem" olgusu etrafında disiplinlerarası öğretim nasıl yapılabilir? Böyle bir öğretim sürecinde "deprem" olgusu çok çeşitli disiplinlerden ele alınabilir ve değişik disiplinlerin bilgi, kavram ve değerlerinden yararlanılabilir. Buna ilişkin bir gösterim Şekil 8'dedir.



Şekil 8. Depremin Sosyal Hayata Etkisi (French, 2018)

Şekil 8 incelendiğinde deprem olgusunun sosyal hayatın hemen her alanına yansıyan etki ve zararlarının olduğu görülmektedir. Bu haliyle deprem sonrasında bireylerin (depremzede) yaşadıkları travmalar da (yakın kaybı vb.) bu etki ve zararlara eklenince bütünsel bir tablo ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda yaşanacak bir sosyalleşme;

- İnsanları göçük altından kurtarma (yardımlaşma değeri),
- Deprem bölgelerindeki kişilere destek olma (dayanışma değeri) gibi süreçleri beraberinde getirirken diğer yandan
- Yetkililerin çalışmaları (depremzedelere psikososyal destek sağlama, binalara yapı ruhsatlarını verirken fay hat ile deprem odaklarını dikkate alma ve bununla ilgili sosyoekonomik sosyalleşmeyi gündeme alma gibi) sosyal bilimlere ait çeşitli disiplinlerin (Psikoloji, sosyoloji, ekonomi, coğrafya gibi) kavram ve değerlerinin koordineli bir şekilde toplulaştırılmasını gerektirmektedir. Bu da sosyalleşme adına disiplinlerarası öğretimi önemli kılmaktadır.

Öte yandan disipliner öğretim bu olguyu ayrık bakış açılarından görebilmektedir. Örneğin;

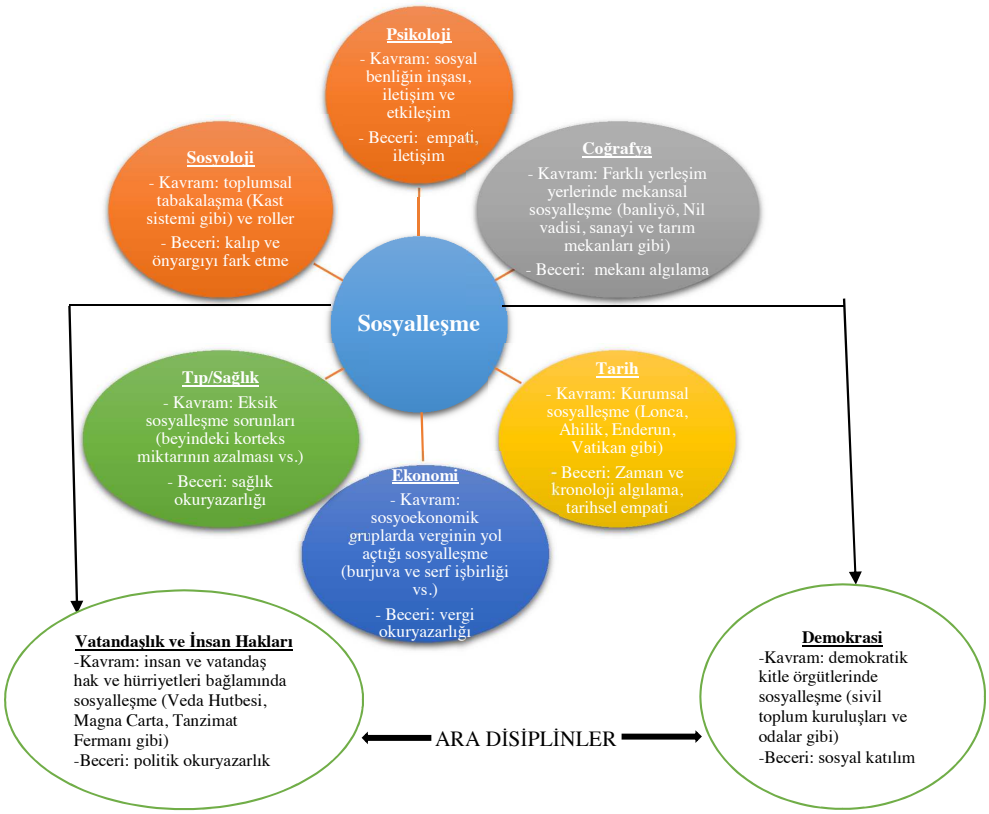
- Psikolojik açıdan bu olgu değerlendirildiğinde, depremzedelerin post travmalarıyla nasıl başa çıkabilecekleri,
- Ekonomik olarak bakıldığında, fay hatları üzerine ve ırmakların kurutularak yüksek katlı binaların yapılmasının sonuç ile müteahhitlerin rant elde etme istekleri,
- Sosyoloji açısından irdelendiğinde, toplumsal birlik ve beraberlik ile toplumsal tabakalaşmanın geldiği nokta,
- Hukuki güvenlik açısından bakıldığında, deprem alanlarına polis ve asker sevkiyatının olması, hırsızlık ve yağmanın önlenmesi,
- Özel eğitim açısından ise işitme engellilerin kurtarılmasında yaşanan güçlükler ayrı ayrı tartışılacaktır. Bu durum disiplinlerarası desenlere ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır.

Erickson, kavram tabanlı öğretim tasarımı ve sinerjik düşüncenin aynı zamanda sosyalleşme sürecine de etkisi olduğunu vurgulamaktadır. Anlamın toplumsal olarak inşa edilebileceği görüşünden bunu anlamak olasıdır. Ayrıca, kavrama dayalı modeller, işbirlikçi grup çalışması, düşünme ve problem çözmeyi geliştirmeye teşvik etmektedir. Farklı akıllar birlikte çalışarak birbirlerini destekler ve yeni fikir ile çözümler üretilmektedir. Bu çerçevede kavram tabanlı öğretim tasarımı, sinerjik düşünme, bilgi aktarma ve sosyal olarak oluşturulmuş anlam yaratma ilkelerini savunmaktadır. Bununla birlikte, odak, öğrenenin bütünsel -sosyal, duygusal,

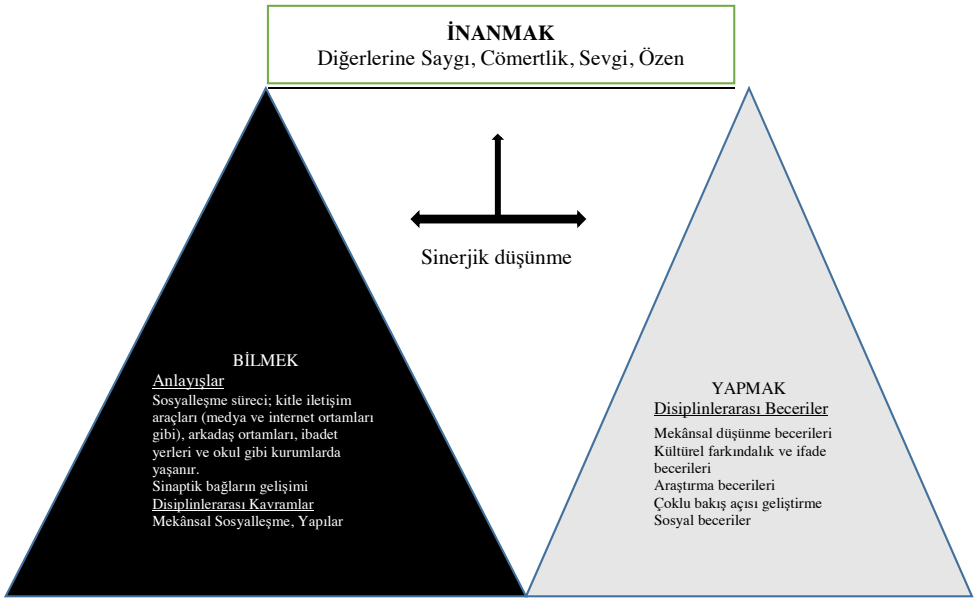
entelektüel ve fiziksel- gelişimine yöneliktir. Bu tasarım modeliyle, gelecekteki vatandaşları, küresel ortamlarda yaşamak, öğrenmek ile çalıştırmak amacıyla hazırlamak ve ortaya çıkacak olan karmaşık sosyal problem ve konuları ele almak için yetiştirmek mümkün olabilir (Erickson, 2009).

Sosyalleşmeye İlişkin Mini Bir Ünite

Savunulan görüşler ışığında disiplinlerarası desenler açısından sosyalleşmeye ilişkin mini bir ünite Şekil 9, 10 ve Tablo 1'deki gibi tasarlanabilir. Bu ünite temel eğitim düzeyi için desenlenmiştir. Ünite, kavram ve beceri temelinde sinerjik düşünmeyi odak noktası yapan disiplinlerarası bir tasarımdır.



Şekil 9. Sosyalleşmeye İlişkin Örnek Bir Disiplinlerarası Ünite Tasarımı



Şekil 10. Sosyalleşme Ünitesi İçin BİL/YAP/İNAN Köprüsü

Tablo 1
Sosyalleşme Ünitesine İlişkin Değerlendirme Etkinlikleri

	Değerlendirme
Uygulama etkinliği	**Teorik arka planı aydınlatıcı sorular**
Sınıf/tiyatro salonunda, farklı mekân ve zamanlardaki kişilerin sosyalleşme uygulamalarına dönük bir gösteri düzenlenebilir (bunun için farklı rol, görev ve sorumluluklar, dans gibi güzel sanat etkinliklerinin vurgulanması gerekmektedir.)	İnsanlar neden sosyalleşmeye ihtiyaç duymaktadırlar?
	Sosyalleşmenin grup, kurum ve sosyal örgütlere etkileri nelerdir?
	Farklı kültürel arka planlara sahip kişilerin sosyalleşme uygulamaları nasıl olabilir?
	Burjuva sınıfına ait bir kişinin sosyalleşmesi ile bugün senin sosyalleşme sürecin arasındaki farklılık/benzerlikler nelerdir?

Şekil 9 ve 10 ile Tablo 1, bu çalışmada geçen disiplinlerarası tasarımların birçok özelliğini yansıtmaktadır. Örneğin Jacobs ve Borland'ın (2016) ifade ettiği üzere disiplinlerarası öğretime uygun bir konu belirlenmiş (sosyalleşme), seçilen konuya uygun ve alt konuların dayandığı disiplinler belirtilmiş (Vatandaşlık ve İnsan Hakları: Veda Hutbesi, [Beşeri] Coğrafya: mekânsal sosyalleşme gibi); böylece konu ve disiplinler ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte Erickson'ın (2009), kavram temelli öğretim tasarımı dikkate alınarak bir kavram temelinde (sosyalleşme) disiplinlerarası bütünleştirme (Tarih, Tıp/Sağlık gibi) sağlanmış, sinerjik düşünmeyi esas alan bir yaklaşımla disiplin ve ara disiplinler ile yatay kaynaşıklık sağlanarak; olgusal bilginin derin bir kavrayışına sahip olmak için ünite konuları belirlenmiş (Magna Carta gibi), kavramsal bir çerçeve bağlamında (insan ve vatandaş hak-hürriyetleri) gerçek (Veda Hutbesi gibi) ile fikirleri (insana verilen sevgi ve değerin ifadesi) anlama sağlanmaya çalışılmıştır. Dahası Drake ve Burns'ün (2004) bütünleştirilmiş program

tasarımı mini ünite desenlemek için (sosyalleşme) kullanılmış; bu bağlamda kavram (eksik sosyalleşme sorunları gibi) ve beceriler (sosyal beceriler) ifade edilmiş, bil/yap/inan köprüsü oluşturulmuş ve hem konu sorularından hem de daha geniş temel sorulardan oluşan değerlendirme etkinlikleri örneklendirilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Bu çalışmada sosyalleşmenin disiplinlerarası doğası incelenmiştir. Bu bağlamda sosyalleşme ile bu kavramın odağındaki konuların (deprem gibi) disiplinlerarası öğretime uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Başka bir anlatımla sosyalleşmenin disiplinlerarası standartları karşılayan, bütünsel bir yapısının olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bunun bir sonucu olarak disiplinlerarası yaklaşıma uygun mini bir ünite desenlenmiştir.

Sosyalleşme, bireylerin toplumsal koşul ve ortak değerler etrafında birleşmelerini öngörmektedir. Sosyalleşmenin odağında toplum olduğu için sosyalleşme tek bir disiplinin sınırları dâhilinde değerlendirilmeyebilir. Toplumun ve dolayısıyla sosyal sorunların yapısı karmaşık bir doğaya sahip olduğu için farklı disiplinlerin bakış açı ve becerilerinin bütünleştirilmesi gerekebilir (Voogt ve Roblin, 2012). Günümüzde bireylerden, küresel bir bakış açısıyla, olayların çok boyutlu ve göreceli mantığını algılama ve bütünsel bir dünya görüşüne sahip olmaları beklenmektedir. Bununla birlikte çok kültürlü bir toplumda, çok çeşitli arka plandan gelen insanlara kültürel, cinsel ve kimlik yönlerinin kesişim alanlarındaki farkındalığı kazandırmak amaçlanmaktadır. Aynı zamanda sosyal sorunların birden çok nedeni bulunmakta ve bu sorunlar tek bir çözümü işlevsiz kılmaktadır. Tüm bunlar sosyalleşme odağında disiplinlerarası bir öğretimi gerekli kılmaktadır. Dahası sosyalleşme sürecinde ortaya çıkan anlamın toplum tarafından inşa edilmesinde de disiplinlerarası yaklaşım önemli olmaktadır.

Disiplinlerarası yaklaşımlar, bugün dünyanın karşı karşıya olduğu en kritik sosyalleşme tabanlı (sosyo-teknolojik gibi) zorlukları aşmak için genellikle gerekli görülmektedir (National Institutes of Health, 2006; National Science Foundation, 2006). Ancak sosyalleşmenin disiplinlerarası yaklaşımlar açısından desenlenmesinin önünde güçlü engeller bulunmaktadır. Bu engellerin başında disiplinlerarası bir doğaya sahip olan sosyalleşmenin geleneksel disipliner bakış açısıyla yükseköğretimde ele alınması gelmektedir. Geleneksel disipline dayalı programlardaki öğrenciler yerleşik bir disiplin kültüründen veya en azından "neyin bilgi sayıldığı" konusunda fikir birliğinden faydalanırlar (Tierney 2008: 52). Bu bağlamda tipik bir lisans veya lisansüstü öğrenci, belli bir disiplin ve bölüme sosyalleşirken, disiplinler tarafından örgütlenmiş olarak yükseköğretime de sosyalleştirilmektedir (Gardner, 2007). Bunun bir sonucu olarak öğrenci, disiplinlerarası yaklaşım ve araştırma konusunda bilgi ve deneyim eksikliği yaşamaktadır (Boden ve diğerleri, 2011). Bundan başka sosyalleşme ve sosyalleşme sürecine ilişkin konuların tek disipline (disipliner/ayrık disiplin) özgü dersler (Sosyoloji ve Psikoloji gibi) veya disiplin-içi toplulaştırma (sosyal bilgiler: birey ve toplum öğrenme alanı) aracılığıyla verildiği görülmektedir (Milli Eğitim Bakanlığı [MEB], 2009, a, b, 2018). Ancak sosyalleşmenin disiplinlerarası bir özelliği bulunmaktadır.

Sosyalleşmeye ilişkin disiplinlerarası yaklaşım, sosyalleşmenin tüm didaktik çeşitliğini (mekânsal sosyalleşmeden kültürel mirasa kadar) yansıtırken aynı zamanda disipliner öğretimin metodolojik ve program engellerini aşma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Örneğin kültürel mirasın bütüncül ve sembolik kimlik yapısı, sosyo-eleştirel nitelikteki didaktik öneri ve çalışmalar analiz edildikten sonraki disiplinlerarası yaklaşımlar ile öğretilebilir. Çünkü kimlik değerleri oluşturma, kültürlerarası saygı ve sosyal değişimi teşvik etme, sosyokültürel olarak bağlı bir vatandaşlık oluşumuna katkıda bulunmayı sağlayan amaç, içerik ve metodolojik stratejiler belirleme disiplinlerarası bir program ile sağlanabilir (López, 2014). Oysa çok disiplinli bir program, farklı konu alanlarında benzer bir tema veya ortak bir yetenek içermekte; ancak her ders hala ayrı ve farklı kalmaktadır. Örneğin, "kimlik" teması coğrafya (haritalama), tarih (milliyet), edebiyat (karakterleştirme), bilim (sınıflandırma) vb. alanlarda öğretilebilir. Ancak disiplinlerarası bir öğretim, kavram

temelli beceri edindirme ve konular daha az belirgin olduğunda kullanılabilir. Örneğin öğrenciler, su kalitesi veya evsizlik gibi yerel bir sorun etrafında sosyalleşmeye ilişkin bir kavramı çalıştıklarında disiplinlerarası öğretime ihtiyaç duymaktadırlar. Bu bağlamda disiplinlerarası öğretim disiplinleri aşmakta; düzenleme, merkezi ve acil bir soru, konu veya sorun etrafında dönmektedir. Çünkü konu/kavram bütünsel olduğunda sınırlarını kaybetmektedir (Drake ve Reid, 2018).

Bu çalışmada disiplinlerarası desenlerden üç tanesi ele alınmıştır ve sosyalleşme bu bağlamda değerlendirilmiştir. Ayrıca sosyalleşmeye ilişkin mini ünitede, ünite geliştirme basamaklarının tümü kullanılmamış, ünite, üç disiplinlerarası desen bağlamında tasarlanmıştır. Bu sınırlıklar ve sonuç kapsamında,

- ✓ İlk olarak, öğretmen yetiştirme programları sosyalleşmeyi konu alan bilim dallarında (sosyal bilgiler gibi) öğretim elemanlarının disiplinlerarası yaklaşım hakkında daha fazla doğrudan öğretim yapmaları ve öğretmen adaylarının uygulama yeterliklerini geliştirebilmeleri için onlara disiplinlerarası desen çalışmaları yaptırmaları,
- ✓ İkincisi, sosyalleşmeyi konu alan derslere ilişkin geliştirilen öğretim programlarında (sosyoloji ve sosyal bilgiler gibi) program geliştirme ve alan uzmanları işbirliği yaparak onların konuları disiplinlerarası bir yaklaşımla ele almaları ve
- ✓ Üçüncüsü ve son olarak, disiplinlerarası desen konusunda çalışmalar yürüten araştırmacıların, sosyalleşme bağlamındaki konulara ilişkin ünite ve ders planları, ölçme-değerlendirme etkinlikleri tasarlamaları önerilmektedir.

Kaynakça

Aneshensel, C. S. (2009). Toward explaining mental health disparities. *Journal of Health and Social Behavior, 50*(4), 377–394. Erişim adresi: https://doi.org/10.1177/002214650905000401

Barry, A. ve Born, G. (2013). *Interdisciplinarity: reconfigurations of the social and natural sciences*. New York, NY: Routledge.

Bilgiç, M. (2016). Dewey'in pragmatizmi. *Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi, 22*, 351-367. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/804223

Blassnigg, M. ve Punt, M. (2013). *Transdisciplinarity: challenges, approaches and opportunities at the cusp of history*. Transtechnology Research, Plymouth University.

Boden, D., Borrego, M. ve Newswander, L. K. (2011). Student socialization in interdisciplinary doctoral education. *High Educ.* Erişim adresi: https://doi.org/10.1007/s10734-011-9415-1

Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Carr, G., Loucks, D. P. ve Blöschl, G. (2018). Gaining insight into interdisciplinary research and education programmes: A framework for evaluation. *Research Policy, 47*(1), 35-48. Erişim adresi: https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.09.010

Castree, N., Kitchin, R. ve Rogers, A. (2013). Cultural geography. In *A dictionary of human geography*. Oxford University Press.

Cüceloğlu, D. (2018). *İnsan ve davranışı psikolojinin temel kavramları*. (43. Baskı). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çelik, R. ve Küçükyıldırım, S. (2022). Dewey'in düşüncelerinin Darwinci temelleri. *Felsefe Dünyası Dergisi, 75*, 57-73. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/felsefedunyasi/issue/71243/1079157

Daily, G. C. ve Ehrlich, P.R. (1999). Managing earth's ecosystems: an interdisciplinary challenge. *Ecosystems, 2*, 277–280. Erişim adresi: https://doi.org/10.1007/s100219900075

Dangerfield, K. (2020, July 9). Coronavirus: How a lack of socialization could impact a generation of kids. *Global News*. Erişim adresi: https://globalnews.ca/news/7156863/coronavirus-children-isolation-socialization/

Dewey, J. (1995). *Eğitimde ahlaki ilkeler*. (Çev: F. Oğuzkan). Ankara: Şafak Matbaacılık.

Dewey, J. (1996). *Demokrasi ve eğitim*. (Çev. S. Otaran). İstanbul: Başarı Yayıncılık.

Dewey, J. (1997). *Experience and education*. New York: Touchstone.

Doğanay, A. (2008). Çağdaş sosyal bilgiler anlayışı ışığında yeni sosyal bilgiler programında değerlendirilmesi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17*(2), 77-96. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/cusosbil/issue/4379/60037

Dossey, L. (2020). *On the COVID-19 crisis*. Erişim adresi: http://larrydosseymd.com/covid-19/

Drake, S. M. (2007). *Creating standards-based integrated curriculum: Aligning curriculum, content, assessment, and instruction*. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Corwin Press.

Drake, S. M. ve Reid, J. L. (2018). Integrated curriculum as an effective way to teach 21st century capabilities. *Asia Pacific journal of Educational Research, 1*(1), 31-50. Erişim adresi: https://doi.org/10.30777/APJER.2018.1.1.03

Drake, S. M. ve Burns, R. C. (2004). *Meeting standards through integrated curriculum.* Alexandria, VA: Association for Supervision and Curriculum Development.

Durkheim, E. (2016). *Ahlak ve toplum*. (Çev. D. Çenesiz). İstanbul: Pinhan Yayınları.

Elbay, S. (2021). An issue in the intersection of science and social studies during the COVID-19 pandemic: Socialization. *International Primary Educational Research Journal, 5*(3), 288-307. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/en/pub/iperj/issue/66003/958283

Elbay, S. (2022). Sosyal bilgiler ve sosyalleşme/sosyalleşememe ilişkisi. İçinde (Ed. E. Kaya), *Sosyal bilgiler dersi ve eğitiminin tasarımı* (s. 27-71). Ankara: Pegem.

Erickson, H. L. (2007). *Concept-based curriculum and instruction for the thinking classroom.* California: Corwin Press.

Erickson, H. L. (2009). *Concept-based curriculum and instruction for the thinking classroom multimedia Kit*. Thousand Oaks, California: Corwin Press.

French, S. (November 12-14, 2018). *Connecting physical damage to social and economic impacts.* 17th U.S.-Japan-New Zealand Workshop on the Improvement of Structural Engineering and Resilience. New Zealand: Queenstown.

Gardner, S. K. (2007). I heard it through the grapevine: Doctoral student socialization in chemistry and history. *Higher Education, 54*, 723–740. Erişim adresi: https://doi.org/10.1007/s10734-006-9020-x

Genner, S. ve Süss, D. (2017). Socialization as media effect. In (Eds. Rössler, P., Hoffner, C. A. and Zoonen L.), *The international encyclopedia of media effects* (p. 1–15.). John Wiley & Sons, Inc.

Gürsel, Y. (1992). *Mimarlık ve çevre inceleme*. İstanbul: Anahtar Kitaplar Yayınevi.

Hançerlioğlu, O. (1976). *Felsefe ansiklopedisi: Kavramlar ve akımlar*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hickman, L. A., Neubert, S. ve Reich, K. H. (2009). *John Dewey between pragmatism and constructivism*. New York: Fordham University Press.

Huutoniemi, K., Klein, J. T., Bruun, H. ve Hukkinen J. (2010). Analyzing interdisciplinarity: Typology and indicators. *Research Policy, 39*, 79–88. Erişim adresi: https://doi.org/10.1016/j.respol.2009.09.011

Jacobs, H. H. (1989). The growing need for interdisciplinary curriculum content. In (Ed. H. H. Jacobs), *Interdisciplinary curriculum: Design and implementation*. Alexandria, VA: ASCD.

Jacobs, H. H. ve Borland, J. H. (2016). The interdisciplinary concept model, theory and practice. *Gifted Child Quartely, 30*(4), 159-163. Erişim adresi: https://doi.org/10.1177/001698628603000403

Kaya, E. (2018). *Hayat bilgisi, sosyal bilgiler ve fen bilgisi derslerinin temeli: Toplu öğretim sistemi*. Ankara: Pegem.

Kaya, E. (2022). *Sosyal bilgiler dersi ve eğitiminin tasarımı*. Ankara: Pegem.

Kaya, E. ve Öner, G. (2017). 100. yaşındaki sosyal bilgiler dersini sosyalleşme ve toplu öğretim ekseninde yeniden düşünmek. *Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 1*(2), 1-25. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/408654

Kefeli, E. (2009). Coğrafya merkezli okuma. *Turkish Studies, 4*(1), 423-433. Erişim adresi: http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.552

Kıral, E. ve Mavruk, C. (2019). Subjektif sosyal izolasyon riskleri. *Akademik Hassasiyetler, 6(*12), 491-509. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/akademik-hassasiyetler/issue/51005/607399

Kochanska, G., Boldt, L. J. ve Goffin, K. C. (2019). Early relational experience: A foundation for the unfolding dynamics of parent-child socialization. *Child Development Perspectives, 13*(1), 41–47. Erişim adresi: https://doi.org/10.1111/cdep.12308

López, J. M. C. (2014). Heritage in the school: To heritage socialization. *Tejuelo, 19*, 76-96. Erişim adresi: http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/7927

Lunkenheimer, E., Hamby, C. M., Lobo, F. M., Cole, P. M. ve Olson, S. L. (2020). The role of dynamic, dyadic parent–child processes in parental socialization of emotion. *Developmental Psychology, 56*(3), 566–577. Erişim adresi: https://doi.org/10.1037/dev0000808

MEB. (2009). *Psikoloji dersi öğretim programı*. Ankara: Ortaöğretim Genel Müdürlüğü. Erişim adresi: http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=793

MEB. (2009). *Sosyoloji dersi öğretim programı*. Ankara: Ortaöğretim Genel Müdürlüğü. Erişim adresi: http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=795

MEB. (2018). *Sosyal Bilgiler 4-7. sınıf programı*. Ankara: Talim Terbiye Kurulu Yayınları. Erişim adresi: http://mufredat.meb.gov.tr/ProgramDetay.aspx?PID=354

Mehlinger, H. D. (1981). *Handbook for the teaching of social studies.* Paris: UNESCO publication (Guides).

Moles, A. (1992). *Belirsizin bilimleri*. (Çev. N. Bilgin). İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Morawski, J. (2014). Socialization. In (Eds. Teo, T.), *Encyclopedia of critical psychology*. New York: Springer.

Morawski, J. G. ve St. Martin, J. (2011). The evolving vocabulary of the social sciences: The case of "socialization". *History of Psychology, 14*(1), 1–25. Erişim adresi: https://doi.org/10.1037/a0021984

National Institutes of Health. (2006). *NIH road map for medical research*. Bethesda: MD.

National Science Foundation. (2006). *National science foundation investing in America's future strategic plan FY 2006–2011*. VA: Arlington.

Nicolescu, B. (2008). *Transdisciplinarity theory and practice*. Cresskill, NJ, USA: Hampton Press.

OECD. (1972). *Interdisciplinary: Problems of teaching and research in universities*. Organisation for Economic Cooperation and Development, Paris, France (Centre for Educational Research and Innovation).

Piaget, J. (1972). The epistemology of interdisciplinary relationships. In (Eds. L. Apostel, G. Berger, A. Briggs and G. Michaud), *Interdisciplinarity: Problems of teaching and research in universities* (pp. 127-139). Paris: Organization for Economic Cooperation and Development.

Puurunen, J., Hakanen, E., Salonen, M. K., Mikkola, S., Sulkama, S., Araujo, C. ve Lohi, H. (2020). Inadequate socialization, inactivity, and urban living environment are associated with social fearfulness in pet dogs. *Scientific Reports, 10*, 1-10. Erişim adresi: https://doi.org/10.1038/s41598-020-60546-w

Repko, A. F. (2008). *Interdisciplinary research*. Thousand Oaks, CA: SAGE.

Shug, M. ve Berry R. (1987). *Teaching social studies in elementary school*. Glenview, Illinois: Scott, Foresman and Company.

Tierney, W. G. (2008). *The impact of culture on organizational decision-making: Theory and practice in higher education*. (1st ed.). Sterling, VA: Stylus Pub.

Tolia-Kelly, D. P. (2012). The geographies of cultural geography II: Visual culture. *Progress in Human Geography, 36*(1), 135–142. Erişim adresi: https://doi.org/10.1177/03091325103933

Voogt, J. ve Roblin, N. P. (2012). A comparative analysis of international frameworks for 21st century competences: Implications for national curriculum policies. *Journal of Curriculum Studies, 44*, 299-321. Erişim adresi: https://doi.org/10.1080/00220272.2012.668938

Wang, M.-T., Henry, D. A., Smith, L. V., Huguley, J. P. ve Guo, J. (2020). Parental ethnic-racial socialization practices and children of color's psychosocial and behavioral adjustment: A systematic review and meta-analysis. *American Psychologist, 75(*1), 1–22. Erişim adresi: https://doi.org/10.1037/amp0000464

Wolf, E. (1982). *Europe and the people without history*. Berkeley: University of California Press.

Yıldırım, A. (1996). Disiplinlerarası öğretim kavramı ve programlar açısından doğurduğu sonuçlar. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12*, 89-94. Erişim adresi: http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/yonetim/icerik/makaleler/1270-published.pdf

Zhu, Y., Zhang, L., Zhou, X., Li, C. ve Yang, D. (2021). The impact of social distancing during COVID-19: A conditional process model of negative emotions, alienation, affective disorders, and post-traumatic stress disorder. *Journal of Affect Disorders, 281*, 131-137. Erişim adresi: https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.12.004

Zimbardo, P. (1988). *Psychology and life*. Glenview, IL: Scott, Foresman.

Extended Abstract

Purpose

When the relevant literature was examined, it was determined that many studies and researches were carried out in connection with the socialization process. While most of them examine the negative effects that occur as a result of the interruption of the socialization process, some studies also consider socialization agents. In some studies, the socialization process has been considered as the reason for the existence of social studies education. However, no studies or research on the interdisciplinary nature of the socialization process have been found. However, with a study to be carried out in this context, the structure of the socialization process reflected in different disciplines can be revealed, and thus the multidimensionality of the socialization process can be revealed. In this context, the aim of the study is to examine the interdisciplinary nature of socialization in the context of the literature.

Design and Methodology

In this study, it was aimed to examine the interdisciplinary nature of socialization in the context of the literature and it was aimed to raise awareness in researchers interested in the subject. In order to achieve this aim, besides the primary sources available on the subject, studies on these sources were also used, and national and international literature was examined. For this, first of all, socialization is explained concisely, and John Dewey's emphasis on socialization is examined, since he deals with socialization in the context of school learning; then, by examining certain interdisciplinary patterns, a mini unit on socialization was tried to be designed from an interdisciplinary perspective.

