



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 26

Sayı / Issue: 1

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 1 Ocak 2024 - 31 Mart 2024 / January 1, 2024 - March 31, 2024



DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
THE JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF
SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 26

Sayı / Issue: 1

E-ISSN: 1308-0911

Yıl/Year: 1 Ocak 2024 - 31 Mart 2024 / January 1, 2024 - March 31, 2024

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ YAYINLARI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DERGİSİ Cilt: 26 Sayı: 1 Yıl: 2024

E-ISSN: 1308-0911

Derginin Sahibi : Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü adına Prof. Dr. Asuman ALTAY

Sorumlu Müdür : Prof. Dr. Asuman ALTAY

Editörler : Prof. Dr. Asuman ALTAY
Doç. Dr. Levent YILMAZ
Prof. Dr. Olca SURGEVİL DALKILIÇ

Yönetim Yeri : T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca, İZMİR

Yayının Türü : Yılda En Az Dört Kez Yayınlanan Akademik Hakemli Dergidir.

Ulakbim (Dergi Park) Online Yayın Tarihi : 15.03.2024

Yönetim ve Yazışma Adresi : Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR
Tel: (232) 301 87 60
Faks: (232) 453 02 66
E-posta: sbdergi@deu.edu.tr

Sekreter & Dizgi : Araş.Gör. Aybüke İrem Şahin

Dergide yayınlanan makalelerin bilim, içerik ve dil bakımından sorumluluğu yazarlarına aittir. Dergide yayınlanan makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

© Tüm Hakları Saklıdır.

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY PUBLICATIONS

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL

OF SOCIAL SCIENCES Volume: 26 Issue: 1 Year: 2024

E-ISSN: 1308-0911

Journal Owner : Prof. Dr. Asuman ALTAY, The owner on behalf of Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences

Director : Prof. Dr. Asuman ALTAY

Editors : Prof. Dr. Asuman ALTAY

Assoc. Prof. Dr. Levent YILMAZ

Prof. Dr. Olca SURGEVİL DALKILIÇ

Place of Management : Dokuz Eylül University Graduate School of Social Sciences
Tınaztepe Yerleşkesi 35390 Buca/İZMİR/TURKEY

Publication Type and

Period : Journal is a peer-reviewed and published at least four times a year.

Ulakbim Online Date of Issue : 15.03.2024

Management and Correspondence Address : Dokuz Eylül University, Graduate School of Social
Sciences, Tınaztepe Campus 35390 Buca/İZMİR/TURKEY
Tel: +90 (232) 301 87 60
Fax: +90 (232) 453 02 66
E-mail: sbedergi@deu.edu.tr

Secretary & typesetting : Aybüke İrem Şahin

The academic and content responsibility of the articles published in our journal exclusively belongs to the authors. The articles published in our journal cannot be used without giving reference to the relevant article.

© All Rights Reserved

DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ
Hakemli Dergi

Cilt: 26 Sayı: 1 Yıl: 2024

Dergi Yayın Komisyonu

Prof. Dr. Asuman ALTAY – Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ali DEVECİ – Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Erkan GÖKSU – Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Cem ŞAHİN – Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER – Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Atalay GÜNDÜZ – Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç. Dr. Serdar NART – Dokuz Eylül Üniversitesi

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Güner GÜLSEVİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Galimcan İbrahimov Dil, Edebiyat ve Sanat Enstitüsü, Tataristan, Rusya
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Karl REICHL	Bonn Üniversitesi, Almanya
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nafize Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Çuvaş Devlet Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çuvaşistan, Rusya
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Olcobay KARATAYEV	Kırgızistan Manas Üniversitesi, Kırgızistan
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilev Avrasya Milli Üniversitesi, Kazakistan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül Üniversitesi

ALAN EDITÖRLERİ

Prof.Dr. Ali ÖZDEMİR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Ali Şevket OVALI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Burçak Müge VURAL	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Engin AKDENİZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Gökhan TENİKLER	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Gülperi SERT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Gülzar KURT GÜMÜŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Hacı CAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Hakkı UYAR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Hüseyin Avni EGELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Işıl ÖZGEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. İkbal Sibel SAFİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Mehmet Cem ŞAHİN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Nevzat KAYA	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Nilsen GÖKÇEN ULUK	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Özlem ÇAKIR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Pınar Evrim MANDACI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Pınar Narin EMİRHAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Rabia Ece OMay	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Remzi YAĞCI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Selma GÜLSEVİN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Senem CEYLAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Şenay ÖZGÜR	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Türkmen TÖRELİ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Vahap TECİM	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Yıldız AKPOLAT	Dokuz Eylül Üniversitesi
Prof.Dr. Zeynep ARIKAN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Ali Cemal TÖZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Behiye EKER KAZANCI	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Derya Durusu EMEK SAVAŞ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Gamze ARABELEN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Levent YILMAZ	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Tolga ŞAHİN	Dokuz Eylül Üniversitesi
Doç.Dr. Turgay BUCAK	Dokuz Eylül Üniversitesi

DOKUZ EYLÜL UNIVERSITY
JOURNAL OF GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
Refereed Journal
Vol: 26 Issue: 1 Year: 2024

Publishing Commission of Journal
Prof. Dr. Asuman ALTAY – Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ali DEVECİ – Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Erkan GÖKSU – Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mehmet Cem ŞAHİN- Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER – Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Atalay GÜNDÜZ – Dokuz Eylül University
Assoc. Prof. Dr. Serdar NART – Dokuz Eylül University

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Abbas TÜRNÜKLÜ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Ahmet TAŞAĞIL	Yeditepe University
Prof. Dr. Aynur KOÇAK	Yıldız Teknik University
Prof. Dr. Binnur GÜRLER	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Birsen KARACA	Ankara University
Prof. Dr. Erhan DEMİRELİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Fatih TOKTAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Güner GÜLSEVİN	Ege University
Prof. Dr. Hatice ŞİRİN	Ege University
Prof. Dr. İlber ORTAYLI	Galatasaray University
Prof. Dr. İlseyar ZAKİROVA	Institute of Galimcan İbrahimov Language, Literature and Art, Tatarstan / Russian Federation
Prof. Dr. İpek DEVECİ KOCAKOÇ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Karl REICHL	University of Bonn, Germany
Prof. Dr. Mehmet AÇA	Marmara University
Prof. Dr. Mustafa DAŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Mustafa ÖNER	Ege University
Prof. Dr. Mustafa SEVER	Ankara Hacı Bayram Veli University
Prof. Dr. Nadim MACİT	Ege University
Prof. Dr. Nafıze Sibel GÜZEL	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nevzat ŞİMŞEK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Nikolay YEGOROV	Chuvash State Social Science Institute, Chuvashia / Russian Federation
Prof. Dr. Nurettin ÖZTÜRK	Pamukkale University
Prof. Dr. Olcubay KARATAYEV	Kyrgyz-Turkish University of Manas, Kyrgyz Republic
Prof. Dr. Ömür N. T. ÖZMEN	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Özkul ÇOBANOĞLU	Hacettepe University
Prof. Dr. Recep KÖK	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Şakir İBRAYEV	L.N. Gumilyov Eurasian National University, Republic of Kazakhstan
Prof. Dr. Tufan GÜNDÜZ	Hacettepe University
Prof. Dr. Turgay UZUN	Muğla Sıtkı Koçman University
Prof. Dr. Yusuf KILDİŞ	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Z. Nilüfer KARACASULU	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki ERDUT	Dokuz Eylül University
Prof. Dr. Zeki KAYMAZ	Ege University
Prof. Dr. Zerrin Toprak KARAMAN	Dokuz Eylül University

FIELD EDITORS

Prof.Dr. Ali ÖZDEMİR	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Ali Şevket OVALI	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Asuman ALTAY	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Burçak Müge VURAL	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Engin AKDENİZ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Gökhan TENİKLER	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Gülperi SERT	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Gülizar KURT GÜMÜŞ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Hacı CAN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Hakkı UYAR	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Hüseyin Avni EGELİ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Işıl ÖZGEN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. İkbal Sibel SAFİ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Kamil İŞERİ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Mehmet Cem ŞAHİN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Nevzat KAYA	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Nilsen GÖKÇEN ULUK	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Özlem ÇAKIR	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Pınar Evrim MANDACI	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Pınar Narin EMİRHAN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Rabia Ece OMay	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Remzi YAĞCI	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Selma GÜLSEVİN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Senem CEYLAN	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Şenay ÖZGÜR	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Türkmen TÖRELİ	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Vahap TECİM	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Yıldız AKPOLAT	Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Zeynep ARIKAN	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Ali Cemal TÖZ	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Behiye EKER KAZANCI	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Derya Durusu EMEK SAVAŞ	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Gamze ARABELEN	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Levent YILMAZ	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Tolga ŞAHİN	Dokuz Eylül University
Doç.Dr. Turgay BUCAK	Dokuz Eylül University

DERGİ HAKKINDA

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi yılda en az dört defa yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi alanında disiplinlerarası ulusal ve uluslararası çalışmaları yayınlar. Derginin yayım dili Türkçe'dir. Ancak İngilizce yazılan makaleler de yayımlanır. Dergi, içeriği tüm kullanıcılara açık, serbestçe/ücretsiz "açık erişimli" bir dergidir. Kullanıcılar yayıncıdan ve yazar(lar)dan izin almaksızın, dergideki makaleleri tam metin olarak okuyabilir, indirebilir, dağıtabilir, makalelerin çıktısını alabilir ve kaynak göstererek makalelere bağlantı verebilir.

Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi uluslararası bir dergi olup aşağıdaki veri tabanlarında yer almaktadır.



ABOUT JOURNAL

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is a peer-reviewed and international journal published at least four times a year. The journal publishes multidisciplinary national and international articles. The language of the journal is Turkish, but, articles in English may also be published. This is an open access journal which means that all content is freely available without charge to the user or his/her institution. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full text of the articles in this journal without asking prior permission from the Publisher or the author.

Dokuz Eylül University Journal of Graduate School of Social Sciences is an international journal and indexed by these databases;



Cilt/Volume: 26 Sayı/Issue: 1

1 Ocak 2024 - 31 Mart 2024 / January 1, 2024 - March 31, 2024

İÇİNDEKİLER/CONTENT

SAYFA/PAGE

ARAŞTIRMA YÖNTEMLERİ

SİSTEMATİK LİTERATÜR DERLEME METODOLOJİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: 1-33

ARAŞTIRMACILAR İÇİN KAPSAMLI BİR REHBER

A STUDY ON THE METHODOLOGY OF SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: A COMPREHENSIVE GUIDE FOR RESEARCHERS

Zafer ÇAKMAK

E- TİCARET

E-TİCARET SİTELERİNİN ARAMA MOTORU OPTİMİZASYON YÖNTEMLERİ İLE 34-57

ARAMA MOTORLARINDAKİ SIRALAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÜRÜN GRUPLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION METHODS AND RANKINGS IN SEARCH ENGINES OF E-COMMERCE SITES IN TERMS OF PRODUCT GROUPS

Murat ÇELEBİ, Melih ENGİN

FELSEFE

ÇAĞDAŞ ERDEM ETİĞİ NİÇİN ELIZABETH ANSCOMBE İLE BAŞLAR? 58-76

WHY DOES CONTEMPORARY VIRTUE ETHICS GENESIS WITH ELIZABETH ANSCOMBE?

Enes DAĞ

FİLOLOJİ – TÜRK HALK BİLİMİ

BİR EV VE AİLE ANSİKLOPEDİSİ: REHBER-İ UMÛR-I BEYTİYYE'NİN DÖNEMİN 77-97

MUTFAK KÜLTÜRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

A HOUSEHOLD AND FAMILY ENCYCLOPEDIA: AN EVALUATION OF REHBER-İ UMÛR-I BEYTİYYE IN TERMS OF THE CULINARY CULTURE OF THE PERIOD

Damlanur KÜÇÜKYILDIZ GÖZELCE

FİNANS

ENTROPİ VE AHP AĞIRLIKLI TOPSIS YÖNTEMİYLE FİRMALARIN PERFORMANS 98-125

SIRALAMASI: BİST'TE BİR UYGULAMA

PERFORMANCE RANKING OF COMPANIES BY ENTROPY AND AHP WEIGHTED TOPSIS METHOD: AN APPLICATION IN BIST

Bora TOPAL

THE MACROECONOMIC DETERMINANTS OF THE STOCK MARKET RETURNS 126-138
OF TURKISH MANUFACTURING FIRMS: THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

TÜRKİYE'DE İMALAT SEKTÖRÜNDEKİ ŞİRKETLERİN HİSSE SENEDİ GETİRİLERİNİ ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER: COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİ

Bilge CANBALOĞLU

İLETİŞİM ÇALIŞMALARI

SİYASAL PAZARLAMA SÜREÇLERİNDE DİJİTAL KAMPANYALAR: 2023 139-176
CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ
DIGITAL CAMPAIGNS IN POLITICAL MARKETING PROCESSES: 2023 PRESIDENTIAL ELECTIONS
Ece ÜNÜR

ERKEN DÖNEM ŞEMALARIN İLETİŞİM BECERİLERİNİN GELİŞİMİNDEKİ ROLÜ: 177-207
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA
THE ROLE OF EARLY SCHEMAS IN THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION SKILLS: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

Neslihan ÖZMELEK TAŞ, Ayşen TEMEL EGİNLİ

MAKRO İKTİSAT

THE EXCHANGE RATE PASS-THROUGH EFFECT IN TÜRKİYE: FOURIER SHIN 208-225
COINTEGRATION APPROACH (2006-2023)
TÜRKİYE'DE DÖVİZ KURU GEÇİŞ ETKİSİ: FOURIER SHIN EŞBÜTÜNLEŞME YAKLAŞIMI (2006-2023)

Mustafa NAİMOĞLU

NİCEL KARAR YÖNTEMLERİ

HAVAYOLU PERFORMANS ANALİZİ İÇİN YENİ ENTEGRE D-CRITIC-TOPSIS YAKLAŞIMI 226-250
A NOVEL INTEGRATED D-CRITIC-TOPSIS APPROACH FOR AIRLINE PERFORMANCE ANALYSIS
Umut AYDIN

PSİKOLOJİ

KUMAR OYNAMA DAVRANIŞINI SÜRDÜRMEDEKİ POZİTİF PEKİŞTİREÇLER VE 251-274
YAŞANTISAL KAÇINMANIN ROLÜNE DAİR NİTEL BİR ARAŞTIRMA
A QUALITATIVE RESEARCH ON THE ROLE OF POSITIVE REINFORCERS AND EXPERIENTIAL AVOIDANCE IN MAINTAINING GAMBLING BEHAVIOR

İlker AKTÜRK, Hakan KARAMAN, Ömer Miraç YAMAN

ALGILANAN BELİRSİZLİK VE PSİKOLOJİK SAĞLIK ARASINDAKİ İLİŞKİLER: 275-295
KÜLTÜRLERARASI BİR İNCELEME
THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED UNCERTAINTY AND PSYCHOLOGICAL HEALTH: A CROSS-CULTURAL STUDY

Aybike ÇAVDAR, İnci BOYACIOĞLU, Lyda LANNEGRAND

SOSYOLOJİ

SOCIOLOGICAL NEXUS BETWEEN CULTURE AND TERRORISM IN TERMS OF 296-320
HOFSTEDE'S DIMENSIONS
HOFSTEDE`NİN BOYUTLARI KAPSAMINDA KÜLTÜR VE TERORİZMİN SOSYOLOJİK BAĞINTISI
Oğuzhan PEHLİVAN, Yunus GÖKMEN, Yavuz ERCİL

ULUSLARARASI SİYASET

- Xİ JİNPİNG DÖNEMİ ÇİN'İN LATİN AMERİKA POLİTİKASI 321-339
CHINA'S LATIN AMERICA POLICY IN THE XI JINPING ERA
Fazlı DOĞAN, Nabire NABIJİANG

ÜRETİM VE OPERASYON YÖNETİMİ

- YENİLENMİŞ ÜRÜNLERİN YÜKSELİŞİ: SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİYE YÖNELİK 340-371
ÜRETİM VE TÜKETİM ÜZERİNE ÇÖZÜM ARAYIŞLARI
THE RISE OF REFURBISHED PRODUCTS: THE SEARCH FOR SOLUTIONS ON PRODUCTION AND CONSUMPTION FOR A SUSTAINABLE ECONOMY
Nilay SAYAN, Tuncay TAŞKIN

YÖNETİM VE ORGANİZASYON

- ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ÇALIŞAN SAVUNUCULUĞUNA ETKİSİNİN ANALİZİ 372-394
ANALYSIS OF THE EFFECT ON EMPLOYEE ADVOCACY OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION
Muharrem AKSU

- EKOİRİŞİMCİLİK TİPOLOJİSİ OLUŞTURMAYA YÖNELİK KEŞİFSEL BİR İNCELEME 395-430
AN EXPLORATIVE STUDY TOWARDS CREATING AN ECOPRENEURSHIP TYPOLOGY
Sedef Gülsüm AKSU, Nurcan Hakan ÇIRAKLAR

ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ

- WHISTLEBLOWING KAVRAMINA KAPSAMLI BİR BAKIŞ: KAVRAMSAL BİR ANALİZ 431-469
VE KAVRAMIN SAĞLIK SEKTÖRÜNE YANSIMASI
A COMPREHENSIVE REVIEW ON THE CONCEPT OF WHISTLEBLOWING: A CONCEPTUAL ANALYSIS AND THE REFLECTION OF THE CONCEPT ON THE HEALTH SECTOR
Hava CEYLAN, Gülsün ERİGÜÇ, Furkan ŞAHİNBAŞ

- ÇAĞRI MERKEZİ ÇALIŞANLARININ PSİKOLOJİK DAYANIKLILIKLARININ 470-493
İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ODAK GRUP ÇALIŞMASI
A FOCUS GROUP STUDY ON THE EXAMINATION OF CALL CENTER EMPLOYEES' PSYCHOLOGICAL RESILIENCE
Berkin HANAYLI, Güler TOZKOPARAN

Yayın Geliş Tarihi: 01.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1384599>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 1-33
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SİSTEMATİK LİTERATÜR DERLEME METODOLOJİSİ ÜZERİNE BİR ÇALIŞMA: ARAŞTIRMACILAR İÇİN KAPSAMLI BİR REHBER

Zafer ÇAKMAK*

Öz¹

Bu makalenin temel amacı, sistematik derleme metodolojisi hakkında kapsamlı bir rehber sunmaktır. Araştırmacılara çeşitli literatür derleme yöntemlerini ve bu yöntemlerin uygulama süreçlerini detaylıca aktarmayı hedefleyen bu rehber, farklı disiplinlerden örnek çalışmalarla zenginleştirilmiştir. Araştırma amacına ulaşabilmek için doküman analizi yöntemi seçilmiş olup, belirlenen kriterlere uygun, konuyla ilgili makaleler Google Scholar, Web of Science, Scopus ve DergiPark veri tabanlarından toplanmıştır. Seçilen dokümanlar metodolojinin temel prensipleri, uygulama yöntemleri ve literatür derleme türleri hakkında bilgiler içeren kaynaklardan oluşmaktadır. Analiz sonucunda sistematik derleme metodolojisinin temel prensipleri, farklı yönleri ve uygulama aşamaları detaylı bir şekilde belirlenmiştir. Ayrıca, literatür derleme türleri arasındaki farklar, her birinin avantajları ve sınırlılıkları ortaya konmuştur. Bulgular, ilgili yöntemin veri toplama ve analiz süreçlerindeki titizliği, bilimsel kanıtların değerlendirilmesindeki objektifliği ve araştırma sorularına yanıt vermedeki etkinliği ile bilimsel araştırmalarda önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. [†]Bu çalışma, sistematik literatür derlemesi yapmayı planlayan veya bu konuda daha fazla bilgi sahibi olmak isteyen araştırmacılar için bir kaynak olma niteliğine sahiptir.

Anahtar Sözcükler: *Sistematik Derleme, Literatür Derleme Türleri, Sistematik Literatür Taraması, Metodoloji, Bilimsel Rehber.*

A STUDY ON THE METHODOLOGY OF SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW: A COMPREHENSIVE GUIDE FOR RESEARCHERS

Abstract

The primary purpose of this article is to provide a comprehensive guide on the methodology of systematic review. This guide aims to convey in detail the various literature review methods and their implementation processes to researchers, enriched with example

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Çakmak, Z. (2024). Sistematik literatür derleme metodolojisi üzerine bir çalışma: araştırmacılar için kapsamlı bir rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 1-33.

*Doktora öğrencisi, İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi, İşletme Yönetimi ve
¹Organizasyon Ana Bilim Dalı, ORCID: 0000-0002-2389-0179, zafercakmak@ogr.iu.edu.tr
Bu makale etik kurul onayı gerektirmemektedir.

studies from different disciplines. To achieve the research goal, the document analysis method was chosen, and articles relevant to the subject matter were collected from databases such as Google Scholar, Web of Science, Scopus, and DergiPark, adhering to specified criteria. The selected documents consist of sources that include information about the basic principles of the methodology, application methods, and types of literature review. The analysis has meticulously determined the fundamental principles, various aspects, and implementation stages of the systematic review methodology. Additionally, it has identified the differences between types of literature reviews, along with the advantages and limitations of each. The findings reveal that this method plays a significant role in scientific research due to the rigor in data collection and analysis processes, the objectivity in evaluating scientific evidence, and the efficiency in addressing research questions. This article has the quality to serve as a resource for researchers planning to conduct systematic literature reviews or those wishing to gain more knowledge in this area.

Keywords: *Systematic Review, Types of Literature Reviews, Systematic Literature Review, Methodology, Scientific Guide.*

GİRİŞ

Bilimsel araştırma bir konuda mevcut bilgi birikimini artırmak, yeni bilgiler keşfetmek ve teorik yaklaşımları test etmek için kritik bir süreçtir. Bu süreçte literatür derlemesi, araştırmacılara mevcut bilimsel literatürdeki bilgi boşluklarını ve araştırma olanaklarını belirlemelerinde yardımcı olur (Rowley & Slack, 2004, s.33). Literatür derlemeleri arasında sistematik derleme önemli bir yer tutar. Sistematik derleme; belirli bir konuda mevcut olan tüm bilimsel literatürü kapsamlı, tarafsız ve tekrarlanabilir bir şekilde inceleyen bir yöntemdir (Thome, Scavarda & Scavarda, 2016, s.410).

Bu makalenin amacı sistematik derleme metodolojisinin temel prensiplerini, literatür derleme türlerini ve bu metodolojinin uygulama aşamalarını kapsamlı bir şekilde sunmaktır. Ek olarak, sistematik literatür derlemelerinin daha etkili bir biçimde gerçekleştirilmesine katkıda bulunmayı hedeflemektedir.

Bu çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılarak farklı disiplinlerdeki literatüre ait sistematik derlemeler taranmış ve konuyla ilgili kapsamlı bilgiler toplanmıştır. Sistematik derlemenin bilimsel araştırmada ne ölçüde kritik bir role sahip olduğuna ve bu tür bir derlemenin nasıl yapıldığına dair adım adım yönergeler sunulmuştur. Bulgular bölümünde sistematik derlemenin temel prensipleri, farklı yönleri ve uygulama aşamaları detaylı bir şekilde aktarılmıştır. Ayrıca, literatür derleme türleri arasındaki farklar, avantajlar ve sınırlılıklar da belirlenmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bilimsel Araştırmalarda Temel Taş: Mevcut Bilgiyi Anlamak ve Yeni Bilgi Oluşturma Sürecini Desteklemek

Bilim sürekli bir dinamizme sahiptir. Her geçen gün önceki bilgiler üzerine yeni bilgiler eklenir, bu da bilimin genel birikimine ve derinliğine katkıda bulunur. Bu süreçte, bilimsel bilgi sürekli olarak adaptasyon, deneme, yanılma ve doğrulamalarla zenginleşir, genişler ve daha sofistike bir yapıya bürünür (Arksey & O'Malley, 2005, s.21). Her yeni bilimsel çalışma önceki bilgilere dayanarak oluşturulur. Önceki araştırmacıların gözden kaçırdığı veya ulaşamadığı noktalara ışık tutulabilir ya da onların sonuçları üzerine yeni fikirler ve teoriler kurulabilir (Towne & Shavelson, 2002, s. 28). Isaac Newton'un "Eğer diğer insanlardan ileriye görebiliyorsam bu, devlerin omuzlarında durduğum içindir" ifadesi, bu sürecin belki de en iyi özetidir (Chen & Chen, 2003, s. 135). Newton bu söylemiyle, kendi başarılarının ve keşiflerinin tamamen bağımsız olmadığını, önceki büyük bilim insanlarının çalışmalarının üzerine inşa edildiğini vurgulamaktadır. Newton gibi birçok bilim insanı önceki çalışmalardan yola çıkarak, bilimsel bilginin sınırlarını daha da ileriye taşımıştır.

Bilimsel araştırmaların evrimsel doğası aynı zamanda bilimin doğrulanabilir ve tekrarlanabilir olmasının bir sonucudur. Bir bilim insanının yaptığı keşif ya da deney başka bir bilim insanı tarafından tekrarlanabilir ve sonuçlar doğrulanabilirse, bilimsel bilginin evrimsel sürecine katkıda bulunmuş olur. Bu birikimli yapı bilimin objektif ve doğrulanabilir olmasını sağlar (Srivastava, 2018). Bilim insanları mevcut bilgileri temel alarak yeni deneyler yapar, teoriler oluşturur ve bu teorileri test eder. Eğer bu teoriler mevcut bilgilerle uyumluysa ve deneylerle doğrulanabilirse, bilimsel bilginin bir parçası haline gelir. Her yeni çalışma bilimin sınırlarını bir adım daha ileriye taşır, ancak bu adımın atılabilmesi için önceki bilgilere ve çalışmalara ihtiyaç vardır (Saruhan & Özdemirci, 2013, s. 9).

Literatür derleme süreci bilimsel bilginin epistemolojik temellerini tanımlarken, bir araştırma sorusunun veya hipotezinin kökenlerini aydınlatarak akademik disiplinler arasında bilgi transferini kolaylaştırır. Bu süreç araştırmacının çalışmasını geniş bir teorik ve metodolojik çerçevede konumlandırmasına yardımcı olur (Büyüköztürk vd., 2008, s. 5). Literatür derleme metodolojik yaklaşımların evrimsel sürecini de tanımlar. Önceki çalışmaların eleştirel değerlendirmesi, bir araştırmacının kendi metodolojik yaklaşımını rafine etmesine, potansiyel sınırlılıklarını tanımlamasına ve olası hataları önlemesine olanak tanır. Pragmatik bir perspektiften bakıldığında, literatür derleme araştırma sürecinin etkinliğini ve verimliliğini artırır (Gürbüz & Şahin, 2014, s. 26).

Bilimsel disiplinlerin gelişimi araştırmacıların özgün katkılar sunma arzularıyla şekillenir. Ancak, bu yenilikçilik arzusu paradoksal bir şekilde mevcut literatüre derinlemesine vakıf olmayı gerektirir. Araştırmaların özgünlüğü ve yenilikçiliği sadece bir konunun daha önce ele alınmamış yönlerini keşfetmekle kalmaz, aynı zamanda var olan bilgiyi yeniden yorumlama yeteneğine de bağlıdır. Bu bağlamda, araştırmacılar için literatürün derlenmesi bilimin mevcut sınırlarını belirlemek ve bu sınırları zorlamak için gerekli olan bilgileri toplamak adına kritik bir öneme sahiptir (Grant & Booth, 2009, s. 96).

Bilimsel literatür yenilikçilik ve özgünlüğün önemini vurgulayan sayısız örnek olayla doludur. Bu örnek olaylar, araştırmacıların literatürdeki mevcut bilgiye hakim olmalarının kendi çalışmalarını nasıl şekillendirebileceğini ve hatta nasıl devrim yaratabileceğini göstermektedir. Bir örnek olarak, Crick ve Watson'un DNA'nın çift sarmal yapısını keşfetmeleri gösterilebilir. Bu iki bilim insanı mevcut bilimsel literatürü detaylı bir şekilde inceleyerek, X-ışını kristalografi verilerini kullanarak DNA'nın yapısını çözümlenmişlerdir (Bulutay, 1986, s.13). Bu keşif genetik biliminde devrim yaratmıştır. Bir diğer örnek Einstein'ın "Görelilik Teorisi'dir". Einstein, mevcut fizik literatürünün sınırlarını zorlayarak ve Newton mekaniğinin bazı temel varsayımlarını sorgulayarak bu devrimci teoriyi ortaya koymuştur (Dadhich, 2015, s. 261). Stanley Milgram'ın "Otoriteye İtaat Deneyi" sosyal psikoloji alanında sarsıcı sonuçlarıyla dikkat çeker. Milgram, bireylerin otorite figürlerine nasıl itaat ettiğini anlamak için tasarladığı deneylerle insanların ahlaki değerlerini nasıl bir kenara bırakabildiğini göstermiştir (Milgram & Gudehus, 1978). Bu çalışma, daha önceki sosyal uyum ve itaat üzerine yapılan literatürü temel alarak bu konuların daha derinlemesine incelenmesi gerektiğini ortaya koymuştur. Max Weber'in "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhu" adlı çalışması, sosyoloji ve ekonomi arasındaki ilişkiyi ele alarak kapitalizmin kökenleri hakkında yeni bir perspektif sunmuştur. Weber, dini inançların ekonomik sistemler üzerindeki etkisini detaylı bir şekilde analiz ederek, kapitalizmin Batı'da nasıl bu kadar başarılı olduğunu anlamaya çalışmıştır. Bu çalışması mevcut ekonomik teorilere alternatif bir yaklaşım sunarak, ekonomi ve sosyoloji literatüründe önemli bir yer edinmiştir (Weber & Kalberg, 2013). Pierre Bourdieu'nun "Sosyal Alan Kavramı" sosyolojik araştırmaların temel taşlarından biri haline gelmiştir. Bourdieu, bireylerin toplumsal yaşamda nasıl konumlandığını ve bu konumlandırmanın sosyal hiyerarşi ve güç ilişkilerini nasıl şekillendirdiğini anlamak için bu kavramı geliştirmiştir. Mevcut sosyoloji literatürünü temel alarak, Bourdieu toplumsal yaşamı anlama konusunda yeni bir yaklaşım sunmuştur (Kaplan & Yardımcıoğlu, 2020, s, 27).

Neden Bir Literatür Derlemesine İhtiyacımız Var?