Findings

Socialization conforms to the interdisciplinary approach designs of Jacobs and Borland (2016), Erickson (2009), and Drake and Burns (2004). In this context, it was tried to show that socialization has an interdisciplinary nature by taking the interdisciplinary designs of the three researchers mentioned in this study as an example, and in this context, an example mini-unit was designed. For example, as Jacobs and Borland (2016) stated, a topic suitable for interdisciplinary teaching was determined (socialization), disciplines suitable for the selected topic and on which sub-topics were based were specified (Citizenship and Human Rights: Farewell Sermon, [Human] Geography: spatial socialization); so that subjects and disciplines are related. In addition, by taking into consideration Erickson's (2009) concept-based instructional design, interdisciplinary integration (such as History, Medicine/Health, etc.) In order to have a deep understanding of factual knowledge, unit topics were determined (such as Magna Carta), in the context of a conceptual framework (human and citizen rights-freedoms), truth (such as Farewell Sermon) and ideas (expression of love and value given to human beings) were tried to be understood. Moreover, Drake and Burns' (2004) integrated curriculum design was used to design mini-units (socialization); in this context, concepts (such as incomplete socialization problems) and skills (social skills) were expressed, a known/do/believe bridge was created and evaluation activities consisting of both subject questions and broader basic questions were exemplified.

In this study, the interdisciplinary nature of socialization was examined. In this context, it has been concluded that socialization and the subjects in the focus of this concept (such as earthquake) are suitable for interdisciplinary teaching. In other words, it has been revealed that socialization has a holistic structure that meets interdisciplinary standards. As a result of this, a mini unit suitable for interdisciplinary approach was designed.

Interdisciplinary approaches are often seen as necessary to overcome the most critical socialization-based (such as socio-technological) challenges facing the world today (National Institutes of Health, 2006; National Science Foundation, 2006). However, there are strong obstacles to the patterning of socialization in terms of interdisciplinary approaches. At the forefront of these obstacles is the handling of socialization, which has an interdisciplinary nature, in higher education from a traditional disciplinary perspective. Students in traditional disciplinary programs benefit from an established disciplinary culture, or at least a consensus on "what counts as knowledge" (Tierney 2008, p. 52). In this context, while a typical undergraduate or graduate student is socialized to a certain discipline and department, they are also socialized to higher education organized by disciplines (Gardner, 2007). As a result, students lack knowledge and experience in interdisciplinary approach and research (Boden, Borrego and Newswander, 2011).

Research Limitations

In this study, three of the interdisciplinary approaches were discussed and socialization was evaluated in this context. In addition, in the mini-unit on socialization, not all of the unit development steps were used, and the unit was designed in the context of 3 interdisciplinary approaches.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

Depending on the results and limitations, recommendations for future studies and applications can be expressed as follows:

First of all, it is recommended that instructors in teacher training programs do more direct teaching about the interdisciplinary approach in disciplines that deal with socialization (such as social studies) and that pre-service teachers make them do interdisciplinary design studies so that they can improve their practical competencies. Secondly, it is recommended that in the curriculum developed for the courses on socialization (such as sociology and social studies), curriculum development and field experts should cooperate with them to deal with the subjects with an interdisciplinary approach. Finally, researchers working on interdisciplinary design are recommended to design units and lesson plans, measurement-evaluation activities related to socialization issues.

Originality/Value

The main basis of socialization studies and researches is that social events or phenomena affect individuals and societies. However, the structure of these events and phenomena that is not based on a single discipline; shows that the process of socialization has an interdisciplinary nature. For this reason, this study differs from similar studies and researches because it tries to show that socialization has an interdisciplinary nature. This situation is also important in terms of revealing the original value of this study. As in every interdisciplinary study, a relationship should be established between the specific topic targeted and the interdisciplinary design or patterns. In parallel with this, in this study, a relationship was established between socialization and interdisciplinary patterns and the transdisciplinary structure of socialization was tried to be revealed under the integrated union of these two situations. For this reason, this study is expected to shed light on future studies with its structure that reveals the interdisciplinary nature of the socialization process, especially in the field of social sciences. Thus, the path opened by this study can be used in studies targeting socialization.

Araştırmacı Katkısı: Sezgin ELBAY (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

İmparatoriçe Pulcheria ve Bizans Sanatına Yansımaları [1]

A. Nazlı SOYKAN[2]

Başvuru Tarihi: 21.07.2023 **Kabul Tarihi:** 06.09.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Kuruluşundan yıkılışına kadar Bizans İmparatorluğu'nda özellikle İmparatoriçeler her zaman ayrıcalıklı bir yere sahip olmuş ve hem siyasette hem de dini siyasette önemli rol oynamışlardır. Bu imparatoriçelerden biri de Pulcheria'dır. Pulcheria 15 yaşında kardeşi II. Theodosios'un naibi olarak imparatoriçe olmasından 54 yaşında ölümüne kadar hem devlet işlerinde hem de dini meselelerde oldukça önemli bir rol oynamıştır. Çalışmanın konusu Pulcheria ve Bizans sanatına yansımalarıdır. Bu bağlamda İmparatoriçe Pulcheria tarafından yaptırılan ya da en azından kuruluşuna öncülük ettiği Theotokos Khalkoprateia Kilisesi, Blakhernae Theotokos Kilisesi, Hodegetria Kilisesi ve Aziz Laurence Kilisesi dönem kaynakları ve bilim insanlarının görüşleri doğrultusunda incelenmiştir. Pulcheria'nın koyu bir Hıristiyan olduğu ve özellikle de kutsal emanetlerin koruyuculuğunu üstlendiği bilinmektedir. Aziz Stephanos'un röliklerinin İstanbul'a getirilmesi de fildişi bir panelde betimlenmiştir. Araştırmada fildişi panelin tarihçesine değinilmiş ve tasviri yapılmıştır. Pulcheria'nın imparatorluk sikke ikonografisine birçok yenilik getirdiği bilinmektedir. Bu bağlamda Pulcheria'nın imparatorluk sikke ikonografisine getirdiği yenilikler dönemin sikke örnekleri ışığında değerlendirilmiştir. Pulcheria'ya ait olduğu düşünülen kantar topuzunun benzer örnekleri incelenip, neden kantar topuzlarında imparator ve imparatoriçe büstlerinin kullanıldığı tartışılmıştır. Değerlendirme ve sonuç kısmında ise çalışmanın konusu olan eserler benzer örnekleri ile karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Pulcheria, İmparatoriçe, Bizans İmparatorluğu, Bizans Sanatı*

Atıf: Soykan, A. N. (2023). İmparatoriçe Pulcheria ve Bizans sanatına yansımaları. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 969-988.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Karabük Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sanat Tarihi Bölümü, **nazlisoykan@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-8611-8936

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Empress Pulcheria and Its Reflections on Byzantine Art

A. Nazlı SOYKAN [3]

Submitted by: 21.07.2023 **Accepted by:** 06.09.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

Empresses, in particular, always had a privileged place in the Byzantine Empire from its foundation to its collapse, and they played an important role in both politics and religious politics. One of these empresses is Pulcheria. Pulcheria played a very important role in both state affairs and religious affairs, from being empress as regent of her brother Theodosios II at the age of 15 until her death at the age of 54. The subject of the study is Pulcheria and its reflections on Byzantine art. In this context, Theotokos Khalkoprateia Church, Blakhernae Theotokos Church, Hodegetria Church and St. Laurence Church, which was built by Empress Pulcheria or at least led to its establishment, were examined in line with the sources of the period and the views of scientists. It is known that Pulcheria was a devout Christian and especially took on the guardianship of holy relics. Bringing the relics of St. Stephanos to Istanbul is also depicted on an ivory panel. It is known that Pulcheria brought many innovations to the imperial coin iconography. In this context, the innovations that Pulcheria brought to the imperial coin iconography were evaluated in the light of the coin samples of the period. Similar examples of the Steelyard Weight, which is thought to belong to Pulcheria, were examined and it was discussed why the busts of the emperor and empress were used in the scale knobs. In the evaluation and conclusion part, the works that are the subject of the study were evaluated comparatively with similar examples.

Keywords: *Pulcheria, Empress, Byzantine Empire, Byzantine Art*

[3] Karabuk University, Faculty of Letters, Department of Art History, **nazlisoykan@gmail.com**, ORCID: 0000-0002-8611-8936

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Kuruluşundan 1453 yılında yıkılışına kadar Bizans İmparatorluğu'nda imparatoriçelerin ve prenseslerin oldukça etkili olduğu bilinmektedir. Bu kimi zaman Nika Ayaklanmasında Iustinianus'un kaçmasını engelleyen Theodora olarak, kimi zaman inançları uğruna korkmadan İsa ikonasını Khalke kapısına koyduran Irene olarak, kimi zaman da tarihe tanıklık ederek döneminin tarihini yazan Anna Komnena olarak karşımıza çıkmaktadır. Bizans tarihine belki de yön veren kadınlar arasında İmparatoriçe Pulcheria önemli bir yer tutmaktadır. Bu çalışmada İmparatoriçe Pulcheria'nın imparatorluğa getirdiği yenilikler, sanat eserleri kapsamında değerlendirilecek ve bu bağlamda Pulcheria'nın imparatorluktaki yeri belirlenmeye çalışılacaktır.

19 Ocak 399 Konstantinopolis doğumlu olan Pulcheria, İmparator Arcadius'un en büyük kızıdır. Arcadius 408 yılında ölünce yerine yedi yaşındaki oğlu II. Theodosios geçmiştir (Diehl, 2006, s.26; Bailly, 2006, s. 19). II. Theodosios'un yaşının küçük olmasından dolayı 413 yılına kadar taht naibi olarak Anthemios görev yapmış (Norwich, 2013, s.118), 414 yılında ise Anthemios'un yerini, taht naibi olarak İmparatoriçe Pulcheria almış ve 416 yılına kadar naipliği sürdürmüştür (Ostrogorsky, 1999, s.51; Darga, 2015, s.335). Aynı yıl on beş yaşındayken kardeşi İmparator II. Theodosios tarafından Augusta ilan edilmiştir (Rodin, 2016, s.1397; Connor, 2004, s. 89; Chew, 2006, s.207). Oldukça dindar olan Pulcheria Augusta ilan edilmeden önce 412 ya da 413 yılının başlarında Ayasofya Kilisesi'nde halka açık bir törenle bakirelik yemini edip kendini Tanrı'ya ve İmparator II. Theodisios'a adamıştır (Teetgan, 1907, s.63; Holum ve Vikan, 1979, s.128; Mango, 1972, s.51). Pulcheria'nın II. Theodosios üzerindeki etkisi 421 yılında imparator Eudokia ile evlenene kadar sürmüştür (Norwich, 2013, s.120-121). 450 yılında II. Theodosios'un ölümünün ardından Pulcheria İmparator Markianos ile anlaşmalı bir evlilik yapmıştır (Schwarcz, 2003, s.41; Connor, 2004, s.98). Markianos ve Pulcheria 453 yılında Pulcheria'nın ölümüne kadar imparatorluğu beraber yönetmişlerdir.

Pulcheria'nın bu dönemde imparatorluğun dini siyasetindeki rolü oldukça önemlidir (Lung, 2017, s.10). İmparatorluğun kuruluşundan beri devam eden dinsel anlaşmazlıklar II. Theodosios döneminde tekrar gündeme gelmiş ve Efes'te 431 yılında bir konsil toplanmıştır (Atanassova, 2010, s.142; Cameron, 2015, s.29-30). Konsilde Konstantinopolis başpiskoposu Nestorios'un İsa'nın insani ve tanrısal kimliğinin birbirinden ayrı olduğu, dolayısıyla da Meryem'in Theotokos olmadığı görüşü tartışılmış ve bunun kabul edilemeyeceğine karar verilmiştir (Darga, 2015, s.337). İsa'nın ve dolayısıyla Meryem'in doğası hakkındaki tartışmalar Efes Konsilinde son bulmamıştır. 451 yılında yine dinsel tartışmalar başlamış ve aynı yıl Khalkedon'da yeni bir konsil toplanmıştır ve İsa'nın doğasında var olan iki tabiatın da ayrılamayacağına karar verilmiştir (Ostrogorsky, 1999, s.59; Norwich, 2013, s.131-132; Connor, 2004, s.98-99). İki konsilde de İsa'nın ve Meryem'in doğası uğruna sarfettiği çabalar yüzünden 453 yılında ölümünden sonra kilise tarafından Pulcheria'ya azize unvanı verilmiştir (Rodin, 2016, s.1399).

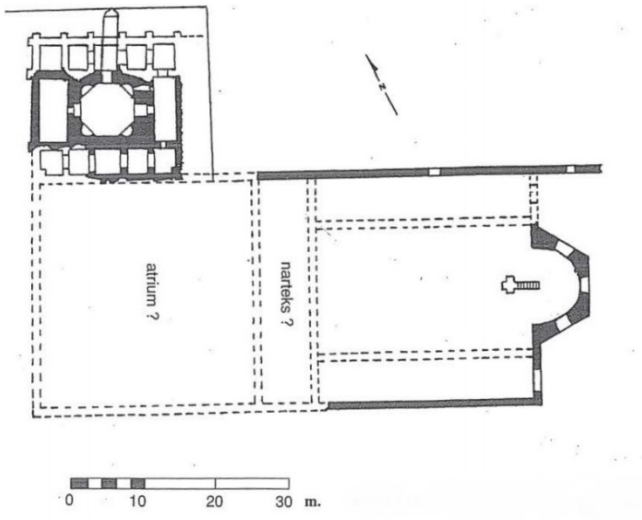
Pulcheria'nın Bizans Sanatına Yansımaları

Pulcheria 54 yıllık yaşamında hem koyu bir Hıristiyan olması hem de devlet işlerinde önemli bir güce sahip olması nedeniyle Bizans sanatının birçok eserine konu olmuştur. Bununla birlikte bilim insanları araştırmalarında imparatoriçenin yoksullara yardım ettiğini ve manastır, kilise gibi dini yapılar da yaptırdığını belirtmişlerdir (Rodin, 2016, s.1399; Chew, 2006, s.210, 216; Atanassova, 2010, s.138; Herrin, 2000, s.14; Clark, 1982, s.143). Konstantinopolis'te Pulcheria'nın yaptırdığına ya da en azından kuruluşuna öncülük ettiğine inanılan birçok kilise bulunmaktadır. Mango, Natitia Dignitatum'u[4] kaynak göstererek 425 yılında Konstantinopolis'te 14 kilise olduğunu ve bu yapılardan birçoğunun da kuruluşunda İmparatoriçe

[4] Doğu ve Batı Roma İmparatorluklarının askeri ve idari yapılanmaları, İmparatorluk saraylarında ve eyaletlerde bulunan resmi görevler hakkında detaylı bilgi veren imparatorluk dokümanı.

Pulcheria'nın etkin bir rolü olduğunu belirtmektedir (Mango, 1993, s.125)[5]. Bununla birlikte yaklaşık 450-518 yıllarında yazıldığına inanılan Theodore Lector'un Kilise Tarihi adlı eserinde, İmparatoriçe Pulcheria'nın 453 yılında ölümünün ardından *"Pulcheria ayrıca birçok ibadethane, Blakhernae, Khalkoprateia ve Hodegon'da kiliseler ve ayrıca Aziz Laurence'a adanan kilise inşa etmişti."* ifadeleri yer almaktadır (Twardowska, 2017, s.84). Dönem kaynaklarında verilen bilgiler ışığında Konstantinopolis'te Pulcheria'nın yaptırdığına ya da en azından kuruluşuna öncülük ettiğine inanılan dört kilise öne çıkmaktadır: Theotokos Khalkoprateia Kilisesi, Blakhernae Theotokos Kilisesi, Hodegetria Kilisesi ve Aziz Laurence Kilisesi.

Pulcheria tarafından yaptırıldığına inanılan ilk yapı Theotokos Khalkoprateia Kilisesi'dir. Yapının kuruluşuyla ilgili araştırmacılar arasında görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Theophanes Confessor'ün kroniğinde kilisenin kuruluşuna dair iki farklı bilgi verilmektedir. Bilgilerden ilki kilisenin Pulcheria tarafından eski bir Yahudi sinagogunun (bakır pazarının) yerine inşa edildiği (Mango ve Scott, 1997, s.158-159), ikincisi ise kilisenin II. Iustinos zamanında Theotokos'a adanmış bir kilise olduğudur (Mango ve Scott, 1997, s.367). Kilisenin Pulcheria zamanında yapıldığına dair görüşe birçok bilim insanı katılmaktadır (The Patria, 2013, III 32; Xanthopoulos, s.147; Herrin, 2000, s.14; Sipahioğlu, 1996, s.13; Çakmakçı, 2017, s.784; Müller-Wiener, 2002, s.76; Alp, 2021, s.98). Bazı bilim insanları da kilisenin kurucusunun Pulcheria olduğunu fakat yapının inşasının tamamlanmasının İmparatoriçe Verina döneminde gerçekleştiğini belirtirler (Janin, 1969, s.237; Matthews, 1971, s.28; Sipahioğlu, 1996, s.13; Mango, 2000, s.19; Müller-Wiener, 2002, s.76; Bardik, 2004, s.31-33; Pentcheva, 2006, s.120; Grotowski, 2013, s.630–631; Dirschlmayer, 2016, s.137; Twardowska, 2017, s.89). Tüm bu bilgilerle birlikte Mango yapının bulunduğu yerdeki tuğlaların üzerindeki damgaların analizine dayanarak kilisenin 474-478 yılları arasında yapılmış olabileceğini de belirtmektedir (Mango, 2000, s.19). Bilim insanlarının ve dönem kaynaklarının verdiği bilgiler ışığında Theotokos Khalkoprateia Kilisesi'nin inşasına Pulcheria döneminde başlanmış olabileceği, İmparatoriçe Verina döneminde de yapının inşasının bitirilmiş olabileceğini söylemek mümkündür. Meryem'e ait kemerin muhafaza edildiğine inanılan kilise üç nefli bazilikal planlıdır (Çizim 1).



Çizim 1. Theotokos Khalkoprateia Kilisesi Planı (Sipahioğlu, 1996, s.14)

Pulcheria tarafından yaptırıldığına inanılan ikinci yapı Blakhernae Theotokos Kilisesi'dir. Theotokos Khalkoprateia Kilisesi'nde olduğu gibi bu yapının da kuruluşuyla ilgili araştırmacılar arasında görüş ayrılıkları bulunmaktadır. İlk görüş kilisenin Pulcheria döneminde inşa edilmiş olduğudur (Janin, 1969, s.161–171; Mango ve Scott, 1997, s.162; The Patria, 2013, III 74; Xanthopoulos, s.147; Ermiş, 2011, s.42; Herrin, 2000,

[5] Natitia Dignitatum'da Pulcheria'nın kuruluşlarında etkin bir rolü olduğu belirtilen kiliseler: Blakhernae Theotokos Kilisesi, Theotokos Khalkoprateia Kilisesi, Aziz Theodore Kilisesi, Aziz Laurence Kilisesi, Aziz Stephanos Kilisesi, Parmalı Azize Eirine Kilisesi, Azize Euphemia Kilisesi ve Kırk Martirler Kilisesi.

s.14). İkinci görüş ise kilisenin I. Leo ve eşi Verina döneminde inşa edildiğidir (Wenger, 1952, s.54–58; Grabar, 1957, s.22; Mango, 2000, s.19). 9. yüzyıla tarihlenen Theophanes Confessor'ün kroniğinde "*Kutsanmış Pulcheria, dindar imparator Markianos'un saltanatının başlangıcında İsa için birçok kilise ve Meryem Ana Theotokos için Blakhernae'deki kiliseyi inşa etti* (Mango ve Scott, 1997, s.162)." ifadesinin yer alması Theodore Lector'un aktardığı bilgileri desteklemektedir. Günümüze gelemeyen yapı üç nefli bazilikal planlıdır. Pulcheria tarafından yaptırıldığına inanılan ve Meryem'e adanan üçüncü yapı Hodegetria Kilisesi'dir. Araştırmacıların çok azı yapının Pulcheria tarafından yaptırıldığına ya da en azından onun döneminde inşasının başladığına inanmaktadır (Xanthopoulos, s.147; Downey, 1957, s.915; Janin, 1969, s.199-207). Araştırmacıların bazıları da yapının III. Mihail döneminde yapıldığını ya da tamamlandığı savunmaktadırlar (Janin, 1969, s.199-207; Pentcheva, 2006, s.123). Theodore Lector'un aksine The Patria'da Hodegetria Kilisesi'nin III. Mihail döneminde yaptırıldığı, bu yapıdan önce burada bir şapelin olduğu ve körleri iyileştirici gücü olduğu belirtilmektedir (The Patria, 2013, III 27). Dönem kaynakları ışığında III. Mihail döneminde yaptırılan Hodegetria Kilisesi'nin yerinde Pulcheria döneminde yaptırılan bir şapelin bulunduğunu söylemek belki de yanlış olmayacaktır. Günümüze gelemeyen yapının Hodegon Manastırı içinde yer aldığı düşünülmekte, İsa ve Meryem'e ait röliklerin ve Meryem ikonasının da yapıda saklandığına inanılmaktadır (Angelidi ve Papamastorakis, 2000, s.373-374). Pulcheria'nın kuruluşunda rolü olduğuna inanılan son yapı Aziz Laurentius Kilisesi'dir. Dönem kaynakları ve bilimsel araştırmalar incelendiğinde diğer yapıların aksine neredeyse tüm araştırmacılar yapının Pulcheria tarafından yaptırıldığına inanmaktadırlar (Clark, 1982, s.143; Mango ve Scott, 1997, s.164; The Patria, 2013, III 71; Xanthopoulos, s.147; Janin, 1969, s.301; Malmberg, 2014, s.163; James, 2014, s.67; Twardowska, 2017, s.92). 6. yüzyıl'da Marcellinus tarafından yazılan kronikte, imparatoriçenin 453 yılındaki ölümüne ilişkin şu bilgiler yer almaktadır: "İmparator Markianos'un eşi Pulcheria Augusta, Kutsal Laurentius'un kilisesini muhteşem eserlerle donattı ve huzur içinde vefat etti." (1995, s.21). The Patria'da Markianos ve Pulcheria'nın Aziz Isaac ve Laurence kilisesini inşa ettirdikleri belirtilmektedir (The Patria, 2013, III 71). Theophanes Confessor'ün kroniğinde Pulcheria'nın birçok kilise yaptırdığı ve aralarında da Aziz Laurentius Kilisesi'nin yer aldığı belirtilmektedir (Mango ve Scott, 1997, s.164). Diğer üç kilisenin aksine dönem kaynaklarının tutarlı olması yapının Pulcheria döneminde inşa edilmiş olabileceğini göstermektedir.

Oldukça dindar olan İmparatoriçe Pulcheria kutsal emanetlerin de koruyucusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Pulcheria ve II. Theodosios Kudüs Başpiskoposuna yüklü miktarda bağış ve Golgotha tepesine dikilmek üzere mücevherli bir haç hediye etmiştir. Başpiskopos hediyelerin karşılığı olarak Konstantinopolis'te bir kilisede muhafaza edilmek üzere Aziz Stephanos'un röliğini yollamıştır (Holum, 1977, s.163; Holum ve Vikan, 1979, s.130; Chatterjee, 2018, s.28; Connor, 2004, s.90-91). Bu konunun anlatıldığı panel günümüzde Almanya, Trier'deki katedralin hazinesinde saklanmaktadır. Holum ve Vikan başta olmak üzere birçok araştırmacının dönem kaynaklarındaki bilgilerden yola çıkarak aktardıklarına göre panelde Aziz Stephanos'un sağ kolunun bulunduğu rölikerin taşınması ve Konstantinopolis'teki bir kiliseye getirilmesi anlatılmaktadır (Holum, 1977, s.163, 166-167; Spain, 1977, s.279-304; Holum ve Vikan, 1979, s.127, 130; Brubaker, 1999, s.258-285; Müller-Wiener, 2002, s.229) (Fotoğraf 1).

Fotoğraf 1. Fildişi Panel, Almanya, Trier Katedrali Hazinesi (Holum, 1982, s.106-Figure 15)

Sahnenin solunda at arabası içinde ellerinde kutsal kalıntıların bulunduğu rölikeri tutan iki din adamı bulunmaktadır. Arabanın hemen önünde ellerinde mum taşıyan geçit alayının en önünde başındaki taçtan anlaşıldığı üzere II. Theodosios tasvir edilmiştir. Sahnenin sağında çatısında işçiler bulunan ve hala tamamlanmadığı anlaşılan kilise ve önünde de bir eliyle gelenleri selamlayan diğer elinde de uzun bir haç tutan Pulcheria yer almaktadır. Sahnenin solunda arka planda nişin içinde İsa, sağında ise sarayın pencerelerinden olaya tanıklık eden figürler tasvir edilmiştir.

İmparatoriçe Pulcheria hem kardeşi II. Theodosios'un hem de eşi Markianos'un imparatorluk yaptığı dönemlerde yönetimde etkin bir rol üstlenmiştir. Pulcheria'nın etkisi imparatorluk sikkelerine de yansımıştır. Özellikle Pers zaferi sonrasında basılan sikkelerdeki değişim oldukça önemlidir. Sikkelerin arka yüzü, elinde haç tutan, ayakta tasvir edilen bir zafer tanrıçasıyla değiştirilmiş ve bu tasvirlerle hem Pers zaferindeki tanrının payı vurgulanmaya çalışılmış hem de Pulcheria tarafından Kudüs'teki Golgotha tepesine dikilmek üzere armağan edilen mücevherli haç simgelenmiştir (Holum ve Vikan, 1979, s.130; Çakmakçı, 2017, s.782).

İmparatorluk yönetiminde oldukça önemli bir yere sahip olan Pulcheria dönemi sikkelerinde ikonografik bir değişim de söz konusudur. Sikke tarihinde ilk defa Pulcheria dönemi sikkelerinin hem ön yüzünde hem de arka yüzünde Hıristiyanlık'a ait simgeler bulunmaktadır (Holum ve Vikan, 1979, s.130; Connor, 2011, s.90). Sikkelerin ön yüzünde Pulcheria'ya taç giydiren Manus Dei, arka yüzünde de ya zafer tanrıçası elinde haçlı asa tutarken (Fotoğraf 2-3) ya da Konstantinopolis'in kişileştirimi olan figür bir elinde haçlı globus diğer elinde de imparatorluk asası tutarken tasvir edilmiştir (Fotoğraf 4-5).

Fotoğraf 2. Aelia Pulcheria, Solidus[6]

Fotoğraf 3. Aelia Pulcheria, Solidus[7]

[6] https://www.coinarchives.com/a/results.php?search=Pulcheria&s=0&upcoming=0&results=100 Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[7] https://www.coinarchives.com/a/results.php?search=Pulcheria&s=0&upcoming=0&results=100 Erişim Tarihi: 4.9.2023.

Fotoğraf 4. Aelia Pulcheria, Solidus[8]

Fotoğraf 5. Aelia Pulcheria, Solidus[9]

Pulcheria dönemindeki sikkelerin bazılarının arka yüzünde ise çelenk içinde haç motifi yer almaktadır (Fotoğraf 6-11). Bununla birlikte yine ilk olarak bir Augusta sikkesinin arka yüzünde imparator sikkelerindeki gibi tasvir edilmesi de onun yönetimdeki önemli yerini vurgulamaktadır (Connor, 2011, s.90).

Fotoğraf 6. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[10]

Fotoğraf 7. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[11]

Fotoğraf 8. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[12]

Fotoğraf 9. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[13]

Fotoğraf 10. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[14]

Fotoğraf 11. Aelia Pulcheria, Altın Tremissis[15]

[8] http://www.wildwinds.com/coins/ric/pulcheria/t.html Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[9] http://www.wildwinds.com/coins/ric/pulcheria/t.html Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[10] http://www.wildwinds.com/coins/ric/pulcheria/t.html Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[11] http://www.wildwinds.com/coins/ric/pulcheria/t.html Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[12] http://www.wildwinds.com/coins/ric/pulcheria/t.html Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[13] https://www.coinarchives.com/a/results.php?search=Pulcheria&s=0&upcoming=0&results=100 Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[14] https://www.coinarchives.com/a/results.php?search=Pulcheria&s=0&upcoming=0&results=100 Erişim Tarihi: 4.9.2023.
[15] https://www.forumancientcoins.com/catalog/roman-and-greek-coins.asp?vpar=493 Erişim Tarihi: 4.9.2023.

İmparatorluk sikkeleri dışında Pulcheria ve Markianos'un evliliğinin anısına 450 yılında basılan altın evlilik solidusu da imparatoriçenin dindar kişiliğini yansıtmaktadır (Fotoğraf 12). Sikkenin arka yüzünde yeni evli çifti kutsayan İsa ortada, sağında Markianos, solunda Pulcheria yer almaktadır. Pulcheria süslü ve prependoulialı bir taç takarken, Markianos'un tacı daha sade tutulmuştur (Walker, 2010, s.852).

Fotoğraf 12. Markianos ve Pulcheria'nın Evlilik Solidusu, Hunterian Museum and Art Gallery, University of Glasgow, coll. no. 32543 (Walker, 2010, s.861; Aladzhova, 2018, s.391)

Bizans Döneminde tartı aleti olarak kantar ve terazi birlikte kullanılmıştır. Kantarlarda küre, büst veya heykelcik biçimli ağırlıklar tercih edilmiştir (Acara-Eser, 2005, s.51). Büst şeklindeki ağırlıklarda imparator, imparatoriçe, tanrı ve tanrıça gibi figürlerin kullanılması satıcılar için doğruluğu ve dürüstlüğü, alıcılar içinse güvenilirliği simgelemektedir (Meriçboyu ve Atasoy 1983, s.6-12). Günümüzde Walter Sanat Galerisi'nde bulunan bronz bir kantar topuzu Ross tarafından Pulcheria'ya atfedilmektedir (1946, s.368-369) (Fotoğraf 13). Ross imparatoriçenin sikkelerinden ve Delbrueck'in çalışmalarından yola çıkarak Walter Sanat Galerisi'ndeki kantar topuzunun İmparatoriçe Pulcheria olabileceğini öne sürmektedir (Ross, 1946, s.369; Delbrueck, 1933, pl.23).

Fotoğraf 13. Kantar Topuzu, İmparatoriçe Pulcheria(?), Walter Sanat Galerisi (Ross, 1946, PLATE XXIX)

Kantar topuzu imparatoriçe büstü biçiminde yapılmıştır. Figürün başındaki diadem bölümlere ayrılmıştır. Himation giyen figür sağ eliyle kıyafetinin kenarını tutmaktadır. Gözleri iri, burnu ince uzun, kaşları yay şeklinde ve boynu da kalın olarak işlenmiş figürün başının üstünde askı halkası bulunmaktadır.

Paten, İsa'nın bedenini temsil eden ekmeğin konduğu tepsidir ve ölü İsa'yı çarmıhtan indiren Arimathealı Yusuf ve çivilerini söken Nikodemus'un ellerini sembolize etmektedir. Patenler genellikle yüksek kenarlı, düz veya halka kaidelidir, günümüze gelmemekle birlikte yazılı kaynaklardan ve tasvir sanatından sekizgen veya

dörtgen şeklinde patenlerin varlığı da bilinmektedir (Acara, 1998, s.192). Günümüzde Athos Dağı, Xeropotamou Manastırı'nda yer alan Panagiarion/ Pulcheria Pateni araştırmacılar tarafından 13.-14. yüzyıla tarihlendirilmektedir (Wulff, 1924, s.616; Treasures of Mount Athos, 1997, s.324-325; Negrău, 2018, s.90). Paten etrafı oymalı metal bir levha ile bağlanmış ve yuvarlak, ayaklı bir kaideye tutturulmuştur. İlk şeridin en tepesinde ortada Hetoimasia (Boş Taht), boş tahtın iki yanında iki melek ve meleklerin yanında secde eden, altışardan toplam on iki havari yer almaktadır. İkinci şeritte Hetoimasia'nın hemen altında kiborium ve altar, altarın iki yanında Ökaristi Ayini'ni yöneten ve iki kere betimlenen İsa ve kemer içinde ayakta tasvir edilen on üç melek bulunmaktadır. Patenin merkezinde ortada Meryem ve çocuk İsa, Başmelek Gabriel ve Başmelek Mikhael tasvir edilmiştir (Fotoğraf 14). Patene Pulcheria Pateni denilmesinin sebebi ise metal levhanın dış kısmında *"Pulcheria Augusta'nın Kırk Şehitler'in saygıdeğer sürüsüne armağanı"* yazıtının yer almasıdır (Fotoğraf 15). Tüm bu bilgiler kapsamında 13.14. yüzyıla tarihlenen patenin içine oturduğu metal levhanın Pulcheria döneminde yapılmış olabileceğini, sonraki bir dönemde de yeniden kullanılmış olabileceğini söylemek yanlış olmayacaktır.

Fotoğraf 14. Panagiarion/Pulcheria Pateni (Treasures of Mount Athos, 1997, s.325)

Fotoğraf 15. Panagiarion/Pulcheria Pateni (Treasures of Mount Athos, 1997, s.324)

Değerlendirme ve Sonuç

Pulcheria hayatını hem imparatorluğa hem de Hıristiyanlığa adamıştır. Bunun sonucu olarak da imparatorluğun çeşitli bölgelerinde, ona atfedilen birçok manastır, kilise, hastane ve fakirler için barınaklar karşımıza çıkmaktadır. Dönem kaynaklarından öğrendiğimiz bahsi geçen yapıların birçoğu günümüze gelememiştir. Pulcheria'nın dindar kişiliği nedeniyle kutsal emanetlere de sahip çıktığı ve bu emanetlerin koruyuculuğunu yaptığı bilinmektedir. Zira dönem kaynaklarından Meryem'e ait röliklerin, kuşağın, Aziz Stephanos'un röliklerinin vb. korunması için yapı faaliyetlerinde bulunduğu anlaşılmaktadır. Tüm bunlarla birlikte Pulcheria'nın Hıristiyanlığa olan bağlılığı dönem sikkelerindeki ikonografik değişimle de karşımıza çıkmaktadır. Sikke tarihinde ilk defa sikkelerin hem ön hem de arka yüzlerinde Hıristiyanlıkla alakalı semboller bu dönemde ortaya çıkmıştır. Sikkelerin ön yüzünde Manus Dei tarafından bir Augusta'ya taç giydirilmesi yine Pulcheria'nın dini siyasetteki önemli rolünü vurgulamaktadır. Tüm bunların haricinde ilk defa Pulcheria'ya ait olan sikkelerin arka yüzlerinin imparator sikkeleriyle aynı olarak tasvir edilmesi de İmparatoriçenin devlet işlerinde de ne kadar ön plana çıktığını belirtmektedir (Fotoğraf 16-17).

Fotoğraf 16. II. Theodosios, Solidus[16]

Fotoğraf 17. Markianos, Solidus[17]

Bizans İmparatorluğu'ndaki sikkeler incelendiğinde sikkelerin üzerinde tasvirleri bulunan imparatoriçeleri üç kategoriye ayırmak mümkündür: Eirene, Theodora ve Zoe gibi tek başına hükümdar olanlar, VI. Konstantinos'un naibi Eirene, III. Mikhail'in naibi Theodora, VII. Konstantinos'un naibi Zoe Karbonopsina ve VII. Mikhail'in naibi Eudokia Makrembolitissa gibi naip olanlar ve Theodora, Eudokia Ingerina, Eudokia Makrembolitissa, Alanyalı Meryem ve Eirene Dukaina gibi imparator eşleri olanlar (Maktal-Canko, 2017, s.133). Pulcheria da hem naip hem de imparator eşi olarak sikkelerde tasvir edilmiştir.

414-453 yılları arasında Pulcheria'nın adına aralıklarla sikkeler basıldığı görülmektedir. Pulcheria sikkelerin ön yüzünde genellikle İmparatoriçe Eudoksia'da olduğu gibi başının üstünde bir taç tutan Manus Dei ile tasvir edilmiştir. 420-421 yılları arasında ilk basılan sikkelerin haricinde Pulcheria'nın sikkelerinde de kardeşi II. Theodosius'a ait sikkelerde olduğu gibi yıldız bulunmaktadır. Pulcheria'nın ilk solidusu Flaccilla ve Eudoksia sikkelerine benzemekte daha sonrakiler ise kardeşi II. Theodosius'un sikkeleriyle benzerlik göstermektedir. 420 ile 440 yılları arasında basılan sikkelerin arka yüzünde elinde zafer haçı tutan Konstantinopolis'in kişileştirimi yer almaktadır (Grierson ve Mays, 1992, s.152). Bu da Pulcheria'nın Hıristiyanlığın yayılmasında ne kadar önemli bir rolü olduğunu göstermektedir.

Evlilik sikkeleri imparatorluk düğünlerini duyurmak ve kutlamak için bastırılmıştır. Bu sikkelerde gelin ve damadın arasında genellikle İsa bulunmaktadır. Ancak II. Theodosios'un kızı Eudoksia ve batının imparatoru III. Valentinianus'un 437 tarihli evlilik soliduslarında İsa yerine II. Theodosios yeni evli çifte şahitlik yaparken tasvir edilmiştir (Fotoğraf 18) (Maktal-Canko, 2017, s.130; Walker, 2010, s.851). Bundan sonraki evlilik solidoslarında ise yeni evli çiftlere İsa şahitlik yapmaktadır. 491 yılına tarihlenen Ariadne ve I. Anastasios'un evlilik solidusları ve 451 yılına tarihlenen Pulcheria ve Markianos'un evlilik solidusları İsa'nın yeni çifti

[16] http://dirtyoldbooks.com/roman/id/Coins-of-Roman-Emperor-Theodosius-II.htm Erişim Tarihi: 4.9.2023
[17] https://ozhanozturk.com/wp-content/uploads/2017/09/Byzantium-coins-39.jpg Erişim Tarihi: 4.9.2023

kutsamasının örnekleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sikkelerin ön yüzlerinde imparatorun askeri kıyafetli bir tasviri sikkenin arka yüzünde ise İsa, imparator ve eşinin ayakta tasviri bulunmaktadır. İsa burada Hıristiyanlanmış imparatorluk kültü ya da dindarlığı göstermek amacıyla özel sembolik sebepten dolayı sikke üzerinde yer almaktadır (Demirel-Gökalp, 2009, s.35).

Fotoğraf 18. Licinia Eudoksia ve III. Valentinianus'us Evlilik Solidusu[18]

Büst şeklindeki kantar topuzları MS 2. yüzyıl ila 7. yüzyıl arasına tarihlendirilmektedir. Erken Hıristiyanlık dönemi kantar topuzlarının büyük bir çoğunluğunun imparator ya da Yunan Tanrıçaları şeklinde biçimlendiği görülürken, 5. yüzyıl sonlarına doğru imparatoriçe büstü şeklinde biçimlendiği görülmektedir (Acara-Eser, 2003, s.47). Araştırma kapsamında incelenen Walter Sanat Galerisi'ndeki kantar topuzu stil ve süsleme özellikleriyle Antalya Kaleiçi Müzesi'ndeki 5. yüzyıla tarihlenen İmparatoriçe Aelia Eudoksia büstü şeklinde biçimlendirilen (Fotoğraf 19) (Acara-Eser, 2003, s.47), İstanbul Arkeoloji Müzesi'ndeki 5. ve 6. yüzyıla tarihlendirilen Aelia Eudokia, Galla Placidia, Licinia Eudoksia gibi imparatoriçe büstü şeklinde biçimlendirilen (Meriçboyu ve Atasoy 1983, s.8-9), İzmir ve Konya Arkeoloji Müzelerindeki 5. yüzyıla tarihlendirilen imparatoriçe büstü şeklinde biçimlendirilen kantar topuzlarına benzemektedir (Acara, 1990, Kat. No. 55 ve 67, Res. 51 ve 56). İmparatoriçe Pulcheria'ya ait sikkeler ve Almanya'daki fildişi panel incelendiğinde kantar topuzundaki figürle benzerlikler görülmektedir. Bu bağlamda Ross'un iddialarına, Pulcheria'nın İmparatorluktaki gücü de göz önüne alındığında katılmak mümkündür.

Fotoğraf 19. Kantar Topuzu, Aelia Eudoxia, Antalya Kaleiçi Müzesi (Acara-Eser, 2013, s.47)

[18] http://www.wildwinds.com/coins/ric/valentinian_III/Unpublished_solidus.jpg Erişim Tarihi: 4.9.2023

Sonuç olarak Bizans İmparatorluğu'na iz bırakan kadınların belki de başında gelen Pulcheria'nın, 15 yaşında taht naibi olarak İmparatoriçe olmasından 54 yaşında ölümüne kadar hem devlet işlerinde hem de dini siyasette önemli bir rol oynadığı ardında bıraktığı eserlerde görülmektedir. İmparatorluk sikkelerindeki ikonografik değişim Pulcheria'nın yönetimde ne denli güçlü olduğunun bir kanıtıdır. Bununla birlikte Pulcheria'nın izleri sadece yaşadığı dönemle sınırlı kalmayıp daha sonraki dönemlerdeki eserlerde de karşımıza çıkmaktadır. Örneğin 1859 tarihli Athos Dağı'nın genel görünüşünün tasvir edildiği ikonada II. Theodosios ve Pulcheria da betimlenmiştir (Fotoğraf 20). Bu belki de kendini dine ve devlete adayan bir imparatoriçeye duyulan sevgi ve saygının sadece kendi döneminde değil yüzyıllar sonra bile devam ettiğinin kanıtıdır.

Fotoğraf 20. Athos Dağı: Meryem, İsa, Manastırlar, Kurucular, Havariler, Başmelekler, Rahipler, Aziz ve Azizeler (Treasures of Mount Athos, 1997, s.197)

Kaynakça

Acara, M. (1998). Bizans ortodoks kilisesinde liturji ve liturjik eserler. *Hacettepe Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 15(1), 183-201. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/614238

Acara-Eser, M. (2003). Bizans Dönemi. G. Kürkman (Yay. haz.), *Anadolu ağırlık ve ölçüleri içinde* (s.32-48). Suna-İnan Kıraç Akdeniz Medeniyetleri Araştırma Enstitüsü. İstanbul: Pera Müzesi Yayınları.

Acara-Eser, M. (2005). Ankara Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ndeki Bizans maden eserleri: ağırlıklar ve haçlar. *T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 22. Araştırma Sonuçları Toplantısı II*, 51-58. Erişim adresi: https://www.academia.edu/8025990/Ankara_Anadolu_Medeniyetleri_M%C3%BCzesindeki_Bizans_Maden_Eserleri_A%C4%9F%C4%B1rl%C4%B1klar_ve_Ha%C3%A7lar

Aladzhova, D. (2018). The impact of Christianity on the marriage solidi of 5th Century. *International Scientific Conference, The Basilica of St Sophia During The Transition From Paganism To Christianity,* 387-396. Erişim adresi: https://www.academia.edu/36995109/Aladzhova_D_The_impact_of_Christianity_on_the_marriage_solidi_of_the_5th_century_pdf

Alp, O. (2021). *Erken Hıristiyan ve bizans mimarlığına giriş.* Ankara: Dorlion Yayınları.

Angelidi, C. ve Papamastorakis, T. (2000). M. Vassilaki (Yay. haz.), The veneration of the virgin hodegetria and the hodegon monastery. *Mother of god, representations of the virgin in byzantine art içinde* (s. 373-385). Erişim adresi: https://www.academia.edu/6594535/_with_T_Papamastorakis_The_Veneration_of_the_Virgin_Hodegetria_and_the_Hodegon_Monastery_in_M_Vassilaki_ed_Mother_of_God_Representations_of_the_Virgin_in_Byzantine_Art_Milan_and_Athens_2000_

Atanassova, A. (2010). Orthodox women's defense of the Theotokos: the case of empress Pulcheria and the council of Ephesus. *Philanthropy and Social Compassion in Eastern Orthodox Tradition: Papers of the Sophia Institute Academic Conference,* 137-162. Erişim adresi: https://academiccommons.columbia.edu/doi/10.7916/D8RV0Z2Z

Bailly, A. (2006). *Bizans imparatorluğu tarihi* (H. Şaman, çev). İstanbul: Nokta Kitap.

Bardill, J. (2004). *Brickstamps of Constantinople.* Oxford: Oxford University Press.

Brubaker, L. (1999). The Chalke Gate, the construction of the past and the trier ivory. *Byzantine and Modern Greek Studies, XXIII*, 258-285. Erişim adresi: https://www.academia.edu/67863170/The_Chalke_Gate_the_Construction_of_the_Past_and_the_Trier_Ivory

Cameron, A. (2015). *Bizanslılar* (Ö. Akpınar, çev). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Chatterjee, P. (2018). Iconoclasm's legacy: interpreting the trier ivory. *The Art Bulletin, 100*(3), 28-47. Erişim adresi: https://www.academia.edu/38774321/Iconoclasms_Legacy_Interpreting_the_Trier_Ivory

Chew, K. (2006). Virgins and eunuchs: Pulcheria, politics and the death of emperor Theodosius II. *Historia: Zeitschrift für Alte Geschichte, 55*(2), 207-227. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/i400913

Clark, E. A. (1982). Claims on the bones of Saint Stephen: the partisans of Melania and Eudocia. *Church History, 51*(2), 141-156. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/3165832

Connor, C. L. (2004). *Bizans'ın kadınları.* (B. Cezar, çev.). İstanbul: YKY.

Çakmakçı, Z. (2017). Erken bizans döneminde kadın baniler ve kültürel yaşama etkileri. *MCBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 15*(1), 775-800. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/cbayarsos/issue/30064/300046

Darga, A. M. (2015). *Anadolu'da kadın, on bin yıldır eş, anne, tüccar, kraliçe* (E. Çaykara, çev.). İstanbul: YKY.

Delbrueck, R. (1933). *Spätantike kaiserporträts von Constantinus Magnus bis zum ende des westreichs*. Germany: Walter de Gruyter & Company.

Demirel-Gökalp, Z. (2009). *Yalvaç Müzesi Bizans sikkeleri.* Ankara: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınları.

Diehl, C. (2006). *Bizans imparatorluğunun tarihi* (A. G. Bozkurt, çev.). İstanbul: İlgi Yayınları.

Dirschlmayer, M. (2015). *Kirchenstiftungen rőmischer kaiserinnen vom 4. bis zum 6. jahrhundert.* Műnster: Aschendorff Verlag.

Downey, G. (1957). *Nikolaos Mesarites: description of the church of the holy apostles at Constantinople.* Philadelphia: Transactions of the America Philosophical Society NS.

Ermiş, M.Ü. (2011). Ayvansaray'da ortaya çıkartılan bir bizans kilisesi. *Sanat Tarihi Yıllığı, 17*, 41-48. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/233416793_Ayvansaray'da_Ortaya_Cikartilan_Bir_Bizans_Kilisesi

Grabar, A. (1957). *L'Iconoclasme byzantin.* Paris: Dossier Archeologique.

Grierson, P. ve Mays, M. (1992). *Catalogue of late roman coins in the Dumbarton Oaks Collection and in the Whittemore Collection.* Wahington, D.C.: Dumbarton Oaks Research Library and Collection.

Grotowski, P. (2013). Fotinus, Żywot Jana Pustelnika. *Vox Patrum, 33*(59), 607–638. Erişim adresi:https://www.researchgate.net/publication/311273893_Fotinus_Zywot_Jana_Postnika_Vita_Ioannis_Ieiunatoris_episcopi_Constantinopoleos_BHG_II_893_CPG_7971_Photinus_Life_of_John_the_Faster

Herrin, J. (2000). The imperial feminine in Byzantium. *Past & Present, 169*, 3-35. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/651262

Holum, K. G. (1977). Pulcheria's crusade A.D. 421-22 and the ideology of imperial victory. *Greek, Roman and Byzantine Studies, 18*(2), 153-172. Erişim adresi: https://grbs.library.duke.edu/index.php/grbs/article/view/7811

Holum, K.G. ve Vikan, G. (1979). The trier ivory, adventus ceremonial, and the relics of St. Stephen. *Dumbarton Oaks Papers, 33*, 113-133. Erişim adresi: https://archive.org/details/DOP33_04_Holum_and_Vikan

Holum, K.G. (1982). *Theodosian Empresses, woman and imperial dominion in late antiquity.* California: University of California Press.

James, L. (2014). Making a name: reputation and imperial founding and refounding in Constantinople, female founders in byzantium and beyonds. *Wiener Jahrbuch für Kunstgeschichte, LX/LXI*, 63-72. Wien: Böhlau Verlag. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/269749350_4_Making_a_Name_Reputation_and_Imperial_Founding_and_Refounding_in_Constantinople

Janin, R. (1969). *La géographie ecclésiastique de l'Empire byzantin.* Paris: Edité par Institut français d'études byzantines.

Lung, E. (2017). Depictions of women in the works of early byzantine historians and chroniclers: between stereotype and reality. *Historical Reflections / Réflexions Historiques, 43*(1), 4-18. Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/315908927_Depictions_of_Women_in_the_Works_of_Early_Byzantine_Historians_and_Chroniclers

Maktal-Canko, D. (2017). Sikkeler ışığında bizansta imparatoriçe imgesi (780-1204). *Art-Sanat Dergisi, 8*, 113-137. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/iuarts/issue/47866/604028

Malmberg, S. (2014). Triumphal arches and gates of piety at Constantinople, Ravenna and Rome. S. Birk, T. Myrup Kristensen and B. Poulsen (Yay. haz.). *Using Images in Late Antiquity Oxbow Books içinde* (s. 150-189). Erişim adresi: https://www.researchgate.net/publication/280096735_Triumphal_Arches_and_Gates_of_Piety_at_Constantinople_Ravenna_and_Rome_In_Using_Images_in_Late_Antiquity_Oxbow_Books_2014_pp_150-189

Mango, C. (1972). *The art of Byzantine empire sources and documents.* New Jersey: Englewood Cliffs.

Mango C. (1993). The development of Constantinople as an urban centre. *Studies on Constantinople, Aldershout,10*, 117–136. Erişim adresi: https://www.medievalists.net/files/07060306.pdf

Mango, C. (2000). *Constantinople as theotokopoulos, mother of god: representations of the virgin in byzantine art.* M. Vassilaki (Yay. haz.). Milan: Skira.

Mango, C. ve Scott, R. (1997). *The chronicle of Theophanes Confessor Byzantine and near eastern history Ad 284-813.* Oxford: Clarendon Press.

Mathews, T.F. (1971). *The early churches of Constantinople: architecture and liturgy.* Pennsylvania: Pennsylvania State University Press, University Park.

Meriçboyu, Y. ve Atasoy, S. (1983). *Büst şeklinde kantar ağırlıkları.* İstanbul: Arkeoloji ve Sanat Yayınları.

Müller-Wiener, W. (2002). *İstanbul'un tarihsel topografyası.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Negrău, E. (2018). The marian inscription in the sanctuary of the Hârlău St. George Church revisited: The early 16th century liturgical context, museikon. *A Journal of Religious Art and Culture/Revue d'art et de culture religieuse, 2*(2), 89-94. Erişim adresi: https://www.academia.edu/38825589/The_Marian_Inscription_in_the_Sanctuary_of_the_H%C3%A2rl%C4%83u_St_George_Church_Revisited_The_Early_16th_Century_Liturgical_Context

Norwich, J. J. (2013). *Bizans, erken dönem (MS 323-802).* (H. Koyukan, çev.). İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Ostrogorsky, G. (1999). *Bizans devleti tarihi* (F. Işıltan, çev.). Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Pentcheva, B.V. (2006). *Icons and power: the mother of god in byzantium.* University Park, PA: The Pennsylvania State University Press.

Rodin, K. K. (2016). Empress influence on the establishment and rise in popularity of the virgin Mary and Kuan Yin. *Journal of Literature and Art Studies, 6*(11), 1396-1406. Erişim adresi: https://www.davidpublisher.com/Public/uploads/Contribute/5809bfd51c9c3.pdf

Ross, M.C. (1946). A byzantine bronze weight. *American Journal of Archaeology, 50*(3), 368-369. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/499457

Schwarcz, A. (2003). Marriage and power politics in the fifth century. *Medieval Prosopography, 24*, 35-43. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/44946414

Sipahioğlu, A. (1996). İstanbul'da bir kilise harabesi Khalkoprateia manastırı kilisesi. *Sanat Tarihi Araştırmaları Dergisi, 13*, 13-17. Erişim adresi: https://isamveri.org/pdfdrg/D00109/1995_13/1995_13_SIPAHIOGLUA.pdf

Spain, S. (1977). The translation of relics ivory, Trier. *DOP 33,* 279-304. Erişim adresi: https://www.jstor.org/stable/1291409

The Chronicle of Marcellinus: A translation and commentary. (1995). (B. Croke, çev.), Sydney: Australian Association for Byzantine Studies.

The Patria. Accounts of medieval Constantinople. (2013). (A. Berger, çev.), London: Dumbarton Oaks Medieval Library.

Teetgen, A. B. (1907). *The life and times of the Empress Pulcheria A.D.399 A.D. – A.D. 452.* London: Swan Sonnenschein Co., Lim.

Twardowska, K. (2017). The church foundations of Empress Pulcheria in Constantinople according to Theodore Lector's 'Church History' and other contemporary sources, res gestae. *Czasopismo Historyczne, 5,* 83-94. Erişim adresi: https://bazhum.muzhp.pl/media/files/Res_Gestae_Czasopismo_Historyczne/Res_Gestae_Czasopismo_Historyczne-r2017-t5/Res_Gestae_Czasopismo_Historyczne-r2017-t5-s83-94/Res_Gestae_Czasopismo_Historyczne-r2017-t5-s83-94.pdf

Xanthopoulos, Nicephoros Kallistos. *Historia Ecclesiastica.*

Walker, A. (2010). Numismatic and metrological parallels for the iconography of early byzantine marriage jewelry, The Question of the Crowned Bride. *Travaux et Mémoires 16,* 1-14. Erişim adresi: https://repository.brynmawr.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1052&context=hart_pubs

Wenger, A. (1952). Notes inédites sur les empreurs Théodose I, Arcadius, Théodose II, Léon I. *REB, 10*, 46–59. Erişim adresi: https://www.persee.fr/doc/rebyz_0766-5598_1952_num_10_1_1055

Wolff, R. L. (1948). Footnote to an incident of the Latin occupation of Constantinople: the church and the icon of the hodegetria. *Traditio, 6,* 319-328. Erişim adresi: https://www.cambridge.org/core/journals/traditio/article/abs/footnote-to-an-incident-of-the-latin-occupation-of-constantinople-the-church-and-the-icon-of-the-hodegetria/B68E7D4E54FF6E1E8EB2B21ACE57A295

Wulff, O. (1924). *Altchristliche und Byzantinische Kunst II.* Berlin: Akademische Verlagsgesellschaft Athenaion m. b. H.

Extended Abstract

Purpose

Empresses, in particular, always had a privileged place in the Byzantine Empire from its foundation to its collapse, and they played an important role in both politics and religious politics. One of the most effective ways in which empresses show their generosity and care to the society is to lead the creation of works of art. However, again, empresses stood by the emperors in wars or rebellions and encouraged them from time to time. There are many empresses, such as Zoe, Theodora, Irene, Eudocia, who have their names written in golden letters in Byzantine History. One of these empresses is Pulcheria. Pulcheria played a very important role in both state affairs and religious affairs, from being empress as regent of her brother Theodosios II at the age of 15 until her death at the age of 54. The subject of the study is Pulcheria and its reflections on Byzantine art.

Design and Methodology

Pulcheria devoted her life to both the empire and Christianity. As a result of this, we come across many monasteries, churches, hospitals and shelters for the poor attributed to him in various parts of the empire. Many of the aforementioned structures, which we learned from the sources of the period, have not survived. It is known that due to his religious personality, Pulcheria also took care of the holy relics and was the guardian of these relics. Because the relics of the Virgin Mary, the belt, the relics of St. Stephanos, etc. from the sources of the period. It is understood that it has been engaged in construction activities for its protection. Along with all this, Pulcheria's commitment to Christianity is also seen in the iconographic change in the coins of the period. For the first time in the history of coins, symbols related to Christianity appeared on both the obverse and reverse sides of the coins. The coronation of an Augusta by the hand of the god on the obverse of the coins again highlights the important role of Pulcheria in religious politics. Apart from all these, the fact that the reverses of the coins belonging to Pulcheria for the first time are the same as those of the emperor, indicates how the Empress came to the fore in state affairs. In the study, Theotokos Khalkoprateia Church, Blachernae Theotokos Church, Hodegetria Church and St. Laurence Church, which was built by Empress Pulcheria or at least led to its establishment, were examined in line with the sources of the period and the views of scientists. It is known that Pulcheria was a devout Christian and especially took on the guardianship of holy relics. Bringing the relics of St. Stephanos to Istanbul is also depicted on an ivory panel. In the research, the history of the ivory panel was mentioned and its description was made. It is known that Pulcheria brought many innovations to the imperial coin iconography. At the beginning of these innovations is the presence of symbols related to Christianity on both the obverse and reverse of the coins. In addition, the depiction of the reverse of the coins of Pulcheria as on the coins of the emperor can be counted among the important innovations. In this context, the innovations that Pulcheria brought to the imperial coin iconography were evaluated in the light of the coin samples of the period. Similar examples of the weighbridge knob, which is thought to belong to Pulcheria, were examined and it was discussed why the busts of the emperor and empress were used in the scale knobs. In the evaluation and conclusion part, the works that are the subject of the study were evaluated comparatively with similar examples.

Findings

Pulcheria has been the subject of many works of Byzantine art in her 54-year life, as she was both a devout Christian and had an important power in state affairs. Empress Pulcheria, who is very religious, appears as the guardian of the holy relics. The ivory panel depicting the Archbishop of Jerusalem sending the relic of St. Stephanos to be preserved in a church in Constantinople is now kept in the treasury of the cathedral in Trier, Germany.

Empress Pulcheria played an active role in the administration during the reigns of both her brother Theodosios II and his wife Marcianus. The influence of Pulcheria was also reflected in the imperial coins. Especially the change in the coins minted after the Persian victory is very important. The reverse side of the coins was replaced with a standing goddess of victory holding a cross in her hand, and with these depictions, the share of the god in the Persian victory was tried to be emphasized and the jeweled cross gifted by Pulcheria to be erected on the Golgotha hill in Jerusalem was symbolized.

There is also an iconographic change in the coins of the Pulcheria period, which had a very important place in the imperial administration. For the first time in the history of coins, there are symbols of Christianity on both the obverse and reverse of the Pulcheria period coins. On the obverse of the coins, the hand of the god crowning Pulcheria is depicted, on the reverse either the goddess of victory holding a long cross in her hand, or the figure, the personification of Constantinople, holding the globe in one hand and the imperial sceptre in the other. On the reverse of some of the coins from the Pulcheria period, there is a cross motif in a wreath. However, the first depiction of the reverse side of an Augusta coin as on the emperor's coins also emphasizes its important place in the administration. Apart from the imperial coins, the gold marriage solidus minted in 450 commemorating the marriage of Pulcheria and Marcianus also reflects the pious personality of the empress. On the reverse of the coin, Jesus blessing the newly married couple is in the middle, Marcianus on the right and Pulcheria on the left.

In the Byzantine Period, weight-bridge and scales were used together as weighing instruments. Sphere, bust or figurine shaped weights were preferred on the scales. A bronze weighing knob, now in the Walter Art Gallery, is attributed to Pulcheria by Ross. Based on the empress's coins and Delbrueck's work, Ross suggests that the weighing bun at the Walter Art Gallery may be Empress Pulcheria.

Another work of art attributed to Pulcheria is the Panagiarion/Pulcheria Skate, located in the Xeropotamou Monastery of Mount Athos today, and dated to 13-14 centuries by researchers. The reason why the skate is called Pulcheria Skate is because the inscription "*Pulcheria Augusta's gift to the venerable flock of the Forty Martyrs"* is located on the outside of the metal plate.

Research Limitations

It is known that empresses and princesses were very influential in the Byzantine Empire from its foundation until its collapse in 1453. This sometimes appears as Theodora, who prevented Justinian's escape in the Nika Revolt, sometimes as Irene, who put the Jesus icon on the gate of Chalke without fear for the sake of her beliefs, and sometimes as Anna Komnena, who wrote the history of her period by witnessing history. Empress Pulcheria has an important place among the women who perhaps shaped the Byzantine history. In the study, the works of art attributed to Pulcheria are discussed both within themselves and with similar examples.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

It can be seen in the works that Pulcheria, who was perhaps one of the women who left a mark on the Byzantine Empire, played an important role in both state affairs and religious politics, from being empress as regent at the age of 15 until her death at the age of 54. The iconographic change in imperial coins is a testament to how powerful Pulcheria was in rule. However, the traces of Pulcheria are not only limited to the period in which she lived, but also appear in the works of later periods. For example, the icon depicting the general view of Mount Athos, dated 1859, also depicts Theodosios II and Pulcheria. This is perhaps the proof that the love and respect for an empress who devoted herself to religion and the state continued not only in her own time, but even centuries later.

Originality/Value

The study includes Empress Pulcheria and her reflections on Byzantine art. For the first time in this study, religious structures and small handicrafts attributed to Empress Pulcheria were discussed in detail. However, the examined works were also examined comparatively with similar examples. In the study, the importance and place of Empress Pulcheria in the Byzantine Empire was tried to be determined in the light of works of art.

Araştırmacı Katkısı: A. Nazlı SOYKAN (%100).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Kıt Kaynakların Paylaştırılması: Talepler Problemi Literatürü Üzerine Bir İnceleme [1]

Orhan AYGÜN[2] - Sinan ERTEMEL [3] - Burak DOĞAN [4]

Başvuru Tarihi: 29.06.2023 **Kabul Tarihi:** 15.09.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu makale, literatürde "talepler problemi" olarak bilinen, hak sahiplerinin taleplerini karşılamada yetersiz bir kaynağın, kaynak üzerindeki mülkiyet iddiaları gözetilerek paylaştırılması modelini inceler. Bu modelin miras dağıtımından tayınlamaya, iflas eden şirketin mallarının alacaklılara tahsisinden vergilendirmeye kadar birçok farklı uygulaması bulunur. Makalede, aksiyomatik bir yaklaşım benimsenerek talepler problemine çözüm sunan dağıtım kurallarının matematiksel aksiyom olarak ifade edilen özellikleri irdelenir. Ayrıca, literatürde öne çıkan orantılı kural ve eşitlikçi kurallar gibi dağıtım kuralları aksiyomatik karakterizasyonları ile incelenir. Son olarak, bu çalışma, yetersiz kaynağın, kaynak üzerinde birbiriyle çelişen iddiaları bulunan talep sahipleri arasında adil ve hakça dağıtılması konusunda kapsamlı bir çerçeve sunar.

Anahtar Kelimeler: *Talepler Problemi, Tayınlama, İflas Problemi, Miras, Vergilendirme, Adil Dağıtım*

Atıf: Aygün, O., Ertemel, S. ve Doğan, B. (2023). Kıt kaynakların paylaştırılması: Talepler problemi literatürü üzerine bir inceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 989-1004.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Boğaziçi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, **orhan.aygun@boun.edu.tr**, ORCID: 0000-0003-0132-3429
[3] İstanbul Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Ekonomi Bölümü, **ertemels@itu.edu.tr,** ORCID: 0000-0003-0089-4641
[4] Bahçeşehir Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Ekonomi Bölümü, **burak.dogan@eas.bau.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9585-3318

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Allocating Scarce Resources: A Survey of Claims Problems

Orhan AYGÜN [5] - Sinan ERTEMEL [6] - Burak DOĞAN [7]

Submitted by: 29.06.2023 **Accepted by:** 15.09.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

This paper studies the allocation of a scarce resource among competing claimants, which is commonly known as the "claims problem". This model has numerous practical applications ranging from estate division to rationing, bankruptcy, and even basic taxation problems. An axiomatic approach is used to examine the properties of division rules that are expressed as mathematical axioms. The paper provides an analysis of prominent division rules, such as the proportional and egalitarian rules, along with their axiomatic characterizations. Ultimately, the paper presents a comprehensive framework for achieving a fair and equitable allocation of limited resources among competing claimants.