Bilimsel araştırmaların doğasında bilgi birikimini ve evrenselliğini desteklemek yatar. Bilimin evrimsel yapısında her bir yeni araştırma daha öncekilerin üzerine inşa edilir ve bu süreçte literatür derlemesi, bilim insanlarına yol gösteren kritik bir araç haline gelir (Snyder, 2019, s. 334). Neden literatür derlemesine ihtiyacımızın olduğu kapsamlı bir soru olmakla birlikte, bu temel sorunun cevabını dört ana başlıkta toplayabiliriz:

Araştırmaların mevcut durumunu anlama: Literatür derlemesi gerçekleştirmek araştırmacının yeni bir konuda bilgi sahibi olması sürecinde kritik bir rol oynar. Bu derlemeler belirli bir bilim dalı veya konuda ne kadar ilerleme kaydedildiğini, hangi konuların derinlemesine incelendiğini ve hangi sorunların veya soruların henüz cevaplanmadığını anlamamızı sağlar. Daha da önemlisi, mevcut literatürü taramak araştırmacının kendi çalışmasını daha geniş bir bilgi bağlamında konumlandırmasına olanak tanır. Bu tarama araştırmacının çalışmasının nerede durduğunu, hangi

konularda orijinal katkılarda bulunabileceğini ve hangi metodolojik yaklaşımların veya teorilerin daha önce benimsendiğini anlamasına yardımcı olur. Bununla birlikte, bir konu üzerinde mevcut literatürün kapsamlı incelenmesi, bir araştırmacının hangi konuların zaten doyurulmuş olduğunu ve hangi konularda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirlemesine yardımcı olur. Bu inceleme araştırmacının kendi çalışmasını planlama ve yönlendirme sürecini daha bilinçli ve stratejik hale getirir (Snyder, 2019, s. 335).

Araştırmalar arasındaki boşlukları tespit etme: Literatür derlemenin değerli yönlerinden biri araştırmacılara bilimsel literatürde hangi konularda eksiklikler veya boşluklar olduğunu tespit etme yeteneği kazandırmasıdır. Bu boşluklar bazen belirli bir konunun ele alınmamış olmasıyla ortaya çıkabilir veya bazen de mevcut araştırmaların sonuçları arasındaki tutarsızlıklarla belirginleşebilir. Böyle bir tespit bilimsel literatürde henüz yeterince ele alınmamış konulara veya yöntemlere dikkat çekerek, araştırmacıların bu alanlarda orijinal katkılar yapma potansiyelini artırabilir. Özellikle sosyal bilimlerde, toplumsal olayların ve dinamiklerin sürekli değişen doğası nedeniyle literatürde belirli konularda boşluklar hızla ortaya çıkabilir. Örneğin, teknolojik gelişmelerin sosyal etkileşimlere veya bireylerin psikolojilerine olan etkileri gibi yeni ortaya çıkan konular literatürde hızla evrilen boşlukları doldurma potansiyeline sahiptir. Dolayısıyla, literatür derlemesi yaparak bu boşlukları tespit etmek araştırmacıların hem mevcut bilgiye katkıda bulunmalarını hem de önemli konuları ortaya çıkarmalarını sağlar. Literatür derleme, araştırmaların hem akademik hem de toplumsal olarak daha etkili ve anlamlı olmasına katkıda bulunur (Leite, Padilha & Cecatti, 2019; Xiao & Watson, 2019, s. 93).

Yeni araştırmalar için bir temel oluşturma: Literatür derleme bilimsel bir araştırmanın temelini oluşturan sağlam bir zemindir. Her araştırmacı çalışmasını başlatmadan önce ilgili literatürü dikkatlice incelemeli ve bu literatürün sunduğu bilgiyle kendi araştırmasını şekillendirmelidir (Türkdoğan, 2003). Bu yaklaşım araştırmacının bilimsel topluluk içinde daha önce yapılmış olan çalışmaların farkında olmasını sağlar ve böylece tekrar eden çalışmalardan kaçınma olanağı sunar. Bu süreç, araştırmacının kendi çalışmasının diğer çalışmalarla nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu anlamasına yardımcı olur. Özellikle, belirli bir konudaki mevcut teorileri, yöntemleri ve bulguları anlamak, yeni bir araştırma projesini daha bilinçli bir şekilde planlama kapasitesini artırır. Aynı zamanda literatür derlemesi bir araştırma projesi için gerekli olan teorik çerçevenin oluşturulmasında da kritik bir rol oynamaktadır. Bu çerçeve araştırmanın amacını, hipotezleri ve değişkenleri belirlemede rehberlik eder. Özellikle sosyal bilimlerde, araştırma sorularının ve hipotezlerin kültürel, tarihsel veya toplumsal bağlamlara göre şekillenebileceği durumlarda önemlidir. Literatür derleme bilimsel bir araştırmanın kalitesini, bütünlüğünü ve katkısını artırmada vazgeçilmez bir adımdır (Fink, 2019, s. 6).

Araştırmaların güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlama: Bir araştırmanın niteliği güvenilirliği ve geçerliliği ile doğrudan ilişkilidir. Bu iki kavram bilimsel araştırmanın temelini oluşturan ölçütlerdir. Güvenilirlik ve geçerlilik araştırma

sonuçlarının ne kadar tutarlı olduğuna ve ne ölçüde gerçekliği yansıttığına dair önemli bilgiler sunarlar (Kimberlin & Winterstein, 2008, s. 2277). Güvenilirlik bir araştırmanın sonuçlarının tutarlılık ve istikrarını ifade eder. Diğer bir deyişle, aynı çalışma farklı zamanlarda veya farklı araştırmacılar tarafından tekrarlandığında benzer sonuçların elde edilip edilmeyeceğini belirtir. Güvenilir bir araştırma tekrarlanabilirlik ilkesine uyar ve sonuçları rastlantısal varyasyonlardan bağımsız olarak istikrarlıdır. Geçerlilik ise bir araştırmanın gerçekten ölçmek istediği şeyi ne kadar doğru bir şekilde ölçtüğüne işaret eder. Araştırma sonuçlarının araştırmanın amaçladığı konu veya fenomeni ne kadar doğru yansıttığına dair bir gösterge olarak kabul edilir. Geçerli bir araştırma sadece doğru yöntemlerle değil, aynı zamanda doğru kavramsal çerçevelerle de yürütülür (Yağar & Dökme, 2018, s. 5). Literatür derleme bu iki kavramın uygulanabilirliği açısından da kritik bir öneme sahiptir. Önceden yapılmış araştırmaların dikkatli bir incelemesi, yeni bir araştırmanın güvenilirliğini ve geçerliliğini artırma konusunda yol gösterici olabilir.

Sistemik Literatür Derlemesi Kavramı

Sistemik literatür derlemesi belirli bir soruya yanıt vermek amacıyla tüm uygun çalışmaları araştıran ve analiz eden, önceden belirlenmiş bir protokole dayalı olarak yapılan bir literatür derleme türüdür (Davies vd. 2013, 83). Araştırmacıların bir konudaki mevcut bilimsel bilgiyi objektif, tekrar edilebilir ve sistemik bir şekilde toplamalarını sağlar. Sistemik derlemenin önemi, bilimsel literatürde objektifliğini ve kapsamlılığını koruyarak spesifik bir konuda mevcut olan tüm bilgileri özetlemesi ve bu bilgileri analiz etmesinden kaynaklanır. Sistemik derlemeler literatürde var olan çalışmaların kalitesini değerlendirmek, araştırma sonuçları arasındaki tutarlılığı ve farklılıkları belirlemek için oldukça kritiktir (Budgen & Brereton, 2006, s. 1052).

Bu derleme türü medikal, eğitim, psikoloji ve sosyal bilimler gibi birçok farklı alanda, belirli bir konuda mevcut bilimsel kanıtları derlemek, değerlendirmek ve yorumlamak için sıkça kullanılır. Sistemik literatür derlemesi bilimsel topluluğun bir konudaki mevcut bilgi birikimini objektif ve kapsamlı bir şekilde değerlendirmesine yardımcı olur (Thome, Scavarda & Scavarda, 2016, s. 408). Bu durum hem araştırmacıların konu hakkındaki mevcut bilgi boşluklarını tanımlamalarını hem de bu boşlukları doldurmak için gelecekteki araştırmaları planlamalarını sağlar.

Sistemik literatür derlemesinin kalitesini ve güvenilirliğini belirleyen birkaç temel ilke vardır. Bunların başında tarafsızlık ve şeffaflık gelir. Tarafsızlık, literatür derleme sürecinin her aşamasında araştırmacının önyargısız bir yaklaşım benimsemesini gerektirir (Davies vd. 2013, 83). Böylece, derleme sonuçları araştırmacının bireysel görüşleri veya önyargılarından etkilenmez. Bu objektif yaklaşım derleme sonuçlarının bilimsel topluluk tarafından daha kolay kabul görmesine yardımcı olur. Şeffaflık ilkesi, derleme sürecinin her aşamasının açıkça belgelenmesi ve paylaşılması gerektiğini ifade eder. Derleme yöntemlerinin ve kriterlerinin detaylı bir şekilde belgelenmesini içerir. Bu yaklaşım, diğer araştırmacıların aynı süreci takip ederek benzer sonuçlara ulaşmasına olanak tanır

ve böylece derlemenin tekrarlanabilirliğini ve güvenilirliğini artırır. Kapsamlılık bir diğer kritik ilkedir. Sistemantik literatür derlemenin konuyla ilgili tüm ilgili literatürü kapsamaması gerekir. Sistemantik derleme seçici bir yaklaşımın kaçınılmasını ve literatürdeki boşlukların veya karşıt görüşlerin göz ardı edilmemesini sağlar. Son olarak, belgelenmiş yöntemlerin kullanılması ilkesi derleme sürecinin bilimsel titizliğini ve objektifliğini destekler. Derlemede kullanılan yöntemler, protokoller ve kriterler önceden belirlenmeli ve kaydedilmelidir (Tian, Deng, Zhang & Salmador, 2018, s. 1090). Bu şekilde sistemantik derlemenin kontrol edilebilir ve tekrarlanabilir olması garanti edilir. Bu temel ilkelerin benimsenmesi, sistemantik literatür derlemesinin bilimsel bir araştırmada sağlam, güvenilir ve kabul görmüş bir yöntem olarak yer almasını sağlar.

YÖNTEM

Bu araştırmanın temel amacı, sistemantik literatür derleme metodolojisi üzerine kapsamlı bilgi sunmak ve araştırmacılar için rehber oluşturmak olarak ifade edilebilir. Çalışma şu araştırma soruları çerçevesinde temellendirilmiştir: 1) Literatür derleme türleri ve bunların aralarındaki farklılıklar nelerdir? 2) Sistemantik literatür derlemesi araştırmacılar için ne ifade eder ve hangi alanlarda kullanım alanlarına sahiptir? 3) Etkili ve güvenilir bir sistemantik literatür derlemesi nasıl yürütülür? 4) Sistemantik literatür derlemesi sürecinde karşılaşılabilecek sorunlar ve bu sorunlara karşı araştırmacıların uygulayabileceği çözüm önerileri neler olabilir?

Bu çalışmada araştırma amacı ve araştırma soruları doğrultusunda, doküman analizinin kullanılmasına karar verilmiştir. Doküman analizi, araştırmacıların belirli bir konu veya fenomen hakkında bilgi toplamak için mevcut dokümanları ve kaynakları incelediği bir araştırma yöntemidir (Bowen, 2009, s. 28). Bu yöntem genellikle nitel araştırmalarda kullanılır, ancak nicel veri analizinde de kullanılabilir. Doküman analizi bir konunun tarihsel bağlamını anlamak, bir fenomenin farklı yönlerini keşfetmek veya mevcut literatürdeki boşlukları belirlemek için oldukça yararlıdır (Morgan, 2022, s. 65). Bu çalışmada yöntem olarak doküman analizinin seçilmesinin başlıca sebepleri şunlardır (Fitzgerald, 2012, s. 297; Morgan, 2022, s. 67):

- **Bilimsel Derinlik:** Sistemantik derleme metodolojisi ve literatür derleme türleri gibi kapsamlı konuların incelenmesi için doküman analizi, derinlemesine ve bütüncül bir anlayış sağlar. Bu yöntem konunun farklı yönlerini ve boyutlarını aydınlatmak için araştırmacıya olanak tanır, araştırmacının mevcut literatürdeki detayları yakalamasına imkan verir.
- **Mevcut Bilgiye Erişim:** Doküman analizi araştırmacılara mevcut bilimsel literatüre erişim imkanı sağlar. Araştırmacıların bir konudaki mevcut bilgi birikimini değerlendirmelerine ve literatürdeki boşlukları veya eksiklikleri tanımlamalarına olanak tanır.

- **Objektiflik:** Doküman analizi objektif bir yaklaşım sağlar. Araştırmacılar belirlenen kriterlere göre dokümanları seçer ve analiz eder, bu durum sonuçların güvenilir ve tekrarlanabilir olmasına yardımcı olur.
- **Çeşitlilik ve Kapsamlılık:** Farklı disiplinlerden makalelerin dahil edilmesi konunun çok yönlü bir şekilde ele alınmasına olanak tanır, araştırmanın kapsamlılığını ve bütünlüğünü artırır.

Belirlenen yöntem çerçevesinde araştırmada yer alacak dokümanlara ilişkin kullanılan veri tabanı seçimi, aranma, seçilme, dahil edilme, veri toplama, kalite değerlendirme kriterleri şu şekilde belirlenmiştir:

Kullanılan veri tabanları: Araştırmada Web of Science, Scopus, DergiPark & Google Scholar olmak üzere dört temel bilimsel veri tabanı kullanılmıştır. Google Scholar, Web of Science ve Scopus veri tabanlarının Türkçe ve İngilizce yayınlar kapsamında oldukça geniş veriye sahip olmaları, bu veri tabanlarına sınırsız erişimin (belirlenen kaynakların tem metin hallerine erişimin olması vb.) yazar tarafından mümkün olması, ilgili veri tabanlarının kapsamlı aramaya olanak tanması bu veri tabanlarının seçiminde önemli kriterler olmuştur (Martin vd., 2018, s. 1161). Ek olarak, Türkiye’de ulusal akademik dergilerin yer aldığı kapsamlı bir veri tabanı olan DergiPark, çalışma konusu bağlamında Türkçe literatüre erişmek için kullanılmıştır (DergiPark, Tarih Yok).

Arama Terimleri: "Sistemik literatür derleme", "meta analiz", "derleme türleri", "literatür derleme" anahtar kelimeleri ve bunların İngilizce karşılıkları ("systematic literature review", "meta-analysis", "types of reviews", "literature review) kullanılarak detaylı aramalar yapılmıştır.

Dahil etme kriterleri: Araştırmaya İngilizce ve Türkçe dillerinde yayımlanmış çalışmalar dahil edilmiştir. Ayrıca tıp, ekonomi, mühendislik, yönetim, sağlık bilimleri, işletme, psikoloji, istatistik, liderlik, kamu yönetimi gibi farklı disiplinlerde yayınlanan makalelerin araştırmaya dahil edilmesine özen gösterilmiştir.

Veri toplama: Taranan dokümanlardan elde edilen bilgiler sistematik derleme metodolojisinin temel prensipleri, uygulama adımları ve literatür derleme türleri hakkında detaylı bilgileri içermektedir.

Kalite değerlendirmesi: Belgelerin seçimi sırasında araştırmacıların dikkate alması gereken çeşitli unsurlar bulunmaktadır (Morgan, 2022, 70). Flick (2018), hangi belgelerin dahil edilip edilmeyeceğine karar verirken göz önünde bulundurulması gereken dört ana faktörü sıralamıştır:

- Özgünlük
- Güvenilirlik
- Temsiliyet
- Anlam

Morgan (2022, s. 71), Kridel'in (2015) ilgili makalesinden elde ettiği bilgiler temelinde bu dört temel faktörün her birinin şu sorularla sorgulanabileceğini bildirmiştir:

- Seçilen belge ne ölçüde gerçektir? (Özgünlük)
- Seçilen belge ne ölçüde hatasızdır? (Güvenirlilik)
- Seçilen belge ne ölçüde standartlara uygundur? (Temsil edilebilirlik)
- Seçilen belgenin içeriği ne ölçüde önemlidir? (Anlam)

Bu sistem temelinde, seçilen makalelerin bilimsel titizlik ve bütünlüğü konusunda objektif bir değerlendirme yapılmıştır. Karar verilen kıstaslar ve kriterler bağlamında tespit edilen yayınlar analiz edilmiştir.

BULGULAR

Belirlenen kriterler dahilinde analiz edilen makalelerden elde edilen bulgular araştırma sorularını cevaplayabilecek ve araştırmanın amacını ortaya çıkartabilecek şekilde tasarlanmış olup, bu bölüm içerisinde sunulmaktadır. Çalışma kapsamında altmış beş makale belirlenmiştir. Bu makalelerin bir bölümü (27) her disiplini kapsayacak literatür derleme, sistemantik literatür derleme veya meta analiz yöntemleri üzerine odaklanan temel araştırma yöntemi makalelerinden oluşmaktadır. Diğerleri ise (38) önceki kısımlarda belirtildiği üzere, farklı disiplinleri (eğitim, liderlik, istatistik, tıp, mühendislik, sağlık bilimleri, yönetim, psikoloji, işletme, ekonomi, kamu yönetimi) temsil etmektedir.

Analiz sonucunda sistemantik literatür derlemesine dair araştırmacılara yol gösterecek temel başlıklar belirlenmiş ve bu başlıklar altında bulgular aktarılmıştır. Belirlenen temalar şunlardır:

- Literatür derleme türleri
- Sistemantik literatür derleme adımları
- Sistemantik literatür derlemelerinde yaygın olarak karşılaşılan zorluklar ve çözüm önerileri
- Farklı disiplinlerden sistemantik derleme örnekleri

Literatür Derleme Türleri

Bilimsel literatür derlemeleri belirli bir konuda mevcut bilgileri derlemek, analiz etmek ve sunmak için gerçekleştirilen çalışmalardır (Rowley & Slack, 2004, s. 33). Ancak, derlemelerin amacı, kapsamı ve uygulama yöntemleri büyük ölçüde değişebilir. Ele alınacak konu, araştırma sorusu, araştırma amacı gibi değişkenler araştırmacıyı farklı literatür tiplerine yönlendirebilir. Alan yazında literatür türleri farklı şekillerde ele alınmakla birlikte, Grant ve Booth (2009) on dört farklı literatür türünü ilgili makalelerinde ele almış ve incelemişlerdir. Ancak farklı yazarlar tarafından literatür türlerinin farklı kategorize edildiklerini vurgulamak gerekir. Literatür incelendiğinde en çok kullanılan ve birçok yazar tarafından ele alınan

literatür derleme türleri, bu makalenin temel kapsamı göz önünde bulundurularak üç farklı kategoride değerlendirilmiştir. Tablo 1 literatür derleme türlerini ve bunların temel özelliklerini karşılaştırmalı olarak göstermektedir.

Tablo 1: Literatür Derleme Türleri

	Geleneksel Literatür Derlemesi	Sistemantik Literatür Derlemesi	Meta-Analiz
Açıklama	Genellikle geniş bir konuyu ele alır ve konuyla ilgili anahtar çalışmalarını özetler. Yazarın deneyimleri ve perspektiflerine bağlı olarak seçilen literatür üzerine genellikle subjektif bir yaklaşım sergiler. Sistemantik bir araştırma yöntemi takip etmez ve bu nedenle sonuçların tekrar edilebilirliği sınırlıdır. Konu üzerine genel bir bakış sunmak için idealdir fakat detaylı, objektif ve kapsamlı bir analiz beklenmemelidir.	Belirli bir araştırma sorusunu cevaplamak amacıyla tasarlanmıştır. Önceden belirlenmiş net kriterlere göre literatür derlemesi yapılır. Tüm sürecin tekrar edilebilir ve şeffaf olması hedeflenir. Genellikle bir ya da daha fazla veri tabanında belirli anahtar kelimelerle araştırma yaparak ilgili makaleleri belirler. Analiz edilen çalışmaların kalitesini değerlendirme aşamasını içerir.	Birden fazla benzer çalışmanın sonuçlarını istatistiksel olarak birleştirerek genel bir sonuç elde etmeyi amaçlar. Konuyla ilgili yapılmış çalışmaların sonuçlarını nicel bir yaklaşımla analiz eder. Farklı çalışmalardan elde edilen bulguların tutarlılığını ve genelleştirilebilirliğini değerlendirir. Genellikle sistemantik bir literatür derlemesinin bir parçası olarak gerçekleştirilir. Belirli bir konuda mevcut en güçlü kanıtları sunma potansiyeline sahiptir.
Araştırma Sorusu	Geniş ve açık uçlu	Belirgin ve özel	Nicel sonuçların birleştirilmesi
Tarama Amacı	Bir konudaki genel bilgiyi sunma	Özel bir konuda detaylı ve kapsamlı bilgi sunma	Farklı araştırmalardan elde edilen nicel sonuçları birleştirme
Kapsam ve Derinlik	Genellikle geniş kapsamlı ama yüzeysel	Derinlemesine ve kapsamlı	Nicel araştırmalara odaklı
Zaman Yatırımı	Göreceli olarak daha kısa	Uzun	Uzun
Veri Kaynakları	Seçilmiş ana kaynaklar	Geniş veri tabanları, belirlenmiş kriterlere uygun kaynaklar	Nicel sonuçlar sunan araştırmalar
Veri Sentezi	Öznel yorumlama	Objektif ve sistemantik	İstatistiksel analiz
Sonuçların Yorumlanması	Genel bakış sunma	Kanıtı dayalı kesin sonuçlar	İstatistiksel olarak anlamlı sonuçlar

Kaynak: Yazar tarafından parantez içinde sunulan kaynaklardan edinilen bilgiler ile oluşturulmuştur (Barnett-Page & Thomas, 2009, s.6; Field & Gillett, 2010, s. 665; Karaçam, 2013, s. 27; MacLure, Paudyal & Stewart, 2016, s. 687; Ramey & Rao, 2011, s. 3; Stanley, 2001, s. 132).

Bu üç temel literatür derleme türünde de farklı alan ve disiplinlerden birçok araştırmacı çalışmalarını dizayn etmiş ve alanlarına önemli katkılarda bulunmuşlardır. Tablo 2’de alan yazında geleneksel, sistemantik ve meta-analiz literatür derleme yöntemini kullanarak oluşturulmuş bazı makaleler ve bunlara ait bilgiler yer almaktadır.

Tablo 2: Farklı Literatür Türlerinden Makale Örnekleri

Yazar / yıl	Yayının amacı	Disiplin	Literatür Derleme Türü
Naugle, Fillingim & Riley (2012)	Sağlıklı yetişkinlerde ve kronik ağrısı olan yetişkinlerde akut egzersizin ağrı algısı üzerindeki etkilerini incelemek.	Sağlık Bilimleri	Meta-analiz
Chai, Liu & Ngai (2013)	Tedarikçi seçiminde karar verme tekniklerine dair sistemantik derleme yapmak ve bunları sunmak.	İşletme	Sistemantik Literatür Derleme
Clockaerts vd. (2010)	İnfrapatellar yağ yastığı (IPFP) adlı ek bir eklem dokusunun diz osteoartriti (OA) gelişimi ve ilerlemesindeki rolünü araştırmak için teorik bir çerçeve sunmak.	Tıp	Geleneksel Literatür Derleme
Springer, Stanne & Donovan (1999)	Küçük grup öğreniminin fen, matematik, mühendislik ve teknoloji lisans öğrencileri üzerindeki etkilerini meta-analiz yöntemi ile incelemek.	Eğitim Bilimleri	Meta-analiz
Merli, Preziosi & Acampora (2018)	Akademisyenlerin döngüsel ekonomiye yönelik yaklaşımlarını sistemantik derleme yöntemi ile analiz etmek.	Sürdürülebilirlik ve Çevre Bilimleri	Sistemantik Literatür Derleme
Oh vd. (2016)	Kadmiyum içeren yarı iletken kuantum noktalarının hücrel toksisitesine odaklanan yayınlanmış çalışmalardan ilgili bilgileri meta-analiz etmek ve bir yaklaşım sunmak.	Nanoteknoloji	Meta-analiz
Carvalho vd. (2019)	Kestirimci bakıma uygulanan makine öğrenimi yöntemlerine ilişkin sistemantik derleme yapmak.	Bilgisayar Bilimleri	Sistemantik Literatür Derleme
Ho, Xu & Dey (2010)	Tedarikçi değerlendirme ve seçim problemi için çok kriterli karar verme yaklaşımlarının literatürünü incelemek.	İşletme	Geleneksel Literatür Derleme
Prospective Studies Collaboration (2002)	Kan basıncının yaşa bağlı olarak, ölüm oranları üzerindeki etkisini incelemek.	Tıp	Meta-analiz

Kaynak: Yazar tarafından parantez içerisinde belirtilen kaynaklardan edinilen bilgilerle oluşturulmuştur (Carvalho vd., 2019; Chai, Liu & Ngai, 2013; Clockaerts vd., 2010; Ho, Xu & Dey, 2010; Merli, Preziosi & Acampora, 2018; Naugle, Fillingim & Riley, 2012; Oh vd., 2016; Prospective Studies Collaboration, 2002; Springer, Stanne & Donovan, 1999)

Meta-analiz ve sistemantik literatür derlemesi farkını da net bir şekilde ortaya koymak faydalı olacaktır. Sistemantik literatür derlemesi ve meta-analiz akademik

araştırmada sıkça kullanılan iki yöntemdir. Her iki yöntem de farklı amaçlarla ve farklı süreçlerle yürütülür. Sistemik literatür derlemesi belirli bir konu veya araştırma sorusu hakkındaki mevcut literatürü kapsamlı, tarafsız ve şeffaf bir şekilde incelemeyi amaçlar. Bu derleme, belirli bir konudaki tüm ilgili çalışmaları tanımlamak, seçmek ve değerlendirmek için sistemik bir yöntem kullanır. Amacı, bir konudaki mevcut bilimsel kanıtları toplamak, özetlemek ve değerlendirmektir (Tremmel vd., 2017, s. 435). Meta-analiz ise benzer araştırma sorularına sahip bir dizi çalışmadan elde edilen sonuçları istatistiksel olarak birleştirir. Bu yöntem, farklı çalışmalardan elde edilen bulguların bir araya getirilerek daha geniş bir örneklem üzerinde genelleme yapılmasını sağlar. Esasen meta-analiz, benzer çalışmalardan elde edilen niceliksel verilerin birleştirilerek analiz edilmesine olanak tanır (Field & Gillett, 2010, s. 665). Bu bağlamda, sistemik literatür derlemesi genellikle meta-analizin temelini oluşturur. Sistemik bir literatür derlemesi yapıldıktan sonra elde edilen çalışmalardan uygun olanlar meta-analiz için seçilir ve bu çalışmaların sonuçları istatistiksel olarak birleştirilir.

Sistemik Literatür Derleme Adımları

Bilimsel bir sistemik literatür derlemesi yürütmek titizlik gerektiren ve önceden belirlenmiş bir dizi adımı takip etmeyi gerektirir. Tablo 3 sistemik derleme adımlarına ait kategorileri ve ilgili kategorilere ait aşamaları göstermektedir.

Tablo 3: Sistemik Literatür Derlemesi Adımları

Ana Kategori	Adımlar
1. Tasarlama	a. Sorunun Tanımlanması / Araştırma Sorusunun Belirlenmesi b. Kapsamın ve Kriterlerin Belirlenmesi c. Kaynakların Tarandığı Veri Tabanlarının Seçimi
2. Yürütme	a. Arama Stratejisinin Oluşturulması b. Kaynakların Seçimi c. Kalite Değerlendirmesi
3. Analiz Etme	a. Veri Çıkarımı b. Veri Organizasyonu c. Tanımlayıcı Analiz d. Bütünleştirici Analiz e. Hassasiyet Analizi
4. Sonuçların Sunumu	a. Sonuçların Düzenlenmesi b. Görsel Sunumlar c. Tartışma d. Uygulamalı Öneriler e. Sonuç f. PRISMA

Kaynak: Thome, Scavarda & Scavarda, 2016, s.410; Xiao & Watson, 2019, s. 94

Tasarlama

Sorunun tanımlanması / araştırma sorusunun belirlenmesi

Sistemantik bir literatür derlemesi yapmadan önce net ve spesifik bir araştırma sorusu oluşturmak esastır (Tranfield, Denyer & Smart, 2003, s. 208). Bu soru, derlemenin odak noktasını belirler ve hangi çalışmaların dahil edilip edilmeyeceğine karar verilmesinde kılavuzluk eder. Araştırma sorusunun formüle edilmesinde kullanılan yaygın yaklaşımlardan biri PICOS (Population, Intervention, Comparison, Outcome, Study Design) modelidir. Bu model, araştırma sorusunu belirlemek için gereken temel bileşenleri tanımlar (Karaçam, 2013, s. 28; Saaiq & Ashraf, 2017, 390):

- **Popülasyon (Population):** Araştırmanın hedeflediği hasta, nüfus grubu, katılımcılar kimdir? Örneğin, yetişkin diyabet hastaları vb.
- **Müdahale (Intervention):** Araştırmada incelenen ana müdahale ya da tedavi nedir? Örneğin, bir ilaç veya cerrahi prosedür olabilir.
- **Karşılaştırma (Comparison):** Bu müdahalenin karşılaştırıldığı alternatif bir tedavi veya kontrol grubu var mı? Örneğin, plasebo, standart tedavi veya başka bir ilaç olabilir.
- **Sonuç (Outcome):** Araştırmanın ölçmeyi amaçladığı sonuçlar nelerdir? Örneğin, hastaların yaşam kalitesi veya hastalık ilerlemesi olabilir.
- **Çalışma Tasarımı (Study Design):** Araştırmada hangi tür çalışma tasarımı kullanılacak? Örneğin, randomize kontrollü çalışmalar, gözlemsel çalışmalar veya vaka-kontrol çalışmaları olabilir.

PICOS modeli araştırma sorusunun hem geniş kapsamlı hem de özgül bir şekilde belirlenmesine yardımcı olur. Aynı zamanda, belirlenen araştırma sorusu sistemantik derleme için bir çerçeve oluşturarak, hangi çalışmaların dahil edileceğine ve hangi çalışmaların dışarıda bırakılacağına karar verilmesini kolaylaştırır. Bu bilgiler temelinde örnek bir araştırma sorusu şu şekilde oluşturulabilir:

- **Popülasyon:** Küçük ve orta ölçekli işletme (KOBİ) yöneticileri
- **Müdahale:** Çevik yönetim metodolojisi eğitimi
- **Karşılaştırma:** Geleneksel yönetim metodolojilerini kullanan işletmeler
- **Sonuç:** İşletme performansı ve çalışan memnuniyetindeki değişim
- **Çalışma Tasarımı:** Durum çalışması (case study)

Bu bilgiler dahilinde araştırma sorusu şu şekilde olabilir: Küçük ve orta ölçekli işletmelerde yöneticilere çevik yönetim metodolojisi eğitimi verilmesinin, geleneksel yönetim metodolojilerini kullanan işletmelerle karşılaştırıldığında işletme performansı ve çalışan memnuniyeti üzerindeki etkileri nelerdir?