Keywords: *Claims Problem, Rationing, Bankruptcy, Inheritance, Taxation, Division Rules*

[5] Boğaziçi University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Economics, **orhan.aygun@boun.edu.tr**, ORCID: 0000-0003-0132-3429
[6] İstanbul Technical University, Faculty of Management, Department of Economics, **ertemels@itu.edu.tr,** ORCID: 0000-0003-0089-4641
[7] Bahçeşehir University, Faculty of Economics, Administrative, and Social Sciences, Department of Economics, **burak.dogan@eas.bau.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9585-3318

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Bir kaynağı, kaynak üzerindeki taleplerin toplamının kaynaktan daha büyük olduğu durumlarda hak sahiplerine dağıtmanın en iyi yolu nedir? Yetersiz kaynağın hak sahiplerine dağıtımı talepler problemi (İng. claims problem) olarak bilinir. Problemin çözümü için kaynağın nasıl dağıtılması gerektiğini gösteren dağıtım kuralları kullanılır.

Ele aldığımız modelin gündelik hayata ilişkin birçok uygulaması bulunur. Başlıca uygulamalardan biri miras paylaşımıdır. Bir kişi öldükten sonra geriye kalan mirası borçlarını karşılamaya yetecek düzeyde değilse, murisin terekesinin alacaklılar arasında nasıl dağıtılacağına karar verilmesi gerekir. Miras uyuşmazlıkları, literatürde, tayınlamaya (İng. rationing) ilişkin Rabinovitch (1973, s. 162) tarafından Babil Talmud'undan alınan meselelerle kayda alınan ilk örneklerdir. Başka bir uygulama olan iflas probleminde, ele aldığı üzere iflas ederek tasfiye edilen bir şirketin borçlarını karşılamaya yetmeyen varlıkları alacaklılar arasında paylaştırılır.

Modelin bir başka uygulaması, bir tür tayınlama problemi olan bir şirketin yetersiz miktardaki ürününü, ürünün siparişini veren müşteriler arasında paylaştırılması mevzuudur. Bu tayınlama problemi; kıt kaynağın yiyecek, temiz su, sağlık malzemeleri ya da farklı ülke ve bölgeler arasında paylaştırılacak küresel karbon bütçesi olarak tanımlanarak daha büyük ölçeklere de uyarlanmaktadır. Benzer şekilde, uluslararası yardım kuruluşları yoksul bölgelere yardım dağıtırken kıt kaynakların tahsis edilmesi sorunuyla karşı karşıya kalır.

Modelimiz, basit vergilendirme problemleri formel olarak tanımlanırken de kullanılır. Bu durumlarda, iddia sahiplerinin yerini gelirleri toplamı bahsi geçen projenin maliyetini aşan vergi mükellefleri yer alır. Burada sorulması gereken ise Young (1988, 1990) tarafından ele alındığı üzere her bir mükellefin toplam maliyete katkı vermesinin adil ve hakça nasıl sağlanabileceğidir.

Daha genel anlamda, bu model, hak sahiplerinin taleplerini tamamen karşılamakta yetersiz bir kaynağın hak sahipleri arasında paylaştırılması gerektiğinde kullanılabilir.

Bu makalede, aksiyomatik yaklaşım benimsenmiştir. Öncelikle, matematiksel "aksiyomlar" olarak ifade edilen kural özelliklerini inceleyeceğiz. Bu aksiyomlar, bir kuralın farklı durumlarda nasıl işlemesi gerektiği bilgisini ihtiva eder. Aksiyomatik bir çalışma tipik olarak küçük bir aksiyom kümesi üzerinde yoğunlaşır, aksiyomların mantıksal bağlantılarını inceler ve bu aksiyomları farklı kombinasyonlarda uygulamanın sonuçlarını araştırır. Aksiyomatik yaklaşım aracılığıyla elde edilen sonuçlar ikiye ayrılabilir. İlk durumda, belirli aksiyomların birbiriyle uyumsuz olduğu bulunur ve bu durum bir imkânsızlık teoremini ortaya çıkarır. İkinci durumda, bir aksiyom listesi uyumlu bulunabilir ve onları karşılayan kurallar familyası, kuralın aksiyomatik karakterizasyonu olarak adlandırılır. Aksiyomatik yaklaşımın ana hedefi, uyumlu ve uyumsuz aksiyomlar listesi arasındaki sınırları belirlemek ve uyumlu aksiyomların tümünü karşılayan kuralları veya kural ailelerini elde etmektir.[8]

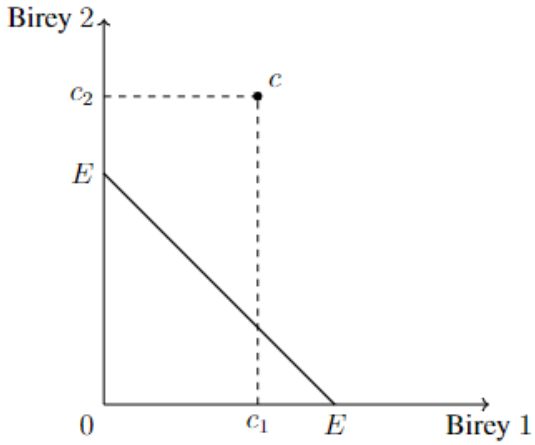
Çalışma şu şekilde organize edilmiştir: İkinci bölümde talepler problemi için önbilgileri sunuyoruz. Üçüncü bölümde, literatürden çeşitli, iyi bilinen dağıtım kurallarını tartışıyoruz. Ardından, dördüncü bölümde, verimlilik, adalet, monotonluk ve değişmezlik gibi önemli özellikleri yansıtan standart aksiyomları tanıtıyor ve üçüncü bölümde tartışılan dağıtım kuralları için aksiyomatik karakterizasyonlar sağlıyoruz. Son olarak, beşinci bölümde sonuçları özetliyoruz.

[8] Dağıtım kurallarının aksiyomatik karakterizasyonunu daha derinlemesine araştırmakla ilgilenen okuyucular için Moulin (2002) ve Thomson (2019) tarafından hazırlanan incelemeleri öneriyoruz.

Önbilgiler

Sınırsız bölünebilen kaynak $E \in R_+$; N grubunu oluşturan, kaynak üzerinde $c_i \in R_+$ büyüklüğünde talebi bulunan $i \in N$ bireyleri arasında paylaştırılacaktır. $c = (c_i)_{i \in N}$ vektörü bireylerin taleplerini göstermektedir. Burada, N'nin sonlu olduğu ve $\{1, 2, \ldots, n\}$ şeklinde ifade edilen doğal sayılar kümesinin alt kümesi olduğu varsayılmıştır.

Bir problemi "talepler problemi" olarak tanımlayabilmek için, bireylerin talepleri toplamının kaynağın mevcut değerinden fazla olması, yani $\sum_{i \in N} c_i \geq E$, gereklidir. Bu durumda, $(c, E) \in R_+^N \times R_+$ çifti "talepler problemi" olarak anılır. Eğer C^N kümesinin dikkate alınan tüm problemleri içerdiği düşünülürse, talepleri arasında $c_1 < c_2$ ilişkisi bulunan iki bireyin olduğu talepler problemi, Şekil 1'de gösterilmiştir.

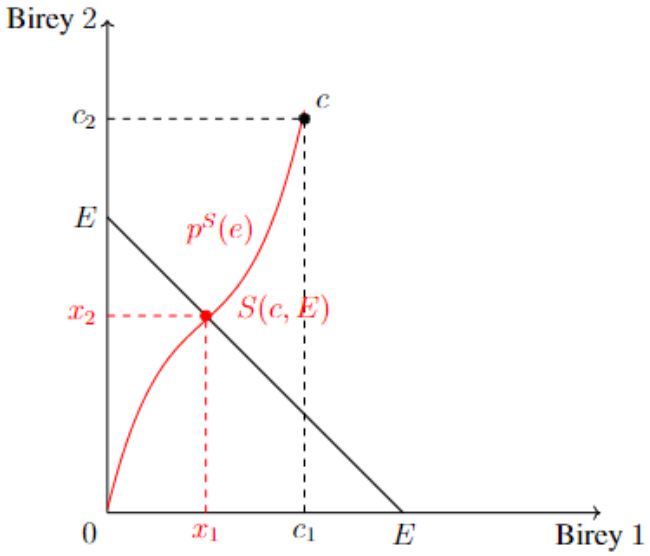


Şekil 1. $|N| = 2$ için Talepler Problemi ($c_1 < c_2$ olmak üzere).

Amaç, hak sahiplerine, talepleri gözetilerek ve toplamın kaynağa eşit olacak şekilde "ödül" (İng. award) dağıtmaktır. Hak sahiplerine, negatif olmayan ve taleplerinden büyük olmayan bir ödül verildiği varsayılır.

Formel olarak her (c, E) problemi için, talepte bulunan hak sahipleri, $0 \leq x \leq c$ olacak şekilde[9] ve ödül dağıtımı dengeli, yani, $\sum_{i \in N} x_i = E$ olacak şekilde bir $x \in R_+^N$ vektörü ile ödüllendirilir. Dolayısıyla, bir (c, E) probleminin ödül vektörü $X(c, E)$ ile gösterilir. Bir dağıtım kuralı, her (c, E) problemine bir ödül vektörü atayan bir fonksiyon olarak temsil edilir ve S ile gösterilir. Bir problemde, iki bireyin olduğu durumda, $S(c, E)$ dağıtım kuralı için $e \in [0, \sum_{i \in N} c_i]$ olan $p^S(e)$ ile ifade edilen ödüller patikası (İng. path of awards) aracılığıyla Şekil 2'de gösterilebilir.

[9] Vektör eşitsizliklerinde, $x > y$ yazdığımızda, bu, x'in her bir koordinatının y'nin ilgili koordinatından kesinlikle daha büyük olduğu ve x ile y'nin eşit olamayacağı anlamına gelir. Diğer taraftan, $x \geq y$ yazdığımızda, bu, x 'in her bir koordinatının y'nin ilgili koordinatına eşit veya ondan daha büyük olduğu ve x ile y'nin eşit olabileceği anlamına gelir.



Şekil 2. $|N| = 2$ ve $c_1 < c_2$ olmak üzere; $e \in [0, c_1 + c_2]$ olmak üzere $S(c, e)$ Dağıtım Kuralı için $p^S(e)$ seklinde gösterilen Ödüller Patikası

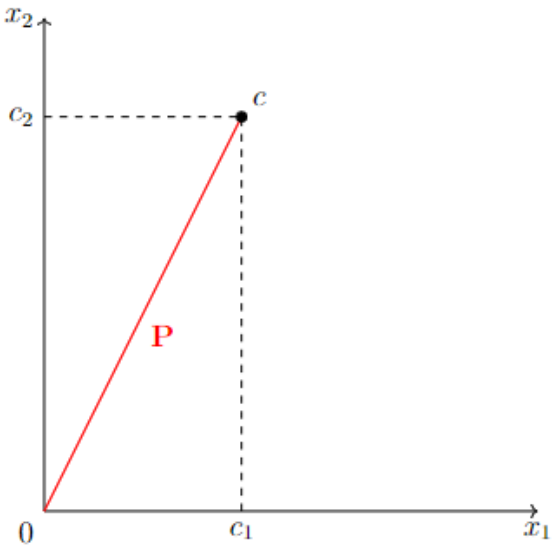
Literatür Taraması

Bu bölümde, literatürde en öne çıkan dağıtım kuralları gösterilecektir. Bu kuralların aksiyomatik karakterizasyonları dördüncü bölümde ele alınacaktır.

Orantısallık, tarihin kayıt düştüğü üzere, uzun zamandır basit dağıtım problemlerinin çözümünde kullanılan başlıca yöntem olmuştur. Bu kural ile adı sıkça anılan Aristoteles, orantısallığı dağıtıcı adaletin karşılığı olarak tanımlamıştır: "Adil bir eylemde mutlaka dört unsur bulunur: haklarında adaletin tecelli edeceği iki taraf ve adaletin üzerinden sağlanacağı iki pay. Kişiler arasındaki eşitliğin aynı oranda paylar arasında da gözetilmesinin sağlanması ..." Bu bağlamda, adil olan orantılı olan iken adaletsiz olan orantılılığı ihlal edendir.

Buna göre, talepler problemi bağlamında Orantılı (İng. proportional) Kural, hak sahiplerinin mevcut kaynaktan talepleri doğrultusunda pay almalarını sağlar. Orantılı Kural; Aristoteles'in eşitler birbirine eşit, eşit olmayanlar birbirine eşit olmayacak şekilde muamele görmelidir düsturuna göre kaynakların taleplerin büyüklükleriyle orantılı olacak şekilde dağıtımını sağlar. Böylece, orantılı kural her bireyin sağladığı katkı oranında pay alması yoluyla adaletin tesisini temin eder.

Orantılı (P) Kural: Her $(c, E) \in C^N$ için ve $\lambda = \frac{c}{\sum_{i \in N} c_i}$ olmak üzere $P(c, E) = \lambda E$.



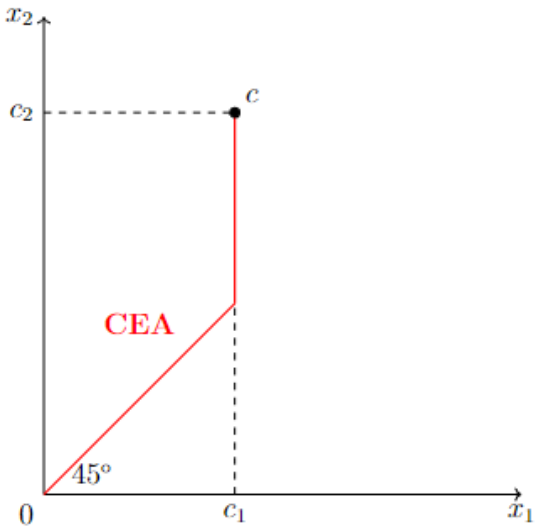
Şekil 3. Orantılı Kural için Ödüller Patikası ($c_1 < c_2$ olmak üzere)

Orantılı Kural bir eşit dağıtım yöntemi olarak görülebilir. Özellikle birbiriyle çelişen iddiaların bulunduğu uyuşmazlıklarda, orantılı dağıtım, birimleri kimin talep ettiğinden ve birimlerin kimlere dağıtıldığından bağımsız olarak talep edilen tüm birimlerin eşitliğini gözetir. Böylece, her talep eden kendisi için ayrılan birimler karşılığınca ödüllendirilir.

Talep edilen birim esasına dayanan eşit dağıtım anlayışından mutlak anlamda eşitliği sağlayan kurallara geçiyoruz. Sıradaki kural, sınırlandırılmış eşit kazanımlar (İng. constrained equal awards) kuralı, hak sahiplerinin talep ettiklerinden fazlasını almamaları koşuluyla kaynaktan eşit olarak istifade etmelerini temin eder. İbn Meymun'un (Maimonides) da içinde bulunduğu birçok ortaçağ düşünürü bu kuralı savunmuştur.

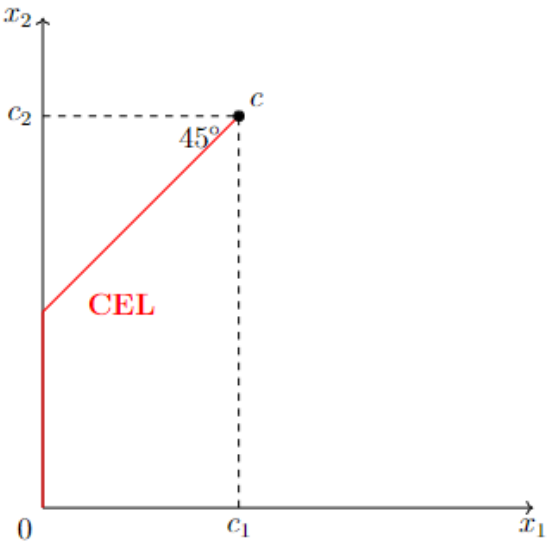
Sınırlandırılmış Eşit Kazanımlar (CEA) Kuralı: Her $(c, E) \in C^N$ için ve $\lambda \in R_+$ olmak üzere, ve $\sum_{i \in N} min\{c_i, \lambda\} = E$ eşitliği sağlanmak üzere $CEA(c, E) = (min\{c_i, \lambda\})_{i \in N}$

Sıradaki kural mutlak eşitlikçi yaklaşımı gereği sınırlandırılmış eşit kazanımlar kuralı ile benzerlikler gösterir. Ancak sınırlandırılmış eşit kazanımlar kuralı ödüllerin eşit olmasını öncelerken sınırlandırılmış eşit kayıplar (İng. constrained equal losses) kuralında, talepte bulunanların maruz bırakıldıkları kayıpların eşitliği dikkate alınır. Bu kural hak sahiplerinin talepleriyle kendilerine dağıtılan ödüller arasındaki "kaybın" olabildiğince eşit olmasını hiç kimsenin "negatif" ödül almaması koşuluyla sağlar. Bu kurala da İbn Meymun'un yazılarında rastlanmıştır.



Şekil 4. CEA Kuralı için Ödüller Patikası ($c_1 < c_2$ olmak üzere)

Sınırlandırılmış Eşit Kayıplar (CEL) Kuralı: Her $(c, E) \in C^N$ için ve $\lambda \in R_+$ olmak üzere, ve $\sum_{i \in N} max\{c_i - \lambda, 0\} = E$ eşitliği sağlanmak üzere $CEL(c, E) = (max\{c_i - \lambda, 0\})_{i \in N}$.



Şekil 5. CEL Kuralı için Ödüller Patikası ($c_1 < c_2$ olmak üzere)

CEA ve CEL Kuralları sırasıyla hak sahiplerinin aldıkları ödülleri x_i ve maruz kaldıkları kayıpları $(c_i - x_i)$ dağıtım kuralındaki kısıta aykırı davranmadan eşitlemeyi hedefler. $CEA(c, E)$'nin sağladığı benzersiz çözüm; leksikografi gereği x_i'deki en küçük koordinata karşılık gelen ödülü maksimize eden, daha sonra en küçük ikinci koordinata karşılık gelen ödülü maksimize eden, ve bu şekilde ödül maksimizasyonuna devam eden çözüm olarak ifade edilebilir.[10] Böylelikle, $CEL(c, E)$'in kayıplar vektörü $(c_i - x_i)$'ye uygulanan "leksimin" sıralamasının yegane maksimize edeni olduğu söylenebilir.

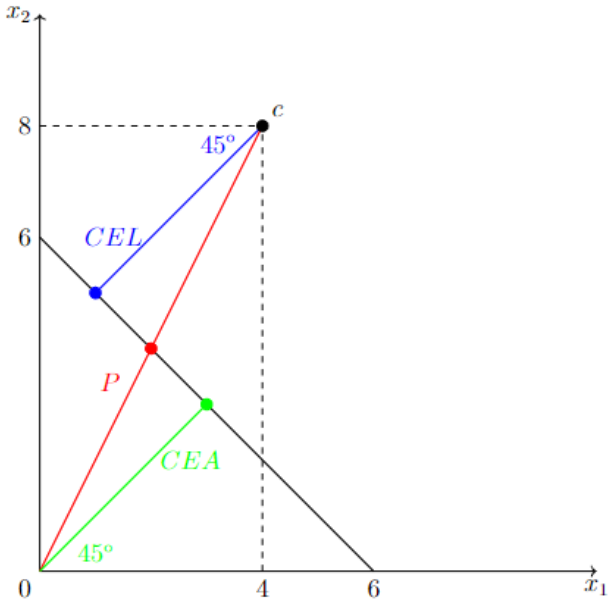
[10] Leksikografik sıralamayı formel olarak tanımlamak gerekirse; $x, y \in R^n$ kabul edelim. x, y koordinatlarının artan sırayla yeniden düzenlenmesiyle $x^*, y^* \in R^n$ elde edilsin. Eğer $x^* = y^*$ ise, x ve y'nin leksimin sıralamasına göre birbirine denk olduğunu söyleriz. Eğer $i = 1,2, \dots, m$ için $x_i^* = y_i^*$ ise ve $m = 0,1, \dots, n-1$ tam sayısı için $x_{m+1}^* > y_{m+1}^*$ ise leksimin sıralamasına göre x'in y'ye göre tercih edileceğini söyleriz.

Örnek: Yukarıda bahsi geçen üç temel kuralı daha iyi izah etmek adına bir örneğe başvuralım. İflas ederek sona erip geriye sadece $E = 6$ değerinde varlığı kalmış bir şirketin olduğu bir iflas problemini düşünelim. 1 sayılı hak sahibinin $c_1 = 4$ büyüklüğünde ve 2 sayılı hak sahibinin $c_2 = 8$ büyüklüğünde talepleri olduğunu varsayalım. Orantılı kurala göre toplam varlık taleplerin büyüklüğü oranında hak sahiplerine dağıtılır, bu da her bir hak sahibinin talebinin yarısı kadarını ödül olarak alması anlamına gelir. Bu durumda, 1. hak sahibi $x_1 = 2$ ve 2. hak sahibi $x_2 = 4$ alacaktır. Öte yandan, CEA Kuralı gereği, hiçbir hak sahibinin talebinden fazlasını almaması koşuluyla hak sahiplerinin aldıkları ödüller eşitlenecektir. Bu durumda, hak sahipleri $x_1 = x_2 = 3$ alacaktır. Son olarak, CEL Kuralı gereği, hak sahipleri hiçbir hak sahibinin negatif ödül almaması koşuluyla eşit kayba maruz bırakılacaklardır. Bu durumda, 1 sayılı hak sahibi $x_1 = 1$ ve 2 sayılı hak sahibi $x_2 = 5$ alacaktır.

Şekil 6'da yukarıdaki örneğe göre belirlenen P, CEA ve CEL kuralları için ödüller patikaları verilmiştir.

Genellikle çekişmeli kumaş (İng. contested garment) problemi olarak adlandırılan uyuşmazlığın kaynağı, iki kişinin, bir kumaş parçası üzerinde birbiriyle çelişen mülkiyet iddiasında bulunmasıdır. Uyuşmazlığın esası mülkiyet iddiaları ışığında kumaşın, değeri de gözetilerek iki kişi arasında adil bir şekilde nasıl paylaştırılacağıdır. Talmud'da uyuşmazlık ve çözümü şu şekilde yer bulmuştur: "İki kişi bir kumaşı tutar... Eğer biri, "hepsi benim" der ve diğeri "yarısı benim" derse, ... ilki üç çeyrek alır ve ikincisi bir çeyrek alır."[11]

Kuralı formel olarak tanımlamak gerekirse, iki talep sahibinin bulunduğu bir durumda, taleplerin sırasıyla c_1 ve c_2 olduğunu varsayalım. Kuralın temel gerekçesi, talep sahiplerinden birinin belirli bir miktarda talepte bulunması durumunda talepte bulunmadığı kısımdan vazgeçtiği, bu kısmı diğer talep sahibine bıraktığı kabulüdür. Eğer talep sahiplerinden birinin talebinin büyüklüğü kaynağın değerinden küçükse kaynağın değeri ile talebin büyüklüğü arasındaki fark diğer talep edene terk edilir. Aksi halde, ilgili talep sahibinin talebinin büyüklüğü kaynağın değerinden büyük ya da eşitse ilgili talep sahibinin kaynağın herhangi bir kısmından feragat etmediği anlaşılır. Son olarak, feragat edilen kaynak kısımlarının toplamı kaynağın değerinden küçükse aradaki fark talep edenlere eşit bir şekilde paylaştırılır.



Şekil 6. P, CEA ve CEL kuralları için $E = 6$, $c_1 = 4$, $c_2 = 8$ olmak üzere Ödüller Patikaları

[11] bkz. Baba Metzia, Babil Talmudu I. Talmud'un ilgili bölümlerine atıfta bulunan ikincil literatür için O'Neill (1982), Aumann ve Maschler (1985) ve Dagan (1996) eserlerine başvurulmuştur.

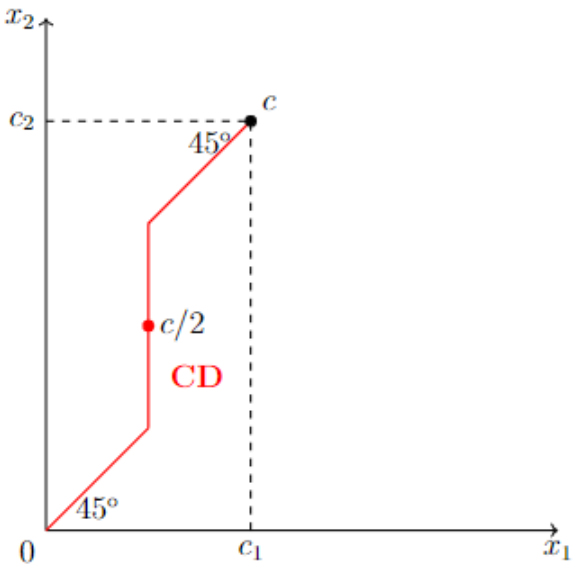
Özet olarak, Vazgeç-ve-böl (İng. concede-and-divide) adı verilen kuralın ilk uygulama adımında her bir talep edene diğer talep eden tarafından kaynak üzerinde iddia edilmemiş, vazgeçilmiş kısım ödül olarak verilir. İkinci uygulama adımında, kaynağın kalan kısmı talep edenlere eşit olarak dağıtılır.

Vazgeç-ve-böl (CD) Kuralı: $|N| = 2$ olmak üzere, her $(c, E) \in C^N$ *için*

$$CD_1(c,E) = max(E - c_2, 0) + \frac{E - max(E - c_2, 0) - max(E - c_1, 0)}{2}$$

$$CD_2(c,E) = max(E - c_1, 0) + \frac{E - max(E - c_1, 0) - max(E - c_2, 0)}{2}$$

olarak hesaplanır.



Şekil 7. CD Kuralı için Ödüller Patikası ($c_1 < c_2$ olmak üzere)

Sıradaki kural olarak, CD Kuralının ikiden daha fazla sayıda talep edenin olduğu durumlar için bir nevi genellemesi niteliğinde olan kuralı tanıtacağız. Aumann ve Maschler (1985, s. 211) Talmud Kuralını, Talmud'taki ilgili uyuşmazlıklara çözüm sunan kuralları üçten fazla kişi olduğu durumlara uyarlayarak tanımlamıştır. Her ne kadar aslen Talmud böyle durumlar için çözüm sunmasa da yazarlar kuralın gerekçesini ortaya çıkarmıştır. Yazarlar, ayrıca, kuralın Talmud'ta geçen çekişmeli kumaş problemine ve üç eş (İng. three wives) problemine sundukları çözümlerin Talmud'ta verilen çözümlerle aynı olduğunu da göstermiştir.[12] Talmud Kuralını formel olarak tanımlamak gerekirse; kural, taleplerin toplamının yarısının kaynağa eşit veya kaynaktan daha büyük olduğu hallerde CEA Kuralını uygulamakta diğer durumlarda ise CEL kuralını uygulamaktadır.

Talmud (T) Kuralı: Her $(c, E) \in C^N$ ve $i \in N$ için $\lambda \in R_+$ ve $\sum_{i \in N} T_i(c, E) = E$ olmak üzere:

$$T_i(c,E) = \begin{cases} min\left\{\frac{c_i}{2}, \lambda\right\} \text{ eğer } E \leq \frac{\sum_{i \in N} c_i}{2} \text{ ise} \\ c_i - min\left\{\frac{c_i}{2}, \lambda\right\} \text{ eğer } E > \frac{\sum_{i \in N} c_i}{2} \text{ ise} \end{cases}$$

[12] Haham Nathan tarafından Kethubot 93a'da aktarıldığı üzere: Eğer üç karısı olan bir erkek ölür ve birinci eşin ketubasının bir maneh (100 zuz), ikincinin iki yüz zuz ve üçüncünün üç yüz zuz olduğu ve mirasın (değerinin) sadece bir maneh (yüz zuz) olduğu anlaşılırsa, miras eşlere eşit olarak pay edilir. Eğer mirasın (değerinin) iki yüz zuz olduğu anlaşılırsa, (bir maneh (yüz zuz) talep eden) elli zuz alır (ve sırasıyla iki yüz ve üç yüz zuz talep edenlerin her biri üç altın denari (yetmiş beş zuz) alır. Eğer mirasın (değerinin) üç yüz zuz olduğu ortaya çıkarsa, bir maneh talep eden elli zuz ve iki yüz zuz talep eden bir maneh (yüz zuz) alırken, üç yüz zuz talep eden altı altın denari (yüz elli zuz) alır. Benzer şekilde, eğer üç kişi ortak bir fona katkıda bulundularsa ve zarar veya kararları olduysa, fondan kalanı aynı şekilde paylaşırlar.

Literatürde; Ters Talmud Kuralı (İng. Reverse Talmud Rule), Piniles Kuralı, (İng. Piniles' Rule), Rassal Varış Kuralı (İng. Random Arrival Rule), TAL-Familyası Kuralları (İng. TAL-Family Rules), Ters TAL-Familyası Kuralları (İng. Reverse TAL-Family Rules), Sıralı Öncelik Kuralları (İng. Sequential Priority Rules) gibi başka birçok dağıtım kuralı bulunmaktadır. Bu kuralların kapsamlı bir listesi ve aksiyomatik karakterizasyonları için Thomson'un (2019) çalışmasına başvurulabilir.

Bulgular ve Tartışma

Bu bölümde bir önceki bölümde tanıtılmış kuralların aksiyomatik karakterizasyonuna yer verilmiştir. Ele alacağımız ilk aksiyom seti, beraber bir kuralı tanımlayan aksiyomlar olan negatif olmama (İng. non-negativity), denge (İng. balance) ve taleple sınırlılıktan (İng. claim boundedness) oluşmaktadır.

İlk aksiyom, problemlerde kaynağın tamamının tahsis edilmesini temin eder.

Denge: Her $(c, E) \in C^N$ olmak üzere, $\sum_{i \in N} S_i(c, E) = E$

Sıradaki aksiyom talep sahiplerinin negatif değerli ödül almamasını sağlar.

Negatif Olmama: Her $(c, E) \in C^N$ olmak üzere, her $i \in N$ için $S_i(c, E) \geq 0$

Sıradaki aksiyom hiçbir talep edenin talebinden fazlasını alamayacağı şekilde bir üst sınır belirler.

Taleple Sınırlılık: Her $(c, E) \in C^N$ olmak üzere, her $i \in N$ için $S_i(c, E) \leq c_i$

Yukarıda verilen her üç aksiyom da karakterizasyonlarda başlıca başvuru kaynağıdır ve talepler problemi bağlamında iflas ve miras uyuşmazlıkları gibi uyuşmazlıklarla oldukça uyumludur.

Bu bölümde tartışılan aksiyomlar, adil paylaşım teorisindeki temel bir nosyonla ilgilidir. Bu, benzer özelliklere sahip bireylerin eşit şekilde muamele görmesi gerektiği hususudur. Ancak, bireyler modelde hesaba katılmayan boyutlarda farklılaşırsa, eşitsiz muamele gereği ortaya çıkabilir. 3. Bölümde tanımlanan tüm kuralların bu aksiyomu sağladığını unutmayalım.

Eşitlere Eşit Muamele (İng. Equal Treatment of Equals): Her $(c, E) \in C^N$ olmak üzere, her $\{i, j\} \subseteq N$ için, eğer $c_i = c_j$ ise $S_i(c, E) = S_j(c, E)$

Sıradaki aksiyom talep edenlerin ödülleri için bir alt sınır belirler. Bu alt sınır, kaynaktan taleplerin toplamı çıkarılarak belirlenir. Eğer bu fark negatif olarak bulunursa bulunan değer yerine 0 (sıfır) dikkate alınır. Formel olarak göstermek gerekirse, $m_i(c, E) = max\{E - \sum_{j \neq i} c_j, 0\}$, i sayılı bireyin asgari hakkını temsil eder. Aksiyom gereği, her talep edenin ödül olarak asgari hak olarak tanımlanan payı alması sağlanır.[13]

Asgari Hakların Alt Sınırı (İng. The Minimal Rights Lower Bounds): Her $(c, E) \in C^N$ olmak üzere, her $i \in N$ için $S_i(c, E) \geq m_i(c, E)$

Sıradaki aksiyomu sağlayan bir kurala göre ödül vektörü doğrudan ya da iki aşamalı olarak hesaplanabilir. Aksiyomu sağlayan kural gereği, ilk adımda, talep edenlere asgari hakları dağıtılır. İkinci adımda, kural gereği

[13] Asgari hakların alt sınırı aksiyomu bir kural tanımının ayrılmaz parçaları olan denge, negatif olmama ve taleple sınırlılık aksiyomlarını sağlayan tüm kurallar tarafından sağlanır.

dağıtım kaynakta kalan meblağ ve taleplerden asgari haklar çıkarılarak taleplerin revize edilmesi üzerinden hesaplanarak dağıtılır.

Asgari Hakların Önceliği (İng. Minimal Rights First): Her $(c,E) \in C^N$ olmak üzere, $S(c,E) = m(c,E) + S(c - m(c,E), E - \sum_{i\in N} m_i(c,E),)$.

Sıradaki aksiyom, kaynağa ilişkin taleplerin kaynaktan fazla olan kısmının gözardı edilerek taleplerin kaynak kadar olan miktarlarının dikkate alınmasını temin eden bir istikrar aksiyomudur. Formel olarak ifade etmek gerekirse, $(c,E) \in C^N$ için birey *i*'nin tenzil edilmiş talebini $t_i(c,E) = min(c_i,E)$ şeklinde belirtelim.[14]

Talepleri Tenzilde İstikrar: Her $(c,E) \in C^N$ için $S(c,E) = S(t(c,E),E)$

Kaynakta yapılan değişikliklerle ilgili iki istikrar aksiyomu daha tanıtacağız. Bunlardan ilki, kaynağın azaldığı durumlarla ilgili "aşağı yönlü bütünlük" (İng. composition down) aksiyomudur. Bahsi geçen durumlarda, kaynağın tahsisi için iki ayrı yaklaşım benimsenebilir: başta yapılan dağıtım iptal edilerek dağıtım kuralı gereği tahsisi baştan, tahsisi revize etmeden yapmak ya da başta yapılan dağıtımı bozmadan dağıtım kuralı gereği tahsisi revize etmek. Aşağı yönlü bütünlük aksiyomu gereği her iki yaklaşım da aynı sonucu verir.[15]

Aşağı Yönlü Bütünlük: Her $(c,E) \in C^N$ için, $E' < E$ olmak üzere, $S(c,E') = S(S(c,E),E')$ eşitliği sağlanır.

Yukarıda ele aldığımız durumun tersi olarak ifade edilebilecek kaynağın arttığı hallerle ilgili "yukarı yönlü bütünlük" (İng. composition up) aksiyomunu tanıtacağız. Aksiyomun tatbiki için yine iki ayrı seçeneğe başvuracağız. İlk seçenekte başlangıçta yapılan tahsis iptal edilerek dağıtım kuralı gereği olması gerektiği gibi tahsis yapılacaktır. İkinci seçenekte ise başta yapılan tahsis iptal edilmeden dağıtım kuralı gereği, başlangıçta tahsis edilen ödüller revize edilecektir. Daha önce olduğu gibi, burada da aksiyom gereği her iki seçenekte yapılan taksimatlar birbirine eş olacaktır.[16]

Yukarı Yönlü Bütünlük: Her $(c,E) \in C^N$ için, $E' > E$ ve $\sum_{i\in N} c_i \geq E'$ olmak üzere, $S(c,E') = S(S(c,E),E')$ eşitliği sağlanır.

Aksiyomatik karakterizasyona başlamadan önce talepler problemi bağlamında ikililik (İng. duality) kavramının öneminden bahsetmek gerekir. Bir talepler problemi iki farklı bakış açısıyla ele alınabilir. Birincisi mevcut olanı incelemenin merkezine alırken ikincisi noksana, olmayana odaklanır. Bu iki yaklaşım arasındaki simetri, sınırlandırılmış eşit kazanımlar ve sınırlandırılmış eşit kayıplar gibi kuralları tanımlarken belirginleşir. Bu simetri, aşağı ve yukarı sınırlara ve iki bütünlük aksiyomuna da esas oluşturur. Ödülün kayba eşit olduğu aynı talep vektörlerine sahip iki problemi ikili olarak tanımlarız.

Bir Kuralın İkilisi $S = S^d$: $Her\ (c,E) \in C^N\ için,\ S^d(c,E) = c - S(c, \sum_{i\in N} c_i - E)$

Sınırlandırılmış eşit kazanımlar (CEA) ve sınırlandırılmış eşit kayıplar (CEL) kuralları birbirinin ikilisi kurallardır. Bir kuralın ikilisi kuralın kendisine eş ise öz-ikili (İng. self-dual) olarak tanımlanır $S^d = S$. Geometrik bir perspektiften bakıldığında, ikililik, ödüller patikasının taleplerin yarısına karşılık gelen noktaya göre simetrik olma özelliği denilebilir. Orantılı kuralın ve Talmud kuralının her birinin öz-ikili olduğunu belirtmek gerekir.

[14] Tenzil kavramı ilk olarak Aumann ve Maschler (1985) tarafından sunulmuştur. Taleplerin tenzilde istikrar (İng. claims truncation invariance) ilk olarak Curiel vd. (1987) tarafından ortaya konmuştur ve Dagan (1993) tarafından formel olarak bir aksiyom olarak önerilmiştir.

[15] Literatürde bu aksiyomu ilk defa Moulin (1987) fazlalık paylaşımı problemleri için sabit izlek (İng. fixed path) adıyla ortaya koymuş, daha sonra Moulin (2000) aksiyomu tanımlarken "yukarı bütünlük" (İng. upper composition) tabirini kullanmıştır.

[16] Literatürde aksiyomu ilk defa Young (1988) vergilendirme bağlamında bütünlük (İng. composition) aksiyomu adıyla tanıtırken Moulin (2000) aşağı bütünlük (İng. lower composition) adıyla tanımlamıştır.

İkililik kavramı kural-aksiyom bağlamında da ele alınabilir. Buna göre, iki aksiyom birbirinin ikilisi ise ve bir kural bu iki aksiyomdan birini sağlarsa, kuralın ikilisi de aksiyomun ikilisini sağlar. Örnek vermek gerekirse, negatif olmama ve taleple sınırlılık aksiyomları birbirinin ikilisidir. Benzer şekilde, talepleri tenzilde istikrar ve asgari hakların önceliği aksiyomları da birbirinin ikilisidir. Yine, aşağı yönlü bütünlük ve yukarı yönlü bütünlük aksiyomları da birbirlerine ikilisidir. Öte yandan bir aksiyom eğer öz-ikilisine eş ise bu aksiyom öz-ikili olarak anılır. Örneğin, eşitlere eşit muamele aksiyomu öz-ikili bir aksiyomdur. Her ne kadar CEA, CEL, CD ve P Kurallarının farklı aksiyom kümeleriyle karakterizasyonu mümkün olsa da aşağıda, ikili karakterizasyonlara imkan sağlayacak şekilde aksiyomatik karakterizasyonlar tercihlerinde bulunulmuştur, bu sayede daha bütüncül bir yapıya erişmeye çalışılmıştır.

Literatürde Dagan'ın (1996) karakterize ettiği üzere sınırlandırılmış eşit kazanımlar (CEA) kuralının karakterizasyonu ile başlıyoruz.

Teorem 1. Sınırlandırılmış eşit kazanımlar (CEA) kuralı eşitlere eşit muamele, talepleri tenzilde istikrar ve yukarı yönlü bütünlük aksiyomlarını karşılayan yegâne kuraldır.

Sıradaki karakterizasyon teoremi bir önceki teoremin karşıtı mahiyetindedir. Bu teoremde, önceki teoremdeki kural ve aksiyomların ikililerini kullanıyoruz.

Teorem 2. Sınırlandırılmış eşit kayıplar (CEL) kuralı eşitlere eşit muamele, asgari hakların önceliği ve aşağı yönlü bütünlük aksiyomlarını karşılayan yegâne kuraldır.

Sırada, öz-ikili bir kural olan vazgeç-ve-böl (CD) kuralının karakterizasyonu var. Bu kural, CEA ve CEL kurallarının oluşan karma bir kuraldır. Bu karakterizasyona Dagan (1996)'da yer verilir.

Teorem 3. Vazgeç-ve-böl (CD) kuralı eşitlere eşit muamele, asgari hakların önceliği ve talepleri tenzilde istikrar aksiyomlarını karşılayan yegâne kuraldır.

Vazgeç-ve-böl (CD) kuralı asgari hakların önceliği ve öz-ikililik aksiyomlarının oluşturduğu aksiyom kümesi ile de karakterize edilir. Ek olarak, aksiyomların ikilileri aracılığıyla karakterizasyon; talepleri tenzilde istikrar ve öz-ikililik aksiyomları ile de yapılabilir.

Son olarak orantılı kuralın bazı karakterizasyonlarını aktaracağız. İlk olarak Young (1988)'de anılan karakterizasyonu göstereceğiz.

Teorem 4. Orantılı (P) kural yukarı yönlü bütünlük ve öz-ikililik aksiyomlarını karşılayan yegâne kuraldır.

Ayrıca, ikililik uygulaması ile orantılı kuralın karakterizasyonu aşağı yönlü bütünlük ve öz-ikilik aksiyomları vasıtası ile de yapılabilir.

Orantılı kuralın bir sonraki karakterizasyonu, bir grup bireyin taleplerini kendi aralarında aktardığı bir istikrar aksiyomuna dayanır. Formülünden de anlaşılacağı gibi orantılı kural, her birey için göreceli kazançları eşitlemeyi amaçlar. Sonuç olarak, orantılı kurala göre hiçbir birey grubu, taleplerini grup içinde yeniden dağıtarak bir avantaj elde edemez. Bu nosyon, Moulin (1985)'e göre, kısmi doğrusal faydalarla sosyal seçim bağlamında, orantılı kuralı eşsiz bir şekilde karakterize eder. Moulin tarafından tanımlanan iltimas sağlayan aktarım yasağı aksiyomu ile formel hale getirilebilir. Bu aksiyom, tek başına, orantılı kuralı benzersiz bir şekilde karakterize eder.

İltimas Sağlayan Aktarım Yasağı: Herhangi bir $(c, E) \in C^N$ için ve her $M \subseteq N$ için ve her $(c_i')_{i\in M} \in R_+^M$ için, eğer $\sum_{i\in M} c_i' = \sum_{i\in M} c_i$ ise $\sum_{i\in M} S_i((c_i')_{i\in M}, C_{N\setminus M}, E) = \sum_{i\in M} S_i(c, E)$ eşitliği sağlanır.

Sonuç

Talepler problemi; miras paylaşımı, iflas problemi, tayınlama ve vergilendirme gibi gerçek hayatta karşılaşılan pek çok uygulaması olan bir problemdir. Kaynakların birbiriyle çelişen iddiaları bulunan hak sahipleri arasında dağıtımı; verimlilik, adillik, biteviyelik (İng. monotonicity) ve istikrarlılık (İng. invariance) gibi önemli özellikleri ihtiva eden aksiyomlar kümesine dayanarak belirlenen bir dağıtım kuralının tatbikini gerektirir.

Bu makalede, literatürden önde gelen çeşitli dağıtım kurallarının bir incelemesini sunduk ve bu kurallar için aksiyomatik karakterizasyonlar sağladık. Aksiyomatik yaklaşım, farklı aksiyomlar arasındaki mantıksal bağıntıları irdelememize ve hangi kuralların veya kural sınıflarının tüm aksiyomları karşıladığına dair kapsamlı bilgi elde etmemize olanak sağladı.

Gelecekte, araştırmacılar, bu literatürde anılan kuralları güncel meselelere tatbik ederek bu meselelerin çözümünde kullanılan alışılagelmiş çözümlere alternatif çözümler sunabilirler. Ayrıca, farklı alanlarda uygulanagelen bazı paylaşımları aksiyomatik karakterizasyon vasıtasıyla genelleyerek kural haline getirebileceklerdir.

Özetle, talepler problemi, ekonomistlerin, matematikçilerin ve bilgisayar bilimcilerinin dikkatini çekmeye devam eden devingen bir araştırma alanıdır. Aksiyomatik yaklaşım, bu problemi incelemek için değerli bir araç olmuştur ve umarız ki bu inceleme, bu yaklaşım ve dağıtım kuralları değerlendirmeleri için yararlı olacak bir giriş sağlamıştır.

Kaynakça

Aumann, R. J. ve Maschler, M. (1985). Game theoretic analysis of a bankruptcy problem from the Talmud. *Journal of Economic Theory*, *36*(2), 195–213. https://doi.org/10.1016/0022-0531(85)90102-4

Curiel, I. J., Maschler, M. ve Tijs, S. H. (1987). Bankruptcy games. *Zeitschrift Für Operations Research, 31*, A143–A159. https://doi.org/10.1007/BF02109593

Dagan, N. (1996). New characterizations of old bankruptcy rules. *Social Choice and Welfare, 13*(1), 51–59. http://www.jstor.org/stable/41106151

Dagan, N. ve Volij, O. (1993). The bankruptcy problem: A cooperative bargaining approach. *Mathematical Social Sciences, 26*(3), 287–297. https://doi.org/10.1016/0165-4896(93)90024-D

Moulin, H. (1987). Equal or proportional division of a surplus, and other methods. *International Journal of Game Theory, 16*(3), 161–186. https://doi.org/10.1007/BF01756289

Moulin, H. (2000). Priority rules and other asymmetric rationing methods. *Econometrica, 68*(3), 643–684. https://doi.org/10.1111/1468-0262.00126

Moulin, H. (1985). Egalitarianism and utilitarianism in quasi-linear bargaining. *Econometrica, 53*(1), 49–67. https://doi.org/10.2307/1911723

Moulin, H. (2002). Axiomatic cost and surplus sharing. *Handbook of Social Choice and Welfare, 1*, 289–357. https://doi.org/10.1016/S1574-0110(02)80010-8

O'Neill, B. (1982). A problem of rights arbitration from the Talmud. *Mathematical Social Sciences, 2*(4), 345–371. https://doi.org/10.1016/0165-4896(82)90029-4

Rabinovitch, N. L. (1973). *Probability and statistical inference in ancient and medieval Jewish literature.* Toronto, Canada: University of Toronto Press.

Thomson, W. (2019). *How to divide when there isn't enough*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

Young, H. P. (1988). Distributive justice in taxation. *Journal of Economic Theory, 44*(2), 321–335. https://doi.org/10.1016/0022-0531(88)90007-5

Young, H. P. (1990). Progressive taxation and equal sacrifice. *The American Economic Review, 80*(1), 253–266. http://www.jstor.org/stable/2006747

Extended Abstract

Purpose

This research seeks to understand the optimal method for allocation of scarce resources among competing claimants, a problem referred to as the "claims problem". It aims to examine the properties of various division rules through an axiomatic approach. The importance of this study stems from the universal applicability of the claims problem, which is found in various aspects of life including estate division, rationing, bankruptcy, and even basic taxation issues.

Design and Methodology

This is applied research that adopts a conceptual design, relying on mathematical axioms to dissect the problem. It reviews and analyses well-known division rules such as the proportional and egalitarian rules, offering axiomatic characterizations for each. The paper is designed to provide a comprehensive framework for achieving a fair and equitable distribution of scarce resources among competing claimants. The research process began by defining and articulating the claims problem, followed by an identification of applicable real-life scenarios where the claims problem emerges. The methodology then delved into an axiomatic approach, where mathematical axioms were used to represent the intuition about how a rule should operate in varying situations. It examined the logical connections between the properties of each division rule, explored the implications of imposing these properties in different combinations, and provided a categorization of the results.

Findings

The analysis has shown that the division rules are largely guided by a set of axioms which capture essential properties such as efficiency, fairness, monotonicity, and invariance. The axiomatic approach permitted the exploration of the logical connections between these properties, yielding comprehensive and explicit descriptions of rules or families of rules satisfying all the compatible properties. The results also revealed certain properties that were incompatible, leading to an impossibility theorem.

Research Limitations

The main limitation of this research is the inherent difficulty in the application of mathematical models to complex social phenomena such as the claims problem. Additionally, the paper focuses primarily on the proportional and egalitarian division rules, potentially overlooking other division rules that could be equally relevant.

Implications (Theoretical, Practical and Social)

The findings have significant theoretical implications, providing insights into the logical underpinnings of division rules, particularly within the context of scarce resource allocation. They also have practical implications, offering guidance for the implementation of fair and equitable resource division strategies in real-world scenarios like taxation, bankruptcy, and rationing. The social implications are evident in situations where resource allocation directly impacts societal welfare, such as aid distribution among impoverished nations. Moreover, the study identifies a potential for future research in exploring additional division rules such as fixed path rules and parametric rules.

Originality/Value

The original value of this study lies in its comprehensive analysis of division rules in the context of the claims problem, using an axiomatic approach. It builds upon existing literature, offering a novel perspective and furthering understanding of this multifaceted problem. It provides a clear delineation between compatible and incompatible properties, thereby enhancing the comprehension of the complexities involved in resource allocation among competing claimants. The study thereby contributes to the ongoing discourse in the fields of economics, mathematics, and computer science.

Araştırmacı Katkısı: Orhan AYGÜN (%35), Sinan ERTEMEL (%35), Burak DOĞAN (%30).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Sağlık Çalışanlarında Etik Liderlik Algısının Psikolojik Sahiplenme Üzerine Etkisi [1]

Necla YILMAZ [2] - Elif ERDOĞAN [3] - Zuhal KAYAR [4] - Esin YILMAZ [5]

Başvuru Tarihi: 03.03.2023 **Kabul Tarihi:** 21.09.2023 **Makale Türü:** Araştırma Makalesi

Öz

Bu çalışma, son yıllarda örgütsel düzeyde önem kazanan kavramlar çerçevesinde tasarlanmış olup, sağlık çalışanlarının etik liderlik algılarının psikolojik sahiplenme düzeyi üzerindeki etkisinin incelenmesini amaçlamaktadır. Çalışma nedensel tarama modeli ile tasarlanmış kesitsel nitelikte bir araştırmadır. Araştırmanın örneklemini 292 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Veri toplama aracı, "Etik Liderlik Ölçeği" ve "Psikolojik Sahiplenme Ölçeği" ile katılımcıların demografik özelliklerine yönelik soruları içermektedir. Verilerin analizi SPSS 22 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Yapılan istatistiksel analizlerde tanımlayıcı analizler, faktör analizi, güvenirlik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi kullanılmıştır. Analizler sonucunda katılımcıların etik liderlik ölçeği puan ortalaması 2.695; psikolojik sahiplenme alt boyutları arasında iş temelli sahiplenmenin ortalaması 4.666, duygusal sahiplenmenin ortalaması 3.991'dir. Korelasyon analizi sonucuna göre etik liderlik ile duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki ($r=0.674$, $p<0.01$; $r=0.427$, $p<0.01$) tespit edilmiştir. Yapılan regresyon analizi sonucunda, etik liderlik düzeyinin, katılımcıların duygusal sahiplenme tutumuna yönelik toplam varyansın %45,4'ünü, iş temelli sahiplenme tutumuna yönelik toplam varyansın ise %18,2'sini açıkladığı tespit edilmiştir. Sağlık çalışanlarının yöneticilerinin etik liderlik davranışları gösterdiğine yönelik algısı artıkça duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme düzeyleri de artmaktadır. Çalışmanın bulguları doğrultusunda, yöneticilerin etik davranış sergilemesi durumunda sağlık çalışanlarının hem yaptıkları işi hem de örgütlerini daha fazla sahipleneceği söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: *Etik Liderlik, Liderlik, Psikolojik Sahiplenme, Sağlık Çalışanı, Hastane*

Atıf: Yılmaz, N., Erdoğan, E., Kayar, Z. ve Yılmaz, E. (2023). Sağlık çalışanlarında etik liderlik algısının psikolojik sahiplenme üzerine etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 1005-1024.

[1] Araştırmanın etik kurul izni Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu (E-87432956-050.99-11428) tarafından onaylanmıştır.

[2] Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, **neclabardak@sdu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9847-6888

[3] Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, **Elif_0298@hotmail.com**, ORCID: 0000-0002-9498-4682

[4] Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, **zuhalturkmen.kayar@hotmail.com**, ORCID: 0000-0002-3453-9608

[5] Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Bölümü, **yilmazesin96@hotmail.com,** ORCID: 0000-0003-3768-6184

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

The Effect of Ethical Leadership Perception on Psychological Ownership in Healthcare Professionals

Necla YILMAZ[6] - Elif ERDOĞAN [7] - Zuhal KAYAR [8] - Esin YILMAZ [9]

Submitted by: 03.03.2023 **Accepted by:** 21.09.2023 **Article Type:** Research Article

Abstract

This study was designed within the framework of concepts that have gained importance at the organizational level in recent years and aims to examine the effect of ethical leadership perceptions of healthcare professionals on the level of psychological ownership. The study is a cross-sectional study designed with a causal screening model. The sample of the study consists of 292 health workers. The data collection tool includes the "Ethical Leadership Scale" and the "Psychological Ownership Scale" and questions about the demographic characteristics of the participants. Analysis of the data was carried out using the SPSS 22 program. Descriptive analysis, factor analysis, reliability analysis, correlation analysis, and regression analysis were used in the statistical analysis. As a result of the analysis, the participants' ethical leadership scale average score was 2.695; among the sub-dimensions of psychological ownership, the average of work-based ownership is 4.666, and the average of emotional ownership is 3.991. According to the results of the correlation analysis, a positive and significant relationship (r=0.674, p<0.01; r=0.427, p<0.01) was found between ethical leadership, emotional ownership, and work-based ownership. As a result of the regression analysis, it was determined that the level of ethical leadership explained 45.4% of the total variance for the emotional ownership attitude of the participants and 18.2% of the total variance for the work-based ownership attitude. As the perception of healthcare professionals that their managers display ethical leadership behaviors increases, their levels of emotional ownership and work-based ownership also increase. In line with the findings of the study, it can be said that if the administrators exhibit ethical behavior, health workers will embrace both their work and their organizations more.

Keywords: *Ethical Leadership, Leadership, Psychological Ownership, Healthcare Professional, Hospital*

[6] Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Health Management, **neclabardak@sdu.edu.tr,** ORCID: 0000-0002-9847-6888
[7] Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Health Management, **Elif_0298@hotmail.com**, ORCID: 0000-0002-9498-4682
[8] Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Health Management, **zuhalturkmen.kayar@hotmail.com**, ORCID: 0000-0002-3453-9608
[9] Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Health Management, **yilmazesin96@hotmail.com,** ORCID: 0000-0003-3768-6184

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Giriş

Yöneticiler ve örgüt bilimciler, belirli şartlar dahilinde işgörenlerin gerçekleştirmekte oldukları işe ve bağlı oldukları kuruma karşı sahiplenme hissi geliştirdiklerini öne sürmektedirler (Pierce vd., 2004, s. 507). Söz konusu sahiplenme hissini açıklayan kavramlardan birisi de psikolojik sahiplenmedir. Bu kavram işgörenin örgütü kendisininmiş gibi önem arz eden hislerinin oluşmasını ifade etmektedir (Ötken, 2015, s. 113). İşgörenler, örgüte karşı psikolojik sahiplenme içerisinde olduklarında sahiplik hissetmenin yanı sıra örgüte psikolojik olarak bağlanmakta ve dolayısıyla örgüt işgörenin kimliğinin bir parçası haline gelmektedir (McIntyre vd., 2009, s. 383). Psikolojik sahiplenme çalışanların motivasyonunu artırma, öz kimlik ve aitlik hissini kazandırma ve sahiplik duygusunu sağlamlaştırmaya yardımcı olmaktadır. Özellikle ait olma ihtiyacı örgüt tarafından karşılanırsa, çalışanın örgütle olan ilişkisi yoğunlaşabilir (Campbell Pickford vd., 2016). Bu durum sağlık çalışanları arasında etik liderlik algısının varlığının onların psikolojik sahiplenmeleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabileceğini düşündürmektedir.

Sağlık sektörü çalışanları, hizmet sunumu esnasında, bulundukları ekiplerin içinde liderlik özellikleri göstermelerini gerekli kılan olaylarla sıklıkla karşılaşmaktadırlar (Kaya Erten, 2017, s. 63). Sağlık kurumlarının dinamik, değişken, devamlı büyüyen yapısı ise bu kurumlarda etkili bir liderliğe ihtiyaç duyulduğunu göstermektedir (Tengilimoğlu ve Yiğit, 2005, s. 378). Araştırmacılar ve uygulayıcılar liderliği, başta işgören performansına bağlı çıktılar olmak üzere örgütsel çıktılara etki eden kritik bir güç olarak nitelendirmektedir (Grisaffe vd., 2016, s. 40). Bu konu gerek kurumlar gerekse çalışanlar açısından giderek önem kazanmaktadır. Etik lider, kurum içinde oluşan herhangi bir yanlışlığa tepki gösteren ve yanlışın engellenmesine çalışan, doğru karar verebilme ve bazı eylemlere karşı proaktif davranabilme yeteneğini kullanabilen kişidir. Etik liderin sergilediği davranışlar, çalışanların da etik davranmasına vesile olmaktadır (Yaman, 2010, s. 11). Çalışanların yalnızca etik algıları üzerinde değil bağlılık, özerklik, sorumluluk, ait olma ve etkililik gibi tutumlar üzerinde de etkili olduğu düşünülen etik liderlik, kurumlarda olumlu işgören tutum ve davranışlarını ortaya çıkarması bakımından giderek önem kazanmaktadır. Bu çalışma, sağlık çalışanlarında etik liderlik algısının onların psikolojik sahiplenmeleri üzerine etkisini araştırarak yazına katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Araştırmada ele alınan değişkenlere ilişkin literatür bilgisi, araştırmanın metodolojisi, araştırmanın bulguları, tartışma ve sonuç bölümleri yer almaktadır.

Kavramsal Çerçeve

Etik Liderlik

Günümüzde üzerinde önemle durulan konulardan biri de liderlik ve daha özelinde etik liderliktir. Etik liderliğe geçmeden önce ilk olarak etik kavramı tam olarak anlaşılmalıdır. Etik kavramının kökeni, Yunanca "ethos" kelimesinden gelmektedir. "Ethos" kelimesi iki farklı anlama karşılık gelmektedir. Birinci anlamı; gelenek ve alışkanlıktır. İkinci anlamı ise davranışı oluşturan bireyin, kabul görülen değer yargıları ve davranış kurallarını benimseyip istenilen iyiliği gerçekleştirmek için onları alışkanlık haline getirmesidir (Pieper, 1999, s. 31). Kafadar ve Kaygın'a (2017, s. 79) göre etik, kişilerarası ilişkileri etkileyen, gündelik hayatta ve çalışma ortamında sıklıkla karşılaşılan bir kavramdır. Bununla birlikte etik ile ahlâk kavramı birbirinin yerine çok kullanılmaktadır. Bu iki kavram çoğu zaman aynı anlamda kullanılsa da gerçekte aynı anlama gelmemektedir. Etik kurallar herkes için değişmezken, ahlâk bireyden bireye farklılık gösterir (Türkoğlu, 2019, s. 28). Ahlâk, bireyin yaşamıyla ilgili davranışlarını düzenleyen ve anlamlandıran inanç, değer, yasak ve normların hepsidir (Cevizci, 2002, s. 3). Oysa etik, insanların, birey ve toplum ilişkilerinde doğru ile yanlışı, haklı ile haksızı, iyiyle kötüyü ayırt edebilmeyi inceleyen bir disiplindir (Kaplan, 2009, s. 344). Ahlâk, bireyin toplumsal tarafıyla ilgilidir.

Aydın (2006, s. 13) etik kavramının, son yıllarda batıda farklı disiplinlerde araştırmaya konu olduğunu; etik davranışlar ve etik değerlere ilişkin araştırmalar yapıldığını; Türkiye'de de bu alanda yapılan araştırmaların arttığını söylemiştir.

Literatür incelendiğinde etik liderlikle ilgili birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Brown ve diğerlerine (2005, s. 120) göre etik liderlik, bireysel faaliyetler ve ilişkiler yoluyla normatif açıdan istenilen davranışların gerçekleştirilmesi ve bu tür davranışların takip edilen karar destek sistemlerine tanıtılmasıdır. Yıldırım'a (2010, s. 40) göre etik liderlik, bireylerin karakter yapıları ve önyargılarına bakılmadan onların kişisel farklılıklarını ve inançlarını kabul etme, etik karar verme, etik değerleri sistem kapsamına alma ve bu sistemi oluşturma becerisidir. Fulmer'e (2004, s. 307) göre etik liderlik çeşitli alanlarda yöneticiler ve akademisyenler açısından geniş çapta araştırılmış bir konu olmuştur. Felsefeciler ve sosyal bilimciler etik liderliğin ne olduğunun anlaşılmasında ayrı yaklaşımlar öne sürmüşlerdir. Felsefeciler, etik liderlerin "nasıl olması gerektiği"ni belirterek ifade ederken, sosyal bilimciler ise etik liderliğin, öncüllerinin ve sonuçlarının tanımlanmasını odaklarına almışlardır (Brown ve Trevino, 2006, s. 596).

Son yıllarda çalışma hayatında yaşanan Enron, WorldCom, Parmalat ve benzeri skandallar karizmatik ve dönüşümsel liderlik kapsamında değerlendirilen liderin etik davranışının önemli olduğunu göstermiştir ve liderin etik davranışı tartışılmaya başlanmıştır. Örgütte liderin örgüt üyelerine iyi bir örnek olması ve etik davranış sergilemesi etik bir iklimin oluşturulabilmesi için gereklidir (Aronson, 2001, s. 245). Brown ve diğerleri (2005) otantik, ruhsal ve dönüşümcü liderlik türlerinden farklı olarak etik liderliği ortaya çıkaran ilk araştırmalara öncülük etmişlerdir. Literatür incelendiğinde etik liderliğin sosyal öğrenme ve sosyal mübadele olmak üzere iki temel teoriye dayandığı görülmektedir. Sosyal öğrenme teorisinde izleyiciler, gözlem yoluyla liderlerini taklit eder ve onlardan etkilenirler (Bandura, 1977). Sosyal mübadele teorisi ise karşılıklılık esası vardır. Liderlerin etik ilkelere bağlı olması, takipçilerin de bu yönde davranması eğilimini artırmaktadır. Bu kapsamda liderler örgütte etiğin yayılımı ve takipçileri için örnek davranışlar sergilemesi gerekmektedir (Dhar, 2016, s. 140).