Kapsamın ve kriterlerin belirlenmesi

Bu adımda, sistemantik derlemenin kapsamını netleştirmek için belirlenen araştırma sorusuna cevap verecek çalışmaların hangileri olduğuna karar verilir. Bu karar derlemenin sonuçlarının güvenilirliği ve geçerliliği üzerinde doğrudan etkisi olan bir adımdır. Temel kısıtlama temaları şunlardır (Aromataris vd., 2015, s. 135; Okoli & Schabram, 2010):

- **Yayın tarihi kısıtlamaları:** Araştırmanın kapsamı belirli bir tarih aralığı ile sınırlı olabilir. Örneğin, son on yılda yapılan çalışmaların incelenmesine karar verilebilir. Bu durum, özellikle hızla gelişen bilim dallarında, en güncel bilgilere erişim sağlamak için gerekebilir.
- **Dil kısıtlamaları:** Bazı sistematik derlemeler sadece belirli dillerde yayınlanan makaleleri kapsar. Ancak bu durum, potansiyel olarak önemli bilgilere erişimi sınırlayabilir. Bu nedenle, dil kısıtlamalarının neden uygulandığına dair bir gerekçe sunulmalıdır.
- **Yayın türleri:** Sadece belirli türdeki yayınlar (örn. randomize kontrollü çalışmalar, vaka-kontrol çalışmaları, gözlemsel çalışmalar) dahil edilebilir. Bu kriter, araştırma sorusunun doğasına ve aranan bilginin türüne bağlı olarak belirlenir.
- **Diğer dahil edilme / edilmeme kriterleri:** Bu kriterler araştırma popülasyonunun özellikleri, araştırma süresi, kullanılan ölçüm yöntemleri gibi spesifik detaylara dayanarak belirlenebilir. Örneğin, sadece yetişkinler üzerinde yapılan çalışmalar dahil edilebilir veya sadece belirli bir coğrafi bölgede yapılan araştırmalar incelenebilir.

Örneğin eğitim alanında, uzaktan eğitimin öğrenci başarısı üzerindeki etkisini incelemek istiyoruz. Bu derlemenin kapsamını belirlemek için aşağıdaki temel kısıtlamaları uygulayabiliriz:

Yayın Tarihi Kısıtlamaları: İncelenecek çalışmaların son 10 yıl içinde (2013-2023) yayınlanmış olması.

Gerekçe: Uzaktan eğitim teknolojileri hızla gelişmektedir ve son on yılda bu alandaki eğilimler ve etkiler önemli ölçüde değişmiş olabilir.

Dil Kısıtlamaları: İngilizce ve Türkçe dillerinde yayınlanan makaleler.

Gerekçe: Bu iki dildeki yayınlar araştırmacının erişebileceği kaynakların çoğunluğunu ve literatürde yaygın olan dilleri temsil etmektedir.

Yayın Türleri: Sadece eğitimle ilgili dergilerde yayınlanan ampirik araştırmalar.

Gerekçe: Ampirik araştırmalar özgün veri toplama ve analiz yoluyla elde edilen bulgular sunarak, uzaktan eğitim uygulamalarının öğrenci başarısı üzerindeki gerçek etkilerini daha kesin ve objektif bir şekilde ortaya koymaktadır.

Diğer Dahil Edilme/Edilmeme Kriterleri: Coğrafi kısıtlama olarak, sadece belirli ülkelerde (örneğin, Türkiye ve ABD) yapılan araştırmalar.

Gerekçe: Bu iki ülkenin eğitim sistemleri ve uzaktan eğitim uygulamaları, araştırmacının odak noktasıdır ve karşılaştırmalı bir bakış açısı sağlamaktadır.

Kaynakların tarandığı veri tabanlarının seçimi

Sistematik literatür derleme sürecinin bu aşaması, araştırma sorusuna en uygun bilgilere erişmek için hangi veri tabanlarının kullanılacağını belirlenmesini

içerir. Doğru veri tabanlarını seçmek araştırma sonuçlarının kapsamlılığı ve kalitesi üzerinde kritik bir etkiye sahiptir (Gomersall vd., 2015).

- **Bilimsel disipline göre seçim:** Farklı bilim dalları için farklı veri tabanları bulunmaktadır. Araştırma yapılacak disipline göre veri tabanı seçilebilir.
- **Kapsamlılık:** Geniş bir perspektif elde etmek için çok sayıda veri tabanı kullanmak genellikle önerilir. Örneğin, Web of Science ve Scopus gibi çok disiplinli veri tabanları birçok farklı alandaki yayınlara erişim sağlar.
- **Uzmanlık alanlarına özgü veri tabanları:** Bazı konular veya uzmanlık alanları için özel olarak oluşturulmuş veri tabanları bulunabilir. Bu tür veri tabanları, genel veri tabanlarından daha spesifik ve ayrıntılı bilgilere erişim sağlayabilir.
- **Serbest ve ücretli erişim:** Birçok veri tabanı ücretsiz olarak erişime açıkken, bazıları ücretli abonelik gerektirebilir. Ücretli erişim, özellikle daha spesifik veya niş bilgilere erişim sağlayan veri tabanları için geçerli olabilir.
- **Tam metin erişimi:** Seçilen veri tabanının araştırmada incelenen makalelerin tam metinlerine erişim olanağı sunup sunmadığı da dikkate alınmalıdır. Tam metin erişimi, makalelerin ayrıntılı olarak incelenmesi için önemlidir.

Veri tabanı seçimi yukarıda belirtilen kriterlere göre şekillense de en çok Google Scholar, Web of Science ve Scopus çok disiplinli veri tabanları olarak geniş bir şekilde kullanılmaktadır ve bu veri tabanları belirli kriterlere göre farklı özellikler sunmaktadır. Google Scholar (GS) daha kapsamlı bilimsel ve akademik literatür sunarken, Web of Science (WoS) ve Scopus seçici dergi tabanlı dahil etme politikalarına sahip iki büyük mevcut çok disiplinli veri tabanıdır (Martin vd., 2018, s. 1161). Bunlara ek olarak bazı temel bilim alanlarında kullanılan veri tabanları örnekleri tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4: Disiplinler ve Veri Tabanları

Disiplin	Veri Tabanı	Açıklama
Tıp ve Sağlık Bilimleri	PubMed	Biyomedikal literatür için birincil veri tabanıdır. Özellikle klinik çalışmalar, incelemeler için zengin bir kaynaktır.
	MEDLINE	Tıp, hemşirelik, eczacılık, diş hekimliği, veterinerlik ve sağlık alanında yayınlanan makalelere erişim sağlar.
	Cochrane Library	Sistemik incelemeler ve meta-analizlere odaklanmış bir veri tabanıdır.
Sosyal Bilimler	APA PsycINFO	Psikoloji ve ilgili alanlarda yayınlanan makalelere erişim sağlar.
	Sociological Abstracts	Sosyoloji ve ilgili disiplinlerdeki literatüre erişim sunar.
	ERIC	Eğitim alanındaki literatüre erişim sağlar.
Mühendislik/Fen Bilimleri	IEEE Xplore	Elektrik mühendisliği, bilgisayar bilimleri ve elektronik konularında yayınlanan makalelere erişim sağlar.

	ScienceDirect	Fen bilimleri, mühendislik ve tıp dahil olmak üzere birçok alanda yayınlanan makalelere erişim sunar.
Beşeri Bilimler	JSTOR	Beşeri bilimler, sosyal bilimler ve fen bilimleri alanında yayınlanan makalelere, kitaplara ve birincil kaynaklara erişim sağlar.
	Project MUSE	Beşeri bilimler ve sosyal bilimlerde yayınlanan dergilere ve kitaplara erişim sunar.
İşletme ve Ekonomi	Business Source Premier	İşletme, ekonomi, yönetim ve pazarlama konularında yayınlanan makalelere erişim sağlar.
	EconLit	Ekonomi literatürüne erişim sağlar.
Çevre Bilimleri	GreenFILE	Çevre bilimleri ile ilgili konularda yayınlanan makalelere erişim sunar.

Kaynak: Yazar tarafından ilgili veri tabanlarının (APA PsycINFO, Business Source Premier, Cochrane Library, EconLit, ERIC, GreenFILE, IEEE Xplore, JSTOR, MEDLINE, Project MUSE, PubMed, ScienceDirect, Sociological Abstracts) internet sitelerinden alınan bilgiler ile oluşturulmuştur.

Yürütme

Sistemantik literatür derleme sürecinde, "yürütme" kısmı belirlenen planın uygulamaya dökülmesi aşamasını kapsar. Bu kısımda, önceden belirlenen kriterlere uygun olarak literatür derlemesi yapılır (Siddaway, Wood & Hedges, 2019, s. 765). Bu aşamadaki temel adımlar şunlardır:

Arama stratejisinin oluşturulması: Sistemantik literatür derlemesinde arama stratejisinin oluşturulması tüm sürecin temel taşlarından biridir. Belirlenen anahtar kelimeler araştırmanın odaklandığı konunun doğru ve kapsamlı bir şekilde ele alınmasını sağlar (Wanden & Sanz, 2012, s. 5). Arama stratejisi oluşturulurken araştırma sorusuna en uygun anahtar kelimeler belirlenmelidir. Anahtar kelimelerin seçiminde konuyla doğrudan ilgili terimlerin yanı sıra, bu terimlerin varyasyonları ve eşanlamlıları da dikkate alınmalıdır. Özellikle multidisipliner konularda farklı disiplinlerde kullanılan terimlerin tümüne yer verilmelidir. Anahtar kelimelerin kombinasyonlarını oluştururken "ve", "veya" gibi bağlaçları kullanarak daha spesifik veya geniş kapsamlı aramalar yapılabilir (Atkinson & Cipriani, 2018, s. 78). Örneğin, "küresel ısınma ve etkileri" kombinasyonu, küresel ısınmanın doğrudan etkileriyle ilgili makaleleri bulmamıza yardımcı olurken, "küresel ısınma veya ozon" kombinasyonu küresel ısınma veya ozon tabakasıyla ilgili geniş bir yelpazede makaleleri bulmamıza olanak tanır. Bu aşamada, dikkatli bir anahtar kelime seçimi ve bu kelimelerin doğru kombinasyonlarıyla yapılan arama, derlemenin başarısı için kritik öneme sahiptir.

Örneğin psikoloji alanında, "çocuklarda sosyal medyanın psikolojik etkileri" konusunu inceleyen bir sistemantik literatür derlemesi yapılırken arama stratejisi / anahtar kelime seçimi şu şekilde yapılabilir: "Çocuklar" veya "Gençler", "Sosyal Medya", "Psikolojik Etkiler" veya "Psikolojik Sağlık", "Anksiyete" veya

"Depresyon" veya "Özsaygı". Ek olarak anahtar kelime kombinasyonları da şunlar olabilir:

"Çocuklar + Sosyal Medya + Psikolojik Etkiler": Bu kombinasyon, çocukların sosyal medya kullanımının psikolojik etkileriyle doğrudan ilgili çalışmaları hedefler.

"Gençler + Sosyal Medya + Anksiyete": Bu arama, gençler arasında sosyal medya kullanımının anksiyete üzerindeki etkilerine odaklanır.

"Sosyal Medya + Depresyon + Çocuklar": Bu kombinasyon, sosyal medyanın çocuklar üzerindeki depresif etkilerini inceleyen çalışmaları aramak için kullanılabilir.

"Gençler + Sosyal Medya + Özsaygı": Bu arama, gençlerin sosyal medya kullanımının özsaygı üzerindeki etkilerini incelemeye yöneliktir.

Kaynakların seçimi: Sistemik literatür derlemesinin kalitesini doğrudan etkileyen önemli bir diğer aşama uygun kaynakların seçimidir. Seçilen kaynaklar belirlenen arama stratejisi ve anahtar kelimelere dayalı olarak taranır. Kaynak seçiminde ilk adım başlık taramasıdır. Bu tarama, belirlenen anahtar kelimelere ve arama stratejilerine göre potansiyel olarak uygun makaleleri hızlı bir şekilde filtrelemek için kullanılır. Çalışma başlığı taramasıyla elde edilen makaleler daha spesifik bir inceleme için özet taramasına tabi tutulur. Özet taraması makalelerin içeriğini daha ayrıntılı bir şekilde değerlendirerek, çalışmanın amacıyla uyumlu olup olmadığını belirlemeye yardımcı olur. Bu aşamada, araştırma sorusuna ve belirlenen kriterlere uygun olmayan makaleler elenir. Son olarak tam metin taraması yapılır. Bu tarama seçilen makalelerin tamamının detaylı bir şekilde incelendiği aşamadır. Tam metin taramasında çalışmanın metodolojisi, sonuçları ve tartışmaları dikkatlice incelenir. Bu inceleme sırasında çalışma kriterlere tam olarak uymuyorsa veya gerekli verilere erişimde sınırlılıklar varsa makale elenebilir (Mahood, Van & Irvin, 2014, s. 226; Xiao & Watson, 2019, s. 101).

Arama stratejisinin oluşturulması başlığında "çocuklarda sosyal medyanın psikolojik etkileri" örneği verilmişti. Bu örneği bu kısma uygulayacak olursak, ilk adım olarak, "çocuklar", "sosyal medya" ve "psikolojik etkiler" anahtar kelimelerini içeren makale başlıkları taranır. Bu aşamada, başlıkta bu anahtar kelimelerin geçtiği makaleler belirlenir. Başlık taramasından geçen makalelerin özetleri incelenir. Bu aşamada, sosyal medyanın çocuklar üzerindeki psikolojik etkileriyle ilgili içerikler aranır. Özetler, makalenin araştırma sorusuna ve kriterlerine uygunluğunu kontrol etmek için detaylı bir şekilde okunur. Özet taramasından geçen makalelerin tam metinleri incelenir. Bu aşamada, çalışmanın metodolojisi, bulguları ve sonuçları dikkatlice değerlendirilir. Eğer çalışma belirlenen kriterlere tam olarak uymuyorsa veya gerekli verilere erişimde sınırlılıklar varsa, bu makaleler derlemeden çıkarılır.

Kalite değerlendirmesi: Kalite değerlendirmesi sistemik literatür derlemesinin en kritik aşamalarından biridir. Dahil edilen çalışmaların kalitesinin objektif bir şekilde değerlendirilmesi, elde edilen sonuçların güvenilirliği ve geçerliliği açısından esastır.

Bu değerlendirme sürecinde kullanılan araçlar ve yöntemler, literatürde önerilen ve geniş bir kabul görmüş kalite kontrol yöntemlerine dayanır (Thome, Scavarda & Scavarda, 2016, s. 413). Çeşitli kalite değerlendirme araçları ve çerçeveleri kullanılabilir. Örneğin; Cochrane Risk of Bias Aracı veya Newcastle-Ottawa Ölçeği değerlendirilebilir (Luchini vd., 2017, s. 81; Yıldız & Okyay, 2019, s. 228). Bu araçların dışında, konu ve çalışma türüne bağlı olarak farklı kalite değerlendirme araçları da kullanılabilir. Ancak önemli olan seçilen aracın, değerlendirme sürecini objektif ve şeffaf hale getirmesidir.

Kalite değerlendirmesi sırasında örneklem yöntemlerini, veri toplama araçlarını, istatistiksel analiz yöntemlerini, sonuçların yorumlanmasını ve potansiyel önyargıları ele alan özel kriterlere dikkat edilir. Bu kriterlere göre dahil edilen çalışmalar düşük, orta veya yüksek kalite olarak sınıflandırılabilir. Özellikle düşük kalitede olduğu düşünülen çalışmalar, sonuçların taraflı olabileceği veya daha az güvenilir olduğu için sistematik derleme sonuçlarına etki edebilir. Bu nedenle bu çalışmaların dahil edilip edilmemesi veya sonuçların yorumlanmasında ne kadar ağırlıklandırılacağı konusunda karar verilirken dikkatli olunmalıdır (Okoli, 2015, s. 896).

Analiz Etme / Verilerin Çıkarılması ve Analizi

Sistematik literatür derlemesinde, dahil edilen çalışmalardan alınan verilerin doğru ve tutarlı bir şekilde çıkarılması ve analiz edilmesi kritik bir öneme sahiptir. Bu süreç araştırmacının bilimsel kalitesini, güvenilirliğini ve yararını doğrudan etkiler (Carrera vd., 2022; Schmidt vd., 2021). Bu aşamaya ait adımlar şunlardır:

- **Veri çıkarımı:** Veri çıkarım süreci seçilen çalışmalardan gerekli bilgilerin alındığı aşamadır. Bu süreçte kullanılan veri çıkarım formu, genellikle araştırma sorusu ve sistematik derlemenin amacına bağlı olarak özelleştirilir. Genel bilgiler (örneğin, yazarlar, yayın tarihi, çalışma tasarımı) dışında, çalışmaların metodolojik özellikleri, örneklem bilgileri, müdahale veya gözlem bilgileri ve sonuçları gibi spesifik bilgiler de çıkarılır.
- **Veri organizasyonu:** Çıkarılan verilerin organize edilmesi, analiz sürecinin etkin ve sistematik bir şekilde ilerlemesi için önemlidir. Veri matrisleri veya kodlama kitapları, belirli temalar veya kategoriler altında bilgilerin sınıflandırılmasında yardımcı olabilir.
- **Tanımlayıcı analiz:** Bu analizle dahil edilen çalışmaların temel özellikleri ve sonuçları hakkında genel bir bilgi elde edilir. Bu analiz çalışmaların dağılımı, katılımcıların demografik özellikleri, en sık kullanılan araştırma yöntemleri ve anahtar bulgular gibi bilgileri içerir.
- **Bütünleştirici analiz:** Dahil edilen çalışmaların sonuçlarını bir araya getirerek genel bir sonuca varmak için bu analiz türü uygulanır. Özellikle homojen sonuçlar söz konusu olduğunda, meta-analiz gibi istatistiksel tekniklerle çalışmaların sonuçları bütünleştirilir. Eğer sonuçlarda çeşitlilik varsa, bu farklılıkların kaynaklarını analiz etmek gerekebilir.

- **Hassasiyet analizi:** Bu analiz, analiz sonuçlarının belirli değişkenlere veya belirli çalışmalara duyarlı olup olmadığını değerlendirmek için yapılır. Örneğin, bazı çalışmaların analizden çıkarılması sonuçları nasıl etkiler? Bu tür sorulara yanıt aranır.

Örneğin, “uzaktan eğitimin üniversite öğrencilerinin akademik başarısına etkisi” konusunda bir sistemantik literatür derlemesi yapılırken analiz etme aşaması şu şekilde gerçekleştirilebilir:

- Seçilen çalışmalardan genel bilgiler (yazarlar, yayın tarihi, çalışma tasarımı) ve spesifik bilgiler (örneğin katılımcı sayısı, uzaktan eğitim yöntemleri, ölçülen akademik başarı kriterleri) çıkarılır.
- Çıkarılan veriler, örneğin uzaktan eğitim türüne (senkron, asenkron), katılımcıların bölümüne veya akademik seviyesine göre sınıflandırılır. Bu organizasyon verilerin daha etkili bir şekilde analiz edilmesini sağlar.
- Dahil edilen çalışmaların temel özellikleri, örneğin uzaktan eğitimin yaygınlığı, katılımcıların demografik özellikleri, en sık kullanılan eğitim yöntemleri incelenir.
- Çalışmaların sonuçları bir araya getirilerek, uzaktan eğitimin üniversite öğrencilerinin akademik başarısı üzerindeki genel etkisi değerlendirilir.
- Analizin belirli çalışmaların dahil edilmesi veya çıkarılması sonucunda nasıl değiştiği değerlendirilir. Örneğin, sadece yüksek kaliteli çalışmaların sonuçları dikkate alındığında genel sonuçlar nasıl etkilenir?

Sonuçların Sunumu

Sistemantik literatür derlemesinin sonuçlarını etkili bir şekilde sunmak, okuyucunun çalışmanın değerini ve önemini anlaması için kritiktir. Bu süreçte, derleme sonuçlarını kapsamlı, anlaşılır ve etkili bir şekilde aktarmak esastır. Sonuçları sunmanın birçok farklı yolu vardır. Ancak genel itibarıyla şu adımlar izlenebilir (Linnenluecke, Marrone & Singh, 2020, s. 179; Okoli, 2015, s. 901).

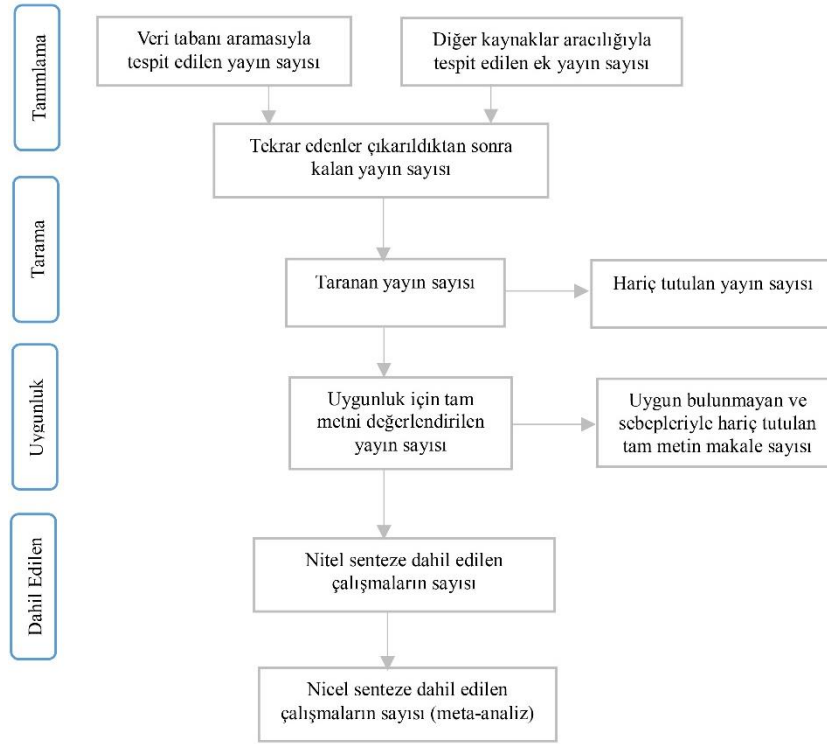
- Sonuçların Düzenlenmesi
- Görsel Sunumlar
- Tartışma
- Uygulamalı Öneriler
- Sonuç

Sistemantik derlemenin sonuçlarını yazarken açık ve anlaşılır bir dil kullanmak, bilgiyi doğru ve etkili bir şekilde aktarmak için önemlidir. Ayrıca, belirli bir konudaki mevcut bilgi birikimine nasıl bir katkıda bulunduğunu belirtmek, derlemenin değerini ve önemini vurgulamaya yardımcı olur. Buna ek olarak, sonuçların sunumu aşasında PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) bildirimini kullanmak yayının kalitesini artırıcı bir etken olacaktır (Çınar, 2021, s. 313).

- **PRISMA:** Sistemik derlemelerin ve meta-analizlerin raporlanmasında uluslararası kabul görmüş bir yönerge. PRISMA, sistemik derlemelerin ve meta-analizlerin raporlanmasında uyulması gereken öğeleri içeren bir kontrol listesi sunar. Bu kontrol listesi, araştırmacılara literatür derlemelerini daha şeffaf, tutarlı ve eksiksiz bir şekilde raporlama konusunda rehberlik eder (Page vd., 2021).

Ayrıca, yapılan çalışmaya ilişkin detayları aktaran bir akış şeması da sunulabilir. (bkz. Şekil 1)

Şekil 1: Sistemik Bir İncelemenin Farklı Aşamaları Boyunca Bilgi Akışı



Kaynak: Moher vd., 2009, s. 267

Sistemik Literatür Derlemelerinde Yaygın Olarak Karşılaşılan Zorluklar ve Çözüm Önerileri

Sistemik literatür derlemeleri bilimsel araştırmalarda bir konunun kapsamlı ve objektif bir değerlendirmesini sağlar (Wanden & Sanz, 2012, s. 4). Ancak, bu derlemelerin doğru ve etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi birçok potansiyel zorluğu beraberinde getirir (O'Dwyer & Wafford, 2021, s. 643).

Araştırmacıların sistemantik literatür derleme süreci sırasında karşılaştıkları zorlukların ve bu zorlukları aşmak için izlenebilecek stratejilerin farkında olmaları, bu derlemelerin bilimsel araştırmalara sağladığı katkının artması için kritik bir öneme sahiptir. Bu süreçte en sık karşılaşılabilecek zorluklar ve çözüm önerileri aşağıda aktarılmıştır.

Tarafsızlık ve objektiflik zorlukları

Sistemantik literatür derlemelerinde tarafsızlık ve objektifliğin korunması esastır. Ancak bu durum, araştırmacıların karşılaştığı en büyük zorluklardan biridir (Siddaway, Wood & Hedges, 2019, s. 749). Araştırmacıların deneyimleri, önceki bilgileri nedeniyle bilinçli veya bilinçsiz bir şekilde önyargıya sahip olmaları, seçilen literatürün ve sonuçların objektif değerlendirilmesini engelleyebilir. Ayrıca, geniş bir literatür havuzunda kapsamlı bir derleme yapmak zordur ve bu süreçte her bir çalışmanın detaylı ve adil bir şekilde değerlendirilmesi büyük bir dikkat ve özen gerektirir. Değerlendirme kriterlerinin belirsiz olması, araştırmaların kalitesinin subjektif yorumlara maruz kalmasına, iki farklı araştırmacının aynı çalışmayı farklı şekillerde değerlendirmesine yol açabilir. Bu tür zorluklar sistemantik derlemenin güvenilirliğini ve geçerliliğini olumsuz etkileyebilir. Sistemantik literatür derlemelerinin tarafsızlık ve objektifliğini artırmak için, iki veya daha fazla araştırmacı bağımsız olarak literatürü tarayabilir ve değerlendirebilir. Farklılıklar olduğunda, bu farklılıkların nedenleri üzerine tartışılarak bir uzlaşmaya varılabilir. Ayrıca, derleme sürecini başlatmadan önce, önceden belirlenmiş, açık ve özgül protokollerin oluşturulması, seçim ve değerlendirme kriterlerinin netleştirilmesi tarafsızlığı ve objektifliği destekler (Suri & Clarke, 2009, s. 398).

Veri tabanları arasında tutarsızlık ve erişim sorunları

Sistemantik literatür derlemesi sürecinde, farklı veri tabanları arasında indeksleme ve terminoloji tutarsızlıkları araştırmacıların karşısına bir engel olarak çıkabilir. Bazı çalışmalar belirli veri tabanlarında listelenirken diğerlerinde yer almaz. Aynı zamanda, bazı veri tabanlarına tam erişim maliyetler veya lisanslama kısıtlamaları nedeniyle sınırlı olabilir. Bu tür tutarsızlıklar ve erişim sorunları sistemantik derlemenin kapsamlılığını ve dolayısıyla güvenilirliğini tehlikeye atabilir (Wilczynski & Haynes, 2009, s. 204). Bu tür zorlukların üstesinden gelmek için, araştırmacıların birden fazla veri tabanını taramaları ve bu veri tabanlarının özellikleri hakkında bilgi sahibi olmaları önerilir. Özellikle ana disiplinin dışında kalan multidisipliner veri tabanları da dahil edilerek tarama kapsamı genişletilebilir. Ek olarak, erişim sorunları yaşanıyorsa, üniversitelerin kütüphaneleri veya araştırma kurumlarıyla iş birliği yaparak lisans veya erişim hakkı alınabilir. Ayrıca, açık erişim kaynakları ve rehberleri, araştırmacılar için alternatif bir kaynak olarak değerlendirilebilir (Cooper vd., 2018, s. 2).

Süreçte yaşanan zaman yönetimi zorlukları

Sistemik literatür derlemeleri genellikle zaman alıcıdır ve araştırmacıları beklenenden daha uzun süren bir çalışma sürecine sokabilir (Bullers vd., 2018, s. 199). Çalışmanın kapsamı ve hedeflenen literatür miktarı sürecin uzunluğunu etkileyen faktörler arasında yer alır. Ayrıca, dahil edilme ve dışlama kriterlerine uygun literatürü belirleme, veri çıkarma ve analiz aşamaları zaman alıcı olabilir. Zaman yönetimi zorluklarına karşı etkili bir strateji, sistemik derleme sürecinin başlangıcında detaylı bir zaman çizelgesi oluşturmaktır. Bir ekip içinde çalışılıyorsa, görev dağılımı yaparak sürecin daha hızlı ilerlemesini sağlamak mümkündür. Özellikle veri çıkarma ve analiz aşamalarında, belirli adımların birden fazla kişi tarafından eşzamanlı olarak gerçekleştirilmesi, sürecin hızlanmasına katkı sağlar (Tsertsvadze vd., 2015, s. 3).

Kalite değerlendirme zorlukları

Sistemik literatür derlemelerinde yayın kalitesinin objektif bir şekilde belirlenmesi, çalışmanın sonuçlarının güvenilirliği ve geçerliliği için esastır (Yang vd., 2021). Ancak, literatürde yer alan çok sayıda kalite değerlendirme aracı ve kriteri araştırmacıların hangi yöntemi seçeceklerine karar vermelerini zorlaştırabilir. Aynı zamanda, bazı çalışmaların tam metinlerine erişimde zorluklar yaşanabilir veya metinlerde aranan bilgilere eksiksiz olarak ulaşamayabilir. Kalite değerlendirme zorluklarına karşı alınabilecek en iyi yaklaşım, sistemik derlemenin başlangıcında, çalışma tasarımına uygun olarak kabul edilmiş ve yaygın olarak kullanılan kalite değerlendirme araçlarını belirlemektir. Bu sayede, tüm çalışmalar için standardize bir değerlendirme sağlanabilir (Acosta vd., 2020). Eğer belirli bir çalışmanın kalitesi konusunda şüpheler varsa, bu çalışmayı dışlamadan önce, konu uzmanlarından veya deneyimli araştırmacılardan geri bildirim almak da yararlı olabilir.

Geniş ve çeşitli literatürle başa çıkmak

Sistemik literatür derlemelerinde belirli bir konu hakkında yüzlerce hatta binlerce yayına ulaşmak mümkündür. Bu geniş literatür havuzunu yönetmek ilgili bilgilere hızla ulaşmayı zorlaştırabilir. Bu tür bir zorlukla başa çıkmak için, başlangıçta daha dar ve özgül arama kriterleri belirlemek faydalı olabilir (Xiao & Watson, 2019, s. 94). Literatürün daha yönetilebilir bir hacme indirgenmesi adına, arama kelimeleri, tarih aralığı veya dil gibi kriterler gözden geçirilebilir. Ek olarak, literatür yönetimi araçlarından (örneğin: EndNote, Mendeley, Zotero) faydalanmak, kaynakları organize etmeyi ve ilgili bilgilere hızla ulaşmayı kolaylaştırır. Bu araçlar birden fazla araştırmacının dahil olduğu çalışmaların incelenmesi ve değerlendirilmesi sürecini destekleyerek konsensüs sağlamada da yardımcı olabilir (Siddaway, Wood & Hedges, 2019, s. 748).

Farklı Disiplinlerden Sistemik Derleme Örnekleri

Sistemik literatür derlemeleri sadece tıp ve sağlık bilimlerinde değil, birçok farklı disiplinde başarıyla uygulanmaktadır. Bu yöntem, konusuna özgü farklılıklar gösterse de temel prensipleri itibarıyla birçok alanda kullanılabilir (Aromataris vd., 2015, s. 133). Örneğin; eğitim bilimlerinde eğitimde öğrenci

başarısını etkileyen faktörler, öğretim yöntemlerinin etkinliği veya eğitim teknolojisinin etkisi gibi konularda sistemantik derlemeler mevcuttur (Knogler, Hetmanek & Seidel, 2022; Mejia & Kyriakides, 2022; Valverde, Acevedo & Cerezo, 2022). Ekonomi alanında; ekonomik büyüme, istihdam oranları üzerine yapılan araştırmalar için sistemantik derlemeler gerçekleştirilmiştir (Hanushek & Wößmann, 2007; Kluve vd., 2016). Psikolojide; stres, terapilerin etkinliği veya bilişsel süreçlerle ilgili konularda sistemantik literatür derlemeleri bulunmaktadır (Gutierrez, Cabello & Fernandez, 2016; Hallam vd., 2021; Lamontagne, 2007). Çevre bilimleri disiplininde, iklim değişikliği, hava kirliliği veya biyoçeşitlilik gibi konularda, literatürün kapsamlı ve objektif bir değerlendirilmesi için sistemantik derlemeler yayınlanmıştır (Berrang, Pearce & Ford, 2015; Lu, 2020; Harrison vd., 2014). Bu disiplinlerde gerçekleştirilen sistemantik literatür derlemeleri, araştırmanın spesifik ihtiyaçlarına göre şekillendirilmekte ve kullanılmaktadır. Ancak tüm disiplinlerde sistemantik derleme yönteminin amacı; belirli bir konu veya sorunla ilgili mevcut literatürün eksiksiz, tarafsız ve objektif bir şekilde incelenmesidir. Bu sayede alana özgü en güncel ve en kaliteli bilgilere erişim sağlanabilir. Tablo 5'te farklı disiplinlere ait sistemantik derleme örnekleri gösterilmiştir.

Tablo 5: Farklı Disiplinlerden Sistemantik Literatür Derleme Çalışmaları

Yazar / yıl	Yayının amacı	Disiplin
Akçayır & Akçayır (2017)	Eğitim ortamlarında kullanılan artırılmış gerçeklik ile ilgili literatürü derlemek ve artırılmış gerçekliğin eğitim alanındaki avantaj ve dezavantajlarına değinmek.	Eğitim Bilimleri
Caspi vd. (2012)	Yerel gıda ortamı ile diyet arasındaki ilişki üzerine mevcut literatürü değerlendirmek, bu literatürdeki "gıda erişimi"nin çeşitli kavramsal tanımlarını keşfetmek.	Sağlık Bilimleri
Neumann vd. (2011)	Tıp alanında stajyer empatisindeki değişiklikleri ve bu değişikliklerin nedenlerini araştırmak.	Tıp
Lund vd. (2010)	Düşük ve orta gelirli ülkelerde yoksulluk ve yaygın ruhsal bozuklukları incelemek.	Sosyal Bilimler
Feng vd. (2010)	Çevre ve obezite arasındaki ilişki temelinde ilgili yayınları sistemantik derlemek ve artırmak.	Sağlık Bilimleri
De Vries, Bekkers & Tummers (2016)	İnovasyon ve kamu sektörü inovasyonu üzerine yapılmış yayınları incelemek ve geleceğe dair araştırma önerileri sunmak.	Kamu Yönetimi
Best, Manktelow & Taylor (2014)	Genç bireyler arasında çevrimiçi iletişim ve sosyal medya teknolojisinin etkisi ve bu etkinin olası yararlı ve zararlı sonuçlarını aktarmak.	Psikoloji/ Sosyal Hizmet
Eva vd. (2019)	Hizmetkar liderliğe dair ilgili alan yazını sistemantik derlemek, ilerideki araştırmalar için bir temel oluşturmak.	Yönetim ve Organizasyon
Hemsley-Brown & Oplatka (2006)	Yükseköğrenim pazarlamasının uluslararası bağlamını keşfetmek, literatürdeki boşlukları belirlemek ve bu alanda daha fazla araştırma için önerilerde bulunmak.	Eğitim Yönetimi
Janssen & LeBlanc (2010)	Okul çağındaki çocuk ve gençlerde fiziksel aktivite, zindelik ve sağlık arasındaki ilişkiyi sistemantik olarak incelemek.	Sağlık Bilimleri

Marengoni vd. (2011)	Yaşlı bireylerde multimorbidite oluşumu, nedenleri ve sonuçları hakkında son 20 yılda birikmiş bilimsel kanıtları özetlemek.	Tıp
Schanes, Dobernig & Gözet (2018)	Tüketici gıda israfının nedenlerini araştırmak.	Çevre Bilimleri

Kaynak: Yazar tarafından parantez içerisinde belirtilen kaynaklardan elde edilen veriler ile oluşturulmuştur (Akçayır & Akçayır, 2017; Best, Manktelow & Taylor, 2014; Caspi vd., 2012; De Vries, Bekkers & Tummers, 2016; Eva vd., 2019; Feng vd., 2010; Hemsley-Brown & Oplatka, 2006; Janssen & LeBlanc, 2010; Lund vd., 2010; Marengoni vd., 2011; Neumann vd., 2011; Schanes, Dobernig & Gözet, 2018).

SONUÇ

Sistemantik literatür derlemesi bilimsel araştırmalarda kullanılan önemli bir yöntemdir. Bu yöntem, belirli bir konuda var olan literatürün kapsamlı, objektif ve tarafsız bir şekilde değerlendirilmesini sağlar. Yapılandırılmış ve sistemantik bir yaklaşımı benimsemek, araştırmacıların konuyla ilgili en güncel ve en kaliteli bilgilere ulaşmasına yardımcı olur. Bu sayede, mevcut bilgi birikiminin üzerine sağlam bir temelde yeni bilgiler eklenir.

Sistemantik literatür derleme sürecinde araştırmacıların karşılaşılabileceği birçok zorluk mevcuttur. Veri tabanlarındaki tutarsızlıklar, zaman yönetimi zorlukları, kalite değerlendirme sorunları ve geniş literatür havuzunu yönetme zorlukları, araştırmacılar için potansiyel engelleri oluşturmaktadır. Bu zorlukların üstesinden gelmek için, bu rehberde önerilen yöntemler ve stratejiler araştırmacılara yol gösterici olabilir.

Sürekli gelişen bilimsel literatürde sistemantik literatür derlemelerinin yeri büyük ve önemlidir. Bu yöntem, bilimin ilerlemesine katkıda bulunarak, daha sağlam ve güvenilir bilimsel sonuçlara ulaşmayı mümkün kılar. Dolayısıyla, sistemantik literatür derlemesi yaparken dikkatli ve titiz bir yaklaşım benimsemek, bilimsel topluluğun genelini ilgilendiren, daha sağlam ve doğru sonuçlara ulaşmamızı sağlar.

Yazar Katkı Oranları ve Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Acosta, S., Garza, T., Hsu, H. Y. & Goodson, P. (2020). Assessing quality in systematic literature reviews: *A study of novice rater training*. *Sage Open*, 10 (3), 2158244020939530. <https://doi.org/10.1177/2158244020939530>

Akçayır, M. & Akçayır, G. (2017). Advantages and challenges associated with augmented reality for education: A systematic review of the literature. *Educational Research Review*, 20, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2016.11.002>

APA PsycINFO, (t.y.). About APA. <https://www.apa.org/about> (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

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

Aromataris, E., Fernandez, R., Godfrey, C. M., Holly, C., Khalil, H. & Tungpunkom, P. (2015). Summarizing systematic reviews: methodological development, conduct and reporting of an umbrella review approach. *JBIEvidence Implementation*, 13 (3), 132-140. <https://doi.org/10.1097/XEB.0000000000000055>

Atkinson, L. Z. & Cipriani, A. (2018). How to carry out a literature search for a systematic review: a practical guide. *BJPsych Advances*, 24 (2), 74-82. <https://doi.org/10.1192/bja.2017.3>

Barnett-Page, E. & Thomas, J. (2009). Methods for the synthesis of qualitative research: a critical review. *BMC Medical Research Methodology*, 9 (1), 1-11. <https://doi.org/10.1186/1471-2288-9-59>

Berrang-Ford, L., Pearce, T. & Ford, J. D. (2015). Systematic review approaches for climate change adaptation research. *Regional Environmental Change*, 15, 755-769. <https://doi.org/10.1007/s10113-014-0708-7>

Best, P., Manktelow, R. & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27-36. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2014.03.001>

Bowen, G. A. (2009). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative Research Journal*, 9 (2), 27-40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>

Budgen, D. & Brereton, P. (2006, May). Performing systematic literature reviews in software engineering. In Proceedings of the 28th International Conference on Software Engineering (pp. 1051-1052). <https://doi.org/10.1145/1134285.1134500>

Bullers, K., Howard, A. M., Hanson, A., Kearns, W. D., Orriola, J. J., Polo, R. L. & Sakmar, K. A. (2018). It takes longer than you think: librarian time spent on systematic review tasks. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 106 (2), 198. <https://doi.org/10.5195/jmla.2018.323>

Bulutay, T. (1986). *Bilimin Niteliği Üzerine Denemeler*. Mülkiyeliler Birliği Vakfı Yayını, (3).

Business Source Premier, (t.y.). About Business Source Premier. <https://www.ebsco.com/products/research-databases/business-source-premier>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2008). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: PegemA.

Carrera-Rivera, A., Ochoa-Agurto, W., Larrinaga, F. & Lasa, G. (2022). How-to conduct a systematic literature review: A quick guide for computer science research. *MethodsX*, 101895. <https://doi.org/10.1016/j.mex.2022.101895>

Carvalho, T. P., Soares, F. A., Vita, R., Francisco, R. D. P., Basto, J. P. & Alcalá, S. G. (2019). A systematic literature review of machine learning methods applied to predictive maintenance. *Computers & Industrial Engineering*, 137, 106024. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106024>

Caspi, C. E., Sorensen, G., Subramanian, S. V. & Kawachi, I. (2012). The local food environment and diet: A systematic review. *Health & Place*, 18 (5), 1172-1187. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2012.05.006>

Chai, J., Liu, J. N. & Ngai, E. W. (2013). Application of decision-making techniques in supplier selection: A systematic review of literature. *Expert Systems with Applications*, 40 (10), 3872-3885. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2012.12.040>

Chen, C. & Chen, C. (2003). On the shoulders of giants. Mapping Scientific Frontiers: The Quest for Knowledge Visualization, 135-166.

Clockaerts, S., Bastiaansen-Jenniskens, Y. M., Runhaar, J., Van Osch, G. J., Van Offel, J. F., Verhaar, J. A. N., ... & Somville, J. (2010). The infrapatellar fat pad should be considered as an active osteoarthritic joint tissue: a narrative review. *Osteoarthritis and Cartilage*, 18 (7), 876-882. <https://doi.org/10.1016/j.joca.2010.03.014>

Cochrane Library, (t.y.). About the Cochrane Library. <https://www.cochranelibrary.com/about/about-cochrane-library>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Cooper, C., Booth, A., Varley-Campbell, J., Britten, N. & Garside, R. (2018). Defining the process to literature searching in systematic reviews: A literature review of guidance and supporting studies. *BMC Medical Research Methodology*, 18 (1), 1-14. <https://doi.org/10.1186/s12874-018-0545-3>

Çınar, N. (2021). İyi Bir Sistemik Derleme Nasıl Yazılmalı?. *Online Türk Sağlık Bilimleri Dergisi*, 6 (2), 310-314. <https://doi.org/10.26453/otjhs.888569>

Dadhich, N. (2015). Einstein is Newton with space curved. *Current Science*, 260-264.

Davies, D., Jindal-Snape, D., Collier, C., Digby, R., Hay, P. & Howe, A. (2013). Creative learning environments in education—A systematic literature review. *Thinking Skills and Creativity*, 8, 80-91. <https://doi.org/10.1016/j.tsc.2012.07.004>

DergiPark, (t.y.). DergiPark Hakkında. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/page/about> (Erişim tarihi:21 kasım 2023)

De Vries, H., Bekkers, V. & Tummers, L. (2016). Innovation in the public sector: A systematic review and future research agenda. *Public Administration*, 94 (1), 146-166. <https://doi.org/10.1111/padm.12209>

EconLit, (t.y.). About the AEA. <https://www.aeaweb.org/about-aea>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

ERIC, (t.y.). What is ERIC? <https://eric.ed.gov/?faq>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Eva, N., Robin, M., Sendjaya, S., Van Dierendonck, D. & Liden, R. C. (2019). Servant leadership: A systematic review and call for future research. *The Leadership Quarterly*, 30 (1), 111-132. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2018.07.004>

Feng, J., Glass, T. A., Curriero, F. C., Stewart, W. F. & Schwartz, B. S. (2010). The built environment and obesity: a systematic review of the epidemiologic evidence. *Health & Place*, 16 (2), 175-190. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2009.09.008>

Field, A. P. & Gillett, R. (2010). How to do a meta-analysis. *British Journal of Mathematical and Statistical Psychology*, 63 (3), 665-694. <https://doi.org/10.1348/000711010X502733>

Fink, A. (2019). *Conducting research literature reviews: From the internet to paper*. Sage Publications.

Fitzgerald, T. (2012). Documents and documentary analysis. *Research Methods in Educational Leadership and Management*, 3, 296-308.

Flick, U. (2018). *An introduction to qualitative research*. Sage.

Gomersall, J. S., Jadotte, Y. T., Xue, Y., Lockwood, S., Riddle, D. & Preda, A. (2015). Conducting systematic reviews of economic evaluations. *JBIEvidence Implementation*, 13 (3), 170-178. <https://doi.org/10.1097/XEB.0000000000000063>

Grant, M. J. & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26 (2), 91-108. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x>

GreenFILE, (t.y.). About GreenFILE. <https://www.ebsco.com/products/research-databases/greenfile>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Gutierrez-Cobo, M. J., Cabello, R. & Fernández-Berrocal, P. (2016). The relationship between emotional intelligence and cool and hot cognitive processes: A systematic review. *Frontiers in Behavioral Neuroscience*, 10, 101. <https://doi.org/10.3389/fnbeh.2016.00101>

Gürbüz, S. & şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 271.

Hallam, C., Simmonds-Buckley, M., Kellett, S., Greenhill, B. & Jones, A. (2021). The acceptability, effectiveness, and durability of cognitive analytic therapy: Systematic review and meta-analysis. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 94, 8-35. <https://doi.org/10.1111/papt.12286>

Hanushek, E. A. & Wößmann, L. (2007). The role of education quality for economic growth. World Bank Policy Research Working Paper, (4122).

Harrison, P. A., Berry, P. M., Simpson, G., Haslett, J. R., Blicharska, M., Bucur, M., ... & Turkelboom, F. (2014). Linkages between biodiversity attributes and ecosystem services: A systematic review. *Ecosystem Services*, 9, 191-203. <https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2014.05.006>

Hemsley-Brown, J. & Oplatka, I. (2006). Universities in a competitive global marketplace: A systematic review of the literature on higher education marketing. *International Journal of Public Sector Management*, 19 (4), 316-338. <https://doi.org/10.1108/09513550610669176>

Ho, W., Xu, X. & Dey, P. K. (2010). Multi-criteria decision making approaches for supplier evaluation and selection: A literature review. *European Journal of Operational Research*, 202 (1), 16-24. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2009.05.009>

IEEE Xplore, (t.y.). About Content in IEEE Xplore. <https://ieeexplore.ieee.org/Xplorehelp/overview-of-ieee-xplore/about-content>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Janssen, I. & LeBlanc, A. G. (2010). Systematic review of the health benefits of physical activity and fitness in school-aged children and youth. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 7 (1), 1-16. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-7-40>

JSTOR, (t.y.). About JSTOR. <https://about.jstor.org/>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Kaplan, M. & Yardımcıoğlu, M. (2020). Alan, Habitus ve Sermaye Kavramlarıyla Pierre Bourdieu. *Habitus Toplum Bilim Dergisi*, (1), 23-37.

Karaçam, Z. (2013). Sistematik derleme metodolojisi: Sistematik derleme hazırlamak için bir rehber. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6 (1), 26-33.

Kimberlin, C. L. & Winterstein, A. G. (2008). Validity and reliability of measurement instruments used in research. *American Journal of Health-System Pharmacy*, 65 (23), 2276-2284. <https://doi.org/10.2146/ajhp070364>

Kluve, J., Puerto, S., Robalino, D. A., Romero, J., Rother, F., Stöterau, J., ... & Witte, M. (2016). Do youth employment programs improve labor market outcomes? A systematic review. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2018.10.004>

Knogler, M., Hetmanek, A. & Seidel, T. (2022). Determining an evidence base for particular fields of educational practice: a systematic review of meta-analyses on effective mathematics and science teaching. *Frontiers in Psychology, 13*, 873995. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.873995>

Kridel, C. (2015). *The biographical and documentary milieu*. In M. F. He, B. D. Schultz & W. H. Schubert (Eds.), *The Sage Guide to Curriculum in Education* (pp. 311-318). Sage.

Lamontagne, A. D., Keegel, T., Louie, A. M., Ostry, A. & Landsbergis, P. A. (2007). A systematic review of the job-stress intervention evaluation literature, 1990–2005. *International Journal of Occupational and Environmental Health, 13* (3), 268-280. <https://doi.org/10.1179/oeh.2007.13.3.268>

Leite, D. F., Padilha, M. A. S. & Cecatti, J. G. (2019). Approaching literature review for academic purposes: *The literature review checklist*. *Clinics, 74*, e1403. <https://doi.org/10.6061/clinics/2019/e1403>

Linnenluecke, M. K., Marrone, M. & Singh, A. K. (2020). Conducting systematic literature reviews and bibliometric analyses. *Australian Journal of Management, 45* (2), 175-194. <https://doi.org/10.1177/0312896219877678>

Lu, J. G. (2020). Air pollution: A systematic review of its psychological, economic, and social effects. *Current Opinion in Psychology, 32*, 52-65. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2019.06.024>

Luchini, C., Stubbs, B., Solmi, M. & Veronese, N. (2017). Assessing the quality of studies in meta-analyses: Advantages and limitations of the Newcastle Ottawa Scale. *World Journal of Meta-Analysis, 5* (4), 80-84. <https://doi.org/10.13105/wjma.v5.i4.80>

Lund, C., Breen, A., Flisher, A. J., Kakuma, R., Corrigall, J., Joska, J. A., ... & Patel, V. (2010). Poverty and common mental disorders in low and middle income countries: A systematic review. *Social Science & Medicine, 71* (3), 517-528. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2010.04.027>

MacLure, K., Paudyal, V. & Stewart, D. (2016). Reviewing the literature, how systematic is systematic?. *International Journal of Clinical Pharmacy, 38*, 685-694. <https://doi.org/10.1007/s11096-016-0288-3>

Mahood, Q., Van Eerd, D. & Irvin, E. (2014). Searching for grey literature for systematic reviews: challenges and benefits. *Research Synthesis Methods, 5* (3), 221-234. <https://doi.org/10.1002/jrsm.1106>

Marengoni, A., Angleman, S., Melis, R., Mangialasche, F., Karp, A., Garmen, A., ... & Fratiglioni, L. (2011). Aging with multimorbidity: A systematic review of the literature. *Ageing Research Reviews, 10* (4), 430-439. <https://doi.org/10.1016/j.arr.2011.03.003>

Martin-Martin, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M. & López-Cózar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science, and Scopus: A systematic comparison of citations in 252 subject categories. *Journal of Informetrics*, 12 (4), 1160-1177. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2018.09.002>

MEDLINE, (t.y). MEDLINE: Overview. https://www.nlm.nih.gov/medline/medline_overview.html, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Mejia-Rodríguez, A. M. & Kyriakides, L. (2022). What matters for student learning outcomes? A systematic review of studies exploring system-level factors of educational effectiveness. *Review of Education*, 10 (3), e3374. <https://doi.org/10.1002/rev3.3374>

Merli, R., Preziosi, M. & Acampora, A. (2018). How do scholars approach the circular economy? A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 178, 703-722. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.112>

Milgram, S. & Gudehus, C. (1978). Obedience to authority.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G. & PRISMA Group, (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of internal medicine*, 151 (4), 264-269.

Morgan, H. (2022). Conducting a qualitative document analysis. *The Qualitative Report*, 27 (1), 64-77. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2022.5044>

Naugle, K. M., Fillingim, R. B. & Riley III, J. L. (2012). A meta-analytic review of the hypoalgesic effects of exercise. *The Journal of Pain*, 13 (12), 1139-1150. <https://doi.org/10.1016/j.jpain.2012.09.006>

Neumann, M., Edelhäuser, F., Tauschel, D., Fischer, M. R., Wirtz, M., Woopen, C., ... & Scheffer, C. (2011). Empathy decline and its reasons: a systematic review of studies with medical students and residents. *Academic Medicine*, 86 (8), 996-1009. <https://doi.org/10.1097/ACM.0b013e318221e615>

O'Dwyer, L. C. & Wafford, Q. E. (2021). Addressing challenges with systematic review teams through effective communication: a case report. *Journal of the Medical Library Association: JMLA*, 109 (4), 643. <https://doi.org/10.5195/jmla.2021.1222>

Oh, E., Liu, R., Nel, A., Gemill, K. B., Bilal, M., Cohen, Y. & Medintz, I. L. (2016). Meta-analysis of cellular toxicity for cadmium-containing quantum dots. *Nature Nanotechnology*, 11 (5), 479-486. <https://doi.org/10.1038/nnano.2015.338>

Okoli, C. (2015). A guide to conducting a standalone systematic literature review. *Communications of the Association for Information Systems*, 37.

Okoli, C. & Schabram, K. (2010). "A Guide to Conducting a Systematic Literature Review of Information Systems Research," . *Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 10 (26). <http://sprouts.aisnet.org/10-26>

Page, M. J., Moher, D., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & McKenzie, J. E. (2021). PRISMA 2020 explanation and elaboration: updated guidance and exemplars for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372. <https://doi.org/10.1136/bmj.n160>

Project MUSE, (t.y.). About ProjectMUSE. <https://muse.jhu.edu/>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Prospective Studies Collaboration. (2002). Age-specific relevance of usual blood pressure to vascular mortality: a meta-analysis of individual data for one million adults in 61 prospective studies. *The Lancet*, 360 (9349), 1903-1913. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(02\)11911-8](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(02)11911-8)

PubMed, (t.y.). Welcome to NCBI. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Ramey, J. & Rao, P. G. (2011, October). The systematic literature review as a research genre. In 2011 IEEE International Professional Communication Conference (pp. 1-7). IEEE. <https://doi.org/10.1109/IPCC.2011.6087229>

Rowley, J. & Slack, F. (2004). Conducting a literature review. *Management Research News*, 27 (6), 31-39. <https://doi.org/10.1108/01409170410784185>

Saaq, M. & Ashraf, B. (2017). Modifying "Pico" question into "Picos" model for more robust and reproducible presentation of the methodology employed in a scientific study. *World Journal of Plastic Surgery*, 6 (3), 390.

Saruhan ř. C. & Özdemirci A. (2013). Bilim, Felsefe ve Metodoloji, 3. B., İstanbul, Beta Yayınları.

Schanes, K., Dobernig, K. & Gözet, B. (2018). Food waste matters-A systematic review of household food waste practices and their policy implications. *Journal of Cleaner Production*, 182, 978-991. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.02.030>

Schmidt, L., Olorisade, B. K., McGuinness, L. A., Thomas, J. & Higgins, J. P. (2021). Data extraction methods for systematic review (semi) automation: A living systematic review. *F1000Research*, 10. <https://doi.org/10.12688/f1000research.51117.2>

ScienceDirect, (t.y.). About ScienceDirect. <https://www.elsevier.com/solutions/sciencedirect>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Siddaway, A. P., Wood, A. M. & Hedges, L. V. (2019). How to do a systematic review: a best practice guide for conducting and reporting narrative

reviews, meta-analyses, and meta-syntheses. *Annual Review of Psychology*, 70, 747-770. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803>

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Sociological Abstracts, (t.y.). About Sociological Abstracts. <https://about.proquest.com/en/products-services/socioabs-set-c/>, (Erişim tarihi:30 Ekim 2023)

Springer, L., Stanne, M. E. & Donovan, S. S. (1999). Effects of small-group learning on undergraduates in science, mathematics, engineering, and technology: A meta-analysis. *Review of Educational Research*, 69 (1), 21-51. <https://doi.org/10.3102/00346543069001021>

Srivastava, S. (2018). Verifiability is a core principle of science. 41:e150. doi: 10.1017/S0140525X18000869. PMID: 31064548.

Stanley, T. D. (2001). Wheat from chaff: Meta-analysis as quantitative literature review. *Journal of Economic Perspectives*, 15 (3), 131-150. <https://doi.org/10.1257/jep.15.3.131>

Suri, H. & Clarke, D. (2009). Advancements in research synthesis methods: From a methodologically inclusive perspective. *Review of Educational Research*, 79 (1), 395-430. <https://doi.org/10.3102/003465430832634>

Thome, A. M. T., Scavarda, L. F. & Scavarda, A. J. (2016). Conducting systematic literature review in operations management. *Production Planning & Control*, 27 (5), 408-420. <https://doi.org/10.1080/09537287.2015.1129464>

Tian, M., Deng, P., Zhang, Y. & Salmador, M. P. (2018). How does culture influence innovation? A systematic literature review. *Management Decision*, 56 (5), 1088-1107. <https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0462>

Towne, L. & Shavelson, R. J. (2002). *Scientific research in education*. National Academy Press Publications Sales Office.

Tranfield, D., Denyer, D. & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14 (3), 207-222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Tremmel, M., Gerdtham, U. G., Nilsson, P. M. & Saha, S. (2017). Economic burden of obesity: A systematic literature review. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14 (4), 435. <https://doi.org/10.3390/ijerph14040435>

Tsertsvadze, A., Chen, Y. F., Moher, D., Sutcliffe, P. & McCarthy, N. (2015). How to conduct systematic reviews more expeditiously?. *Systematic Reviews*, 4 (1), 1-6. <https://doi.org/10.1186/s13643-015-0147-7>

Türkdoğan, O. (2003). *Bilimsel araştırma metodolojisi*. Timaş Yayınları.

Valverde-Berrocso, J., Acevedo-Borrega, J. & Cerezo-Pizarro, M. (2022, June). Educational technology and student performance: A systematic review. *In Frontiers in Education* (Vol. 7, p. 916502). Frontiers. <https://doi.org/10.3389/educ.2022.916502>

Wanden-Berghe, C. & Sanz-Valero, J. (2012). Systematic reviews in nutrition: standardized methodology. *British Journal of Nutrition*, 107 (S2), S3-S7. <https://doi.org/10.1017/S0007114512001432>

Weber, M. & Kalberg, S. (2013). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. Routledge.

Wilczynski, N. L. & Haynes, R. B. (2009). Consistency and accuracy of indexing systematic review articles and meta-analyses in MEDLINE. *Health Information & Libraries Journal*, 26 (3), 203-210. <https://doi.org/10.1111/j.1471-1842.2008.00823.x>

Xiao, Y. & Watson, M. (2019). Guidance on conducting a systematic literature review. *Journal of Planning Education and Research*, 39 (1), 93-112. <https://doi.org/10.1177/0739456X1772397>

Yağar, F. & Dökme, S. (2018). Niteliksel araştırmaların planlanması: Araştırma soruları, örneklem seçimi, geçerlik ve güvenilirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (3), 1-9.

Yang, L., Zhang, H., Shen, H., Huang, X., Zhou, X., Rong, G. & Shao, D. (2021). Quality assessment in systematic literature reviews: A software engineering perspective. *Information and Software Technology*, 130, 106397. <https://doi.org/10.1016/j.infsof.2020.106397>

Yıldız, F. & Okyay, P. (2019). Sağlık araştırmalarında yan tutma (bias) ve yan tutmanın değerlendirilmesi. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4 (2), 219-231.

Yayın Geliş Tarihi: 11.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1374586>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 34-57
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

E-TİCARET SİTELERİNİN ARAMA MOTORU OPTİMİZASYON YÖNTEMLERİ İLE ARAMA MOTORLARINDAKİ SIRALAMALARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ÜRÜN GRUPLARI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Murat ÇELEBİ*

Melih ENGİN**

Öz¹

Bir web sayfasının arama motoru sonuçlarında üst sıralarda yer alması için yapılan çalışmalara arama motoru optimizasyonu (SEO) denmektedir. SEO çalışmaları sayfa içinde ve sayfa dışında yapılan çalışmalar olarak ikiye ayrılmaktadır. Arama motoru sonuç sıralamalarında sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerinin etki düzeyleri tam olarak bilinmemektedir. Bu çalışmada, arama motoru sonuçlarında sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerinin etkileri araştırılmıştır. Çalışmanın deney ortamı olarak dünyada en çok kullanılan arama motoru olan Google arama motoru seçilmiştir. E-ticaret ile alakalı 2022 yılında en çok aratılan 32 anahtar kelime (arama terimi) tespit edilmiştir. Ardından bu arama terimleri Google üzerinden aratılmış ve ilk sayfa sonuçları toplanmıştır. İlk sayfada listelenen web sayfalarının Lighthouse sayfa içi puanı (LH) ve Moz sayfa dışı puanları (PA ve DA) ile arama motorundaki sonuç sıralamaları arasındaki Pearson korelasyon katsayılarına bakılmıştır. Ayrıca örneklemdaki 32 arama terimi alakalarına göre giyim, ayakkabı, elektronik ve takı kategorilerine ayrılmış ve kategori bazında analizler tekrarlanmıştır. Elde edilen bulgulara göre sayfa içi SEO çalışmalarının sıralamaya etkisinin, sayfa dışı SEO çalışmalarına göre daha fazla olduğu söylenebilir. Ancak giyim ve takı/aksesuar kategorilerinde sayfa dışı çalışmaların sıralamaya etkisinin daha fazla olduğu gözlenmiştir. Ayrıca bir web sitesinin belirli konularda uzmanlaşmasının, arama motoru sıralamalarında avantaj sağladığı gözlenmiştir.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Çelebi, M. & Engin, M. (2024). E-ticaret sitelerinin arama motoru optimizasyon yöntemleri ile arama motorlarındaki sıralamaları arasındaki ilişkinin ürün grupları açısından incelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 34-57.

*Yüksek Lisans Öğrencisi, Bursa Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Bilişim Sistemleri ABD, ORCID: 0009-0006-2916-780X, muratcelebi@outlook.com.

**Doç. Dr., Bursa Uludağ Üniversitesi İnegöl İşletme Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, ORCID: 0000-0002-4953-6119, melihengin@uludag.edu.tr.