Etik liderliği benimseyen yöneticiler, etiğe uygun olan davranışları ödüllendirip etik dışı davranışları disipline etmeleri sebebiyle, çalışanları olumlu örgütsel davranışlara teşvik etmektedirler. Bununla birlikte liderin kendisi de etik davranışlar sergileyerek çalışanlarının etiğin önemini kavramasını sağlamakta ve çalışanların etik dışı davranışlarda bulunma olasılığını azaltmaktadırlar (Mayer vd., 2012, s.153).

Psikolojik Sahiplenme

Sahiplik kavramı üzerine birçok farklı disiplinde araştırmalar yapılmaktadır. Bu araştırmalarda sahiplenme kavramı nesneye veya canlı varlıklara karşı hissedilen bir duygu olarak ele alınmıştır. Dünyadaki ilk insandan bu yana sahiplik duygusu kişiliğin bir boyutu olarak oluşmakta ve benim-bizim duygusuyla algılanmaktadır (Demirkaya ve Kandemir, 2014, s. 8). Literatüre göre sahiplik kavramının hemen hemen tüm toplumlarda var olduğu ve bireylerin sahiplik hissettiklerinde kendileri ile soyut ve somut amaçları arasında iletişim kurdukları görülmektedir. Sahipliğin birden fazla boyutu ve yasal bir durum olmasının yanı sıra psikolojik olarak da tecrübe edilebilmektedir. Sahiplenme, bir objeyi psikolojik açıdan "benimki" şeklinde kabul etmek olarak anlaşılmaktadır (Pierce ve Jussila, 2011, s. 2).

Bireyin herhangi bir şey üzerinde sahiplik duygusu oluşturabilmesi için o şey üzerinde yasal bir yetkisinin olmasına gerek yoktur. Sahiplik duygusuna verilebilecek örneklerden biri futbol taraftarlarıdır. Futbol taraftarları, takımlarını olumlu veya olumsuz her durumda sahiplenirler, kazanmaları ile sevinip kaybetmeleri

ile üzülürler, takımlarının kazanmaları için ellerinden gelen her şeyi yapmaktadırlar. Taraftarların takım üzerinde yasal bir yetkisi olmamasına rağmen psikolojik açıdan takımlarına sahip oldukları ve takımın kendilerine ait olduğunu hissetmektedirler (Cocieru vd., 2019, s. 332).

Sahiplenme kavramını temel alan psikolojik sahiplenme kavramı ilk defa Pierce vd. (1991) tarafından çalışanların mülkiyet sahipliği ile ilgili geliştirdikleri modellerinde ifade edilmiştir. Bu çalışmadan sonra Pierce vd. (2001) tarafından psikolojik sahiplenmeye yönelik bir teori ortaya atılmış ve söz konusu teoride psikolojik sahiplenmenin örgütün yasal sahipliğinden farklı bir durum olduğu belirtilmiştir. Pierce ve diğerleri (2003) psikolojik sahiplenmeyi, *"bireyin birtakım nesneleri kendininmiş gibi hissettiği bir durum olarak ifade ederken çalışanın örgüte duyduğu psikolojik sahipliği ise çalışanın örgütü kendininmiş gibi hissettiği durum"* olarak tanımlamışlardır. Psikolojik sahiplenme, pozitif işgören tutum ve davranışlarıyla yüksek düzeyde ilişkilendirilmiş olup çeşitli yazarlar tarafından şu şekilde tanımlanmıştır. Mayhew vd. (2007, s. 477) psikolojik sahiplenmeyi, mülkiyet hakkının resmi ya da yasal iddiasının olmadığı durumdaki sahiplenme duygusu olarak ifade etmiştir. Psikolojik sahiplenme kavramı bu tanımla eşdeğer şekilde Vandewalle ve diğerleri (1995, s. 211) tarafından çalışanların yasal sahiplik haklarının olmamasına rağmen iş ve kurumlarına karşı sahiplenme hissetmeleri olarak ifade edildiği görülmektedir. Bir diğer tanımda ise psikolojik sahiplenme, bireylerin sahiplenme amacı olan maddi veya manevi objelerin tümünü veya bir kısmını "kendilerininmiş" gibi hissetme hâli şeklinde tanımlanmaktadır (Pierce vd., 2001, s. 299). Bu tanımlardan yola çıkarak psikolojik sahiplenme, bireylerin herhangi bir nesnenin yasal sahibi olup olmamasına bakılmaksızın bu nesneleri kendilerininmiş gibi hissettiği durum olarak ifade edilebilir.

Psikolojik sahiplenmenin boyutlarına ilişkin literatür incelendiğinde; başlangıçta Pierce ve diğerleri (2001, s.300), psikolojik sahiplenmenin yapısını öz yeterlik/etkililik, öz kimlik ve aidiyet/yuva hissi olmak üzere üç boyutta incelemiştir. Avey ve diğerleri ise (2009, s. 176-177) psikolojik sahiplenmenin boyutlarını geliştirici ve önleyici olarak kategorize etmiş ve ek boyutlar olarak bölgecilik ve hesap verebilirlik kavramlarını eklemişlerdir. Avey ve diğerleri (2009) ve Olckers ve Du Plessis (2012) araştırmaları ile sorumluluk ve özerkliğin de psikolojik sahipliğin ek boyutları olarak incelenmesi gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda Olckers ve Du Plessis (2012)'e göre psikolojik sahiplenme; geliştirici odaklı (öz etkililik, öz kimlik, ait olma hissi, hesap verebilme, özerklik, sorumluluk), önleyici odaklı (bölgecilik) olmak üzere psikolojik sahiplenmenin deneyimlenme derecesini etkileyen yedi boyuttan oluşan çok boyutlu bir yapıdır. Uçar (2017), psikolojik sahiplenme olgusunu örgütsel düzeyde ölçmek için ölçek geliştirme çalışması yapmıştır. Bu çalışmaya göre ortaya çıkan psikolojik sahiplenme boyutları; etkililik, koruyucu odak, kimlikleştirme ve sorumluluktur.

Aslan ve Ateşoğlu'nun (2020) Türkçe'ye uyarladığı çalışmanın orijinali Hindistan kültürüne özgü olarak Shuklave Singh (2015) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek duygusal sahiplenme, ilişkisel sahiplenme ve mecburi sahiplenme olmak üzere üç boyutludur. Bu çalışma Türk kültürüne uyarlandığında duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme olarak iki boyutlu bir yapı halini almıştır. Sosyal-psikolog Furby (1991) araştırmasında sahiplenmenin 27 farklı boyutu ve 21 farklı sahiplenme sebebi olduğunu tespit ederek sahiplenmenin iki temel nedene bağlandığını belirtmiştir. Bunların ilki kişisel yetkinlik veya kontroldür ve bu nedenler bu çalışmada kullanılan ölçeğin iş temelli sahiplenme boyutuna işaret etmektedir. İkincisi ise, kişinin benlik duygusu ile nesne arasındaki kurduğu ilişkidir. Bu iki neden ise çalışmada kullanılan ölçeğin duygusal sahiplenme boyutuna işaret etmektedir. Aslan ve Ateşoğlu (2020) duygusal sahiplenme boyutunun kişinin benlik duygusu ile çalıştığı kurum arasında kurduğu bağa işaret ettiğini belirtmektedir. Bu boyutu kapsayan ifadelerin "İşyerimde kendimi rahat hissediyorum", "Bu kurumda çalışmayı çok seviyorum" ve "İşyerim benim için ikinci bir yuva gibidir" kişinin benlik duygusu ile çalıştığı kurum arasında kurduğu bağı ortaya koyan ifadeler olduğu

görülmektedir. Özellikle "İşyerim benim için ikinci bir yuva gibidir" ifadesi duygusal sahiplenmeyi açıklamaktadır. İş temelli sahiplenme boyutunun ise kişisel yetkinlik veya kontrol temelli sahiplenme boyutuna işaret ettiğini belirtmektedir. Bu boyutu kapsayan ifadelerin "Kurumumda herhangi bir şey yolunda gitmezse, olası düzeltici girişimlerde bulunurum", "Kurumum ihtiyaç duyduğunda, daha çok çalışırım" ve "Kurumdaki sorunları kendi sorunlarım olarak görürüm" ifadeleri olduğu ve iş temelli sahiplenmeyi açıklayan ifadeler olduğu görülmektedir.

Psikolojik sahiplenmenin sonucunda kurum için yararlı olan tutum ve davranışlardan bahsedilebilir. Bunlar; duygusal bağlılık, rol-dışı davranışlar, iş tatmini, kurumsal vatandaşlık davranışı, verimlilik ve performans artışı vb. olarak sıralanabilir. Psikolojik sahiplenme özelliğine sahip olanlar kuruma yönelik daha olumlu davranış göstererek kuruma pozitif katkı sunmaktadırlar. Bununla birlikte psikolojik sahiplenme kurumda değişim, dönüşüm ve yeniliğe yol açabilmektedir (Karadal ve Akyazı, 2015). Psikolojik sahiplenmenin örgüt çalışanlarındaki etkisine bakıldığında, işi kendisinin hissetme durumu, işi bireysel olarak sahiplenme, yapılan işi mesleğiymiş gibi hissetme, kendisini işinin bir parçası olarak görme gibi bir takım olumlu duyguların var olduğu görülmektedir (Brown vd., 2014, s. 332). Fakat psikolojik sahiplenmenin kuruma kazandırdığı olumlu çıktılarının yanı sıra değişime direnme, takım çalışmasından uzak durma, çok fazla stres altında kalma şeklinde bir takım olumsuz sonuçlarının olabileceği de tahmin edilebilir. (Demirkaya ve Kandemir, 2014, s.11). Pierce ve diğerleri (2003) tarafından psikolojik sahiplenmenin karanlık yüzü olarak tanımlanan aşırı biçimde bölgecilik, örgütsel ve bireysel düzeyde negatif tutum ve davranışsal sonuçlara sebep olabilmekte ve örgütün amaçlarına ulaşmada zararlı olabilmektedir. Örnek verilecek olursa; bazı çalışanlar, bilgiyi devretmeyi ve yetkiyi paylaşmayı istemedikleri ölçüde sahiplik hissedebilirler. Böyle bir durumda, katılımcı ekip çalışması, iş birliğine yönelik hamleleri önleme, sabotaj uygulama ve benzeri davranışlar gösterebilmektedirler (Pierce vd., 2001).

Etik Liderlik ve Psikolojik Sahiplenme İlişkisinin Sağlık Kurumları Açısından Önemi

Profesyonel birçok meslekte olduğu gibi sağlık yöneticilerinin de uyması gereken etik kurallar ve kodlar vardır (Tengilimoğlu vd., 2011, s. 464). Bu etik kodlar, piyasanın aktörleri tarafından, karmaşık ve belirsiz durumlarda karar vermeyi kolaylaştırmak adına geliştirilen yazılı veya yazılı olmayan davranış kalıplarıyla işgörenin ahlâki çıkmazla karşılaştığında hareketlerine yön veren pusula olarak tanımlanabilir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007, s. 97). Etik kodlar, sağlık çalışanlarının mesleki icraatlarını yerine getirirken neyin yapılıp, neyin yapılmayacağı konusunda rehberlik etmektedir (Tengilimoğlu vd., 2011, s. 464-465). Bu yönüyle sağlık kurumlarında etik uygulamalar ve etik kodlar gerek yönetim süreçleri gerekse profesyonel sağlık yöneticiliği açısından önemli ve vazgeçilmez unsurlar arasındadır. Buradan hareketle etik liderlikle ilişkilendirilen inanç, tutum ve davranış kalıpları sağlık kurumları yöneticilerinden beklenen önemli liderlik özellikleri olarak değerlendirilebilir. Yöneticilerin verdiği kararlar doğrultusunda etik ilke ve değerler ile etik standartları oluşturma ve geliştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır (Çıraklı vd., 2014, s. 65). Sağlık hizmetlerinde etik liderlik ise, örgütsel etik ile iş etiğinden liderliğe kadar olan bütün anlayış ve ilkeleri içermektedir (Fox vd., 2007, s. 21). Bu kapsamda sağlık hizmetlerinde etik liderliğin temelini oluşturan anlayış ve ilkelerin hizmet sağlayıcılar ile hastalar arasındaki ilişki üzerine kurulduğu söylenebilir (Ho ve Pinney, 2016, s. 39).

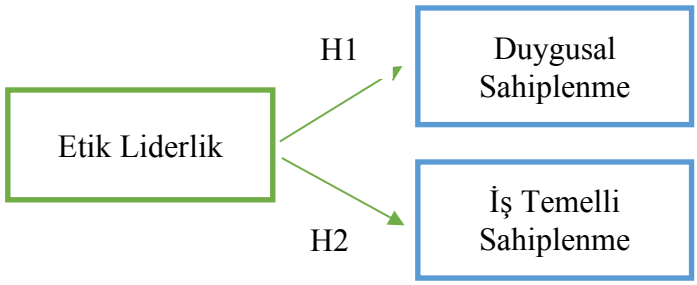
Etik liderler kurumdaki etik değerleri belirleyerek, etik davranışların önemini vurgulayacak kültürün oluşumunda rol model olma özelliğini taşımaktadırlar. Bu açıdan sağlık kurumları yöneticilerine etik liderliğin önemine dair eğitimlerin verilmesi ve etik liderlik davranışlarının gelişimine katkı sağlanması büyük önem taşımaktadır (Çıraklı vd., 2014, s. 65). Ayrıca yöneticilerin ve idari liderlerin, mevcut ve muhtemel hastaların dışında, yüksek düzeyde koordinasyon ve gözetimin gerekli olduğu takım çalışması, daha geniş bir sistem ve örgüt içi etik bir perspektif sunmaları önemli görülmektedir (Ho ve Pinney, 2016, s. 39). Liderlerin sağlık

hizmetlerinde etik alanlarda kendilerine özgü sorumluluklarına yardımcı olmak ve örgütlerdeki etik uygulamaları desteklemek için önemsemesi gereken unsurlar bulunmaktadır. Bu unsurlar (Fox vd., 2007, s. 22) etiğin bir öncelik olduğunu göstermek, etik uygulamalar için beklentileri açıkça ifade etmek, etik karar verme sürecini uygulamak ve yerel etik programları desteklemek şeklindedir. Yöneticilerin her anlamda etik konuları önemsemesi ve kurumun gündeminde tutması çalışanların da etik konularda daha bilinçli ve özverili olmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda sağlık kurumlarını yöneten etik liderlerin etik konularda açık iletişim kuran, rahat tartışma ortamı sunan, beklentilerin karşılanmasının farkında olan, kendi kararlarını açıkça ifade eden ve etik programları destekleyen özelliklerinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sağlık kurumları açısından bir diğer önemli konu ise kişilerin bir amaç için sahiplik hissi geliştirdikleri, psikolojik açıdan hissedilen bir olgu olan psikolojik sahiplenmedir (Van Dyne ve Pierce, 2004, s. 439). Psikolojik sahiplenme herhangi yasal veya resmi bir sahiplenmenin dışındaki sahip olma hissi olarak tanımlanmaktadır (Mayhew vd. 2007, s. 477). Yapılan araştırmalar, örgütsel çerçevede organizasyonel esaslı psikolojik sahiplenme ve iş esaslı psikolojik sahiplenme olmak üzere iki farklı açıdan psikolojik sahiplenme üzerine odaklanıldığını göstermektedir. Organizasyonel temelli psikolojik sahiplenme, örgüt çalışanlarının bir bütün olarak çalıştıkları kuruma sahip hissetme duygularıyla ilişkilidir. İş temelli psikolojik sahiplenme ise çalışanların iş veya rolleri ile ilgili sahip olma duygularıdır. Psikolojik sahiplenme ile ilgili yapılan araştırmaların çoğunluğu organizasyonel psikolojik sahiplenme üzerine gerçekleştirilmiştir (Dawkins vd., 2017, s. 167).

Sağlık kurumları, toplumun sağlığı ve sürdürülebilirliği açısından büyük önem taşımaktadır. Sağlık çalışanlarının örgütlerine ve işlerine yönelik psikolojik sahiplenme duygularını geliştirebilmeleri; hedefi yakından tanıma, kendilerini hedefe adama ve hedefi kontrol edebilmelerine bağlıdır. Bu durum sağlık çalışanlarının hastalarıyla bağ kurabilmeleri açısından diğer sektörlere kıyasla büyük önem arz etmektedir (Yavan Temizkan, 2019, s. 661). Kurumun çalışanlarına hedef nesneyi daha iyi tanımasına, hedef nesneye yatırım yapmasına ve kontrol etmesine imkân vermesi, çalışanın etkinlik, etkililik, öz-kimlik ve sahiplenme duygusunun gelişimini olumlu yönde etkileyecektir. Çalışanın, işi üzerinde daha çok kontrol sahibi olması ise iş temelli psikolojik sahiplenmeyi artıracaktır (Uçar, 2017, s. 185).

Sağlık kurumlarını yönetimde etik liderlik anlayışının hâkim olması, örgüt içinde etik bir kültür oluşumuna zemin hazırlayacaktır. Etik iklimin oluşturulması, etik kararların alınması, etik iletişimin kurulması ve etik davranışların sergilenmesinin sağlık çalışanlarının psikolojik sahiplenme düzeyine etki edebilecektir. Bu durumda etik liderlik ve psikolojik sahiplenme arasında olumlu yönde ilişki oluşabileceği ifade edilebilir. Çalışmada bu nedenle sağlık çalışanlarının etik liderlik algısının psikolojik sahiplenme üzerine etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu modele yönelik olarak geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

H1: Katılımcıların etik liderlik algıları duygusal sahiplenme düzeyini anlamlı bir şekilde etkiler.
H2: Katılımcıların etik liderlik algıları iş temelli sahiplenme düzeyini anlamlı bir şekilde etkiler.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışma, son yıllarda örgütsel düzeyde önem kazanan kavramlar çerçevesinde tasarlanmış olup, sağlık çalışanlarının etik liderlik algılarının psikolojik sahiplenme düzeyi üzerindeki etkisinin incelenmesini amaçlamaktadır. Araştırma nedensel tarama modeline göre tasarlanmış betimsel nitelikte bir çalışmadır. Tarama desenleri; bir durumu gerçek haliyle araştırmayı amaçlayan araştırma desenleridir. Nedensel tarama deseni ise neden-sonuç ilişkisinin kurulduğu ve modelin yönlendirilmesi konusunu ortaya koymaktadır (Karasar, 2009; Kothari, 2004, s. 35).

Araştırmanın Örneklemi

Bu araştırmanın evrenini Isparta'da bir kamu hastanesinin 1108 sağlık çalışanı oluşturmaktadır. Evrenden örneklem seçilmeyerek tüm evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplamda 328 sağlık çalışanına online ortamda anket uygulanmıştır. 36 sağlık çalışanının ankette bulunan kontrol sorusunu yanlış işaretlemesine binaen bu cevaplar veri setine dâhil edilmemiştir. 292 sağlık çalışanından elde edilen veriler ile araştırmanın analizleri gerçekleştirilmiştir. Veri toplama işlemi 25.01.2021–20.02.2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın etik kurul izni Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu (E-87432956-050.99-11428) tarafından onaylanmıştır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplamak amacı ile oluşturulan anket formu üç bölüm şeklindedir. İlk bölümde etik liderliğe ilişkin, ikinci bölümde psikolojik sahiplenmeye ilişkin ve son bölümde ise çalışanların demografik bilgilerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Veriler, 10 adet demografik soruyu ve 2 ölçeği kapsayan anket formu ile elde edilmiştir. Yüz yüze veri toplama imkânının bulunmaması sebebiyle Google formlar vasıtasıyla veri toplama işlemi gerçekleştirilmiştir.

Etik Liderlik Ölçeği: Katılımcıların etik liderlik algılarını ölçmek amacıyla Brown ve diğerlerinin (2005) geliştirdiği "Etik Liderlik Ölçeği" kullanılmıştır. Tuna, Bircan ve Yeşiltaş (2012) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan ölçek, tek boyut olmak üzere toplamda 10 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek 5'li Likert tipi ile derecelendirilmekte ve ölçek maddeleri "1=Kesinlikle Katılmıyorum" ile "5=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde puanlandırılmaktadır. Tuna, Bircan ve Yeşiltaş (2012) tarafından elde edilen etik liderlik ölçeğinin test- tekrar test güvenilirlik katsayısı α=0.985 ve iç tutarlılık güvenilirliği α=0.928 olarak ifade edilmiştir. Gerçekleştirilen bu çalışmada ise etik liderlik ölçeğinin toplam güvenilirlik değeri 0.922 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

Psikolojik Sahiplenme Ölçeği: Katılımcıların psikolojik sahiplenme düzeylerini ölçmek amacıyla Shukla ve Singh (2015) tarafından geliştirilen "Psikolojik Sahiplenme Ölçeği" kullanılmıştır. Geliştirilen ölçeğin orijinalinde duygusal, mecburi ve ilişkisel sahiplenmeden oluşan üç boyut olmak üzere 12 soru mevcutken; Aslan ve Ateşoğlu (2020) tarafından Türkçe geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılan ölçeğin Türkiye bağlamında "Duygusal Sahiplenme" ve "İş Temelli Sahiplenme" olmak üzere iki boyut halinde 10 ifadeden oluşmaktadır. Ölçek 7'li Likert tipi ile derecelendirilmekte ve ölçek maddeleri "1=Kesinlikle Katılmıyorum" ile "7=Kesinlikle Katılıyorum" şeklinde puanlandırılmaktadır. Aslan ve Ateşoğlu tarafından yapılan geçerlilik güvenilirlik çalışmasında psikolojik sahiplenme ölçeğinin güvenilirlik düzeyine göre Cronbach Alpha değeri İş

Temelli Sahiplenme boyutunda 0.853, Duygusal Sahiplenme boyutunda ise 0.905 olduğu tespit edilmiştir. Bu çalışmada ise psikolojik sahiplenme ölçeğinin toplam güvenilirlik değeri 0.901 olarak; alt boyutlarının ise duygusal sahiplenmede .890, iş temelli sahiplenmede ise 0.853 olarak hesaplanmıştır (Tablo 2).

Tablo 2
Veri Toplama Aracının Güvenilirliği

Boyutlar	N	Cronbach Alfa
Etik Liderlik Ölçeği	10	0.922
Psikolojik Sahiplenme Ölçeği	10	0.901
Duygusal Sahiplenme	5	0.890
İş Temelli Sahiplenme	5	0.853

Bulgular ve Tartışma

Tablo 3'te sağlık çalışanlarından oluşan katılımcılara ilişkin tanımlayıcı bulgular gösterilmektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu (237) yani %81.2'si kadınlardan oluşmaktadır. Yaş ve medeni durumları açısından incelendiğinde, katılımcıların %75.7'sinin (221) evli; %43.2'sinin (126) 31 ve 41 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Katılımcıların meslek ve birimleri incelediğinde, katılımcıların %62'si (181) hemşire olarak görev yapmakta; %46.2'si (135) klinikte çalışmaktadır. Katılımcıların %69.9'u (204) lisans eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların gelir durumları ve mesleki deneyim süreleri incelendiğinde, %63'ü (184) 5000 TL ve üzeri maaş ile çalışmakta; %40.1'i (117) 6-15 yıl aralığında mesleki deneyime sahiptir. Katılımcıların yöneticilik deneyimleri incelendiğinde %6.2'sinin (18) yöneticilik deneyiminin olduğu görülmektedir.

Tablo 3
Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişken	N	%
Cinsiyet		
Kadın	237	81.2
Erkek	55	18.8
Yaş (yıl)		
22-30	76	26.0
31-41	126	43.2
42-52	90	30.8
Medeni Durum		
Evli	221	75.7
Evli Değil	71	24.3
Meslek		
Hekim	30	10.3
Hemşire	181	62.0
Ebe	53	18.2
Tekniker ve Teknisyen	20	6.9
Diğer	8	2.6
Eğitim		
Ön lisans ve Altı	50	17.1
Lisans	204	69.9
Lisansüstü	38	13.0
Gelir Durumu		
5000 altı	108	37.0
5000 ve üzeri	184	63.0
Birim		
Poliklinik	33	11.3
Klinik	135	46.2
Yoğun bakım	97	33.2
Diğer	27	9.2
Mesleki Deneyim Süresi		
1-5	50	17.1
6-15	117	40.1
16-25	82	28.1
26 ve üzeri	43	14.7
Yöneticilik Deneyimi		
Var	18	6.2
Yok	274	93.8
Toplam	**292**	**100.00**

Tablo 4'te araştırmada kullanılan değişkenlerin standart sapma, ortalama ve korelasyon değerleri yer almaktadır. Verilen araştırma değişkenlerine ilişkin temel istatistikler incelendiğinde etik liderlik ortalamasının 2.695 olduğu görülmektedir. Psikolojik sahiplenme alt boyutları arasında iş temelli sahiplenmenin ortalaması (4.666±1288), duygusal sahiplenmenin ortalamasına (3.991±1.506) kıyasla daha yüksektir. Bu bulgular sağlık çalışanlarının kurumu duygusal sahiplenmeye göre daha fazla iş temelli sahiplendiklerini göstermektedir. Çalışanların düşük düzeyde duygusal bağlılık geliştirdikleri, kurumlarını ya da çalıştıkları birimlerine karşı düşük bir aidiyetlik algısına sahip oldukları, kurumda kendilerini daha az rahat hissettikleri ya da çalıştıkları kurumu kendilerine bir yuvadan ziyade profesyonel bir kurum olarak gördükleri söylenebilir. Bunun aksine yaptıkları işi daha fazla benimsemeleri profesyonel bir mesleği icra etmekten

kaynaklı olabilir. Kurumun problemlerini kendi problemleri olarak görmeleri, ihtiyaç anında düzeltici müdahalelerde bulunmaları, gerektiğinde fazla mesai yapmaları gibi yaptıkları işi esas alan bir sahiplenme içerisinde oldukları görülmektedir. Tablo 4'e göre psikolojik sahiplenmenin alt boyutları olan duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme ile etik liderlik arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki (r=0.674, p<0.01; r=0.427, p<0.01) vardır. Bu durumda yöneticilerin etik liderlik özellikleri sergilemelerine bağlı olarak sağlık çalışanlarının kuruma yönelik sahiplenme durumu gösterdikleri söylenebilir.

Tablo 4
Araştırma Değişkenlerine Ait Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Değişkenler Arasındaki İlişki

Değişkenler		**X**	**SS**	**1**	**2**	**3**
Etik Liderlik		2.695	.915	1		
Psikolojik	Duygusal	3.991	1.506	.674**	1	
Sahiplenme	İş Temelli	4.666	1.288	.427**	.592**	1

**p<0.01; *p<0.05

Tablo 5'te etik liderlik algısının psikolojik sahiplenme ölçeğinin alt boyutlarından olan duygusal ve iş temelli psikolojik sahiplenme üzerine etkilerini ortaya çıkarmak amacıyla gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları bulunmaktadır. Elde edilen regresyon modelinde Durbin Watson katsayısının 2.5'tan az ise ve VIF 10'dan küçük ise otokorelasyon ve çoklu bağlantı problemi olmadığını belirtmektedir (Hair vd., 1998). Bu çalışmanın değerleri göz önüne alındığında kurulan regresyon modelinde otokorelasyon ve çoklu bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir. Regresyon modelini ifade eden istatistiksel tahminler, modelin anlamlı ve kullanılabilir olduğunu göstermektedir (F=241.445, p<0.01; F=64.660, p<0.01). Etik liderlik, katılımcıların duygusal sahiplenme tutumuna yönelik toplam varyansın %45.4'ünü, iş temelli sahiplenme tutumuna yönelik toplam varyansın ise %18.2'sini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır. Regresyon modelinde regresyon katsayısının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına bakıldığında katılımcıların etik liderlik algıları, duygusal ve iş temelli sahiplenme alt boyutu ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Sonuçlara bakıldığında etik liderliğin duygusal sahiplenme (t= 15.538, p<0.001) ve iş temelli sahiplenmeyi (t=8.041, p<0.001) istatistiksel olarak artırdığı görülmektedir. Bu veriler ışığında, sağlık çalışanlarının etik liderlik algısının artmasına bağlı olarak duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme algılarının da arttığı görülmektedir. Buna göre araştırmanın hipotezleri doğrulanmaktadır. Burada dikkat çekilmesi gereken nokta katılımcıların etik liderlik ölçeği puan ortalamasının 2.695; psikolojik sahiplenme alt boyutları arasında iş temelli sahiplenmenin ortalamasının 4.666, duygusal sahiplenmenin ortalamasının ise 3.991 olmasıdır. Katılımcıların psikolojik sahiplenme alt boyutlarına göre nispeten düşük düzeyde etik liderlik algısına sahip oldukları görülmektedir. Buradan yola çıkılarak, sağlık çalışanlarının etik liderlik algısının artması halinde kurum adına daha fazla sahiplenme algısına sahip olacakları söylenebilir.

Tablo 5
Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	*b*	SE	ß	t	p	VIF
Duygusal	**(Sabit)**	1.061	.112		9.432	.000	
	Etik Liderlik	.410	.026	.674	15.538	.000	1.000
R= .674	R^2= .454	F= 241.445	p < .001	Durbin Watson= 1.999			
İş Temelli	**(Sabit)**	1.280	.183		7.009	.000	
	Etik Liderlik	.303	.038	.247	8.041	.000	1.000
R= .427	R^2= .182	F= 64.660	p<0.001	Durbin Watson=1.875			

Etik liderliği ve psikolojik sahiplenmeyi ele alan araştırmaların farklı kurumlar ve değişkenler üzerinde ele alındığı görülmektedir. Bununla birlikte etik farkındalığının ve psikolojik sahiplenmenin yüksek olduğunun düşünüldüğü sağlık kuruluşlarında, sağlık çalışanlarının bu olgulara ilişkin algıları merak uyandırıcı nitelik taşımaktadır. Ayrıca bu çalışmanın örgütsel davranış ve sağlık hizmetleri literatürüne katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kısımda yapılan analizler temelinde ortaya çıkan bulgular tartışılarak, etik liderlik ve psikolojik sahiplenmeye ilişkin yapılan çalışmaların bulguları kıyaslanmıştır.

Literatürde etik liderlik ve psikolojik sahiplenme konusunu örgütler bazında ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Saeed ve diğerlerinin (2022) gerçekleştirdiği çalışmada etik liderlik ve psikolojik sahiplenme arasında pozitif ve anlamlı yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Hocaoğulları (2020) yaptığı araştırmasında örgüt sağlığının iletişim, amaçlara uygunluk, etkin kaynak kullanımı, performans ve liderliğin boyutlarının psikolojik sahiplenme üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde bu çalışmada da psikolojik sahiplenmenin alt boyutları olan duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme ile etik liderlik arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Aslan (2020, s. 196) da araştırmasının sonuçları kapsamında hizmetkâr liderliğin psikolojik sahiplenmeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilediğini ifade etmiştir. Ayrıca psikolojik sahiplenmenin hizmetkâr liderlik ile iş tatmini arasındaki ilişkilerine bakarak kısmi aracı rolünü üstlendiğini belirtmiştir. Işık ve Uçar'ın (2019, s. 1119) çalışmasında lider üye etkileşiminin iş tatmini ve psikolojik sahiplik ilişkisi üzerinde kuvvetli etkisi olduğu ve iş tatmininin psikolojik sahiplenmeyi olumlu yönde ve yüksek seviyede etkilediği tespit edilmiştir. Bu çalışmada da katılımcıların etik liderlik algıları, duygusal ve iş temelli sahiplenme alt boyutuyla pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Sonuçlara bakıldığında etik liderliğin duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenmeyi istatistiksel olarak artırdığı görülmektedir. Kara ve Kaya'nın (2020, s. 2364) araştırmasında yönetici desteği ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiye bakıldığında psikolojik sahiplenmenin kısmi aracılık rolü bulunduğunu ve yönetici desteğinin işe adanmışlık ile psikolojik sahiplenme değişkenlerini pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Avey ve diğerlerinin (2012, s. 21) yaptığı araştırmada psikolojik sahiplenmenin, etik liderlik ve iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiği sonucuna varılmıştır. Yine Park ve diğerleri (2015, s. 385) etik liderlik düzeylerinin çalışanların psikolojik sahiplenme düzeyini önemli ölçüde etkilediğini belirtmişlerdir. Çalışanların etik liderlik ile rol içi performans düzeyleri arasındaki ilişkiyi açıklamada çalışanların psikolojik sahiplenme düzeylerinin aracını rolünü desteklemektedir.