¹Bu çalışma, Murat ÇELEBİ'nin Doç. Dr. Melih ENGİN danışmanlığında yürütmekte olduğu yüksek lisans tez çalışmasından üretilmiştir. Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, Arama Motoru Optimizasyonu, Dijital Pazarlama, SEO.

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN SEARCH ENGINE OPTIMIZATION METHODS AND RANKINGS IN SEARCH ENGINES OF E-COMMERCE SITES IN TERMS OF PRODUCT GROUPS

Abstract

The efforts made to achieve a higher ranking in search engine results pages are referred to as search engine optimization (SEO). SEO activities are divided into on-page and off-page optimization. The exact impact levels of on-page and off-page SEO methods on search engine result rankings are not fully understood. In this study, the effects of on-page and off-page SEO methods on search engine results were investigated. Google, the most widely used search engine worldwide, was chosen as the experimental environment. Thirty-two search terms (keywords) related to e-commerce that were most frequently searched in 2022 were identified. These search terms were then searched on Google, and the results from the first page were collected. The Pearson correlation coefficients between the Lighthouse on-page score (LH), Moz off-page score (PA), Moz domain authority score (DA), and the rankings of the web pages listed on the first page were examined. This process was also conducted for the categories of apparel, footwear, electronics, and jewelry. According to the findings, it can be stated that on-page SEO activities have a greater impact on rankings compared to off-page SEO activities. However, in the apparel and jewelry/accessory categories, it was observed that off-page activities have a greater influence on rankings. Additionally, it was observed that specializing in specific topics on a website provides an advantage in search engine rankings.

Keywords: E-commerce, Search Engine Optimization, Digital Marketing, SEO.

GİRİŞ

İnternet ve bilgi teknolojilerinin gelişimi elektronik ticaretin (e-ticaret) de gelişmesine katkı sağlamıştır. E-ticaret faaliyetleri, sağladığı avantajlar sayesinde geleneksel ticarete ciddi bir alternatif olmayı başarmıştır. Bu durumu fark eden işletmeler, ticari faaliyetlerini elektronik ortama uyarlamaktadır. Bu işletmeler, e-ticarete konu olan ürünlerini tanıtmak için birçok dijital pazarlama yöntemlerini kullanmaktadır. Bu dijital pazarlama yöntemlerinden birisi de arama motoru optimizasyonudur (SEO). SEO, arama motoru sonuçlarında üst sıralara yükselmek için web sayfalarının yaptığı optimizasyonların tümüdür. SEO çalışmaları ile bir e-ticaret sayfasının arama motorlarında üst sıralarda olması sağlanabilmektedir. Bu sayede e-ticaret sayfası, potansiyel müşterilerine daha kolay ulaşabilmektedir.

Dünya üzerindeki web sitelerinin trafik kaynakları incelendiğinde, %30'luk oran ile arama motorları ilk sırada yer almaktadır. Buna karşın e-posta pazarlaması, sosyal medya ve internet reklamcılığı gibi diğer kaynakların toplamı ise yaklaşık %16'dır (Clement, 2022). Ayrıca çevrimiçi etkileşimlerin de yaklaşık %93'ü arama

motorları üzerinden başlamaktadır (Barbera, 2012). Bu veriler göz önüne alındığında arama motoru sonuç sıralamalarında üst sıralarda olmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Arama motorları, sonuç sıralaması yaparken sayfa içi ve sayfa dışı faktörleri göz önüne almaktadır. Sayfa içi faktörler temel olarak kullanıcı deneyimi, arama motoru görünürlüğü, sayfa hızı ve içeriğin kalitesidir. Sayfa dışı faktörler ise web sitesinin/sayfasının dış kaynaklardan almış olduğu referans bağlantıdır. Bu bağlantıların sayısı, kalitesi ve güncelliği arama motoru sonuç sıralamaları için önem arz etmektedir. Kaliteli referans bağlantılar bir web sitesinin arama motoru nezdinde itibarını (otoritesini) artırmaktadır (Hardwick, 2022).

Google arama motoru da sonuç sıralaması yaparken diğer arama motorları gibi sayfa içi ve sayfa dışı faktörleri göz önüne almaktadır. Ancak bu faktörlerden hangisine daha fazla önem verdiği net olarak bilinmemektedir. Google yetkilileri sayfa dışı faktörlerin etkisinin son yıllarda azalacağını (Southern, 2022) belirtmesine rağmen Sömbültepe vd. (2020) tarafından yapılan araştırma bu söylemin tersini göstermektedir. Bu bağlamda sayfa dışı faktörlerin hala önemli bir kriter olduğu kabul edilebilir. Ancak hangi faktörün sonuç sıralamalarında daha etkili olduğunu net olarak bilinmemektedir.

Bu çalışmada sayfa içi ve sayfa dışı faktörlerin arama motoru sonuçlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında 2022 yılında Türkiye’de alışverişle alakalı yapılan popüler anahtar kelimeler (arama terimleri) toplanmıştır. Elde edilen arama terimleri için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizinde sayfa içi ve sayfa dışı SEO puanları ile arama motoru sonuç sıralamaları arasındaki korelasyon katsayıları hesaplanmıştır. Analiz yapılırken sayfa içi puan olarak Google Lighthouse (LH) puanı, sayfa dışı puanı olarak da Moz firmasının geliştirdiği Page Authority (PA) ve Domain Authority (DA) puanları kullanılmıştır.

Toplanan SEO puanları ile arama motoru sonuç sıralamaları arasında Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. LH, PA ve DA puanları, Google sıralama sonuçları ile karşılaştırılmıştır. Bunun sonucunda üç farklı puan türünün de sıralamaya etkisinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Ayrıca örnekleme bulunan arama terimleri kategorilerine göre gruplandırılmıştır. Her grup kendi arasında ayrı analize tabi tutulmuştur. Bu sayede e-ticaret sektörü için kategori bazında detaylı sonuçlar elde edilmiştir. Araştırmanın sonucuna göre başta e-ticaret yapan işletmeler olmak üzere tüm web sitesi sahiplerine SEO çalışmaları için önerilerde bulunulmuştur. Öneriler dikkate alındığında arama motoru sonuçlarında üst sıralarda yer almak daha kolay olacaktır. Ayrıca işletmelerin SEO harcamalarına ayırdığı bütçeler, öneriler doğrultusunda daha verimli kullanılabilir.

Araştırma toplamda beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde e-ticaretin kısa tanıtılması yapıldıktan sonra Türkiye’de ve Dünya’daki e-ticaret faaliyetleri hakkında veriler paylaşılmıştır. İkinci bölümde arama motoru açıklanmış ve çalışma prensipleri anlatılmıştır. Arama motorlarının sonuç sıralaması yaparken dikkat ettiği SEO kriterlerine değinilmiştir. Sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemleri açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde araştırma hakkında detaylı bilgiler verilmiştir. Araştırmada kullanılan yöntem, amaç ve kapsam belirtilmiştir. Buradan hareketle araştırma hipotezleri paylaşılmıştır. Dördüncü bölümde analiz bulguları paylaşılmıştır. Analizler sonucunda elde edilen veriler tablolar ve grafikler ile detaylı gösterilmiştir. Beşinci bölümde ise literatürdeki benzer araştırmalar paylaşılmış ve araştırma bulgularına göre önerilerde bulunulmuştur.

ARAMA MOTORLARI VE SEO

Arama motorları, kullanıcılarının yaptığı arama terimlerine göre web üzerindeki en alakalı içerikleri bulup listeleyen platformlardır. Bu platformlar hizmetlerini genellikle bir web sitesi üzerinden sunarlar. Günümüzde dünya üzerinde yayında olan yaklaşık 2 milyar web sitesi vardır (Armstrong, 2021). Bu durum, kullanıcıların aradıkları içeriklere ulaşması için arama motoru kullanmalarını elzem hale getirmiştir. Arama motorları yayında olan tüm web sitelerini taramaya çalışırlar. Taranan web siteleri arama motorlarının dizinlerine (veri tabanlarına) kaydedilir. Kullanıcıların arama motoru üzerinde yaptığı arama terimlerine göre, dizinde bulunan web siteleri belirli algoritmalar yardımıyla sıralanarak kullanıcılara sunulur (Uyan, vd., 2010, ss. 381-382).

Arama sonuçlarının listelendiği sayfalara arama motoru sonuç sayfaları (SERP) denmektedir (Barry & Lardner 2011). Arama motorları, SERP sıralaması yaparken birçok faktörü göz önünde bulundururlar. Bu faktörlerden bazıları; web sayfasının hızı ve erişilebilirliği, içeriğin kalitesi gibi sayfa içi faktörler olurken bazıları da sayfaya alınan bağlantılar, bağlantı sayısı gibi sayfa dışı faktörlerdir. Her arama motoru kendi algoritmasına göre çok sayıda sayfa içi ve sayfa dışı faktörü göz önünde bulundurmaktadır.

Sayfa içi SEO yöntemleri

Web sayfasının içerisinde yapılan tüm SEO çalışmaları, sayfa içi çalışmalardır. Sayfa içi çalışmalar içerik kalitesi ve erişilebilirlik konularına odaklanmaktadır. Bir içeriğin kaliteli ve kullanıcılar tarafından kolay erişilebilir olması arama motorları için önemlidir. Arama motorları sonuç sıralaması yaparken bu kriterleri dikkate almaktadır. Bu bağlamda sayfa içi SEO çalışması yapılırken sayfanın açılış hızı, içeriğin okunabilir olması ve mobil uyumluluk gibi kriterler ön plana çıkmaktadır. Bu kriterlerin kontrolü için web sayfası üzerinde detaylı incelemeler yapılmalıdır. Bu incelemeler yüzeysel olarak SEO uzmanları tarafından yapılabilir. Detaylı inceleme yapmak için ise bazı araçlar mevcuttur. Bu araçlardan en yaygın kullanılanı Google tarafından geliştirilmiş olan Lighthouse aracıdır (Ghulam, vd., 2017, ss. 3078).

Lighthouse, Chromium tabanlı çalışan bir web sayfası analiz aracıdır. Bu araç web sayfalarının sayfa içi SEO denetimlerini yaparak 0-100 arasında sayfa içi SEO puanı hesaplamaktadır. Hesaplama sonuçları performans, erişilebilirlik, ileri web uygulamaları ve SEO başlıkları altında detaylı rapor halinde alınabilmektedir

(Chrome, 2018) SEO uzmanları ve yazılımcılar bu raporlar doğrultusunda SEO çalışmalarına yön vermektedir. SEO uzmanları Lighthouse raporundaki önemli web verileri (core web vitals) sonuçlarına özellikle dikkat etmektedir (Lyons, 2022).

Önemli web verileri, web sayfalarının hızını ve kullanılabilirliğini ölçmek için geliştirilmiş bir ölçektir. Google Lighthouse tarafından geliştirilen bu ölçek LCP, CLS ve FID isimli üç farklı puan türünden oluşmaktadır. LCP puan türü web sayfalarındaki en büyük öğenin yüklenme süresini hesaplamaktadır. En büyük öğe yüklenmeden kullanıcıların o sayfada sağlıklı gezinmesi mümkün olmadığı için LCP değeri önemli web verisi olarak değerlendirilmektedir. İdeal LCP değerinin 2,5 saniyenin altında olması gerekmektedir. Bu değer 4 saniye üzerinde olması zayıf olarak kabul edilmektedir. LCP değeri, önemli web verilerinde %25’lik bir paya sahiptir (Walton, 2019).

Önemli web verilerin ikincisi FID değeridir. FID değeri ilk giriş gecikmesi olarak adlandırılmaktadır. Bu değer kullanıcının sayfa ile etkileşime geçmesi için beklemesi gereken süreyi ifade etmektedir. Örneğin bir butona tıkladığında sayfanın verdiği tepki süresi FID değerini belirlemektedir. İdeal FID değerinin 100 ms altında olması gerekmektedir. 100 ile 200 ms arasındaki değerler geliştirilmelidir. 300 ms üzerindeki FID değerleri ise zayıf olarak kabul edilmektedir. Önemli web verilerinin son değeri ise CLS’dir. Bu değer web sayfalarının yüklenme sırasında meydana gelen sayfa öğelerinin (DOM) kaymalarını ölçmektedir. DOM kaymaları kullanıcıların yanlış öğeye tıklamasına sebep olabilmektedir. Google 0,1’in altındaki CLS değerini iyi olarak değerlendirmektedir. 0,1 ile 0,25 arasındaki değerler geliştirilmelidir. 0,25 üzerindeki CLS değerleri ise zayıf olarak nitelendirilmektedir (Walton & Mihajlija, 2019).

Sayfa içi SEO çalışmalarında dikkat edilmesi gereken en önemli hususlardan birisi içeriktir. Tüm SEO çalışmaları içeriğin ön plana çıkarılması için yapılmaktadır. Kullanıcıların içeriğe ulaşması ne kadar kolay olursa, arama motorları da web sayfasına aynı oranda önem vermektedir. İçeriğin, arama motorlarına ve kullanıcılara doğru sunulması için yapılacak çalışmalara “içerik SEO” çalışmaları denmektedir. İçerik SEO çalışmaları, sayfa içi SEO çalışmaları başlığı altında değerlendirilmektedir (Kelsey, 2017).

Arama motorlarının içerikleri kolay tarayabilmesi için bazı çalışmalar yapılmalıdır. Bu kapsamda site haritaları oluşturma ve yapısal veri işaretlemesi önem arz etmektedir. Site haritaları, bir web sitesindeki içerikleri arama motoru örümceklerine sunan bir dosyadır. Bu dosya genellikle XML uzantılı olarak sitemap ismi ile sunucuda tutulmaktadır. Bu dosyayı görüntüleyen arama motoru yazılımları (örümcekler), dizine eklenilmesi istenen tüm sayfalara kolayca erişebilirler. Arama motorları için yapılan diğer çalışma ise yapısal veri işaretlemesidir. Bu yöntem web sayfası içeriklerinin arama motorları tarafından daha kolay anlaşılmasını sağlayan işaretleme biçimidir. Bu işaretleme sayesinde arama motoru örümceklerine sayfa içerikleri hakkında detaylı bilgiler verilmektedir.

Sayfa dışı SEO yöntemleri

Sayfa dışı SEO yöntemleri, bir web sayfasının görünürlüğünü artırmak için yaptığı backlink (geri bağlantı) çalışmalarıdır. Bu bağlantı çalışmaları, web sayfalarının arama motorları nezdinde daha itibarlı görünmesini sağlayabilmektedir. İtibarlı web sayfaları, arama motoru sonuç sıralamalarında rakiplerine göre ön planda olmaktadır. Tıpkı sayfa içi SEO yöntemleri gibi, sayfa dışı SEO yöntemleri de arama motorları tarafından bir sıralama faktörü olarak değerlendirilmektedir (Patil & Patil, 2018).

SEO bakımından geri bağlantıların, nofollow ve dofollow olmak üzere iki türü mevcuttur. Nofollow geri bağlantılar, bağlantı veren sitenin, bağlantı verdiği siteye referans olmadığını belirtmektedir. Bu bağlantı türleri arama motoru örümcekleri tarafından daha az dikkate alınmaktadır. Diğer bağlantı türü ise dofollow geri bağlantılardır. Dofollow türündeki geri bağlantılar, kaynak sitenin bağlantıdaki siteye referans olduğunu göstermektedir. Bu tip geri bağlantılar arama motoru örümcekleri tarafından takip edilmektedir ve SEO için daha önemlidir.

Dış kaynaklardan alınan geri bağlantıların niteliği, arama motorları tarafından önemsenmektedir. Çok sayıda itibarsız sayfalardan alınan bağlantılar yerine daha az sayıda ancak itibarı yüksek sayfalardan alınmış bağlantılar SEO çalışmaları için daha faydalı olmaktadır. Bunun yanı sıra bağlantının yakın tarihte alınmış ve hala çalışıyor olması da güncellik açısından önemlidir. Güncel bağlantılar, ilgili içeriğin de güncel olduğu izlenimini uyandırmaktadır. Güncel içerikler, arama motorları tarafından daha ön plana çıkarılmaktadır. Bağlantı konusunda dikkat edilmesi gereken son unsur ise bağlantı kaynağı web sayfasındaki diğer bağlantıların sayısıdır. Bir web sayfası orantısız biçimde dışarıya aktif (dofollow) bağlantı veriyorsa arama motoru örümcekleri bu bağlantıların hepsini değerlendirmeyebilir. Bu sebeple bağlantı kaynağındaki toplam dış bağlantı sayısı da sayfa dışı SEO için önemli bir değerdir.

Sayfa dışı SEO çalışmalarında sosyal medya kullanımı da önemli bir faktördür. Sosyal medya platformları, mevcut kullanıcı kapasitesi ve bağlantı fırsatı bakımından önemli bir SEO çalışma alanıdır. İşletmeler popüler sosyal medya platformları üzerinden yaptığı düzenli paylaşımlar ile web sayfalarına ziyaretçi akışı sağlamaktadır. Ziyaretçi sayısı web sitesinin arama motoru otoritesine katkı sağladığı bilinmektedir (Yüksel & Tolon 2019, ss. 241). Ayrıca sosyal medya hesaplarında paylaşılan bağlantılar da sayfa dışı SEO çalışmaları kapsamında geri bağlantı olarak değerlendirilmektedir.

Google arama motorunun Haberler ve İşletme Profili adında iki adet servisi bulunmaktadır. Google Haberler, haber ve blog sitelerinden elde ettiği günlük makaleleri kullanıcılarına sunan bir servistir. Bu servis web sitesi ve mobil cihazlarda kullanılabilir. Özellikle Android cihazlar ile ön yüklü olarak gelmesi kullanıcı sayısını artırmaktadır. Google Haberler, Android cihaz kullanan kişilere ilgi alanlarına göre haberleri günlük bildirim şeklinde göndermektedir.

İşletme Profili servisi ise yerel işletmelerin kaydolduğu Google servisidir. Bu servise kaydolun işletmeler otomatik olarak Google Haritalar servisinde de görünmektedir. Sayfa dışı SEO çalışmaları için Google servislerini aktif kullanmak, arama motoru sıralamalarında görünürlüğü artırmaktadır.

E-Ticaret Sitelerinin Arama Motoru Optimizasyon Yöntemleri ile Arama Motorlarındaki Sıralamaları Arasındaki İlişkinin Ürün Grupları Açısından İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma

SEO çalışmaları, sayfa içi ve sayfa dışı çalışmalar olarak ikiye ayrılmaktadır. İki çalışmanın da kurallara uygun yapılması, bir web sayfasının arama motoru sonuçlarında daha üst sıralarda listelenmesini sağlamaktadır. Ancak hangi çalışmanın sıralama sonuçlarında daha etkin olduğu bilinmemektedir. Bu bilinmezlik SEO çalışmaları için harcanan bütçenin yönetilmesini zorlaştırmaktadır. Doğru yönetilemeyen bütçeler SEO çalışmalarının verimini düşürebilmektedir. Bu çalışmada sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerinin sıralamaya etki oranları araştırılmıştır.

YÖNTEM

Araştırma kapsamında Google arama motoru üzerinde 2022 yılında en çok aranan arama terimleri elde edilmiştir. Bu arama terimleri içerisinde 32 adet alışverişle alakalı olanlar örneklem kapsamında araştırmaya dahil edilmiştir. Arama terimleri Google arama motoru üzerinde aratılmış ve ilk sayfa sonuçlarındaki web sayfaları listelenmiştir. Bu web sayfaları için LH, PA ve DA türünde SEO puanları hesaplanmıştır. Hesaplanan SEO puanları ile sonuç sıralamaları arasındaki korelasyon incelenmiştir. Korelasyon analizi yaparken verilerin çarpıklık değerinin -1 ile +1 arasında olduğu tespit edilmiş ve bu sebeple verilerin normal dağıldığı kabul edilmiştir (Hair vd., 2018). Verilerin normal dağıldığı ve $n > 30$ koşulu sağlandığı durumlarda Pearson korelasyon katsayısı kullanılabilir (Kum, 2014). Bu bağlamda her arama teriminin arama motoru sonucu ile SEO puanları arasındaki ilişki, Pearson korelasyon katsayısı ile hesaplanmıştır. Bu hesaplama 3 farklı SEO puan türü için ayrı ayrı yapılmıştır.

SEO puan türlerinin arama motoru sonuç sıralamalarındaki etki düzeylerini ölçmek için ise ortalama sıralama puanları üzerinden bir hesaplama yapılmıştır. Bu kapsamda tüm sonuç sıralarının SEO puan ortalamaları hesaplanmış ve Tablo 2’de verilmiştir. LH, PA ve DA puan türleri için ayrı ayrı sıralama ortalaması ile oluşturulan bu tablo üzerinde ayrıca bir Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analiz, Google sonuç sıralamaları ile her bir SEO puan türü arasındaki ilişkinin yönünü ve kuvvetini belirtmiştir. Bu sayede SEO puan türleri arasında kıyaslama yapmaya imkân sağlamaktadır.

Araştırmada kullanılan 32 adet arama terimi kendi arasında giyim, ayakkabı, elektronik, takı/aksesuar ve diğer olarak beş gruba ayrılmıştır. Her bir gruptaki arama terimleri kendi arasında analiz edilmiştir. Bu sayede sıralama ve SEO puanları

arasındaki ilişki daha detaylı incelenmiştir. Tüm arama terimleri ile kategoriler arasındaki sıralama farklılıkları ortaya konmuştur.

Araştırmanın Konusu, Amacı ve Kapsamı

Çevrimiçi alışveriş yapan kullanıcıların ilk başvurduğu yerlerden birisi arama motorları olmaktadır. Arama motorları sayesinde birden çok e-ticaret sitesindeki mal ve hizmetlere tek bir noktadan ulaşmak mümkün olmaktadır. Bu bağlamda e-ticaret siteleri için arama motoru sonuçlarında üst sıralarda listelenmek oldukça önemlidir. Arama motorlarında görünür olmak, potansiyel müşterilere ulaşmak için en düşük maliyetli yöntemdir (Malaga, 2008). Kullanıcıların ilk sayfalardaki sonuçlara tıklama oranı %71 ölçülürken, diğer sayfalardaki sonuçlara tıklama oranları %5'in altına düşmektedir (Schwartz, 2014).

Literatürdeki araştırmalara bakıldığında dijital pazarlama harcamalarının dünya genelinde artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Dijital pazarlama harcamalarının artışı doğal olarak SEO harcamalarını da artırmaktadır. Bu harcamaların sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerine göre oransal olarak doğru dağıtılması, çalışmaların başarı oranını artırmaktadır. Ancak sayfa içi ve sayfa dışı SEO kriterlerinin arama motoru sonuçlarındaki etkisi tam olarak bilinmediği için böyle bir dağıtım mümkün olmamaktadır. Bu çalışmada sayfa içi ve sayfa dışı SEO kriterlerinin arama motoru sonuçlarındaki etki oranlarının ortaya çıkarılması amaçlanmıştır.

Dijital pazarlama ve SEO ile ilgili yapılan birçok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalar detaylı incelendiğinde SEO yöntemlerinin sıralamaya etkileri görülmektedir. Yine bu çalışmalarda güncelliğini yitirmiş kriterlere de ulaşılabilmektedir. Ancak sayfa içi ve sayfa dışı yöntemleri beraber analiz eden ve etki oranlarını ortaya çıkaran araştırma sayısı oldukça kısıtlıdır. Bu çalışmada Google arama motorunun e-ticaret siteleri için sıralama faktörleri, sayfa içi ve sayfa dışı SEO bağlamında analiz edilmiştir. Örnekleme ülke olarak sadece Türkiye ve dil olarak da sadece Türkçe seçilmesi araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır.

Veri Toplama Aracı ve Analiz Yöntemi

Araştırma için Google arama motoru üzerinde alışverişle alakalı popüler arama terimleri seçilmiştir. Popüler arama terimlerine ulaşmak için Google'ın Trends servisi kullanılmıştır. Bu servis Google'da yapılan popüler aramaları dil, bölge ve konu filtrelemesi yaparak listelemektedir. Google Trends servisinin sağlamış olduğu popüler arama terimleri için Türkiye'de ve Türkçe dilde yapılan arama terimleri seçilmiştir. Bunun sonucunda 43 adet arama terimi elde edilmiştir ancak 11 adet arama teriminin alışverişle alakalı olmadığı belirlenmiş ve örneklemeden çıkarılmıştır. Alışverişle alakalı 32 arama terimi ile analizler yapılmıştır.

Elde edilen her arama terimi için Google üzerindeki birinci sayfa sonuçları alınmıştır. Sonuçlar içerisindeki reklam olanlar ve e-ticaret sitesi olmayanlar elenmiştir. Elenen her sonuç kadar ikinci sayfadan yeni sonuçlar eklenmiştir.

Toplamda 32 arama terimi için 320 web sayfası araştırma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu sayfaların her biri için LH, DA ve PA puanları hesaplanmıştır. LH puanları hesaplanırken Lighthouse Batch isimli script yazılımı kullanılmıştır. Bu yazılım sayesinde bir arama terimine ait ilk sayfa sonuçlarının LH puanları tek seferde hesaplanmıştır (Stead, 2022). Ardından Moz firmasının PA ve DA puanları hesaplanmıştır. Moz'un toplu şekilde puan listeleme özelliği olmaması sebebiyle üçüncü parti smallseotools.com web sitesi üzerinden PA ve DA puanları elde edilmiştir. İlgili site kendisi hesaplama yapmayıp, Moz sisteminden puanları toplu olarak getiren bir araçtır (Small Seo Tools, 2019).

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçlarından yola çıkılarak dört adet hipotez belirlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre aşağıdaki dört adet hipotez test edilecektir:

H1: Arama motoru sonuç sıralamalarında sayfa içi SEO yöntemlerinin etkisi, sayfa dışı yöntemlere göre daha fazladır.

H2: Moz firmasının PA ve DA puanları arasında yüksek düzeyde ilişki vardır.

H3: LH, PA ve DA puanları arasında yüksek düzeyde ilişki vardır.

H4: Arama motoru sonuç sıralama faktörleri, e-ticaret kategorilerine göre farklıdır.

BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde bulgular ve analizlere yer verilmiştir. Bu bağlamda Pearson korelasyon analizinin sonuçları, veri dağılım grafikleri ve betimsel istatistikler paylaşılmıştır. Bunun yanı sıra araştırmada örneklem olarak kullanılan arama terimlerinin e-ticaret kategorileri özelinde analizleri de mevcuttur. Araştırmanın betimsel istatistikleri Tablo 1'de belirtilmiştir.

Tüm verilere bakıldığında en yüksek standart sapma değerinin 5,37 ile DA puan türünde olduğu görülmektedir. Ayrıca giyim, elektronik, takı ve diğer kategorilerinde de DA puan türünün standart sapması LH ve PA puanlara göre daha fazla olduğu gözlenmiştir. PA puanı ayakkabı kategorisinde en yüksek standart sapma değerine sahipken LH puan türü hiçbir kategoride en yüksek değerine sahip değildir. Kategoriler bazında bakıldığında en düşük standart sapma giyim kategorisinde, en yüksek ise elektronik kategorisi olmuştur.

Ortalama puanlara bakıldığında LH puan türünün en yüksek ortalama puanı 65,41 ile ayakkabı kategorisinde olurken, en düşük ortalama puanı ise 62,47 ile giyim kategorisinde olmuştur. PA puan türünün en yüksek ortalama puanı 37,46 ile elektronik kategorisinde, en düşük ortalama puanı ise 33,54 ile takı/aksesuar kategorisinde olmuştur. DA puan türünde en yüksek ortalama puana sahip kategori 62,55 ayakkabı, en düşük ise 36,70 takı/aksesuar kategorisi olmuştur.

Tablo 1: SEO Puanlarının Betimsel İstatistikleri

	Betimsel İstatistik Türü	Sayfa İçi (LH) SEO Puanı	Sayfa Dışı (PA) SEO Puanı	Domain (DA) SEO Puanı	Otorite
Tüm veriler	Ortalama	64,98	35,02	46,36	
	Standart Sapma	2,21	3,34	5,37	
Ayakkabı	Ortalama	65,41	35,52	62,55	
	Standart Sapma	2,90	4,09	3,55	
Giyim	Ortalama	62,47	34,26	46,34	
	Standart Sapma	2,06	2,82	3,70	
Elektronik	Ortalama	64,80	37,46	56,40	
	Standart Sapma	4,12	4,60	9,03	
Taki/aksesuar	Ortalama	65,24	33,54	36,70	
	Standart Sapma	2,99	4,67	6,06	
Diğer	Ortalama	65,37	34,72	41,65	
	Standart Sapma	4,02	4,57	8,84	

Araştırma örneklemine dahil edilen 32 arama teriminin tüm sıralamalara ait SEO puanlarının ortalaması alınmıştır. Bu sayede her bir sıra için ortalama SEO puanı elde edilmiştir. Ardından ortalama SEO puanları üzerinde Pearson korelasyon analizi yapılmıştır ve sonuçları Tablo 2’de belirtilmiştir.

Ortalama SEO puanları ile sıralama sonuçları arasındaki Pearson korelasyon katsayısına bakıldığında; LH puanı ile arama motoru sonuç sırası arasında -0,90, PA puanı ile arama motoru sonuç sırası arasında -0,87 ve DA puanı ile arama motoru sonuç sırası arasında -0,78 katsayısı ile negatif yönlü ve yüksek düzeyde ilişki tespit edilmiştir. Arama motoru sonuçlarında ilk sıra daha kıymetli olduğu için korelasyon ilişkisi pozitif olarak yorumlanmalıdır. SEO puan türlerinin Pearson korelasyon sonuçlarına göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 2: Arama Sonuç Sıra Numaraları ile LH, PA ve DA Ortalama Puanları

Sıra Numarası	LH Ort.	PA Ort.	DA Ort.
1	69,12	41,40	57,00
2	66,50	39,65	54,96
3	67,87	36,40	46,43
4	64,68	34,12	45,28
5	64,53	35,84	45,78
6	64,53	33,62	41,06
7	63,31	31,31	41,84
8	64,31	33,46	45,06
9	62,34	31,56	42,65
10	62,59	32,81	43,59

Pearson Korelasyon Katsayısı	-0,90	-0,87	-0,78
------------------------------	-------	-------	-------

LH, PA ve DA puan türlerinin kendi aralarındaki Pearson korelasyon analiz sonuçları **Error! Reference source not found.**'te verilmiş ve p değerinin 0,01 seviyesinde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu analiz yapılırken **Error! Reference source not found.**'deki ortalama sonuçlar kullanılmıştır. Analiz sonuçlarına göre LH puan türünün sırasıyla PA ve DA puan türü ile Pearson korelasyon katsayısı 0,89 ve 0,79 olarak hesaplanmıştır. PA ve DA puan türlerinin kendi aralarındaki Pearson korelasyon katsayısı ise 0,94 olduğu görülmektedir. Moz firmasının puanlama sistemi olan PA ve DA puan türü arasındaki korelasyon ilişkisinin yüksek seviyeli olması sebebiyle H2 hipotezi kabul edilmiştir. **Error! Reference source not found.**'te tüm SEO puanlarının birbiri ile ilişkisinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir. Buna göre H3 hipotezi de kabul edilmiştir.