Çeşitli sektörlerden işçiler üzerinde yapılan bir araştırmada psikolojik sahiplenmenin bağlamsal performansı olumlu şekilde öngördüğü ve üretkenlik karşıtı iş davranışı ile olumsuz ilişki içinde olduğu bulgulanmıştır (Tsai, 2022, s. 729). Bankacılık sektörü çalışanları üzerinde gerçekleştirilen bir araştırmada psikolojik güçlendirmenin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisinde etik liderliğin düzenleyici rolü incelenmiştir. Buna göre etik liderlik boyutlarının özerklik ve etkinin iş temelli sahiplenme üzerindeki etkisini güçlendirdiği sonucuna ulaşılmıştır (Özcan ve Özdemir, 2022). Bilginin psikolojik olarak sahiplenilmesi ile bilgiyi gizleme arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkinin etik liderlik tarafından nasıl yönetildiğinin incelendiği bir araştırmada da pozitif yönlü bir ilişki olduğu ve bunun etik liderlik tarafından yönetildiği ortaya çıkarılmıştır (Hassan Ali ve Sağsan, 2021, s. 178). Khan ve diğerleri (2021, s. 109) etik liderliğin; örgütsel adalet, iş özerkliği, işyeri güveni ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkide nasıl bir rol üstlendiğini araştırmış ve sonucunda iş özerkliği, işyeri güveni, iş arkadaşlarına güven, örgüte ve doğrudan yöneticiye güven konularında etik liderliğin psikolojik sahiplenmeyi etkilediğini bulgulamışlardır. Sağlık çalışanları üzerinde yapılan bu çalışmada ise sağlık çalışanlarının işlerini anlamlı bulmaları, hissettikleri otonomi ve özerklik düzeylerinin yüksek olması psikolojik sahiplenmeyi etkilediği, işlerini ve örgütlerini sahiplenen sağlık çalışanlarının daha yetkin, verimli ve başarılı olabileceği bulgulanmıştır (Yavan Temizkan, 2019). Yapılan çalışmalardan örgütler için etik liderlik yönetim tarzı ve psikolojik sahiplenme davranışı önem arz etmekte ve örgütsel davranış alanı için de değerli görüldüğü anlaşılmaktadır. Sağlık kuruluşlarının etik liderlik unsurlarına dayalı olarak yönetilmesi, sağlık hizmet sunucularının verdiği hizmetlerin psikolojik sahiplenme olgusu içinde değerlendirilerek yapılması önem arz etmektedir.

Sonuç

Günümüz şartlarına göre değişim ve gelişim gösteren liderlik ve yönetim anlayışları yeni ve insan odaklı yönetsel faaliyetleri de beraberinde getirmiştir. Liderlerin etik ilke ve uygulamalar ile sahalarda olması daha güçlü liderlik vasıfları kazanmalarına, çalışanlar üzerinde daha etkin bir yönetim alanı bulmalarına vesile olmuştur. Bununla birlikte çalışanların başarısının merkezine teknoloji ve makinaların yerine "insanın" konulmuş olması psikolojik sahiplenmenin ve alt boyutlarının önemini gündeme getirmiştir. Araştırma sonucunda etik liderliğin duygusal temelli ve iş temelli sahiplenmeyi yordadığı görülmektedir. Sağlık çalışanlarının yöneticileri etik liderlik davranışları gösterdiğine yönelik algısı artıkça duygusal sahiplenme ve iş temelli sahiplenme düzeyleri de artmaktadır. Sağlık çalışanları iş tutumları ve davranışlarına yönelik psikolojik sahiplenme davranışı sergilediklerinde gerek bireysel gerekse bağlı oldukları birime yönelik katkılarını artıracaklardır. Nitekim Liu ve diğerleri (2012, s. 875) çalışanların kurumu sahiplendiklerinde kendilerini maddi ve maddi olmayan mülklerin bir parçası olarak görmekten kaynaklı olarak, pozitif öz-kimliklere ve pozitif öz-değerlendirmelere sahip olduklarını belirtmektedir. Bu sebeple etik liderlik konusunda bilinçli, farkındalık sahibi ve etik liderlik özelliklerine yönelik hassasiyet sahibi yöneticiler, çalışanların kuruma yönelik olumlu sahiplenme duygularını geliştirmeye yönelik bir zemin hazırlamalıdırlar. Araştırma bulgularından hareketle, sonraki araştırmalarda farklı teorik çerçeveler kullanılarak ilişkilerin değerlendirilmesi, etik liderlik algısının psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisinin farklı düzenleyici ve aracı değişkenler kullanılarak araştırılması ve farklı sektörlerde psikolojik sahiplenme ve etik liderlik kavramlarının incelenmesi alan yazına katkı sağlayacaktır.

Kaynakça

Aronson, E. (2001). Integrating leadership styles and ethical perspectives. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18, 244-256. https://doi.org/10.1111/j.1936-4490.2001.tb00260.x

Aslan, H. (2020). Hizmetkâr liderliğin iş tatmini üzerindeki etkisinde psikolojik sahiplenmenin aracı rolü. *Business & Management Studies: An International Journal*, *8*(1), 196-212. http://doi.org/10.15295/bmij.v8i1.1403

Aslan, M. ve Ateşoğlu, H. (2020). Psikolojik sahiplenme ölçeğinin türkçe uyarlaması, güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları, İşletme Araştırmaları Dergisi, *12*(4), 4184-4195. https://isarder.org/index.php/isarder/article/view/1277

Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D. ve Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior, 30*(2), 173-191. https://doi.org/10.1002/job.583

Avey, J. B., Wernsing, T. S. ve Palanski, M. E. (2012). Exploring the process of ethical leadership: The mediating role of employee voice and psychological ownership. *Journal of Business Ethics*, 107, 21–34. https://doi.org/10.1007/s10551-012-1298-2

Aydın, İ. (2006). *Eğitim ve öğretimde etik* (2. bs.), Ankara: Pegem Akademi.

Bandura, A. (1977). *Social learning theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Bektaş, Ç. ve Köseoğlu, M. A. (2007). Etik kodların yönetsel karar alma sürecine etkileri ve bir model önerisi. *"İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, *9*(2), 94-115. https://doi.org/10.26466/opus.467857

Brown, G., Pierce, J. L. ve Crossley, C. (2014). Toward an understanding of the development of ownership feelings. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 318-338. https://doi.org/10.1002/job.1869

Brown, M. E. ve Trevino, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, *17*(6), 595–616. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.10.004

Brown, M. E., Trevino, L. K. ve Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117–134. https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2005.03.002

Campbell Pickford, H., Joy, G. ve Roll, K, (2016). Psychological ownership: effects and applications. *Saïd Business School RP 2016-32,* http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2893092

Cevizci, A. (2002). *Etiğe giriş*. İstanbul: Engin Yayıncılık.

Cocieru, O. C., Delia, E. B. ve Katz, M. (2019). It's our club! From supporter psychological ownership to supporter formal ownership. *Sport Management Review, 22*(3), 322-334. https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.04.005

Çıraklı, Ü., Uğurluoğlu, Ö., Şantaş, F. ve Çelik, Y. (2014). Etik liderlik davranışlarının örgütsel adalet üzerindeki etkisi: Hastanede bir uygulama. *İşletme Bilimi Dergisi, 2*(2), 53-66. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/213322

Dawkins, S., Amy W. T., Alexander N. ve Angela M. (2017). Psychological ownership: A review and research Agenda. *Journal of Organization Behavior*, *38*, 163–183. https://doi.org/10.1002/job.2057

Demirkaya, H. ve Kandemir, A. (2014). 21. Yüzyılın anahtar rekabet faktörü olan psikolojik sahiplenme üzerine bir işletme incelemesi, *ÇSGB Çalışma Dünyası Dergisi,* 2(3), 7-21. Erişim adresi: https://library.dogus.edu.tr/mvt/catalog.php?lng=0&search=&fieldnu=5&sortnu=3&sortdir=0&access=catalog&journalnu=D000391&issuenu=S001722&-max=7&-skip=0

Dhar, R.L. (2016). Ethical Leadership and its impact on service innovative behavior: The role of LMX and job autonomy, *Tourism Management,* 57, 139-148 https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.011

Fox, E., Crigger, B., Bottrell, M. ve Bauck, P. (2007), *Ethical leadership: Fostering an ethical environment and culture.* National Centre for Ethics in Healthcare, Washington D.C. https://www.ethics.va.gov/elprimer.pdf, Erişim Tarihi: 26.06.2022.

Fulmer, R. (2004). The challenge of ethical leadership. *Organizational Dynamics, 33*(3), 307-317. https://doi.org/10.1016/j.orgdyn.2004.06.007

Furby, L. (1991). Understanding the psychology of possession and ownership: A personal memoir and an appraisal of our progress. *Journal of Social Behavior* & *Personality*, 6(6),457–463. https://psycnet.apa.org/record/1992-01066-001

Grisaffe, D. B., Vanmeter, R. ve Chonko, L. B. (2016). Serving first for the benefit of others: Preliminary evidence for a hierarchical conceptualization of servant leadership. *Journal of Personal Selling* & *Sales Management*, *36*(1), 40-58. https://doi.org/10.1080/08853134.2016.1151303

Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. ve Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ, USA: Prentice Hall. Erişim adresi: https://www.drnishikantjha.com/papersCollection/Multivariate%20Data%20Analysis.pdf

Hassan Ali, S. ve Sağsan, M. (2021). The moderating effect of ethical leadership between psychological ownership of knowledge and knowledge hiding: An empirical study on the public universities in Northern Iraq. *Revista Argentina de Clinica Psicologica*, 2, 178-188. doi: 10.24205/03276716.2020.4017

Ho, A. ve Pinney, S. (2016). Redefining ethical leadership in a 21st-century healthcare system, *Healthcare Management Forum*, *29*(1), 39-42. https://doi.org/10.1177/0840470415613910

Hocaoğulları, Y. (2020). *Örgüt sağlığının psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisi: Duygusal sermayenin düzenleyici rolü*. (Yüksek Lisans Tezi). Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı, Nevşehir.

Hsu, M. H. ve Kuo, F. Y. (2003). The effect of organization-based self-esteem on deindividuation in protecting personal information privacy. *Journal of Business Ethics,* (4), 305-320. https://doi.org/10.1023/A:1022500626298

Işık, M. ve Uçar, Z. (2019). İş tatmini psikolojik sahiplenme ilişkisinde lider üye etkileşiminin düzenleyicilik etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21(4), 1119-1145. https://doi.org/10.16953/deusosbil.506797

Kafadar, S. B. ve Kaygın, E. (2017). Etik liderlik ve duygusal emek ilişkisi: kafkas üniversitesi örneği. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, *21*(2), 77-96. https://dergipark.org.tr/tr/pub/cuiibfd/issue/34827/387721

Kaplan, Ç. (2009). Kamu yönetiminde etik ve kamu çalışanlarının etik kavramını algılayışları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 14(3), 343-355. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduiibfd/issue/20829/223093

Kara, E. ve Kaya, A. (2020). Yönetici desteğinin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde psikolojik sahiplenmenin aracı rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(4), 2364-2375. http://doi.org/10.33206/mjss.730578

Karadal, H. ve Akyazı, T. E. (2015). Psikolojik sahiplenme ile etik olmayan örgüt yanlısı davranışlar arasındaki ilişkinin analizi üzerinde Aksaray ilinde bir araştırma, *3. Örgütsel Davranış Kongresi, 5-8 Kasım,* Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, Tokat.

Karasar, N. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemi.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kaya Erten, Z., Bayraktar, E. ve Açmaz, G. (2017). Etik ve etik liderlik. *Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi*, 4(2), 62-68. https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/296134

Khan, K., Riaz, K. ve Hussainy, S.K. (2021). An investigation of the relationship between organizational justice, job autonomy, workplace trust, and psychological ownership: The role of ethical leadership. *Market Forces College of Management Sciences*, 16(2), 109-132. https://doi.org/10.51153/mf.v16i2.513

Kothari, C. R. (2004). *Research methodology: Methods and techniques.* New Delhi: New Age International.

Liu, J., Wang, H., Hui, C. ve Lee, C. (2012). Psychological ownership: how having control matters. *Journal of Management Studies*, 49(5), 869-895. https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2011.01028.x

Mayer, D.M., Aquino, K., Greenbaum, R. L. ve Kuenzi, M. (2012). Who displays ethical leadership and why does it matter? an examination of antecedents and consequences of ethical leadership, *Academy of Management Journal*, *55*(1), 151-171. http://dx.doi.org/10.5465/amj.2008.0276

Mayhew, M. G., Ashkanasy, N. M., Bramble, T. ve Gardner, J. (2007). A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings. *The Journal of Social Psychology*, *147*(5), 477-500. https://doi.org/10.3200/SOCP.147.5.477-500

McIntyre, N. A. ve Srivastava, J. A. F. (2009). The relationship of locus of control and motives with psychological ownership in organizations. *Journal of Managerial Issues*, *21*(3), 383-401. https://www.jstor.org/stable/40604656

Olckers, C. ve Du Plessis, Y. (2012). Psychological ownership: A managerial construct for talent retention and organisational effectiveness, African Journal of Business Management, *6*(7), 2585-2596. DOI: 10.5897/AJBM11.1018

Ötken, A. (2015). Algılanan örgütsel destek ve psikolojik sahiplenme arasındaki ilişki ve bu ilişkide örgütsel adaletin rolü. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, *33*(2), 113-140. https://doi.org/10.17065/huiibf.83618

Özcan, H. M. ve Özdemir, B. (2022). Psikolojik güçlendirmenin psikolojik sahiplenme üzerindeki etkisinde etik liderlik algısının düzenleyici rolü: Bankacılık sektöründe bir araştırma. *İş Ahlakı Dergisi, 15*(1), 150-183.

Park, C. H., Kim, W. ve Song, J. H. (2015). The impact of ethical leadership on employees' in-role performance: The mediating effect of employees' psychological ownership, *Human Resource Development Quarterly*, *26*(4), 385-408. https://doi.org/10.1002/hrdq.21217

Pieper, A. (1999). *Etiğe giriş*. (V. Ataymen ve G. Sezer, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Pierce, J. L. ve Jussila, I. (2011). *Psychological Ownership and the Organizational Context: Theory Research Evidence and Application.* Edward Elgar Publishing. https://books.google.com.tr/books?id=g3Z7QC01oowC&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false

Pierce, J. L., Kostava, T. ve Dirks, K. T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review*, *26*(2), 298-310. https://doi.org/10.2307/259124

Pierce, J. L., Kostava, T. ve Dirks, K. T. (2003). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *General Psychology*, *7*(1), 84-107. https://doi.org/10.1037/1089-2680.7.1.84

Pierce, J. L., O'driscoll, M. P. ve Coghlan, A. M. (2004). Work environment structure and psychological ownership: The mediating effects of control. *The Journal of Social Psychology*, 144(5), 507-534. https://doi.org/10.3200/SOCP.144.5.507-534

Pierce, J. L., Rubenfeld, S. A. ve Morgan, S. (1991). Employee ownership: A conceptual model of process and effects, *Academy of Management Review, 15*, 121-144. https://doi.org/10.5465/AMR.1991.4279000

Saeed, I., Khan, J., Zada, M., Zada, S., Vega-Muñoz, A. ve Contreras-Barraza, N. (2022). Linking Ethical Leadership to Followers' Knowledge Sharing: Mediating Role of Psychological Ownership and Moderating Role of Professional Commitment. *Front. Psychol.* 13:841590, 1-12. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.841590

Tengilimoğlu, D. ve Yiğit, A. (2005). Hastanelerde liderlik davranışlarının personel iş doyumuna etkisini belirlemeye yönelik bir alan çalışması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, *8*(3), 374-400. https://dergipark.org.tr/en/pub/hacettepesid/issue/7558/99350

Tengilimoğlu, D., Işık, O. ve Akbolat, M. (2011). *Sağlık işletmeleri yönetimi* (3. bs.), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Tsai, H. Y. (2022). Exploring missing links between ethical leadership and multidimensional work behavior: The mediating role of multidimensional psychological ownership. *Ethics* & *Behavior,* 32(8), 729-739. https://doi.org/10.1080/10508422.2021.2018319

Tuna, M., Bircan, H. ve Yeşiltaş, M. (2012). Etik Liderlik Ölçeği'nin Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması: Antalya Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 143-155. Erişim adresi: https://dergipark.org.tr/tr/pub/atauniiibd/issue/2705/35705

Türkoğlu, M. (2019). *İnsan kaynakları yönetiminde etik dışı davranışlar ve etik ikilemler üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi), Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü, Sakarya.

Uçar, Z. (2017). Psikolojik sahiplenme: Örgütsel alana ilişkin bir model önerisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32*(1), 167-200. https://doi.org/10.24988/deuiibf.2017321552

Van Dyne, L. ve Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior,* 25(4), 439-459. https://doi.org/10.1002/job.249

Vandewalle, D., Van Dyne, L. ve Kostava, T. (1995). Psychological ownership: An empirical examination of its consequences. *Group & Organization Management,* 20(2), 210-226. https://doi.org/10.1177/1059601195202008

Yaman, A. (2010). İç denetçinin yeni rolü: Etik liderlik. *Denetişim*, 5, 9-16. https://dergipark.org.tr/en/pub/denetisim/issue/22480/240464

Yavan Temizkan, Ö. (2019). Psikolojik güçlendirme ile psikolojik sahiplenme arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi: Devlet hastanesi örneği. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(3), 640-665. https://dergipark.org.tr/en/pub/ahbvuibfd/issue/50684/558926

Yıldırım, A. (2010). *Etik liderlik ve örgütsel adalet ilişkisi üzerine bir uygulama.* (Yüksek lisans tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Karaman. https://earsiv.kmu.edu.tr/xmlui/handle/11492/601

Extended Abstract

Purpose

The dominance of ethical leadership in the management of health institutions will pave the way for the formation of an ethical culture within the organization. It can be said that creating an ethical climate, making ethical decisions, establishing ethical communication, and displaying ethical behaviors can affect the level of psychological ownership of healthcare professionals. In this case, it can be stated that there may be a positive relationship between ethical leadership and psychological ownership. With this study, will the psychological ownership levels of the employees be affected if the health managers exhibit ethical leadership behaviors? An answer to the research problem is sought. The study aims to examine the effect of ethical leadership perceptions of healthcare professionals on the level of psychological ownership.

Design and Methodology

The research is a descriptive study designed according to the causal screening model. Scanning patterns; They are research designs that aim to investigate a situation in its real form. The causal screening design, on the other hand, reveals the issue of establishing a cause-effect relationship and directing the model (Karasar, 2009; Kothari 2004: 35). The hypotheses developed for this model are as follows:

H1: The participants' ethical leadership perceptions significantly affect the emotional ownership level.

H2: The ethical leadership perceptions of the participants significantly affect the level of work-based ownership.

The population of the research consists of the employees of a public hospital in Isparta. Within the scope of the study, it was tried to reach the entire population of which the sample was not selected, and an online questionnaire was applied to 328 healthcare professionals. As 36 healthcare professionals marked the control question in the questionnaire incorrectly, these answers were excluded and the data set was finalized with 292 healthcare professionals. The questionnaire form created to collect data in the research consists of three parts. In the first part, questions about ethical leadership, in the second part about psychological ownership, and the last part, questions about the demographic information of the employees are included. The data were obtained with a questionnaire consisting of 10 demographic questions and 2 scales. Due to the lack of face-to-face data collection, data collection was carried out through Google Forms. The "Ethical Leadership Scale" developed by Brown et al. (2005) was used to measure the ethical leadership perceptions of the participants. The "Psychological Possession Scale" developed by Shukla and Singh (2015) was used to measure the psychological ownership levels of the participants.

Findings

When the basic statistics regarding the given research variables are examined, it is seen that the average ethical leadership is 2.695. Among the sub-dimensions of psychological ownership, the mean of work-based ownership (4.666±1288) is higher than the mean of emotional ownership (3.991±1.506). According to Table 4, there is a positive and significant relationship ($r=0.674$, $p<0.01$; $r=0.427$, $p<0.01$) between emotional ownership and work-based ownership, which are sub-dimensions of psychological ownership, and ethical leadership. Statistical estimates of the regression model show that the model is significant and usable ($F=241.445$, $p<0.01$; $F=64.660$, $p<0.01$). It was determined that ethical leadership explained 45.4% of the total variance for the emotional ownership attitude of the participants and 18.2% of the total variance for the work-based ownership attitude. Examining the t-test results regarding the significance of the regression coefficient in the regression model, the ethical leadership perceptions of the participants show a positive and significant relationship with the emotional and work-based ownership sub-dimension. Considering the results, it is seen that ethical leadership statistically increases emotional ownership ($t= 15.538$, $p<0.001$) and work-based ownership ($t=8.041$, $p<0.001$). According to these data, as the perception of health professionals that managers show ethical leadership behaviors increases, their levels of emotional ownership and work-based ownership also increase. As a result, the hypotheses of the research are partially confirmed.

Research Limitations

This research is limited to the general survey model in terms of method. In addition, it is limited to the data obtained from the public hospital working between 25.01.2021 and 20.02.2021.

Implications (Theoretical, Practical, and Social)

Based on the research findings, evaluating the relationships using different theoretical frameworks in future research, investigating the effect of ethical leadership perception on psychological ownership using different moderator and mediator variables, and examining the concepts of psychological ownership and ethical leadership in different sectors will contribute to the literature.

Originality/Value

Leadership and management understandings, which change and develop according to today's conditions, have brought new and human-oriented managerial activities. The fact that leaders are on the field with ethical principles and practices has been instrumental in gaining stronger leadership qualities and finding a more effective management area for employees. However, the fact that "human" has been put at the center of the success of the employees instead of technology and machines has brought the importance of psychological ownership and its sub-dimensions to the agenda. The subject of the study is unique in this respect.

Araştırmacı Katkısı: Necla YILMAZ (%25), Elif ERDOĞAN (%25), Zuhal KAYAR (%25), Esin YILMAZ (%25).

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Cilt: 23, Sayı: 3, Yıl: 2023
e-ISSN: 2667-8583
AÜSBD
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi
Anadolu University Journal of Social Sciences

Çıplak İstatistik [1]

Zeynep Afra SEZER [2]

Başvuru Tarihi: 12.07.2023 **Kabul Tarihi:** 17.09.2023 **Makale Türü:** Kitap İncelemesi

Öz

Çıplak İstatistik (Kitap incelemesi)

Dartmouth College'daki Rockefeller Center'da öğretim görevlisi ve politika uzmanı Charles Wheelan'ın kaleme aldığı ve 2012 yılında yayınladığı 'Çıplak İstatistik' kitabı Buzdağı Yayınevi tarafından Ali Atav çevirisiyle 2018'de Türkiye'de yayınlandı. Çıplak İstatistik; ortalama, medyan, standart sapma, olasılık, korelasyon, merkezi limit teoremi ve regresyon analizi gibi konularda pek çok istatistiksel aracın gerçekte ne olduğunu ve hayatımızda neye karşılık geldiğini formüllere boğulmadan anlaşılır bir dille anlatıyor. Bu değerlendirme yazısında; yazarın kitapta ele aldığı konu başlıklarını bir istatistik öğrencisinin anlatımıyla tek tek ele alıp değerlendirmesi yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: İstatistik, Veri, Regresyon Analizi, Olasılık, Kitap incelemesi, Çıplak İstatistik

Atıf: Sezer, Z. A. (2023). Çıplak İstatistik [Charles Wheelan tarafından kaleme alınan Çıplak İstatistik başlıklı kitabın değerlendirmesi]. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(3), 1025-1034.

[1] Bu çalışma etik kurul izin belgesi gerektirmemektedir.

[2] Eskişehir Teknik Üniversitesi, Fen Fakültesi, İstatistik Bölümü, **zeynepafrasezer@ogr.eskisehir.edu.tr,** ORCID: 0009-0003-2743-1097

Bu eser Creative Commons Atıf-Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Giriş

Çıplak İstatistik'e Bakış
Charles Wheelan
"Olasılık doğru muhakeme gerektiren bir silahtır." [1](Wheelan, 2018, s. 36)

Şekil 1. Çıplak İstatistik, Charles Wheelan [2] (Çıplak istatistik, 2023).

İstatistik hakkında 19. yüzyıl İngiliz başbakanı Benjamin Disraeli'ye atfedilen *"Üç türlü yalan bulunmaktadır: yalanlar, kuyruklu yalanlar ve istatistikler."[3](Anadolu Ajansı, 2022)* cümlesi neredeyse atasözü gibi kullanılmaktadır. Bunun yanı sıra, İsveçli matematikçi ve yazar Andrejs Dunkels'in *''İstatistikleri kullanarak yalan söylemek kolaydır ama onlar olmaksızın gerçeği söylemek zordur."[4](Chernoff Yüzleri, 2022)* sözü ise karışık düşünceleri bir arada toplayan özetleyici bir gözlemdir.

Biz ise, *"İstatistik, bilgiyi anlamlı amaçlar için kullanmada sahip olduğumuz en güçlü araçtır."[1](Wheelan, 2018, s. 29-30)* diyen Charles Wheelan'a katılıyoruz.
Konu istatistik olunca herkesin farklı görüşleri var elbette. Bir istatistikçiye sorsanız sizi tatmin edecek ve kafanızdaki soru işaretlerini yok edecek cevapları olacaktır. Ama biz size, lisans öğrenimini herhangi bir istatistik bölümde tamamlamamış bir gazeteci ve profesörün yazdığı, *Çıplak İstatistik* kitabından, istatistiği anlatacağız.

Kim bu Charles Wheelan? Dartmouth College'daki Rockefeller Center'da öğretim görevlisi ve politika uzmanıdır. Kaleme aldığı kitaplarıyla (Çıplak Ekonomi ve Çıplak İstatistik) New York Times en çok satanlar listesine girmiş kitapların yazarı, kısacası kendisi bir istatistikçi değil. Ama istatistiği sonradan aldığı eğitimle ''gerçekten'' öğreniyor ve bundan zevk alıyor. Hatta kitapta kendi düşüncesi bizzat şu şekilde;

''… ancak benim bunlardan daha cesur görüşlerim de mevcuttur. İstatistikten gerçekten zevk alabileceğinizi düşünüyorum. Altta yatan fikirler büyüleyici bir şekilde daha ilgi çekici ve gerçek hayatla daha ilişkilidir. Burada önemli olan şey, önemli fikirler ile yolda karşınıza çıkabilecek gereksiz teknik detayları birbirinden ayırmaktır. İşte 'Çıplak İstatistik' budur."[1] (Wheelan, 2018, s. 20)

Bu açıklamanın 'istatistiğin hayatla doğrudan ilişkili olduğu' kısmına tamamen katılmakla birlikte, diğer kısımlarını 'bir istatistik öğrencisi' gözünden şu şekilde değiştirmek istiyoruz;

İstatistiği ‘’gerçekten” anlamaya başladığınızda istatistikten zevk alacağınızdan eminim. Çünkü istatistik, gerçek hayatla sandığınızdan çok daha fazla ilişkilidir. Önemli olan, teknik detayları ‘’aralayıp” bakmaktır. İşte *‘Çıplak İstatistik’* budur.

‘’İstatistik hiçbir şeyi kesin bir şekilde ispatlayamaz. Bunun yerine istatistiksel çıkarımın gücü, bir davranış şekli ya da sonucu en mantıklı şekilde açıklamak için kullanmaktan gelmektedir.” [1] (Wheelan, 2018, s.225)

Yapay zekadan tutun, tıbbi ve sosyal bir araştırmaya, eğitimin daha iyi olmasını amaçlayan bir çalışmadan, finansal ya da ekonomik analizlere ve siyasi eğilimleri ölçmeye kadar istatistik hayatın her yerindedir. Bilim insanları bir şeyin kansere neden olduğunu sonucuna nasıl varıyor? Anket işleri nasıl yürütülüyor? Netflix hangi filmlerden hoşlandığınızı nereden bilmektedir? Otizm vakalarındaki artışa ne neden olmaktadır?

Bu gibi birbirinden farklı soruları yanıtlamamızı sağlayan bilim dalıdır istatistik ve aslında hayatın her anında, her zaman gözümüzün önündedir.

İstatistiği neden öğreniriz?
Çok büyük miktardaki veriyi özetlemek için, daha iyi kararlar vermek için, yaptığımız her işi iyileştirecek yolları bulmak için, yeniliklerin etkinliklerini değerlendirmek için, …

Şimdi bu düşünceleri cebimize koyup devam edelim.

‘’Kimse bana bunu neden öğrenmem gerektiğini anlatma zahmetine girmediği için lisedeki Kalkülüs dersinden özellikle nefret etmiştim.”[1](Wheelan, 2018, s.11) diye başlıyor kitabına yazar ardından istatistiğin temel ögelerini kendine özgü örnekleriyle yazıyor kitabını. **Biz bu yazının geri kalanında, sıfırdan başlayarak istatistiği öğrenen bir yazarın kitabına bir istatistik öğrencisinin gözünden bakacağız.**

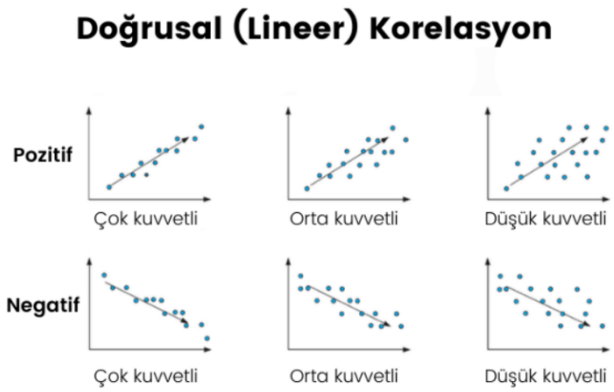
Öncelikle kitapta geçen önemli konu başlıklarıyla birlikte temel istatistik kavramlarını inceleyelim.

Kitabın İncelenmesi

Tanımlayıcı istatistik; ham veriyi özetlediğimiz tanımlayıcı istatistiklerdir. Karmaşık bir veri setini temsil eden bir örneklem çekeriz ve bu örneklemlerin üzerine hesaplamalar ve testler yaparız. Hesaplaması, anlaması ve karşılaştırma yapması kolaydır. Ancak kusursuz da değildir. Tanımlayıcı istatistik basitleştirmek için vardır ve her zaman bir hata payı mevcuttur. Bu hata payına standart sapma denir. (Standart sapma; dağılımın bir ölçüsüdür. Standart sapmanın hesaplanmasında, ortalama etrafında verilerin/gözlemlerin değişiminin bir ölçüsü olan Varyans kullanılır.)

Yanıltıcı açıklama; istatistiğin karmaşık olguları açıklama için kullanımı kesinlik ifade etmez. Bir test sonucunu açıklamanın birçok yolu vardır. Bu açıklamayı yaparken kullandığımız dilin istatistik üzerinde büyük etkisi vardır. Amacı iyi olmayan biri, istatistiği ve sayıları kullanarak çok iyi yalan söyleyebilir, insanları manipüle edebilir ve bu durumda istatistik bir silaha dönüşebilir. *‘Olasılık doğru muhakeme gerektiren bir silahtır.’[1](Wheelan, 2018, s.36)* Bu durumda ‘’hassasiyet’ ve ‘’doğruluk” kavramları devreye giriyor. Hassasiyet; bir olguyu ifade edebileceğimiz duyarlılığı yansıtır, doğruluk; bir olgunun gerçekle olan tutarlılığının ölçüsüdür. Eğer bir test sonucu doğru ise, ne kadar hassas olursa o kadar iyi olur. Ancak hassasiyet ne kadar fazla olursa olsun doğru olmama durumunu telafi edemez. Hassasiyet, bize sahte bir kesinlik hissi vererek yanlışı maskeleyebilir. En hassas ölçüm ya da hesaplamaların bile sağ duyuya göre kontrol edilmesi gerekir. İstatistikte dürüstlük son derece önemlidir.

Korelasyon; iki olgunun birbiri ile olan ilişkisini ölçer. Eğer bir değişkende meydana gelen değişiklik diğer değişkeni de aynı yönde etkiliyorsa, bu iki değişken arasında pozitif yönlü korelasyon vardır. Eğer bu değişim iki değişken için de farklı yönlerdeyse, bu iki değişken arasında negatif yönlü korelasyon vardır. Korelasyon değeri 1 veya -1'e ne kadar yakınsa, aralarındaki ilişki o kadar güçlü demektir ve 0'a ne kadar yakınsa, bu iki değişkenin birbiriyle bir ilişkisi olmadığı anlamına gelebilir. Netflix dizi veya film önerisinde bulunurken işte tam olarak korelasyondan yararlanıyor. Bir dizi veya film izlediğinizde Netflix, verilerinizi sizinle aynı içeriği izlemiş olan diğer müşterilerin verileriyle karşılaştırır. Ortaya bir korelasyon çıkar. Karşılaştırma yapılan diğer müşterilerin izlediği diğer içerikleri sizin de beğenmeniz, zevkinize uygun olması büyük bir olasılıktır. Çünkü arada bir ilişki, bir uyum söz konusudur. Ve bu ilişki bir kez kurulduktan sonra aynı zevke sahip olduğunuz insanların izleyip, sizin izlemediğiniz içerikler Netflix tarafından size önerilir.



Şekil 2. Doğrusal korelasyon sınıflandırması [5] (Korelasyon Nedir?, 2023)

Temel olasılık; belirsizlik unsuru içeren olay ve sonuçların çalışmasıdır. Olasılık bize neler olacağını kesin bir dille söylemez; nelerin gerçekleşebileceğini ve neyin ne kadar olasılıkla gerçekleşme ihtimali olduğunu söyler. Örneğin, para atma deneyinde gerçekleşebilecek olaylar üst yüze yazı veya tura gelmesidir. Bu olayların her birinin gerçekleşme olasılığı ise 1/2'dir. Bir zar atma deneyinde ise zarın üst yüzüne 1 ile 6 arası rakamlar gelebilir. Bu rakamların üst yüze gelmesinin olasılığı her biri için 1/6'dır. Birbirinden bağımsız (bir olayın gerçekleşmesinin bir diğerine bağlı olmadığı) A *ve* B olaylarının her ikisinin de gerçekleşme olasılığı bu olayların kendi gerçekleşme olasılıklarının çarpımına eşittir. Bir A olayının *veya* bir B olayının gerçekleşme olasılığıyla ilgileniyorsanız; A *veya* B olaylarının gerçekleşmesi bu iki olayın gerçekleşmesi olasılıklarının toplamına eşittir.

Olasılık, karar verme işlemlerinde neyin en faydalı olabileceğini hesaplamamızı sağlar. Bunu yaparken de beklenen değeri kullanır. Hangi risklerin alınmaya değer hangilerinin ise alınmaya değer olmadığını belirlemenizde, büyük bir yatırımı yapıp yapmamanız konusunda, bir belirsizlik karşısında ''doğru karar'' vermede olasılık size yardımcı olacaktır.

''Olasılık bize yaşamın belirsizlikleri karşısında kullanacağımız araçlar sunar.''[1](Wheelan, 2018, s. 147)

Olasılıkla ilgili sorunlar; İstatistik, kendisini kullanan kişilerden daha zeki olamaz. İstatistik bize sayısal verilerle dayanarak olası sonuçlar verir. Olasılık, güçlü ve kullanışlı bir dizi araç sunar. Karar aşaması istatistiği yapan kişiye bağlıdır. Yanlış karar istenmeyen sonuçlara götürür. Olasılık hata yapmaz, olasılığı kullanan kişiler hata yapar. Olasılıkla ilgili en yaygın hatalar; olaylar birbirinden bağımsız değilken öyle olduklarını

varsaymak, olaylar birbirinden bağımsızken bunu anlamamak, istatistiksel kanıtın çevresindeki bağlam ve ortamın göz ardı edilmesi, istatistiksel ayrım. Burada önemli olan, veriyi analiz etme yeteneğidir. Olası sonuçlarla ne yapmamız gerektiğine karar verebiliyor olmaktır.

''*Olasılık, tüm hassasiyet ve zarafetine rağmen, hangi hesaplamaları yaptığımız ve bunların gerekçeleri hakkındaki düşüncelerimizin, kararlarımızın yerini alacak bir şey değildir." [1](Wheelan, 2018, s.175)*

Verinin önemi; büyük bir veri seti ya da popülasyonu kullanmak yerine bu veri setinin temsil eden örneklemi kullanırız. Peki nedir bu popülasyon, nedir bu örneklem? Şöyle açıklayalım; popülasyon, araştırmacının ilgisini çeken, belli özellikleri olan, iyi tanımlanmış bir benzer ögeler bütünüdür. Örneklem ise bu popülasyondan uygun olarak ve popülasyonun iyi bir temsilcisi olarak seçilen ögelerdir.
Bir veri setinden uygun şekilde seçilen örneklemler tüm popülasyondan alınacak görüşlerle aynı sonucu verecektir. Temsil edici bir örneklem toplamanın en kolay yolu o popülasyonun bir alt kümesini rasgele seçmektir. Bunun nedeni her bir gözlemin örnekleme eklenme konusunda eşit şansa sahip olması gerekliliğidir. Temsil özelliği olan bir örneklem seçmek çok önemlidir çünkü istatistiğin sunabileceği en güçlü araçların kapısını açmaktadır. Ayrıca iyi bir örneklem sahibi olmak göründüğünden daha zordur. **Hatalı istatistiksel varsayımların çoğu kötü yöntemlerin iyi örneklemlere uygulanmasından değil; tam tersi kötü örneklemlere iyi istatistiksel metotların kullanılmasından kaynaklanmaktadır.**

Veri hakkında önemli olan bir diğer konu; verinin bir tür karşılaştırma sağlıyor olmasıdır. Örneğin; yeni bir ilaç mevcut tedaviden daha etkili midir? Özel okula giden çocuklar, devlet okuluna giden çocuklardan daha iyi sonuçlar mı almaktadır?... Amaç, ilgilendiğimiz konuda geniş oranda ve benzer şartlarda iki ayrı örneklem oluşturabilmektir.

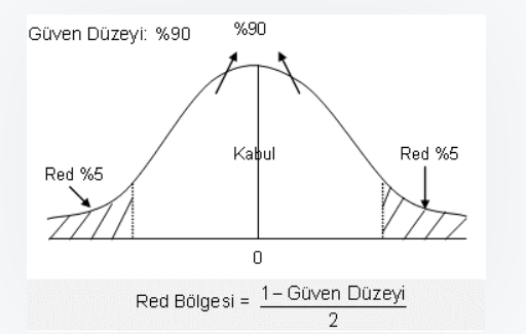
''Her önemli çalışmanın ardında analizi mümkün kılan iyi veri vardır." [1](Wheelan, 2018, s. 188)

Merkezi Limit Teoremi; örneklem ortalamalarının, popülasyon ortalamasının etrafında normal dağılım şeklinde dağılacağını söyler. Örneklemin sayısı ne kadar fazla olursa, dağılım, normal dağılıma o kadar yaklaşacaktır. Merkezi limit teoremi, büyük bir topluluk hakkında çıkarımlar yapmak için bir örneklemi kullanmayı içeren birçok istatistik için güç kaynağıdır. Merkezi limit teoreminin altında yatan temel prensip; uygun bir şekilde seçilen büyük bir örneklemin seçildiği popülasyona benzeyeceğidir. Bu sayede popülasyon hakkında, örneklemi kullanarak güçlü çıkarımlarda bulunabiliriz. Merkezi limit teoremi, belirli bir örneklemin belirli bir popülasyondan seçilme olasılığını hesaplamamızı sağlar. Eğer bu olasılık düşük ise o zaman yüksek bir güven düzeyi ile bu örneklemin söz konusu popülasyondan seçilmediği sonucuna ulaşabiliriz. Örneklem ortalamalarının, popülasyon ortalamasına ne kadar yakın bir şekilde kümelenmesini bekleriz? Burada karşımıza iki terim çıkıyor; *standart sapma* ve *standart hata*. Standart sapma, popülasyondaki dağılmayı ölçer. Standart hata, örneklem ortalamalarının dağılımını ölçer. Yani; standart hata örneklem ortalamalarının standart sapmasıdır. Örneklem büyüklüğü arttıkça, örneklem ortalamasının popülasyon ortalamasından büyük ölçüde sapması azalır. Bir başka ifadeyle; örneklem boyutu büyüdükçe standart hata küçülür.

Örneğin; bir okuldaki tüm öğrencilerin standart sınav notları popülasyon olsun. Bu okuldan rasgele seçilen 100 öğrenciye burs için bir sınav uygulanacak olsun. Seçilen 100 öğrencinin (örneklemin) performansı, okulun tamamını değerlendirmek için kullanılacaktır. Okul müdürü, rasgele seçilen 100 öğrencinin performansının, tüm öğrencilerin performansını tam olarak yansıtacağına ne kadar güvenebilir? Oldukça fazla. Merkezi limit teoremine göre; rasgele seçilen 100 öğrencilik örneklemin ortalama test puanı tüm okulun ortalama puanından büyük ölçüde farklı olmayacaktır.

Çıkarım; istatistiksel çıkarım, veriyi kullanabildiğimiz ve veriyi kullanarak anlamlı sonuçlara ulaşmamızı sağlayan süreçtir. Çıkarım yapmak bize neyin gerçekleşmesinin veya gerçekleşmemesinin olası olduğunu söyler. İstatistiksel çıkarımlarda kullanılan en yaygın araç *hipotez testidir*. Hipotez testi; temsili bir örneğe dayalı olarak tüm popülasyon hakkında sonuçlar çıkarmamızı sağlayan bir istatistiksel çıkarım biçimidir. Sınanmasını istediğimiz olgu sıfır hipotezini oluşturur. Hipotezler sınanabilir nitelikte ve açıklıkla ifade edilmiş olmalıdır. Hipotezler popülasyon üzerine kurulur. Örneklem için hipotez testi yürütemeyiz. Örneklemdeki bilgileri kullanarak popülasyon hakkında bir sonuç çıkartırız. Sıfır hipotezi bizim başlangıç varsayımımızdır ve sonraki istatistiksel adımlara göre reddedilecek ya da reddedilmeyecektir. Sıfır hipotezine karşıt olarak bir alternatif hipotez oluştururuz. Eğer sıfır hipotezini reddedersek, alternatif hipotezin doğruluğunu kanıtlamış oluruz. Örneklemin sıfır hipotezindeki ifadeyi destekleme (doğrulama) olasılığına *p-değeri* adı verilir. Doğru olan sıfır hipotezini reddetmemizle ortaya çıkan hataya *α hatası* (birinci tip hata) denir. Bu hatanın yapılması olasılığına %5 (0,05= anlam düzeyi) olarak karar verip %95 güven düzeyinde (1-α) testi gerçekleştiririz. Bu durumu en basit haliyle şöyle anlatabiliriz; sıfır varsayımı ile ilgili kararın %95 güvenle doğru olduğu ve bu kararın yanlış olma ihtimali %5 olduğu anlamına gelir. Hatasız test yapmak mümkün değildir ama hata düzeyini azaltabiliriz. α değeri araştırmacının kararlaştırdığı bir değerdir. Eğer tercih edersek α=0.01 alınıp, %99 güven düzeyinde ya da α=0.10 alınıp, %90 güven düzeyinde karar verebiliriz. p-değeri α değerinden küçük olursa sıfır hipotezi reddederiz.

Hipotez testinde karşılaşılan bir diğer hata ise; yanlış olan sıfır hipotezini doğru kabul etmemiz *β hatasını* (ikinci tip hata) oluşturur. β hatası hesaplama sonucu ortaya çıkan bir hata türüdür. α hatasının küçülmesi, β hatasını büyütür.



Şekil 3. Hipotez testi süreci [6](Python ile Parametrik Hipotez Testleri, 2023)

		Durum	
		Sıfır Hipotezi Doğru	**Sıfır Hipotezi Yanlış**
Karar	**Sıfır Hipotezi Kabul**	Doğru Kabul (1- α)	II Tip Hata (β)
	Sıfır Hipotezi Red	I. Tip Hata (α)	Doğru Red (1- β)

Şekil 4. İstatistiksel çıkarım [7](Python ile Parametrik Hipotez Testleri, 2023)

Örneğin; bir hukuk duruşmasında başlangıç varsayımı yani sıfır hipotezi, sanığın masum olduğudur. Savcılık makamının görevi, hâkimi bu varsayımı reddetmeye ve alternatif hipotezi (sanığın suçlu olduğu) doğrulamaya ikna etmektir.

Bir başka örneği daha detaylı inceleyecek olursak; yeni geliştirilen bir ilacın sıtma tedavisinde kullanılıp kullanılamayacağı test edilsin. Bu hastalığa sahip insanlardan iki deney grubu kurulsun. Bir grup bu ilacı kullanırken, diğer grup ilacı kullanmıyor olsun. Bu örnekte,

Sıfır Hipotezi: Bu yeni deneysel ilaç sıtmayı önlemede etken bir tedavi değildir.
Alternatif Hipotez: Bu yeni deneysel ilaç sıtmayı önlemede etken bir tedavidir.

Veri: (Belirli bir sürenin sonunda) Deneysel ilacı alan grupta kontrol grubuna nazaran çok az sayıda sıtma vakası gözlemlenmiştir.

Sonuç olarak; deneysel ilacın, sıtma tedavisi gören hastaların üzerinde bir etkisi olmadığına dair kurulan sıfır hipotezini reddederiz. Kararımız, bu yeni deneysel ilacın sıtma hastalığını önlemede etken bir tedavi olarak kullanabileceğini doğrulamak olacaktır.

Yeni bir ilaç kalp rahatsızlıklarının tedavisinde etkili midir? Cep telefonları beyin kanserine neden oluyor mu? Düzenli spor yapmak kansere yakalanma riskini düşürüyor mu? Basketbol oynayan insanlar, basketbol oynamayan insanlardan daha mı uzundur? … Bu gibi birçok sorunun yanıtlanmasında bir istatistiksel çıkarım yöntemi olan hipotez testleri kullanılır.

‘’*İstatistiksel çıkarım ne sihirli bir değnek ne de hatasız bir süreç değildir; ancak dünyayı anlamak için sıra dışı bir araçtır.”[1] (Wheelan, 2018, s. 252)*

Anket; bir popülasyonun görüşleri hakkında o popülasyondan seçilen bir örneklemin ifade ettiği görüşlere dayanan bir çıkarımdır. Anket yapmanın gücü, daha önce bahsettiğimiz istatistiksel çıkarımlarla aynı kaynaktan gelmektedir; Merkezi limit teoremi. Popülasyonu uygun bir şekilde temsil eden bir örneklem alırsak; örneklemimizin içinden alınmış olduğu popülasyona benzemesini isteriz. Ayrıca, örneklem sonuçlarımızın popülasyonun gerçek fikirlerinden sapma olasılığını da hesaplayabiliriz. Bir anket ile diğer istatistiksel çıkarımlarla arasındaki temel farklılık; ilgilendiğimiz şeyin örneklem ortalaması değil bir oran ya da yüzde olmasıdır (örneğin, ankete katılanların %47’si gibi). Bir anketin geçerliliğinin göstergesi cevaplanma oranıdır. Bunun dışında süreç, diğer istatistiksel çıkarım yöntemleriyle tamamen aynıdır. Büyük ve temsil edici bir örneklemimiz olduğunda belirli bir şekilde düşünen katılımcıların oranının, tüm popülasyondaki aynı şekilde düşünenlerin oranına eşit olmasını bekleriz.

Anket hazırlarken dikkat edilmesi gereken unsurlar vardır. İlk olarak; seçilen örneklem, görüşlerini ölçmeye çalıştığımız popülasyonun tam bir örneği midir? Toplumun bazı kesimlerinin sistematik bir biçimde dışarıda bırakarak yapılan herhangi bir fikir toplama yöntemi yanlı olmaya meyillidir. İkinci olarak; sorular ilgilenilen konu hakkında tam bilgileri alacak bir şekilde mi sorulmuştur? Anket sonuçları bir sorunun sorulma şekline karşı aşırı derecede hassas olabilir. Anketin dili doğru çıkarımlar için çok önemlidir, yanlı olmamalıdır. Üçüncü olarak ise; cevap veren kişiler gerçeği mi söylemektedir? En dikkatli şekilde hazırlanmış anketler bile cevapları yanıtlayan kişilerin dürüstlüğüne bağlıdır.

Bu nedenlerle anket uygulamanın en büyük zorlukları; uygun örneklemi bulmak, bu örnekleme erişmek ve temsil edici gruptan bilgiyi gerçekten düşünülen şekilde yansıtılmasıdır.

Regresyon analizi; belirli bir değişken ile ilgilendiğimiz bir sonuç arasındaki ilişki derecesini, diğer faktörleri kontrol altında tutarken belirlememizi sağlar. Regresyon analizi çok güçlü bir araçtır. Diğer istatistiksel yöntemler gibi, doğru bir şekilde kullanılmadığında tehlikeli hale gelebilir. Popülasyonu uygun bir şekilde temsil eden bir örneklemimiz varsa, örneklem verimizde gözlemlediğimiz ilişki tüm popülasyon içindeki gerçek ilişkiyle uyum içindedir. Regresyon analizinin ilgilendiğimiz istatistiksel ilişkiyi, bu ilişkiyi karşılaştırabilecek diğer faktörleri de göz önünde bulundurarak diğerlerinden ayırmak gibi harika bir yeteneği vardır. Regresyon analizi en temelde, iki değişken arasındaki doğrusal bir ilişki için ‘’en iyi uyumu” bulmayı amaçlar. İki değişken arasındaki doğrusal bir ilişkiyi en iyi şekilde tanımlayan bir ‘’çizgi” belirlememizi sağlar. Bu çizgiyi tanımlayan y = a + bx biçiminde yazılan bir denklem vardır. Çizginin eğimi (b değeri), en küçük

kareler tarafından belirlenmiş olan, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi ‘’en iyi’’ şekilde tanımlar. Açıklanan değişkenler *bağımlı değişken* olarak bilinir. Bağımlı değişkeni açıklamak için kullandığımız değişkenler *açıklayıcı değişkenler* (kontrol değişkenleri) olarak bilinirler. Denklemimizdeki b değeri (eğim) bize *regresyon katsayısını* verir. Regresyon katsayısı, bağımsız değişkendeki bir birimlik artışın bağımlı değişkendeki b birimlik artışla ilişkili olması olarak açıklayabiliriz. Bir regresyon katsayısı için üç şeye dikkat edilmelidir. İlk olarak; işaret. Bağımsız bir değişkenin katsayısının işareti (+ ya da -) bize bu değişkenin bağımlı değişken ile olan ilişkisinin yönünü söyler. İkinci olarak; büyüklük. Bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki gözlenen etki ne kadar büyük? Üçüncü olarak; önem. Gözlenen sonuç tüm popülasyonda gözlenmesi muhtemel bir ilişkiyi mi yansıtıyor? Merkezi limit teoreminden bildiğimiz üzere, büyük ve uygun bir şekilde seçilen bir örneklemin ortalaması tüm popülasyonun ortalamasından farklı olmayacaktır. Benzer şekilde, iki değişken arasındaki gözlenen ilişkinin örneklemler arasında büyük farklılık göstermeyecektir.

Anket ve diğer çıkarım yöntemlerinde olduğu gibi, regresyon katsayısı için standart bir hata hesaplayabiliriz. Standart hata, eğer regresyon analizinin aynı popülasyondan seçilen örneklemler üzerinde tekrarlarsak katsayıda gözlemleyeceğimiz muhtemel dağılmanın ölçüsüdür.

Elimizde bir katsayı ve bir standart hata olduğunda açıklayıcı ve bağımlı değişkenler arasında gerçek bir ilişki olmadığına dair sıfır hipotezini test edebiliriz.

Regresyon denklemince tanımlanan toplam varyasyonun ölçüsü olan R^2; ortalama etrafındaki varyasyonun ne kadarının sadece bir değişkenden kaynaklandığını açıklar.
En basit örnek olacak şekilde; boy ve kilo arasındaki ilişkiyi ele alalım. ‘Daha uzun kişiler aynı zamanda daha ağırdır’ veya ‘kilolu kişiler daha kısa boyludur’ gibi varsayımlar doğru değildir. Çünkü boy ve kilo arasındaki ilişkiyi etkileyen birçok faktör vardır; cinsiyet, yaş, beslenme, egzersiz, vb. Bu gibi durumlarda (birden fazla açıklayıcı değişkenin olduğu) Regresyon analizi, regresyon denklemindeki her bir açıklayıcı değişken için bir katsayı verecektir. Örneğin; ‘aynı cinsiyet ve aynı boyda olan kişilerin yaş ve kiloları arasındaki ilişki nedir?’ bu gibi sorularda değişkenlerin birbirini etkileyip etkilemediğini regresyon katsayısını kullanarak yorumlarız. Regresyon analizi, büyük ve karmaşık veri kümelerinde anlamlı ilişkiler bulmak için kullanılan en iyi araçtır.

‘’*Regresyon analizinde zor olan, hangi değişkenlerin analizde göz önüne alınması gerektiğine ve bunun en iyi şekilde nasıl yapılabileceğine karar vermektir.” [1](Wheelan, 2018, s. 284)*

Yaygın regresyon hataları; regresyon analizi karmaşık sorulara hassas cevaplar sağlar. Yanlış ellerde yanlış yönlendirici ya da sadece yanlış sonuçlara götürebilir. Hatalardan bazılarına örnek verecek olursak; regresyonu doğrusal olmayan bir ilişkiyi analiz etmek için kullanmak. Bir araç, amaçlanan kullanımından ne kadar uzaklaşırsa sonuç o kadar daha az etkili hatta muhtemelen de tehlikeli olacaktır. Regresyon analizi, değişken arasındaki ilişki doğrusal olduğunda kullanmak içindir.

Hatalı bir regresyon analizi, birbiri ile herhangi bir ilişkisi olmayan iki değişken arasında büyük ve istatistiksel açıdan önemli bir ilişki üretebilen bir denkleme neden olabilir. Bu da bizi yanlış sonuca götürür.

Regresyon analizinde, açıklayıcı değişkenimizin bağımlı değişkeni etkilediğine ve bunun tersinin olmadığına inanmak için nedenlerimiz olması gerekir. (Ters nedensellik)

Regresyon sonuçları, eğer regresyon denklemi önemli bir açıklayıcı değişkeni dışarıda bırakacak olursa ve denklemdeki diğer değişkenler de bu durumdan etkilenecek olursa, sonuçlar hatalı ve yanlış yönlendirici olacaktır. (Dışarda bırakılan değişkenin yanlılığı)

Eğer bir regresyon denklemi, birbiri ile oldukça yüksek düzeyde ilişkisi olan iki ya da daha fazla açıklayıcı değişken içerir ise analiz, bu değişkenler ile açıklamaya çalıştığımız sonuç arasındaki gerçek ilişkiyi doğru bir biçimde ortaya koymayacaktır. (Çok fazla korelasyona sahip açıklayıcı değişkenler -*çoklu doğrusal bağlantı*)

Regresyon analizi de diğer tüm istatistiksel çıkarımlarda olduğu gibi, etrafımızdaki dünyayı daha iyi anlamamız için tasarlanmıştır. Daha büyük popülasyon için de geçerli olan şablonlar ararız. Ancak sonuçlarımız, sadece analizin yapıldığı örnekleme benzer popülasyon için geçerlidir. (Anlam çıkarma ya da tahminde bulunma -*Ekstrapolasyon*)

Eğer regresyon analizine çok fazla değişken eklenirse, özellikle herhangi bir teorik açıklaması olmayan dış etkenler eklenirse, sonuçlar hatalı olur. (Çok fazla değişken)

En iyi araştırmacılar; bir regresyon denklemine hangi değişkenlerin eklenmesi gerektiği, neyin eksik olduğu ve sonuçların nasıl değerlendirebileceğine dair mantıklı fikirler yürütebilenlerdir.

Program değerlendirmesi; bir müdahalenin nedensel etkisini ölçmeyi amaçladığımız süreçtir. Bu bölümde önemli olan; tek bir faktörün etkisini diğerlerinden ayırmaya çalışıyor olmamızdır. Program değerlendirme, sebep sonuç ilişkisini anlamanın zor olduğu durumlarda tedavinin etkisini diğerlerinden ayırmak için araçlar sunar. Örneklem büyüklüğü ne kadar büyük olursa geniş oranda birbirine benzeyen iki grup yaratmada rassallık o kadar etkili olacaktır. Tıbbi deneyler genellikle rassal, kontrollü deneyler yapmayı amaçlar. Bunun için de iki grup kurmalıyız; *deney grubu* ve *kontrol grubu*. Herhangi bir deney ve kontrol grubu yaratmanın en kolay yolu çalışmaya katılanları rasgele iki gruba dağıtmaktır.

Bir tedavinin gerçek etkisini anlamak için, bir tedavi ya da müdahale olmasaydı ne olurdu sorusunun cevabı olan ''karşı olgusal'' durumunu bilmemiz gerekir. Herhangi bir program değerlendirmesinin amacı, bir tedavi ya da müdahalenin ölçülebileceği bir karşı olgusal durum sağlamaktır. Rassal ve kontrollü deneylerde kontrol grubu karşı olgusal durumu temsil eder.

''*Dünyayı anlama şeklimiz, bunu yapmak için zekice yollar bulmamıza dayanır.'' [1](Wheelan, 2018, s. 357)*

Sonuç ve Tartışma

Hiç merak ettiniz mi, kısa bir internet araması sonucunda insanlar, hayatınız hakkında ne kadar bilgiye ulaşabilir?

Çok büyük miktarda veri toplama ve analiz etme, internet üzerinden yapılan bir istatistiktir. Girdiğiniz siteler, araştırma yaptığınız sekmeler veya alışveriş yaparken kullandığınız siteler sandığınızdan çok daha fazla sizin hakkınızda bilgi verir ve bu bilgilerin hepsi birer veriye dönüşür. İnternette araştırdığınız bir saç modelinden sonra, bir alışveriş sitesine girerseniz size en çok yakışan saç renkleri hakkında bir öneri alabilirsiniz veya bir siteden satın aldığınız uçak biletinin ardından kullandığınız sosyal medyada '…'da gezilecek en güzel yerler' başlığıyla karşınıza reklamlar çıkacaktır.

Facebook dünyadaki en değerli şirketlerden biridir. Kullanıcıların aksine yatırımcılar için Facebook'un dev bir varlığı bulunmaktadır: Veri. Facebook, her bir mouse tıklamasıyla kullanıcıların nerede yaşadığı, nerede alışveriş yaptığı, neler satın aldığı, kimi tanıdıkları ve zamanlarını nasıl geçirdikleri hakkında bilgi toplar. Verinin gücü azımsanmayacak derecede önemlidir.

Zor olan istatistiği anlamak değil, buna başlayacak cesareti kendinde bulmaktır. Charles Wheelan'ın Çıplak İstatistik kitabını istatistiği ''gerçekten'' anlamanız için mutlaka okumalısınız. İstatistiği anlatırken kullandığımız kavramları gündelik hayattaki örneklerle anlatan etkili bir kitap. Kitabın arka kapak yazısında yazar, kitabını şu şekilde anlatıyor;

''Bu kitap sizi bir istatistik uzmanına dönüştürmeyecektir fakat alana yeteri kadar hâkim olmanızı ve istatistiğe karşı bir ilgi geliştirmenizi sağlayacaktır.''[1] (Wheelan, 2018, s. 19) Ve tam olarak da bu vaadini gerçekleştirecektir.

Charles Wheelan'ın da ifade ettiği gibi; *''İstatistik hiç olmadığı kadar önemlidir çünkü veriden faydalanmak için daha anlamlı fırsatlarımız vardır. (…) Ateş, bıçak, otomobil. Bunların her biri önemli bir amaca hizmet eder. Her biri hayatlarımızı daha iyi kılar. Ve her biri yanlış kullanıldığında ciddi sorunlara neden olabilir. Artık bu listeye istatistiği de ekleyebilirsiniz. (…) Veriyi akıllıca ve iyi bir şekilde kullanın.'' [1](Wheelan, 2018, s. 379)*

''Bilgi çağındaki zorluk, onunla ne yapılacağıdır.'' – Chris Cox [1](Wheelan, 2018, s. 378)

Yöntem

''Bu çalışma, kapsamı gereği etik kurul onayı gerektirmemektedir.''

Kaynakça

[1] Wheelan, C. (2018).,- *Çıplak istatistik.*, Ö. KAYA (Ed.), Ankara: Buzdağı Yayınevi.

[2] Buzdağı Yayınevi. ''Çıplak İstatistik'' Erişim: 16 Mart 2023. ''http://buzdagiyayinevi.com/ciplak-istatistik/''

[3] Anadolu Ajansı. ''Yalanlar, kuyruklu yalanlar ve istatistikler'' Erişim: 15 Kasım 2022. ''https://www.aa.com.tr/tr/analiz-haber/yalanlar-kuyruklu-yalanlar-ve-istatistikler/1087231''

[4] matematiksel.org. ''Chernoff Yüzleri: İstatistiğin Eğlenceli Karakterleri ile Tanışın!'' Erişim: 15 Kasım 2022. ''https://www.matematiksel.org/istatistigin-keyifli-karakterleri-chernoff-yuzleri/#:~:text=%C4%B0sve%C3%A7li%20matematik%C3%A7i%20ve%20yazar%20Charles,verilerin%20do%C4%9Fru%20analizine%20ihtiyac%C4%B1%20vard%C4%B1r.''

[5] ravenfo. ''Korelasyon Nedir? Python ile Korelasyon Analizi Nasıl Yapılır?'' Erişim: 23 Nisan 2023. '' https://ravenfo.com/2021/08/23/korelasyon-nedir-python-korelasyon-analizi/''

[6] datasciencearth. ''Python ile Parametrik Hipotez Testleri'' Erişim: 20 Mayıs 2023. '' https://www.datasciencearth.com/python-ile-parametrik-hipotez-testleri/''

[7] datasciencearth. ''Python ile Parametrik Hipotez Testleri'' Erişim: 20 Mayıs 2023. '' https://www.datasciencearth.com/python-ile-parametrik-hipotez-testleri/''

Araştırmacı Katkısı: Zeynep Afra SEZER (%100).

ANADOLU
ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