Tablo 3: SEO Puan Türleri Korelasyon Analiz Sonuç Tablosu

		LH	PA	DA
LH	Pearson Correlation	1	,89**	,79**
	Sig. (2-tailed)		,00	,00
	N	320	320	320
PA	Pearson Correlation	,89**	1	,94**
	Sig. (2-tailed)	,00		,00
	N	320	320	320
DA	Pearson Correlation	,79**	,94**	1
	Sig. (2-tailed)	,00	,00	
	N	320	320	320

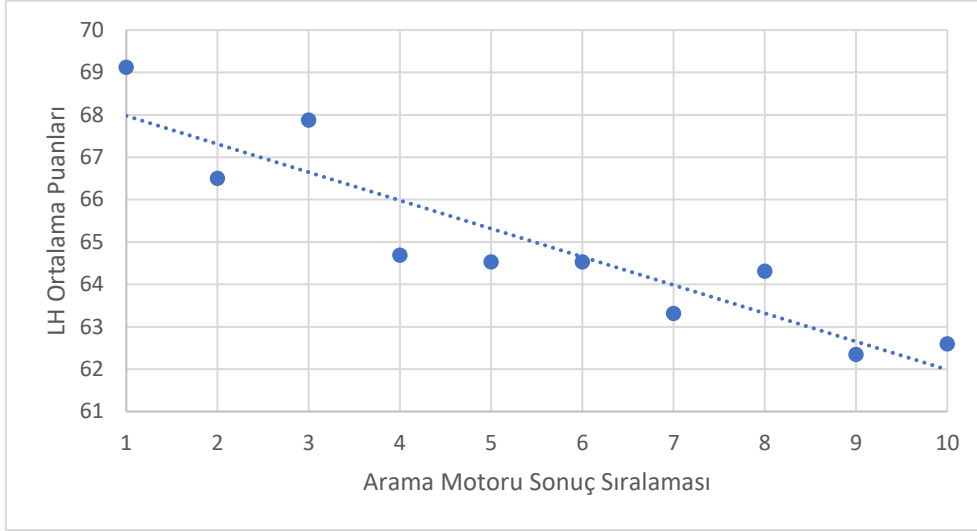
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sayfa İçi SEO Puanları

LH sayfa içi SEO puanlarının ilk sayfa sonuçlarının ortalama puan grafiği **Error! Reference source not found.**'de verilmiştir. Grafik Microsoft Office Excel programında hazırlanmıştır ve verilerin eğilim çizgileri grafik üzerinde belirtilmiştir.

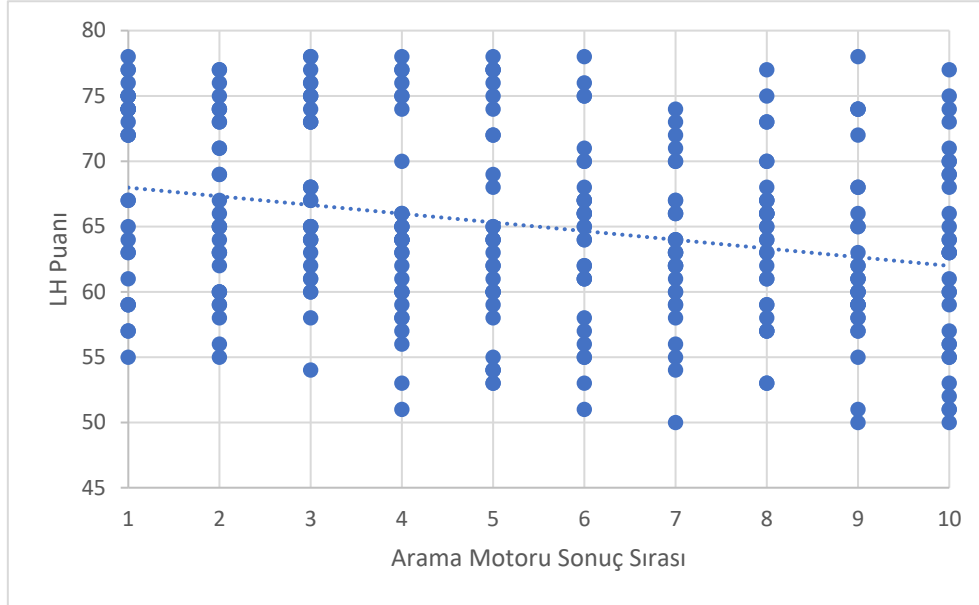
Grafiğe bakıldığında en yüksek LH puan ortalaması 69,12 ile birinci sıra puan ortalaması olmuştur. En düşük LH puan ortalaması 62,34 ile dokuzuncu sıranın puan ortalaması olmuştur. Onuncu sıranın LH puan ortalaması ise 62,59 olarak hesaplanmıştır.

Şekil 1: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile LH Ortalama Puanları Dağılımı



LH sayfa içi SEO puanlarının veri dağılım grafiği ve eğilimi **Error! Reference source not found.**'de verilmiştir. Bu grafik 320 adet LH puanının sıralamaya göre dağılımını göstermektedir.

Şekil 2: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile LH Puanları Korelasyon Veri Dağılımı



LH sayfa içi SEO puanları ile sıralama arasındaki Pearson korelasyon analizi IBM SPSS 20 programında yapılmış ve sonuçlar **Error! Reference source not found.**'te verilmiştir. Analiz sonucunda p değeri 0,01 seviyesinde anlamlılık değerine sahiptir. LH puanı ile arama motoru sonuç sıralaması arasındaki Pearson korelasyon katsayısı -0,90 olarak hesaplanmıştır. Bu değer LH sayfa içi puan ile arama motoru sonuçları arasında negatif yönlü kuvvetli bir ilişki olduğunu göstermektedir ancak arama motoru sonuçlarında ilk sıra (birinci sıra) daha değerli olduğu için ilişki yönü pozitif olarak yorumlanmalıdır.

Tablo 4: LH ve Sıralama Pearson Korelasyon Analizi Sonuç Tablosu

SIRALAMA	Pearson Correlation	1	-,90**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	320	320
LH_PUAN	Pearson Correlation	-,90**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	320	320

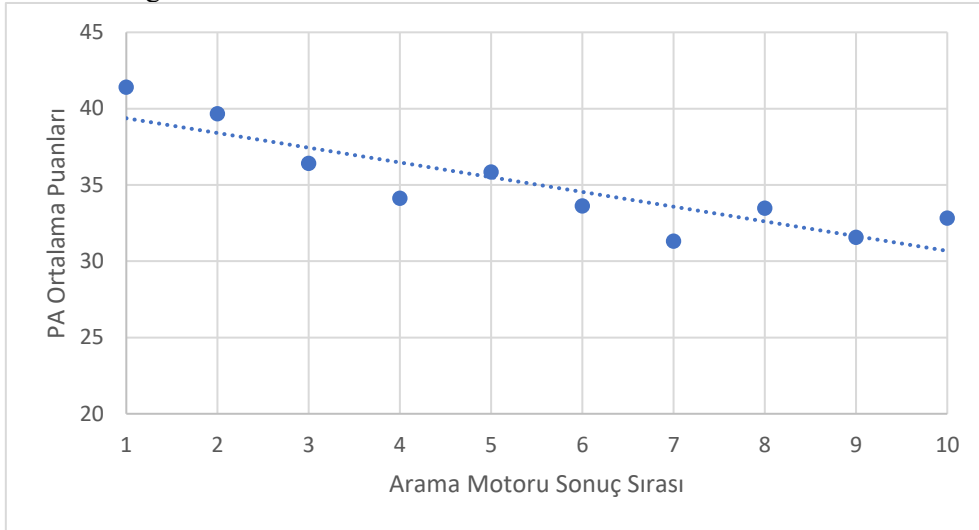
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sayfa Dışı SEO Puanları

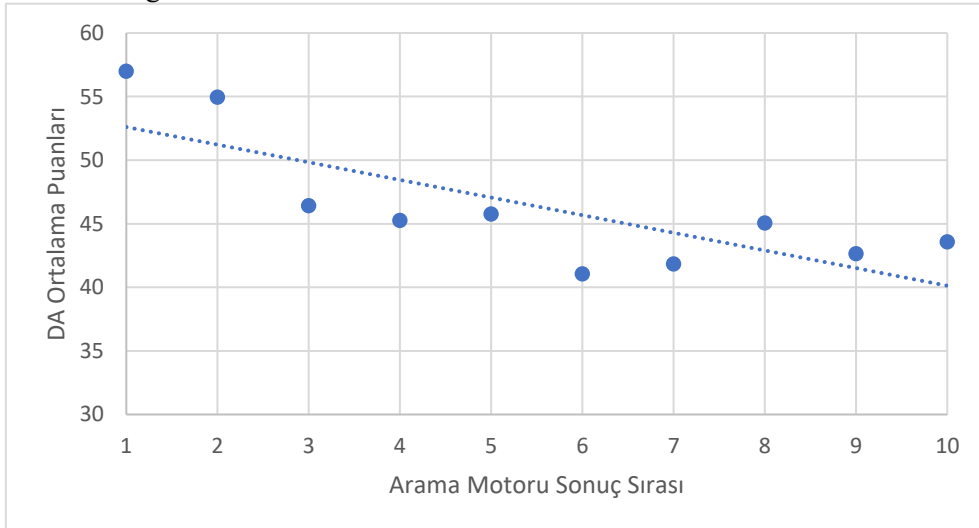
Bu çalışmada sayfa dışı SEO puanı olarak Moz firmasının PA ve DA puanları kullanılmıştır. PA ve DA puanlarının ortalamalarının grafiği **Error! Reference source not found.**'te ve **Error! Reference source not found.**'te verilmiştir. Grafikler Microsoft Office Excel programında hazırlanmıştır. PA puanlara bakıldığında en yüksek ortalama 41,40 ile birinci sıra, en düşük ortalama ise 31,31 ile yedinci sıra olmuştur. Son sıranın LH puan ortalaması ise 32,81 olmuştur. DA

puanlara bakıldığında en yüksek ortalama 57 ile birinci sıra, en düşük ortalama 41,06 ile altıncı sıranın olmuştur. Son sıranın ortalama puanı ise 43,59 olmuştur.

Şekil 3: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile PA Ortalama Puanları Dağılımı

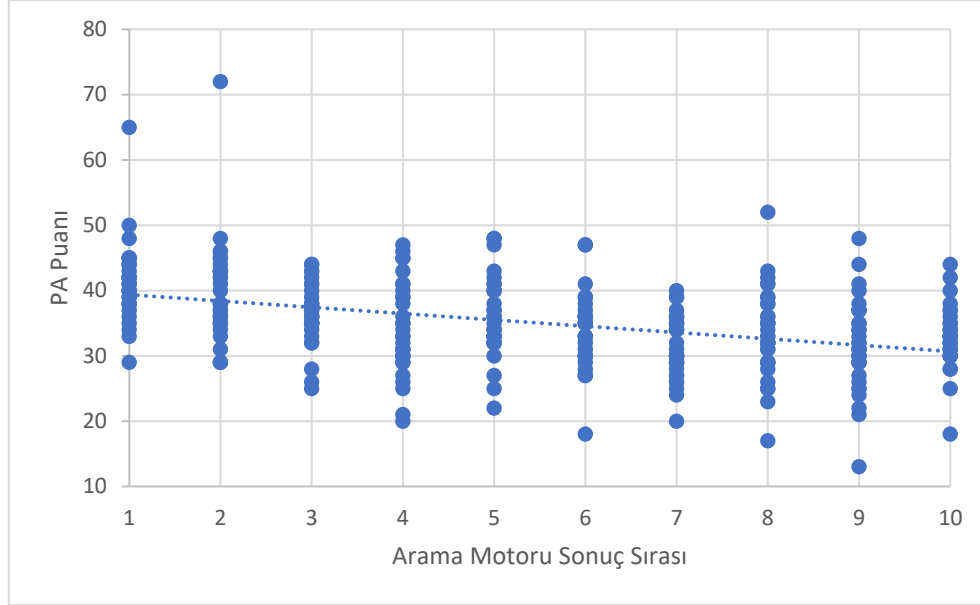


Şekil 4: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile DA Ortalama Puanları Dağılımı

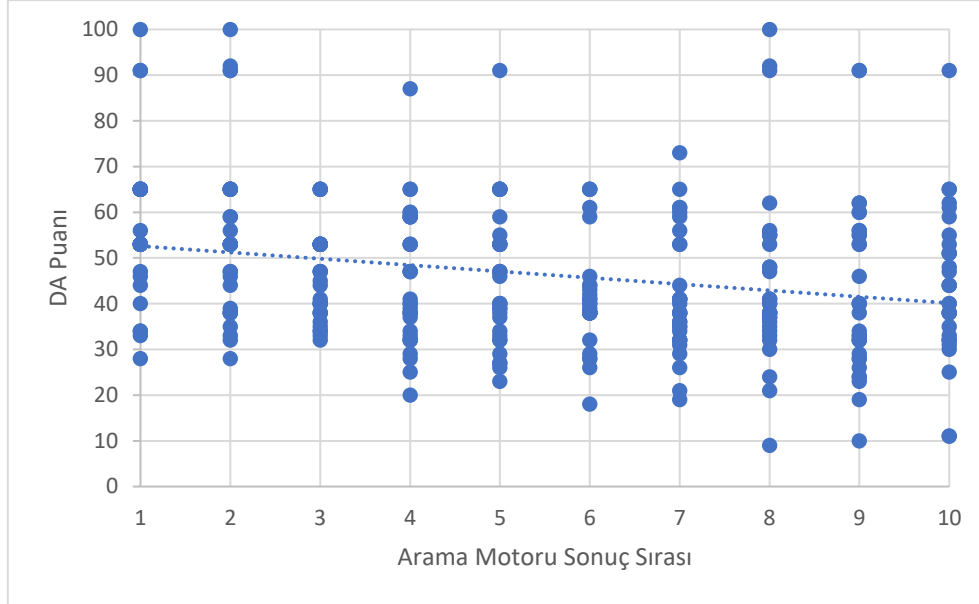


PA ve DA puanların dağılım grafikleri **Error! Reference source not found.**'te ve **Error! Reference source not found.**'da verilmiştir. İki grafikte de kendi puan türünden 320'şer arama terimine ait puanların dağılımı mevcuttur.

Şekil 5: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile PA Puanları Korelasyon Veri Dağılımı



Şekil 6: Arama Terimlerinin Arama Sonuç Sıra Numaraları ile DA Puanları Korelasyon Veri Dağılımı



PA ve DA puan türleri ile arama motoru sonuç sıralaması arasında Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Bu analizler IBM SPSS 20 programında yapılmış, **Error! Reference source not found.**'te ve **Error! Reference source not found.**'da belirtilmiştir. PA analiz sonucuna göre p değeri 0,01 seviyesinde anlamlı olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda arama motoru sonuç sıralaması ile PA puan türü arasındaki korelasyon katsayısı -0,87 bulunmuş, ilişkinin yüksek seviyeli ve negatif yönlü olduğu saptanmıştır. Arama motorlarında üst sıralar (birinci sıra) daha değerli olduğu için ilişki yönü pozitif olarak yorumlanmalıdır.

Tablo 5: Sıralama ve PA Korelasyon Analiz Sonuç Tablosu

SIRALAMA	Pearson Correlation	1	-,87**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	320	320
PA_PUANI	Pearson Correlation	-,87**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	320	320

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DA analiz sonucuna göre p değeri 0,01 seviyesinde anlamlı olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda arama motoru sonuç sıralaması ile DA puan türü arasındaki korelasyon katsayısı -0,78 bulunmuş, ilişkinin yüksek seviyeli ve negatif

yönlü olduğu saptanmıştır. Arama motorlarında üst sıralar (birinci sıra) daha değerli olduğu için ilişki yönü pozitif olarak yorumlanmalıdır.

Tablo 6: Sıralama ve DA Korelasyon Analiz Sonuç Tablosu

SIRALAMA	Pearson Correlation	1	-,78**
	Sig. (2-tailed)		,008
	N	320	320
DA_PUANI	Pearson Correlation	-,78**	1
	Sig. (2-tailed)	,008	
	N	320	320

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Alışveriş Kategorilerinin SEO Puanları

Araştırmada elde edilen 32 adet arama terimi, alakalı olduğu e-ticaret kategorilerine ayrılmıştır. Buna göre 28 arama terimi dört farklı e-ticaret kategorisine ayrılmıştır. Kalan dört arama terimi ise diğer isimli beşinci kategoriye eklenmiştir. **Error! Reference source not found.**'de her kategoriye ait LH, PA ve DA puanları ile arama motoru sonuç sıralamaları arasındaki Pearson korelasyon katsayısı paylaşılmıştır. Buna göre LH puan türünün PA ve DA puan türüne göre daha etkin olduğu kategori -0,92 ile ayakkabı olmuştur. PA puan türünün sıralamada daha etkin olduğu kategoriler -0,88 ile giyim ve -0,63 ile elektronik olmuştur. DA puan türünün sıralamada daha etkin olduğu kategori -0,82 ile takı/aksesuar ve -0,86 ile diğer kategorisi olmuştur.

Tablo 7: Kategorilere Göre SEO Puanları ile Sıralama Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Kategori ve Arama Terimi Sayısı	LH	PA	DA
Ayakkabı (8)	-0,92	-0,68	-0,83
Giyim (10)	-0,61	-0,88	-0,82
Elektronik (5)	-0,62	-0,63	-0,17
Takı/Aksesuar (5)	-0,55	-0,76	-0,82
Diğer (4)	-0,56	-0,75	-0,86

Ayakkabı kategorisinde sekiz adet arama terimi mevcuttur. Bu arama terimleri ile SEO puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayıları **Error! Reference source not found.**'de verilmiştir. Tabloya göre LH puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,85 ile “erkek ayakkabı”, en düşük ise -0,08 ile “harley davidson bot” arama terimlerinde olmuştur. PA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,80 ile “erkek ayakkabı”, en düşük ise -0,14 ile “nike ayakkabı” arama terimlerinde hesaplanmıştır. DA puan türünde ise en yüksek korelasyon katsayısı -0,89 ile “nike ayakkabı”, en düşük ise -0,09 ile “nike air” arama terimlerinde görülmektedir. Ayakkabı kategorisinde sıralama ile negatif yönlü ilişkiye sahip olan

tek SEO puanı, “harley davidson bot” arama terimi ile DA puan türü arasında olmuştur.

Ayakkabı kategorisindeki “nike ayakkabı”, “nike air” ve “harley davidson bot” arama terimleri marka isminden oluşmakta olup birden çok kelime içermektedir. Bunun yanında “ayakkabı” ve “krampon” arama terimleri tek kelimedenden oluşmaktadır ve arama motoru sıralama sonuçlarında sayfa dışı puan türlerinin (PA ve DA) korelasyon katsayısı LH’ye göre daha yüksektir.

Tablo 8: Ayakkabı Kategorisi SEO Puanları ve Sıralamaları Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Ayakkabı Kategorisi Arama Terimleri	LH	PA	DA
ayakkabı	-0,38	-0,52	-0,41
erkek ayakkabı	-0,85	-0,80	-0,86
nike ayakkabı	-0,13	-0,14	-0,89
spor ayakkabı erkek	-0,79	-0,45	-0,80
krampon	-0,01	-0,33	-0,36
nike air	-0,17	-0,41	-0,09
harley davidson bot	-0,08	-0,51	0,01
erkek spor ayakkabı	-0,73	-0,50	-0,44

Giyim kategorisinde on adet arama terimi mevcuttur. Bu arama terimleri ile SEO puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayıları **Error! Reference source not found.**’da verilmiştir. Tabloya göre LH puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,62 ile “sweatshirt”, en düşük ise 0,33 ile “elbise” arama terimlerinde olmuştur. PA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,84 ile “mavi”, en düşük ise -0,14 ile “elbise” arama terimlerinde hesaplanmıştır. DA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,56 ile “elbise” ve “koton”, en düşük ise 0,15 ile “tişört” arama terimlerinde görülmektedir. Giyim kategorisinde sıralama ile negatif yönlü ilişkiye sahip olan LH puan türünde altı ve DA puan türünde iki arama terimi tespit edilmiştir. PA puan türünde sıralama ile negatif ilişkisi olan arama terimi tespit edilmemiştir.

Giyim kategorisindeki arama terimlerinden “mavi” ve “mavi sweatshirt” arama terimleri marka ismi barındırmakta olup diğer sekiz arama terimi tamamen ürün isimlerinden oluşmaktadır. Sekiz adet arama terimi tek kelimedenden oluşurken “erkek kaban” ve “mavi sweatshirt” arama terimleri iki kelimedenden oluşmaktadır.

Tablo 9: Giyim Kategorisi SEO Puanları ve Sıralamaları Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Giyim Kategorisi Arama Terimleri	LH	PA	DA
elbise	0,33	-0,14	-0,56
abiye	0,20	-0,29	0,05
koton	0,20	-0,80	-0,56

erkek kaban	-0,60	-0,70	-0,29
tişört	0,03	-0,26	0,15
gömlük	-0,58	-0,51	-0,19
sweatshirt	-0,62	-0,48	-0,49
mavi sweatshirt	0,22	-0,15	-0,09
mavi	0,03	-0,84	-0,54
ceket	-0,02	-0,17	-0,51

Elektronik kategorisinde beş adet arama terimi mevcuttur. Bu arama terimleri ile SEO puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayıları **Error! Reference source not found.**'da verilmiştir. Tabloya göre LH puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,67 ile “iphone 13 pro max”, en düşük ise 0,09 ile “iphone” arama terimlerinde olmuştur. PA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,61 ile “iphone 12 mini”, en düşük ise 0 (sıfır) ile “iphone” arama terimlerinde hesaplanmıştır. DA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,33 ile “iphone 13 pro max”, en düşük ise 0,14 ile “iphone” arama terimlerinde görülmektedir. Elektronik kategorisinde sıralama ile negatif yönlü ilişkiye sahip olan DA puan türünde iki arama terimi tespit edilmiştir. PA puan türündeki “iphone” arama terimi ile sıralama ilişkisi nötr (ilişki yok) olarak tespit edilmiştir.

Elektronik kategorisindeki arama terimlerinin tamamı marka ve model isimlerinden oluşmaktadır. Sadece marka adından oluşan “iphone” ve “oppo” arama terimlerinin arama motoru sonuç sıralamaları ile ilişkisinde LH puan türünün korelasyon katsayısının PA ve DA’dan yüksek olduğu ve sırasıyla -0,09 ve -0,22 korelasyon katsayısına sahip olduğu hesaplanmıştır.

Tablo 10: Elektronik Kategorisi SEO Puanları ve Sıralamaları Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Elektronik Kategorisi Arama Terimleri	LH	PA	DA
iphone	-0,09	0	0,14
oppo	-0,22	-0,18	0,08
iphone 13 pro max	-0,67	-0,54	-0,33
iphone 12 mini	-0,42	-0,61	-0,32
oppo reno 5 lite	-0,26	-0,25	-0,02

Aksesuar/takı kategorisinde beş adet arama terimi mevcuttur. Bu arama terimleri ile SEO puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayıları **Error! Reference source not found.**'de verilmiştir. Tabloya göre LH puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,38 ile “yüzük”, en düşük ise -0,01 ile “kolye” arama terimlerinde olmuştur. PA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,78 ile “saat”, en düşük ise -0,29 ile “yüzük” arama terimlerinde hesaplanmıştır. DA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,70 ile “yüzük”, en düşük ise -0,22 ile “saat” arama terimlerinde görülmektedir. Aksesuar/takı kategorisindeki tüm arama

terimlerinin sıralama ile ilişkisinin pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüm arama terimleri tek kelimededen oluşmaktadır ve marka ismi barındırmamaktadır.

Tablo 11: Aksesuar/Takı Kategorisi SEO Puanları ve Sıralamaları Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Aksesuar/Takı Kategorisi Arama Terimleri	LH	PA	DA
saat	-0,24	-0,78	-0,22
kolye	-0,01	-0,34	-0,23
çanta	-0,34	-0,64	-0,53
bileklik	-0,20	-0,34	-0,34
yüzük	-0,38	-0,29	-0,70

Diğer kategorisinde dört adet arama terimi mevcuttur. Bu arama terimleri ile SEO puanları arasındaki Pearson korelasyon katsayıları **Error! Reference source not found.**'de verilmiştir. Tabloya göre LH puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,61 ile “bisiklet”, en düşük ise -0,05 ile “nike” arama terimlerinde olmuştur. PA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,59 ile “bisiklet”, en düşük ise -0,37 ile “oyuncak” arama terimlerinde hesaplanmıştır. DA puan türünde en yüksek korelasyon katsayısı -0,88 ile “bisiklet”, en düşük ise -0,27 ile “oyuncak” arama terimlerinde görülmektedir. Diğer kategorisindeki tüm arama terimlerinin sıralama ile ilişkisinin pozitif yönlü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca tüm arama terimleri tek kelimededen oluşmaktadır ve iki tanesi marka ismi barındırmamaktadır.

E-ticaret kategorilerine kategoriler bazında bakıldığında SEO puan türleri ile sıralama arasında değişiklikler gözlenmektedir. Bu doğrultuda H4 hipotezi de kabul edilmiştir.

Tablo 12: Diğer Kategorisi SEO Puanları ve Sıralamaları Arasındaki Korelasyon Katsayıları

Diğer Kategorisi Arama Terimleri	LH	PA	DA
puma	-0,53	-0,51	-0,42
oyuncak	-0,16	-0,37	-0,27
bisiklet	-0,61	-0,59	-0,88
nike	-0,05	-0,52	-0,50

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerinin arama motoru sonuç sıralamaları üzerine etkisi araştırılmıştır. Bu doğrultuda LH, PA ve DA olmak üzere üç farklı SEO puan türü ile arama motoru sonuç sıralamaları arasındaki Pearson korelasyonu incelenmiştir. Buna göre LH puan türünün Pearson korelasyon katsayısı -0,90, PA puan türünün -0,87 ve DA puan türünün -0,78 olarak hesaplanmıştır.

Ardından örnekleme bulunan 32 adet arama terimi kategorilerine ayrılmıştır. Arama terimlerinin içeriğine göre giyim, ayakkabı, elektronik, aksesuar/takı ve diğer olmak üzere toplamda beş farklı kategori oluşturulmuştur.

Dijital pazarlama ve SEO hakkında literatür taraması yapıldığında birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. SEO üzerine yapılan çalışmalar genellikle SEO hakkında bir derleme olmaktadır. SEO yöntemleri üzerine yapılmış çalışmalara bakıldığında ise sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemlerini e-ticaret siteleri özelinde analiz eden bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Vuran ve Alpkoçak (2019) araç kiralama siteleri özelinde SEO yöntemlerini analiz etmiştir. Bu doğrultuda beş adet birbirine benzer web sitesi kurulmuştur. Bu web sitelerine farklı SEO teknikleri uygulanmış ve sonuçları gözlenmiştir. Araştırma sonuçları incelendiğinde sayfa içi ve sayfa dışı SEO çalışmaları yoğun uygulanan web sayfaları arama motoru sonuçlarında diğerlerine göre gözle görülür ilerleme katetmiştir. Çalışmada sayfa içi ve sayfa dışı SEO yöntemleri ayrımı net bir şekilde yapılmadığı için bu konuda bir değerlendirme yapılamamaktadır.

SEO faktörleri arama motorları tarafından sürekli güncellenmektedir. Web teknolojilerinin hızla gelişmesi geçmişte sıkça kullanılan bazı faktörleri geçersiz kılmıştır. 2010'lu yıllara kadar web sitelerini bir dizine kaydetmek arama motorlarında sıralama elde etmek için önemlidir. Aynı şekilde Alexa sıralaması ve meta anahtar kelimeleri arama motorları tarafından bir sıralama faktörüydü. Ancak günümüz teknolojileri ile gelişen arama motorları bu faktörleri sıralamada kullanmamaktadır. SEO literatüründe geçmişte yapılmış bazı yayınlar da bu sebeple güncelliğini yitirmeye başlamıştır. Sapaz ve Yorgancıoğlu Tarcan (2018) yaptıkları çalışmada Ankara ilinde bulunan özel hastane web sitelerinin SEO uygunluğunu incelemiştir. Çalışmada 25 özel hastanenin web sitesi 33 farklı SEO kriterine göre incelenmiştir. Analiz sonucuna göre büyük hastanelerin web sitelerinin, diğerlerine göre daha az SEO kriterini karşıladığı görülmüştür. Çalışmanın 2018 yılında yapılmış olması sebebiyle günümüzde geçerli olmayan bazı SEO kriterlerini de içermektedir.

Güncelliğini yitirmiş SEO kriterleri incelendiğinde sayfa dışı SEO çalışmaları ön plana çıkmaktadır. Sayfa dışı SEO çalışmaları geçmişe göre önemini azaltmıştır. Arama motorlarının kapasitesinin çok daha sınırlı olduğu dönemlerde sayfa dışı SEO çalışmaları yaparak arama motorlarında üst sıralarda yer almak mümkündür. Sayfa dışı çalışmalar arasında öne çıkan bir yöntem DMOZ dizin kaydı olmaktadır. Evans (2007) çalışmasında Google arama motorunun sıralama faktörlerini incelemiştir. Bu kapsamda 50 adet web sitesi analiz edilmiştir. Sonuçlara göre sayfa dışı SEO yöntemlerinin etkisinin arama motoru sıralamalarında yüksek olduğu belirtilmiştir. Bunun yanı sıra günümüzde SEO kriteri olmayan DMOZ kaydının sıralamada etkili olduğu belirtilmiştir.

Sümbültepe vd., (2020) sayfa içi SEO yöntemleri ile arama motoru sıralamaları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu kapsamda örneklem olarak alışveriş

kategorisinde en çok aratılan 25 arama terimi seçilmiştir. Seçilen arama terimlerinin arama sonuçları ile Google Lighthouse (LH) puanları arasındaki ilişki incelenmiştir. Sonuçlara göre arama motoru sonuç sıralamaları ile LH arasındaki Pearson korelasyon katsayısı 0,24 hesaplanmıştır. Bu bağlamda LH ile sıralama arasında zayıf ilişki tespit edilmiştir. Çalışmanın yapıldığı tarihten sonra Google ve diğer arama motorları birçok güncelleme yapmışlardır. Bu doğrultuda sayfa içi kriterlerin arama sonuçlarına etkisi giderek artmıştır. Buradan hareketle LH, PA ve DA puanlarını bir arada değerlendiren bu çalışma ortaya çıkmıştır.

Bu çalışma kapsamında e-ticaret web siteleri ile Google arama sonuç sıralamaları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma verileri normal dağıldığı için Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Arama motoru sonuç sıralamaları ile LH, PA ve DA puanları arasındaki ilişki ayrı ayrı incelenmiştir. Tüm arama terimlerine bakıldığında LH puanı ile arama motoru sonuç sıralaması arasındaki korelasyon katsayısı -0,90 ile PA ve DA'ya göre daha yüksektir. PA puanının korelasyon katsayısı -0,87, DA puanının katsayısı ise -0,78 olmuştur. Bu değerler ışığında LH sayfa içi SEO puanının arama motoru sıralamaları ile ilişkisinin, sayfa dışı puanlara göre daha kuvvetli olduğu söylenebilir. Ancak PA katsayısının LH'den sadece 0,03 puan düşük olması, sayfa dışı etkenlerin de sıralamada önemli etkisinin olduğunu ortaya çıkarmıştır. Bir web sitesine ait domain üzerinden sayfa dışı SEO puanını ölçen DA puanı ise LH ve PA'ya göre daha düşüktür. Buna göre SEO çalışmalarında hem sayfa içi hem de sayfa dışı SEO'da sayfa adresi (URL) bazında çalışma yapmanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Arama terimleri e-ticaret kategorilerine ayrılıp tekrar analiz edilmiştir. Bu analiz sonucuna göre e-ticaret kategorilerinde SEO puanlarının etkisi değişmektedir. Ayakkabı kategorisine dahil edilen arama terimlerinde LH puan türü -0,92 ile diğer puanlardan daha yüksek korelasyon katsayısına sahip olmuştur. Giyim ve Elektronik kategorisine dahil edilen arama terimlerinde ise PA puan türü, diğer puan türlerine göre daha yüksek korelasyon katsayısına sahiptir. Bu kategorilerin korelasyon katsayısı sırasıyla -0,88 ve -0,63 olarak hesaplanmıştır. Takı kategorisinde ise DA puan türü -0,82 ile diğer puanlara göre daha yüksek korelasyon katsayısına sahiptir. Diğer kategorisinde DA puan türünün korelasyon katsayısı -0,86 ile diğerlerinden yüksektir. Ancak diğer kategorisi birbiriyle alakasız arama terimleri barındırdığı için kategori bazında anlamlı bir sonuç çıkarmak mümkün değildir.

Çalışma sonucu gösteriyor ki, e-ticaret sitelerinin Google arama motoru sıralamalarında URL bazında SEO çalışmaları yapması daha etkili olmaktadır. Alan adı geçmiş popüler olmayan sitelerin de sayfa bazlı SEO çalışması yaparak rakiplerinin önüne geçtiği görülmektedir. SEO çalışmalarında başarılı olmak için sayfa içi ve sayfa dışı SEO çalışmalarının bir arada kullanılması hala geçerli bir yöntemdir. Ancak sayfa içi SEO yöntemlerin, sayfa dışı yöntemlere göre daha etkili olduğu görülmektedir. SEO çalışması yapanlar, sayfa içi SEO yöntemlerine ve web sayfasının kullanıcılara sunduğu içeriklere daha fazla bütçe ayırmalıdır.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Armstrong, M. (2021). How Many Websites Are There? <https://www.statista.com/chart/19058/number-of-websites-online/>, (Erişim tarihi: 06.08.2021).

Barbera, V. (2012). 8 SEO Stats That Are Hard to Ignore. <https://www.imforza.com/blog/8-seo-stats-that-are-hard-to-ignore/>, (Erişim tarihi: 15.08.2021).

Barry, C., & M. Lardner. (2011). A Study of First Click Behaviour and User Interaction on the Google SERP. Ss. 89-99 içinde *Information Systems Development*. New York, NY: Springer New York.

Chrome, (2018). Lighthouse Overview. <https://developer.chrome.com/docs/lighthouse/overview/>, (Erişim tarihi: 20.11.2022)

Clement, J. (2022). *Worldwide Web Traffic Distribution by Source 2019*. Statista.

Evans, M. (2007). Analysing Google Rankings Through Search Engine Optimization Data. *Internet Research*, 17 (1), 21-37.

Ghulam, A., Depar, M. H. & Rahu, S. (2017). International Journal for Research in Applied Science & Engineering Technology (IJRASET), 5 (30), 76-83.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2018). *Multivariate Data Analysis*. 8. bs. Cengage Learning EMEA.

Hardwick, J. (2022). 7 Confirmed Google Ranking Factors. <https://ahrefs.com/blog/google-ranking-factors/>, Erişim tarihi: 05.11.2022).

Kelsey, T. (2017). Introduction to Search Engine Optimization: A Guide for Absolute Beginners.

Kum, S. (2014). Guideline for Suitable Statistical Test Selection. *Plevra Bulteni*, 8 (2), 26-29. doi: 10.5152/pb.2014.08.

Lyons, K. (2022). On-Page SEO: What It Is and How to Do It. <https://www.semrush.com/blog/on-page-seo/>, (Erişim tarihi: 01.05.2022).

Malaga, R. A. (2008). Worst Practices in Search Engine Optimization. *Communications of the ACM*, 51 (12), 147-50. doi: 1409360.1409388.

Patil, V. M., & Patil, A. V. (2018). SEO: On-Page + off-page analysis. Ss. 1-3 içinde *2018 International Conference on Information , Communication, Engineering and Technology (ICICET)*. C. NaN. Ieee.

Sapaz, B., & Yorgancıoğlu Tarcan, G. (2018). Arama Motoru Optimizasyonu(SEO): Özel Hastane Web Siteleri Üzerine Bir İnceleme. Çorum.

Schwartz, B. (2014). A New Click Through Rate Study For Google Organic Results. <https://martech.org/new-click-rate-study-google-organic-results/>, (Erişim tarihi: 01.10.2022).

Small Seo Tools. (2019). Domain Authority Checker - Moz DA PA Checker of multiple urls. <https://smallseotools.com/domain-authority-checker/>, (Erişim tarihi: 20.11.2022).

Southern, Matt, G. (2022). Google predicts strength of backlinks ranking factor will drop. <https://www.searchenginejournal.com/google-predicts-strength-of-backlinks-ranking-factor-will-drop/470175>, (Erişim tarihi: 21.11.2022).

Stead, M. (2022). Lighthouse-Batch. *Lighthouse Batch Script - Npm*. <https://www.npmjs.com/package/lighthouse-batch>, (Erişim tarihi: 05.11.2022).

Sümbültepe, K., Tolon M. & Yüksel, D. (2020). Arama Motoru Optimizasyonu (SEO) Analiz Skoru ile Sıralama İlişkisi: Google Lighthouse. *Journal of Business Research - Turk*, 12 (2):2113-25.

Uyan, C., Alanyalı, M., Ayan, S.B. & Baş, C. (2010). Arama Motoru Optimizasyonu. Ss. 381-86. Muğla.

Vuran, E. G. & Alpkoçak, A. (2019). Arama Motoru Optimizasyon Yöntemlerinin Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Fen ve Mühendislik Dergisi*, 22 (65), 491-503. doi: 10.21205/deufmd.2020226517.

Walton, P. (2019). Largest Contentful Paint (LCP). <https://web.dev/lcp/>, (Erişim tarihi: 01.10.2021).

Walton, P., & Mihajlija, M. (2019). Cumulative Layout Shift (CLS). <https://web.dev/cls/>, (Erişim tarihi: 01.11.2021).

Yüksel, D., & Tolon, M. (2019). Dijital Pazarlama Stratejisi Olarak Arama Motoru Optimizasyonu(SEO). *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3 (3), 236-43.

Yayın Geliş Tarihi: 16.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1391989>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 58-76
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ÇAĞDAŞ ERDEM ETİĞİ NİÇİN ELIZABETH ANSCOMBE İLE BAŞLAR?

Enes DAĞ*

Öz

Çağdaş erdem etiğine bir başlangıç tayin etme noktasında literatürde iki farklı yaklaşım söz konusudur. Bu yaklaşımlardan birincisi, çağdaş erdem etiğini Anscombe’u anarak Aristoteles’e dayandırırken, ikincisi Anscombe’u anmadan Aristoteles dışı kaynaklara referans vermektedir. Bu çalışma, öncelikle çağdaş erdem etiğinin Anscombe ile başladığını savunmakta, Anscombe’un temel kaynağının ise Aristoteles olduğunu belirgin kılmakta ve çağdaş erdem etiğini Aristoteles’e dayandıranların tarafında yer almaktadır. İkinci olarak çalışmada, Aristoteles’i referans olarak gösteren çağdaş erdem etiği temsilcilerinin ortaya koydukları farklı yaklaşımların Anscombe’u karakteri tespit edilmeye çalışılmaktadır. Bu çerçevede, Anscombe’un “Modern Moral Philosophy” makalesinin, çağdaş erdem etiği için Aristoteles’in klasik erdem etiğini referans olarak gösterme noktasında bir “köprü” ve yeniden canlanan bir etik teori olarak kendini sunmasında da bir “kaynak” olduğu savunulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Aristoteles, Anscombe, Eleştirel Etik, Erdem Etiği, Doğru Eylem, Karakter.

WHY DOES CONTEMPORARY VIRTUE ETHICS GENESIS WITH ELIZABETH ANSCOMBE?

Abstract

There are two different approaches in the literature in terms of assigning a genesis to contemporary virtue ethics. While the first of these approaches bases contemporary virtue ethics on Aristotle by referencing Anscombe, the second one refers to non-Aristotelian sources without mentioning Anscombe. This study, firstly, argues that contemporary virtue ethics dates back to Anscombe, makes it clear that Anscombe’s main source is Aristotle, and

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Dağ, E. (2024). Çağdaş erdem etiği niçin Elizabeth Anscombe ile başlar?. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 58-76.

* Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi, Felsefe Bölümü, ORCID: 0000-0003-3339-2242, enesdag@aybu.edu.tr.

¹Bu çalışmanın özeti, 31 Ekim – 2 Kasım 2023 tarihleri arasında ODTÜ, Bilkent Üniversitesi ve Science Technology and Society Türkiye ortaklığında düzenlenen *STS Etik Temaları Ortak Konferansı* için hakem değerlendirmelerinden geçmiş ve konferansta aynı başlıklı sözlü bildiri olarak sunulmuş, daha sonra yapılan ek okumalar neticesinde ulaşılan farklı sonuçlarla bu makale olarak kaleme alınmıştır.

takes the side of those who base contemporary virtue ethics on Aristotle. Secondly, the study tries to identify the Anscombian character of the different approaches put forward by contemporary virtue ethicists who take Aristotle as a reference. In this framework, it is argued that Anscombe's article "Modern Moral Philosophy" is a "bridge" for contemporary virtue ethics to refer to Aristotle's classical virtue ethics and a "source" for it to present itself as a revitalised ethical theory.

Keywords: Aristotle, Anscombe, Critical Ethics, Virtue Ethics, Right Action, Character.

GİRİŞ

Farklı disiplin ya da alanlarda olduğu gibi, felsefe alanında da yazılmış bazı makaleler vardır ki, bunlar belli bir konuyu aydınlatmak, mevcut bir gerilimi çözmek veya literatürü genişletmek yerine, radikal bir dönüşüme, o alanda mevcut paradigmanın değişimine ya da topyekûn bir yeniden bakış veya okumaya öncülük ederler. Örneğin Edmund Gettier'in *Is Justify True Belief Kknowledge?* (Gerekçelendirilmiş Doğru İnanç Bilgi midir?) makalesi bu tarz bir çalışmadır. Gettier'in makalesi nasıl epistemoloji alanında yeni bir çığır açtıysa, Anscombe'un 1958 tarihli *Modern Moral Philosophy* (MMP) başlıklı makalesi de etik ya da ahlak felsefesine dair 1958 sonrası algımızın tamamen değişmesine neden olmuştur.

Bu çalışma Anscombe'un MMP metninin niçin çağdaş erdem etiğinin temel ve referans metni olarak görülmesi gerektiğine odaklanmaktadır. Günümüzde çağdaş erdem etiğinin pek çok temsilcisi ve bu temsilciler tarafından kaleme alınmış çok sayıda metin bulunmaktadır. Bu metinlerden bir kısmı çağdaş erdem etiğinin başlangıç noktasına atıfta bulunurken geriye kalan kısmı ise böyle bir kaygıya düşmeksizin, doğrudan bu etiğin iç problemleriyle meşgul olmakta ve çeşitli argüman ya da yaklaşımlardan birini öne çıkarmaya çalışmaktadır. Çağdaş erdem etiğine bir başlangıç tayin etme işine koyulanların bir kısmı bu başlangıcı bir geri okumayla doğrudan Aristoteles'e, bir kısmı Thomas Aquinas üzerinden dolaylı olarak Aristoteles'e, bir kısmı ise G.E.M. Anscombe üzerinden Aristoteles'e dayandırır. Bu birinci grupta çağdaş erdem etiğinin nihai kaynağı Aristoteles olarak görülür.² Diğer grupta ise bu gruba karşıt bir kutup oluşturan ve çağdaş erdem etiğini Anscombe'un adını anmadan ve Aristoteles'i de kaynak olarak göstermeden Aristoteles dışı bir temellendirme yoluna gidenler yer almaktadır.³

Yukarıdaki zeminden hareketle çalışmada çağdaş erdem etiğinin Anscombe ile başladığı savunulmakta ve Anscombe'un temel kaynağının ise Aristoteles olduğu belirgin kılınmaya çalışılmaktadır. İkinci olarak çalışma, Aristoteles'i referans

² Çağdaş erdem etiği için Aristoteles'i referans olarak gören ve onun klasik erdem teorisinin çağdaş bir yorumunu sunan bu birinci grup temsilciler için bkz. (Foot, 1978); (Hursthouse, 2002); (Williams, 2006); (MacIntyre, 2007).

³ Çağdaş erdem etiğini Aristoteles dışında başka kaynaklara atıf vererek temellendirenler için bkz. (Nussbaum, 2001), (Slote, 2011).

olarak gösteren çağdaş erdem etiği temsilcilerinin ortaya koydukları farklı yaklaşımların Anscombe'ye karakterini tespit etme amacı gütmektedir. Bu çalışma, Aristoteles'in klasik erdem anlayışına dayanan yeni bir yorum olan çağdaş erdem etiğinin Anscombe'un çağrısıyla başladığını savunanların tarafında durarak Anscombe'un bu belirgin vasfını Türkçe felsefe literatürüne kazandırma ya da en azından bu konuda yapılacak çalışmalar için bir kaynak sunma hedefindedir. Bu çerçevede çalışmada, çağdaş erdem etiğinin normatif etiğin diğer iki teorisi olan "sonuççuluk" ve "deontoloji" teorilerine karşıt bir tutum sergileyen üçüncü ve alternatif bir normatif teori olarak sunulduğuna işaret edilmektedir. Çağdaş erdem etiğinin, eylemlerin fayda ve sonuç ilkesine göre değerlendirilmesine karşı çıkarak "sonuççuluğa", eylemlerin "ilahi yasa" gibi dıșsal bir otorite tarafından sağlanan "yükümlülük", "zorunluluk" ve "ödev" gibi kavramlara dayanmasına karşı çıkarak da "deontoloji"ye bir alternatif olarak kendi argümanlarını ortaya koyduğu açık kılınmaktadır. Çalışmada bu tarz bir normatif etik teorisinin her şeyden önce failin karakterine vurgu yapan, onun doğasında taşıdığı iyiyi gerçekleştirme gücüne odaklanan ve erdemlerin ne tür bir özellik olduğunu gösteren alternatif doğası işlenmekte ve Anscombe'un niçin bu yaklaşım için bir başlangıç noktası olarak görülmesi gerektiğine dair gerekçeler sunulmaktadır.

Çağdaş erdem etiğinin temel tezleri, farklı argümanları ve bu doğrultuda farklı duruşlar sergileyen temsilcilerin görüşleri bu çalışmanın kapsamı dışındadır. Ancak Anscombe'un yaptığı eleştiriyi haklı gören, onun çağrısına eşlik eden veya bu çağrıda söylenenleri yerine getiren ve Anscombe'un erdem etiğinin çağdaş yorumunun başlangıç noktası olduğunu gören ya da bu hakkı teslim eden ve diğer yandan da bu görüşe karşıt bir tavır sergileyen öne çıkmış çağdaş erdem etikçilerinin/filozoflarının görüşlerine de yer verilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada öncelikle Anscombe'un erdem merkezli yeni bir etik çalışmanın yapılması gerektiğine yönelik duyulan ihtiyaca ve bu ihtiyacın giderilmesine yönelik sunduğu çözüme odaklanılmaktadır. Ardından Anscombe'un açtığı bu yolda sonraki erdem etiği teorisyenlerinin nasıl bir tutum sergiledikleri ortaya konulmaktadır.

ARİSTOTELES'E DÖNÜN ÇAĞRISI VE ESKİ BİR ETİK TEORİNİN YENİDEN CANLANIŞI

MMP, yazıldığı dönem itibarıyla bir yandan çağdaşlarına yönelik teorik ve pratik bir tepkiyi ifade ederken, diğer yandan da modern ahlak felsefesi olarak adlandırılabilir geniş bir döneme karşı bir duruşu sembolize eder. Anscombe bu makalesinde görüşlerini üç ana tez üzerinden sunar. Bu tezler kendisi tarafından şu şekilde sunulur:

Bu makalede sunduğum üç tezi belirterek başlayacağım. Birincisi, şu anda ahlak felsefesi yapmanın bizim için yararlı olmadığıdır; bu, yeterli bir psikoloji felsefesine sahip olana kadar bir kenara bırakılmalıdır, ki bu konuda belirgin bir eksikliğimiz vardır. İkincisi, yükümlülük [*obligation*] ve ödev [*duty*] kavramlarının -yani ahlaki yükümlülük ve ahlaki ödev- ve ahlaki açıdan doğru ve yanlış olanın ve ahlaki "gerekir"

[*morally "ought"*] bağlamının, eğer bu psikolojik olarak mümkünse, bir kenara atılması gerektiğidir; çünkü bunlar, artık genel olarak hayatta kalmayan ve onsuz sadece zararlı olan daha önceki bir etik anlayıştan geriye kalanlar ya da geriye kalanların türevleridir. Üçüncü tezim, Sidgwick'ten günümüze kadar ahlak felsefesi üzerine yazan tanınmış İngiliz yazarlar arasındaki farkların çok az öneme sahip olduğudur (Anscombe, 1997, p.26).

Anscombe'un her bir tezine yönelik detaylı bir araştırma ve anlaşılması zor *MMP* metnine yönelik bir rehber okuma Türkiye'deki felsefe literatürü için önem arz etse de bu çalışmanın amacını aşmaktadır. Konumuz açısından önemli olan, birlikte düşünüldüğünde bu üç tezin ortaya koyduğu şikâyet ya da eleştiriyi birlikte yeni bir etiğe yapılan çağrı ve bu çağrının nasıl anlaşıldığıdır. Diğer bir ifadeyle bu çalışma, *MMP*'nin modern ahlak felsefesinin yetersizliğini ortaya koyması neticesinde çağdaş dünya için gerekliliği belirlenen yeni bir etik teori için oluşturduğu zemine odaklanmaktadır. Anscombe'un başta *Intention* (Niyet) eseri olmak üzere diğer eserleri onun ahlak felsefesini ortaya koymaktadır. Ancak *MMP* farklı etkileri olan bir metin olduğu için, bu çalışmada Anscombe'un doğrudan kendi ahlak felsefesinden ziyade onun gündeme getirdiği konuların ondan sonraki filozof veya düşünürler tarafından yeni bir erdem etiğinin canlanması noktasında nasıl bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmaya çalışılacaktır. Anscombe'un kendisi bir "erdem teorisi" ortaya koymuş değildir. Onun ahlak felsefesi daha çok "niyet", "saik", "doğru eylem", "isteme", "pratik bilgi" vb. kavramlara dayandırılarak ortaya konmuştur. Ancak Anscombe her ne kadar bir "erdem teorisi" ortaya koymamış olsa da etik bir çalışma için "erdem" ve "karakter" gibi kavramlara vurgu yapmıştır. Daha doğrusu Anscombe, etik çalışma için öncelikle "niyet", "saik", "doğru eylem" "haz", "isteme" vb. kavramların detaylı bir izahının yapılması gerektiğini savunmuş, ancak bu kavramlara dair yeterli bir anlayış ortaya konduktan sonra "erdem", "karakter" ve "gelişim" (*flourishing*) gibi kavramlara dayanan bir etik çalışmanın yapılabileceğini söylemiştir (Anscombe, 1997, p.40, 43-44). Bu iki aşama onun yukarıda alıntılanan pasajda geçen birinci tezin işaret ettiği eksikliği gidermeye yönelik iki önemli adımı ifade eder. Anscombe'un kendisi yeni bir etik çalışma için bu ilk temeli atmış, anılan kavramlara dair detaylı bir açıklamayı özellikle *Intention* eseriyle birlikte ortaya koymuştur. Geriye ise bu temelden hareketle ortaya konacak etik çalışmanın ikinci aşaması kalmıştır. Bu ikinci aşama özellikle "erdem" merkezli bir etik teorisinin oluşturulmasına yönelik bir gerekliliği ifade eder. Anscombe sonrası etik teorisyenlerin ortaya koyduğu ve "çağdaş erdem etiği" olarak ifade edilen bu yeni etik teori, bazı aykırı seslere rağmen onun işaret ettiği gerekliliğin yerine getirildiğini gösteren somut bir sonuçtur. Buradan hareketle bu çalışmanın konusu ve kapsamı, Anscombe'un etik çalışmanın ikinci aşaması olarak ifade edilmesi mümkün olan kavram soruşturmasının ve buna dair yaptığı çağrının kendisinden sonraki erdem etikçileri tarafından nasıl ele alındığını ortaya koymak ve bu arada böylesi bir teorisinin temellerini attığı için Anscombe'u bu teorisinin başlangıç noktası olarak saptamaktır.

MMP, her şeyden önce normatif etik teoriler hakkında düşüncemizi değiştiren bir metin olmuştur. Anscombe modern ahlak felsefesinin “yasa” kavramına dayanan etik anlayışlarına karşı çıkmıştır. J. Stuart Mill’in faydacılığı, Immanuel Kant’ın deontolojisi ve çağdaş İngiliz ahlak felsefecilerinin sonuççuluğu (sonuççuluk terimi ilk defa Anscombe tarafından kullanılmıştır), belli bir “yükümlülük” ve “ödev” kavramına dayanan ve ancak bu şekilde evrenselleştirilebilir ahlaki ilkeler sunan yaklaşımlar olarak Anscombe tarafından mevcut seküler toplumda anlamsız oldukları gerekçesiyle eleştirilmiştir (Anscombe, 1997, p.27-31, 34-35).

Anscombe, eleştirilerine alternatif olarak bir örneği Aristoteles’te bulunan ve yukarıda anılan kavramların detaylı izahına dayanan bir etik anlayışın ya da felsefi tutumun gerekliliğini olanca açıklığıyla ortaya koymuştur (Anscombe, 1997, p.34-40). Bunun için yapılması gereken ilk şey, söz konusu kavramların da anlaşılmasını sağlayan ve duygusal, zihinsel vb. insan doğasına dair pek çok süreç ya da faaliyetin anlaşılması olanağını sağlayan sağlam bir psikoloji felsefesine sahip olmaktır. Anscombe’un söz konusu tutumu, eleştirisine yönelik ortaya koyduğu alternatif çağrısı, 1958 sonrasında pek çok düşünür için ilham kaynağı olmuş ve onun açtığı bu yolda söz konusu düşünürler çağdaş erdem etiği olarak ifade edilen yeni bir normatif etik teorinin gelişmesini sağlamışlardır. Bu teori, çağdaş bir teori olarak yeni olduğu kadar eskidir de. Nitekim bu teori, özellikle “ilahi yasa” temelli bir “yükümlülük” ya da “ödev” kavramına dayanan etik yaklaşımları Aristotelesçi erdem etiğine dair bir geri okumayla bertaraf etme olanağını taşıması açısından eski; bu geri okumanın psikoloji felsefesi ve niyet-eylem teorisiyle desteklenip yeniden yorumlanması ve daha da geliştirilmesi ile de yenidir. Bununla birlikte çağdaş erdem etiği ile Aristotelesçi ya da daha genel bir ifadeyle klasik erdem etiği arasında da elbette farklar vardır. Bu farklar genel olarak şu şekilde tespit edilebilir:

- i) Aristotelesçi erdem etiği, insan davranışına rehberlik eden bir nihai amaç ya da nihai iyi veya mutluluk fikri ortaya koyarken, çağdaş erdem etiğinde davranışa rehberlik eden bir ilke, gaye ya da erek fikri genel olarak bulunmaz.
- ii) Aristotelesçi erdem etiği “pratik bilgeliği” pratik bilgidен ayırır ve ilkinde her insanın ulaşamayacağını, ulaşmak için yetkin entelektüel kapasitelere ulaşması gerektiğini ifade ederken, çağdaş erdem etiğinde böyle bir ayırımın sınırları net değildir ve erdemlere ulaşma noktasında daha eşitlikçi bir tavır sergilenir.⁴

Bu farklar bir kenara bırakıldığında, Anscombe doğrudan “Aristoteles’te bir örneği bulunan” tarzda etik yapma biçimine dönülmesi gerektiği çağrısını şu şekilde yapmaktadır:

Hume’un ve günümüz etikçilerinin “ahlaki gerekir” [*morally ought*] kavramında hiçbir içerik bulunamayacağını göstererek önemli bir

⁴ Benzer bir okuma için bkz. (Vogler, 2013, p.243).

hizmette bulduklarını söyledim; eğer sonraki filozoflar alternatif (çok şüpheli) bir içerik bulmaya ve terimin psikolojik gücünü korumaya çalışmasalardı. Onu [bu terimi] bırakmak en mantıklısı olacaktır. Onun yasa anlayışına dayanan bir etik dışında makul bir anlamı yoktur; onlar [sonraki filozoflar] böyle bir kavrayışı sürdüremezler; Aristoteles örneğinin gösterdiği gibi, onsuz da etik yapabilirsiniz. “Ahlaki olarak yanlış” [*morally wrong*] yerine her zaman “yalancı”, “iffetsiz”, “adaletsiz” gibi bir cins adlandırması büyük bir gelişme olurdu. Artık bir eylemin tanımından doğrudan bu kavrama geçerek bir şey yapmanın “yanlış” olup olmadığını sormamalıyız; örneğin, adaletsiz olup olmadığını sormalıyız ve cevap çoğu zaman hemen açık olacaktır (Anscombe, 1997, p.33-34).

Anscombe’un bu çağrısıyla birlikte, “ahlaki gerekir”, “ahlaki doğru” veya “ahlaki yanlış” gibi kavramların kullanımlarının terkedildiği, bu kavramlar olmaksızın yapılan ve “erdem” kavramının merkezde olduğu bir etik ortaya çıkmıştır. Bu etik en önemli referansını ve söz konusu “erdem” en iyi örneğini Aristoteles’te bulur. Dolayısıyla yapılacak olan şey bu aşamada Aristoteles tarzı erdem etiğini çağın idrakine söyletmek ya da bu etiği çağın ihtiyaçları doğrultusunda güncellemektir. Bu çaba ise “çağdaş erdem etiği” olarak yeni bir etik anlayışı ya da yorumu ifade etmektedir. Bu sebeple temelleri Anscombe tarafından atılan ve ondan sonra gelişim kaydeden çağdaş erdem etiğinde baskın karakter Aristoteles etiğidir. Anscombe’un çağdaş erdem etiği için bir başlangıç olarak görülmesinin iki sebebi ya da dayanağı vardır: Bunlardan birincisi, o döneme kadar hâkim olan modern ahlak felsefesinin eleştirilmesi, tezlerinin geçerliliğini yitirdiğinin gösterilmesi ve bu sayede yeni bir etik için bir alan ya da boşluk oluşturulmasıdır. İkincisi, bu açılan boşluk için “erdem” kavramına dayanan ve örneği Aristoteles’te olduğu söylenen yeni bir etik yapma biçimine doğrudan yapılan işarettir. Yukarıdaki tespitler doğrultusunda, yeni bir etik anlayış için Aristoteles’e yapılan atıfların Anscombe’un mevcut eleştirisine ve çağrısına dayandığı görülmektedir. Dolayısıyla bu noktanın her çağdaş erdem etikçisi tarafından dikkate alınması bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu gereklilik, temsilcilerin metinsel delillere olan sadakatinden ve MMP’nin bir delil olarak karşımızda durduğunu görmekten gelir.

Alıntılanan paragrafta Anscombe kabaca şunu söylüyor: “Bir insana haksızlık yapıldığında”, bunun “ahlaki olarak yapılmaması gerekir” ya da bu “ahlaki olarak yanlış”tır demek yerine, bunun “adaletsiz” olduğunu söylemeliyiz; “sözünde duran bir insan” söz konusu olduğunda, bu “ahlaki olarak yapılması gerekir” ya da bu “ahlaki olarak doğru”dur demek yerine, bunun yalnızca “doğru” olduğunu veya böyle bir insana “ahlaklı” demek yerine onun “adil”, “sadık” vb. olduğunu söylemeliyiz. Pekiyi bu ayırım neden önemlidir? Anscombe, bu ayırımı gözeterek aslında erdemli bir failin “karakter özellikleri”ne vurgu yapmakta ve onun bu nitelikle icra ettiği eylemlerin her türlü “yükümlülük”, “ödev” veya fayda sağlayan “sonuç”ların hesaplanması gibi dışsal ya da insan doğasına aykırı otorite dayanaklarını bertaraf etmektedir. Doğru eylem değerlendirmesinde “ahlaki olarak

gerekir” veya tam tersi ya da “ahlaki doğru” veya “ahlaki yanlış” gibi nitelermeler, icra edilecek eylemlere bir “yükümlülük” yükler veya o eylemlerin bir “ödev” duygusundan kaynaklanarak yapılması gerekliliğinin çerçevesini belirler. Ancak eylem değerlendirmelerini, başına “ahlaki” etiketini getirmeden ve/veya “ödev” ve “yükümlülük” vurgusuna başvurmadan yaparsak bu durumda yapacağımız değerlendirmeler erdem (*virtue*) ve erdemsizlik/rezilet (*vice*) değerlendirmesi olur ve bu değerlendirme failin eyleminden ziyade karakterine vurgu yapar. Dolayısıyla bir “yükümlülük”, “ödev” ya da “gereklilik”ten ziyade bir eylemi “doğru” bir şekilde ortaya koyan bir fail, “ahlaksız”, “günah işleyen”, “yasaya veya buyruğa itaatsizlik eden” veya sonucun faydasını hesaba katmayan birisi olarak değil, yalnızca yaptığı eylemin doğruluğuna göre “erdemli” veya “erdemsiz” olarak nitelenir. Bu sebeple Anscombe’un çağrısı böyle bir dönüşümü ifade etmektedir ve bu dönüşüm için gereken zemin ve ihtiyaç duyulan kavramsal teçhizat da Aristoteles’te bulunmaktadır.

Yukarıda yaptığım okumaya karşın, C. Vogler, analitik erdem etikçilerinin Thomas Aquinas üzerinden Aristoteles’i okuduklarını ileri sürmektedir. Ona göre çağdaş erdem teorisinin dayanağını her ne kadar Aristotelesçi erdem etiği oluştursa da Aquinas’ın Aristotelesçi olan ve fakat Aristoteles’ten daha geniş bir içeriğe sahip erdem anlayışı çağdaş erdem etiği için aranan zemini sağlamıştır. Dahası Anscombe’un yaptığı Aristoteles’in erdem, eylem ve pratik akıl teorisine dönün çağrısı, aslında Thomacı bir erdem, eylem ve pratik akıl anlayışına dönün çağrısıdır. Vogler’e göre, Anscombe bir Thomisttir ve Aristoteles etiğinde ele alınmayan konuların Aquinas etiğinde yer aldığını farkındadır. O nedenle ona göre rehberlik için Aquinas’a bakmadan Aristoteles’e bakmak yetersizdir (Vogler, 2013, p.241, 242).

Önemli bir tespit olarak görmekte birlikte Vogler’in söz konusu yorumuna küçük bir itirazım var. Platon ve Aristoteles’in Orta çağ Hristiyan düşüncesi üzerindeki etkisi hatırlandığında, Aquinas’ın erdem teorisinin Aristotelesçi karakterde olduğu elbette söylenebilir. Vogler’in işaret ettiği husus, ilk olarak Philippa Foot tarafından dile getirilmiştir. Foot’a göre Aquinas Aristotelesçidir; felsefesinin pek çok noktasında Aristotelesçi çerçeveyi kullanır; ancak Aquinas’ın etiğinde farklı vurgular ve yeni unsurlar vardır. Foot, “Aquinas çoğu meseleleri Aristoteles’ten daha geniş ele alır ve Aristoteles’ten öğrenemeyeceğimiz pek çok şeyi Aquinas’tan öğreniriz” der ve hatta “*Summa Theologica*’nın ahlak felsefesi için en iyi kaynaklardan biri” olduğunu söyler (Foot, 1978, p.1-2). Söz konusu vurgunun Foot tarafından ortaya konulmasına ve Vogler tarafından da tekrar edilmesine rağmen, yaptığım okumalar neticesinde şunu söylemek daha olası görünmektedir: Her ne kadar Anscombe, kendi felsefesinin diğer noktalarında Thomist olsa da onun yeni bir etik için Aristoteles’e dönün çağrısı Thomas Aquinas’a dönmeyi ifade etmemektedir. Çünkü her şeyden önce Aquinas’da eylemlere yön veren ve kaynağını “ilahi yasa”dan alan bir “ahlaki yükümlülük” anlayışı vardır. Onun geliştirdiği “inanç”, “umut” ve “hayırseverlik” gibi teolojik erdemler tamamen “etiğin ilahi yasa

kavramı”na bir örnek teşkil etmektedir.⁵ Anscombe’un karşı çıktığı hususlardan biri de –MMP’nin ikinci tezi– budur. Diğer bir deyişle Anscombe’un MMP’de eleştirdiği ya da şikâyette bulunduğu temel noktalardan biri de “ilahi yasa” gibi otoritelere dayanan “ahlaki yükümlülük”, “ahlaki gerekir”, “ödev” vb. kavramlara dayanan etik yapma biçimidir (Anscombe, 1997, p.1, 30-31).

Çağdaş erdem etiği için Anscombe’u bir başlangıç olarak görmeyip doğrudan bu etiği Aquinas’a ya da Aquinas üzerinden Aristoteles’e, hatta doğrudan Aristoteles’e dayandırmanın birtakım sakıncaları vardır. Yukarıda Aristoteles’in erdem etiği ile çağdaş erdem etiği arasındaki farklardan bariz olanlarına işaret edilmişti. Aquinas söz konusu olduğunda, bu sakıncaların en önemlisi çağdaş erdem etiğinin canlandığı sıralarda kendi tezlerini güncellemekle uğraşan deontolojik yaklaşımın da referans olarak Aquinas’ı görmesidir. Dolayısıyla Aquinas çağdaş erdem etiği için mi bir kaynak olacak, yoksa deontoloji için mi? Taban tabana zıt bu iki yaklaşım, herhalde aynı kaynağın farklı iki yorumu olarak okunamaz.

Çağdaş erdem etiğinin yeniden ortaya çıkışı ve deontoloji ve sonuççuluğa karşıt ya da alternatif bir tavırla tezlerini ortaya koyması, bu yaklaşımların da yeniden canlanmalarına, kendi teorilerini yeniden güncellemelerine yol açmıştır.⁶ Söz konusu yaklaşımları savunan düşünürler, özellikle bu yaklaşımlarda bulunan “erdem teori”lerini ön plana çıkarmaya çalışmışlardır. Deontologlar Kant’ın erdem teorisini içeren eserlerine odaklanarak “erdem” ve “karakter” kavramlarına vurgu yapmış ve erdemli karakterin, failin uygun *maksimleri* bulmasındaki rolüne ve imkanına göre edinilen bir şey olduğunu değerlendirmişlerdir. Kant’ın yanı sıra deontologların bu noktada bir diğer referansı ise Aquinas ve onun geliştirdiği teolojik erdemler doktrini olmuştur. Diğer yandan sonuççular da kendi başına değerli olmayan ve fakat daha iyi sonuçlar doğuran imkânları taşımaları açısından değerli olan bir erdem izahı geliştirme işine koyulmuşlardır. Ancak bu çabalar, söz konusu yaklaşımların içindeki erdem teorilerine işaret eder. Dolayısıyla bu yaklaşımların erdem açıklamalarının ya da teorilerinin çağdaş “erdem etiği” ile karıştırılmaması doğru bir okuma için önem arz etmektedir.⁷

Aquinas’ın deontoloji için bir referans olması ve sonuççuluk ile deontolojik yaklaşımların da birer erdem izahları ortaya koymaları birlikte düşünüldüğünde, Aquinas’ın aynı zamanda çağdaş erdem teorisi için de Aristoteles’ten daha fazla bir dayanak olarak görülmesi çağdaş erdem etiğinin başlangıcına ve bu başlangıcın dayandığı temel zemine dair sorunlara yol açacaktır. Bu durum aynı zamanda çağdaş

⁵ Aquinalı Thomas’ın “teolojik erdemler”e yönelik izahları için bkz. (Aquinas, 2014, p.1-46).

⁶ Çağdaş erdem etiğinin deontoloji ve sonuççuluğa karşı bir tepki ya da alternatif olduğuna ve söz konusu teorilerin çağdaş erdem etiğine yönelik itiraz ve eleştirilerine dair bir okuma için bkz. (Hurka, 2001). Hurka, Özellikle 8. Bölüm 219-255 sayfaları arasında söz konusu tepki, itiraz ve eleştirilere dair geniş bir okuma sunar.

⁷ Sonuççu yaklaşımın içsel erdem teorisine dair bir okuma için bkz. (Driver, 2001, p.63-83). Deontolojik yaklaşımın içsel erdem teorisine yönelik açıklamalar için bkz. (Hurka, 2001, p.212-218).

erdem etiğinin tezlerini diğer iki görüşün erdem teorilerinden ayırma noktasında da problem teşkil edecektir. Ayrıca belirtildiği üzere Anscombe'un söz konusu çabası görülmeden ve metnine (MMP) referans vermeden doğrudan Aristoteles'e yapılan bir geri okumayla çağdaş erdem etiği üzerine konuşmak veya yazmak da sorunlu gözükmektedir. Bunun sebepleri şöyle izah edilebilir:

- i) Anscombe'a kadar hiç kimse mevcut ahlak felsefesine yönelik bu denli bir eleştiri ortaya koymamıştır.
- ii) 20. yüzyılda ilk defa etik için Aristoteles'i yeniden gündeme getiren Anscombe olmuştur.
- iii) Çağdaş etiğin bazı tezlerinin dayandığı "niyet-eylem teorisi" ilk defa Anscombe tarafından inşa edilmiştir.⁸

Çağdaş erdem etiği, tıpkı normatif etik türlerinin diğer iki yaklaşımı gibi "doğru eylem" için bir açıklama ortaya koymaya çalışır. Buna göre "doğru eylem"i

- i) sonuççular, sonuçların iyiliğinden,
- ii) deontologlar, ödev ve yükümlülük ile olan uyumundan,
- iii) erdem etikçileri ise bizzat eylemin kendisinden, eylemin erdeme uygunluğundan ve bu uygunluğun failin bir karakter özelliği olmasından üretirler.

Erdem etiği için "doğru eylem", erdemli saiklerden ya da güdülerden doğan, karakter özelliğinin bir parçası olan ve sonuçtan, faydadan veya ödevden ya da önceden tayin edilmiş her türlü ilkedan bağımsızdır ve kişiler arası ilişki sırasında ortaya çıkmaktadır. Anscombe, daha önce de ifade edildiği üzere detaylı bir erdem açıklaması ortaya koymaz. Ancak sonuççu ve ödevde dayanan bir görüşe başvurmadan, mevcut olarak erdemlere dair yeterli bir açıklamaya sahip olamasak bile, yine de masumların yargısız infazı gibi eylemlerin "adaletsiz" olacağını -yani bir tür erdemsizlik olacağını söyleyebileceğimizi ifade eder (Anscombe, 1997, p.40-42). Dolayısıyla bu değerlendirmede "adaletsizlik" eyleminin doğru bir eylem olmadığına yönelik ölçüt, söz konusu eylemin kişiye verdiği zarar, Aristotelesçi kavramla eylemin kişinin "gelişimi"ni (*flourishing*) engelleyen veya sekteye uğratan bir eylem olmasıdır. Kişinin eylemde bulunma sebebi veya bir eylemi değerlendirme ölçütü, söz konusu eylemin kendisi için veya değerlendirilen eylemin faili açısından bir "iyilik" ya da "gelişim"e katkıda bulunup bulunmamasıdır. Dolayısıyla kişi niçin adil eylemlere ihtiyaç duyar veya adaletsizlikten sakınır ya da adaletsiz olan eylemlere karşı durur diye sorulduğunda, cevap da ölçüt de kişinin gelişmek, iyiliğe, esenliğe ulaşmak için "adalet" erdemine ihtiyaç duymasıdır. Kişinin gelişimine katkı sunan erdemler, kişinin doğru eylem değerlendirmesinde birer ölçüttür. Benzer şeyler "yalancı", "iffetsiz" gibi karşıtı birer erdemi ifade eden diğer erdemsizlikler/reziletler için de söylenebilir. O nedenle eylemlerin statüsünü belirleme noktasında Anscombe, bu tarz reziletler için "ahlaki olarak yanlış" (*morally ought*) değerlendirmesi yerine, doğrudan eylemin kendisini ifade eden

⁸ Anscombe'un "niyet-eylem teorisi"ni ortaya koyduğu eseri için bkz. (Anscombe, 2000).

(eylemin failini de “adaletsiz”, “iffetsiz” veya “yalancı” olarak niteleyen) kavramların kullanılması gerektiğinin altını çizer (Anscombe, 1997, p.34). Bu da gösteriyor ki Anscombe, erdemi ya da rezileti eylemin neticesinde kullanılan, eylemin birer değerlendirici vasfı olarak niteleyen birer kavram olarak görür. Diğer bir deyişle, Anscombe, herhangi bir karakter vurgusunu öne almadan “önce eylem”, “daha sonra eyleme atfedilen erdem” açıklaması ve en son da söz konusu erdemlerin birer “karakter özelliği” olduğu bir açıklama sunar.

Gelinen nokta itibarıyla Anscombe’un MMP ile birlikte çağdaş dünya için yeni bir etiğin gerekliliğini ortaya koyduğu, bunun için bir örneği Aristoteles’te bulunan etiğe dönme çağrısında bulunduğu ve erdemi merkeze alan bir etik için gereken kavramsal zemine işaret ettiği görülmektedir. Aşağıda bir yandan Anscombe’un bu çağrısına ne kadar uyulduğu çağdaş erdem etikçileri üzerinden tespit edilmeye çalışılacaktır. Diğer yandan ise söz konusu çağdaş erdem etikçilerinin kendi teorilerinin temeli için Anscombe’u klasik olan için bir “köprü”, modern olan için bir “başlangıç” ve Aristoteles’i de “kaynak” olarak görüp görmedikleri ortaya konulmaya çalışılacaktır. Burada, giriş kısmında da ifade edildiği üzere, iki grup erdem etikçisi söz konusu olmaktadır. Birinci grupta Anscombe’un çağrısına uyan ve Aristoteles’i de çağdaş erdem etiği için kaynak olarak kabul eden erdem etiği teorisyenleri vardır. Bu grubun en meşhur temsilcileri Philippa Foot, Rosalind Hursthouse, Bernard Williams ve Alasdair MacIntyre’dır. İkinci grupta ise Anscombe’u anmadan, Aristoteles’i de çağdaş erdem teorisi için kaynak olarak görmeden bir çağdaş erdem etiği ortaya koyanlar bulunmaktadır. Bu grupta ise Michael Slote ve Martha Nussbaum’un isimleri öne çıkmaktadır.

ANSCOMBE VE PHILIPPA FOOT

Philippa Foot, analitik felsefe ekolünün ilginç bir şekilde “erdem” (*virtues*) ve “erdemsizlikleri”/“reziletleri” (*vices*) ihmal ettiğine, ancak bu konunun önemli olduğuna işaret eder. Foot, erdem ve reziletler üzerine düşünürken, Aristoteles ve Aquinas’a geri dönmeyi gerekliliğini vurgular (Foot, 1978, p.1). Bu, onun Aquinas’ı işin içine katsa da Anscombe’un Aristoteles’e dönün çağrısına uyduğunu gösterir. Yukarıda da konu bağlamında gündeme geldiği üzere, Foot, Aquinas’ın erdem-rezilet açıklamasını Aristotelesçi çerçeveye uygun olmasıyla birlikte ahlak felsefesi açısından daha ayrıntılı bulur (Foot, 1978, p.2). Aristotelesçi *phronésis* ve *areté* kavramları ile Aquinas’ın *prudentia* ve *virtus* kavramlarına dair karşılaştırmalı bir analiz sunan Foot, Aristoteles ve Aquinas ile bizim aramızda terminolojik farklılığın olduğunu söyler. Foot’a göre, örneğin “erdem” için ilkinin kullandığı *areté* kavramı, ikincisinin kullandığı *virtus*’tan daha geniştir ve bu kullanım sanatlara, hatta alanı pratikten ziyade teorik olan spekülatif aklın üstünlüklerine atıfta bulunur; ancak bizim kastettiğimiz, tartışma konusu yaptığımız erdemler ahlaki erdemlerdir (Foot, 1978, p.2).

Anılan çerçeveden hareketle Foot, ahlaki erdemlerin bir açıklamasını sunmaya çalışır. Bu açıklamada Foot,

- i) erdemlerin herkes için yararlı olduğunu,
- ii) “cesaret”, “ölçülülük”, “bilgelik” ve “adalet”in temel erdemler olduğunu,
- iii) “gurur”, “kibir”, “dünya-perestlik” (*worldliness*) ve “açgözlülük” gibi reziletlerin hem kişiye, hem ona maruz kalan diğerlerine zarar getiren ahlaki zaafı olduğunu,
- iv) insani iyiye erdemlerle ulaşılacağını,
- v) erdemın insan doğasına ilişkin düzeltici bir güce sahip olduğunu, örneğin adalet ve bilgelik olmaksızın iyi kalpli ya da korkusuz bir mizacın felakete yol açacağını,
- vi) erdemlerin insanın hem kendisi hem de hemcinslerinin sahip olmasını isteyeceği faydalı özellikler ya da nitelikler olduğunu,
- vii) erdemi faydalı kılan noktanın onun iradeye ait bir özellik olduğunu,
- viii) insanların ahlaki eğilimlerin “niyet”lerine göre değerlendirilmesi gerektiğini,
- ix) en az “niyet” kadar insanın eylemlerinin “içsel arzular”ıyla, “tutum” ve “tavır”larıyla da değerlendirilebileceğini,

vb. noktaları detaylıca tartışarak “erdem” için analitik felsefe tarafından kullanılabilir bir çerçeve çizmeye çalışır (Foot, 1978, p.3-14).

Foot’un analitik ahlak felsefesi için Aquinas ve Aristoteles’ten devşirdiği erdem ve rezilet açıklaması, böylece “niyet”, “arzu”, “erdemlerin ne tür bir özellik olduğu” gibi kavram ve noktalara dayanmaktadır. Bu husus, Foot’un Anscombe çizgisini devam ettirdiğinin ikinci bir göstergesidir. Zira Anscombe, yeni bir etik için öncelikle bu tarz kavramlara dair bir açıklamanın zaruretini ortaya koymuştur (Anscombe, 1997, p.40). Böylelikle Foot’un Anscombe’u takip ettiği, bir yandan bu kavramlara dair bir analiz ortaya koyduğu, diğer yandan da bu kavramların üzerine yükselen bir erdem açıklaması sunduğu, dolayısıyla da Anscombe’un yukarıda geçtiği üzere yeni bir etik çalışma için işaret ettiği iki aşamalı yolunu katettiği görülmektedir.⁹

ANSCOMBE VE ROSALIND HURSTHOUSE

Anscombe’un bir dönem kendisine mentörlük yaptığı Hursthouse, Anscombe’un çağrısına kulak vermiş, çağdaş erdem etiği üzerine önemli eserler ortaya koymuştur. Bu eserlerin en önemlisi olan *On Virtue Ethics*’te Hursthouse, Yeni-Aristotelesçi erdem etiğinin nasıl eylem rehberliği sağladığını ortaya koymuştur. Hursthouse, özellikle erdem etiğinin “doğru eylem” rehberliği

⁹ Foot’un Anscombe’u karaktere sahip bir etik ortaya koyduğuna dair tespitimizi haklı çıkaran bir yorum daha önce Coope tarafından yapılmıştır. Coope, erdem etiğinin Anscombe kaynağından hareketle yeniden canlanmasında Foot’un o yıllardan başlayarak yazdığı bir dizi ünlü makalesinin etkili olduğunu söyler. Ona göre 20. yüzyılda erdemlere geri dönün çağrısıyla gelişen etik alanındaki bu yeni yaklaşım Somerville İkili (Anscombe ve Foot) olarak adlandıracağımız bu grubun başarısıdır. Bkz. (Coope, 2006, p. 21).

sunamayacağına yönelik itirazlara karşın “erdem etiğinin doğru eylem tanımı”nın¹⁰ çerçevesini çizmiş ve erdemlerin ne tür bir “karakter özelliği” olduğu sorusunu ele almıştır (Hursthouse, 2002, p.163-265). Bu soru Anscombe’un MMP’de doğrudan işaret ettiği bir noktayı ifade eder.

Çünkü adaletsiz bir insanın kötü bir insan olduğunun kanıtlanması bir ‘erdem’ olarak adaletin olumlu bir açıklamasını gerektirir. Ancak etik konusunun bu kısmı, bir erdem *ne tür bir özellik* olduğuna ve [...] örneklendiği eylemlerle nasıl ilişkili olduğuna dair bir açıklamamız olana dek bize tamamen kapalıdır: Bu, Aristoteles’in gerçekten açıklığa kavuşturmayı başaramadığını düşündüğüm bir meseledir (Anscombe, 1997, p.30).

Hursthouse “doğru eylem” ve “erdem” açıklamasında, Anscombe’un açtığı yolda emin adımlarla ilerlemiş ve Yeni-Aristotelesçi ya da çağdaş erdem etiğini Anscombe üzerinden Aristoteles’e dayandırarak temsil etmiştir. Anscombe’un erdem *ne tür bir özellik* olduğunu bilmeden etiğin bu konusuna dair bir şey söyleyemeyeceğimize dair işaret ettiği eksiklik, Hursthouse tarafından erdemli failin doğru eylem tanımıyla ve erdeme dair geniş tartışmalarıyla giderilmiş gözükmektedir.

Bununla birlikte Hursthouse’un Anscombe’un açtığı yoldan saptığı noktalar da bulunmaktadır. Onun özgünlüğünü ortaya koyan bu noktaların en önemlilerinden biri, her ne kadar deontolojik anlamda olmasa da “ödev duygusu” (*sense of duty*) kavramından söz etmesidir. Hursthouse, erdem temelli karakter özelliklerine uygun olan bir “ödev duygusu” ile “doğru eylem” için bir ölçüt belirlemeye çalışır (Hursthouse, 2002, p.121-140). Söz konusu “ödev duygusu”, erdemli failin eylemlerine rehberlik eden bir ölçüt olarak görülmektedir. Bu nokta, Hursthouse’un Anscombe’dan ayrıldığı ve fakat “ödev” kavramının anlamını ve mahiyetini değiştirdiği yerdir.¹¹ Zira Anscombe, “ödev”, “yükümlülük” vb. kavramların ilahi yasaya dayanmayan bir yerde anlamsız olduğunu söyler. Bununla birlikte Anscombe eylemden erdeme ve karakter özelliklerine doğru yükselen “eylem temelli bir erdem teorisi”nin (*act-based virtue theory*) bir bakıma ilk örneğini temsil ederken, Hursthouse failden, onun karakter özelliklerinden erdeme, erdemden de eyleme bir sıralama izleyerek “fail temelli bir erdem teorisi” (*agent-based virtue theory*) geliştirmesiyle de Anscombe’dan ayrılır.

¹⁰ Hursthouse, erdem etiğinin doğru eylem tanımını şu şekilde bir ilke olarak sunar: “Bir eylem, erdemli bir failin o koşullar altında karakteristik olarak [yani karakterine uygun şekilde] yapacağı şey ise doğrudur (Hursthouse, 2002, p.28).

¹¹ Anscombe, her ne kadar gündelik dilde kullanılan “çalışanların ücretlerini ödemek işverenlerin ödevidir” şeklindeki kullanımlara itiraz etmediğini söylese de (Anscombe, 2000, p.78) bu, Hursthouse’un “ödev duygusu” kavramıyla ifade etmek istediğine benzer bir müsaade değildir. Zira Hursthouse söz konusu kavramı genel olarak eylem için rehberlik edici bir ölçüt olarak sunar.

ANSCOMBE VE BERNARD WILLIAMS

B. Williams, çağdaş erdem etiğinin önemli metinlerinden biri olan ve ilk defa 1985'te yayımlanan *Ethics and the Limits of Philosophy* adlı kitabının girişinde, çağdaş ahlak felsefesine ilişkin bu çalışmasının ilk üç bölümünde, antik Yunan düşüncesinde bulunan fikirlerle zaman harcamasının şaşırtıcı olarak görülmemesi gerektiğini söyler. Bunun özel nedeninin ise çağdaş ahlak felsefesinin antik Yunan düşüncesinin büyük ölçüde değiştirilmiş bir uzantısı olduğunu belirtir (Williams, 2006, p.vi). Dolayısıyla Williams, ilk olarak çağdaş erdem etiği için antik Yunan dünyasının en önemli filozofu olan Aristoteles'e yapılması gereken bir geri okuma faaliyetini yerine getirdiğini ilan ederek Anscombe'un çağrısına uymuştur.¹²

İkinci olarak Williams, Anscombe gibi "ahlaki yükümlülük" ve "gerekir" (*ought*) fikrine karşı çıkar. Ona göre ahlaki sistemlerde genel olarak "gerekir" in yapılabilir olanı (*can*) ima etmesi yanlış bir yaklaşımdır. Bu tarz sistemlerde "ahlaki yükümlülük", failin neler yapabileceğini hesaba katmadan, neyin onun gücünde olacağına dair bir açıklama sunmadan, faili neredeyse her şeyden zorunlu olarak sorumlu tutar. Üstelik fail bu sistemin dışında olsa bile o sistemi benimseyenlerce yine de yükümlüdür ve "suçlama" tepkisi bu tarz sistemlerin ana karakteristiğidir (Williams, 2006, p.174-177).

Üçüncü olarak Williams, faydacı ve deontolojik normatif teorileri eleştirerek Anscombe'un *MMP*'deki tezlerini haklı çıkarmıştır. Ona göre faydacılık, ahlak sisteminin marjinal bir üyesi olarak suçlama ve diğer sosyal tepkilerin sosyal olarak faydalı olacak şekilde tahsis edilmesi gerektiğini düşünen güçlü bir geleneğe sahiptir (Williams, 2006, p.178). Deontoloji ise tüm etik değerlendirmeleri tek tip haline getirmeye çalışan, mümkün mertebe hepsini ortak bir yükümlülük çatısı altında birleştiren bir yaklaşımdır. Bu doğrultuda özellikle D. Ross örneği veren Williams'ın deontolojinin bu tarz çabasının anlamsız olduğunu "ahlaki yükümlülük" kavramının içini boşaltarak savunur (Williams, 2006, p.179). Örneğin, deontolojik yaklaşımda adaletin gerektirdiği (*ought*) her şeyden önce onun ne olması gerektiğiyle (*ought*) ilgilidir. Belli türden bir adaletin gerekliliği, kişinin bunu yapmasının sebebi olan spesifik bir yapma yükümlülüğü altında ancak geçerlidir. Bu durumda kişinin "gerekir" karşısındaki tutumu onu adaletli ya da adaletsiz yapar.

Williams'ın en önemli vurgularından biri de "ahlak" ile "etik" arasında yaptığı ayırımdır. Williams ahlakı, "en saf, en derin ve en kapsamlı temsilcisi" olarak ifade ettiği Kant ile somutlaştırır (Williams, 2006, p.174). Ona göre etik, dar ve kısıtlayıcı olan ahlaktan daha geniş bir kavramdır ve ahlak tarafından dışlanan pek çok duygu etik tarafından dikkate alınır (Williams, 2006, p.177). Dolayısıyla

¹² Coope, Foot ile ilgili yaptığı tespite benzer şekilde, Williams'ın *Ethics and the Limits of Philosophy*'deki "Morality, the Peculiar Institution" bölümünün Anscombe'un "Modern Moral Philosophy" metninin pek çok yankısını ortaya koyduğunu ileri sürmektedir. Ona göre Williams'ın ahlak eleştirisi ve erdem etiğine katkısı önemli ölçüde Anscombecudur. Bkz. (Coope, 2006, p.23).

Williams “ahlak”tan ziyade başta Aristoteles olmak üzere antik Yunan dünyasının iyi yaşam arayışıyla da uyumlu olan geniş bir perspektif sunan “etik” kavramını çağdaş erdem etiği için daha uygun bir kavram olarak görür. Bununla birlikte Anscombe’un eylem değerlendirmelerinin başına “ahlaki” niteliğinin getirilmemesi gerektiğine yönelik ifadeleri ve modern “ahlak felsefesi”ni eleştirirken, söz konusu dönemin insan eylemlerine yönelik ortaya konan felsefi çalışmalarını “ahlak” felsefesi kavramını kullanarak nitelemesi, yeni bir düşünce içinse daha ziyade “etik” kavramını önererek çağrıda bulunması –her ne kadar ahlak felsefesi ile etik aynı anlama gelse de– Anscombe’un “etik” ile “ahlak” arasında gözettiği ayırım olarak okunabilir. Dolayısıyla bu noktada da Williams, Anscombe ile aynı perspektiften insan eylemlerine dair bir felsefi tutum sergiler.

ANSCOMBE VE ALASDAIR MACINTYRE

MacIntyre da tıpkı Anscombe gibi modern ahlak felsefesini eleştirir ve Hume, Kant, J. Bentham, J. S. Mill gibi filozoflar ve onların savunucularının ortaya koydukları teorilerin günümüz toplumunda ikna edici bir yönünün olmadığını söyler (MacIntyre, 2007, p.62-78).¹³ Tüm bu teorilere karşı MacIntyre, ahlaki ve entelektüel erdemlerin kazanılması ve uygulanması yoluyla insani potansiyellerin açığa çıkmasını ifade eden “insani gelişim”in iyi bir açıklamasını sunan Aristotelesçi etiğin bir alternatif olduğunu savunur (MacIntyre, 2007, p. 197). Bu doğrultuda MacIntyre, Anscombe’un Aristoteles’e dönme gerekliliğinin farklı bir örneğini ortaya koymaktadır.

MacIntyre’a göre erdem, sayesinde pratiğe içkin olan iyilere ulaştığımız, yokluğunda bu iyilerden mahrum kaldığımız edinilmiş birer insani niteliktir (MacIntyre, 2007, p.191). Pratik ise toplumsal olarak tesis edilmiş, iş birliğine dayalı insani faaliyetlerdir. İnsan, iyilere ve mükemmelliğe pratikler sayesinde ulaşır (MacIntyre, 2007, p.187). Dolayısıyla MacIntyre tarzı bir erdem etiği, pratiklerden iyileri elde eden kişinin iyi yaşam arayışını tüm hayatı boyunca sürdürmesi, ait olduğu toplum ve geleneğin sürmesi için gerekli olan karakter ve entelektüel erdemlere/niteliklere sahip olmasını ifade eder (MacIntyre, 2007, p.181-203). Bununla birlikte, tüm tikel pratikleri aşan bir nihai amaç vardır ve bu amaç insan yaşamının bütünlüğünün iyiliğini oluşturur. MacIntyre, bu amacın “bütünlük” (*integrity*) veya “sabitlik” (*constancy*) erdemi olduğunu söyler. Dolayısıyla o, erdemleri, ilişki içinde açığa çıkan ve belli bir siyasi topluluk veya gelenek içinde anlamlı olan bir içerikte temellendirir. Zira çeşitli kültürler çeşitli erdemleri bünyesinde barındırır ve kültürel farklılıklar farklı erdem anlayışları üretirler. MacIntyre’ın eylem değerlendirmesinde önce pratik daha sonra ondan edinilen erdem sıralaması, Anscombe’da gördüğümüz önce eylem, daha sonra erdem

¹³ MacIntyre’ın ahlak felsefesi tarihini bir bütün olarak ana hatlarıyla ve eleştirel bir biçimde ortaya koyduğu eserinin “Modern moral felsefe” başlıklı 18. Bölümü onun “modern ahlak felsefesi”ne yönelik kavrayışı ve eleştirisi açısından önemli bir veri sağlar. bkz. (MacIntyre, 2001, 283-306).

değerlendirmesine benzerdir. İki filozof da eylemleri erdemlerin öncesine koyar ve erdemleri eylemlerin birer değerlendirici kavramı ve bu eylemi yerine getiren failinse birer niteliği olarak görürler.

MacIntyre modern ahlak felsefesini eleştirmekle Anscombe ile ortak bir tavır sergiler. Ancak bununla birlikte onun “gerekir” (*ought*) ve “ilahi yasa” hakkında söyledikleriyle Anscombe’dan ayrıştığı noktalar da söz konusudur. MacIntyre’a göre birinin “ne yapması gerektiğini” söylemek, aynı zamanda mevcut koşullarda hangi eylem tarzının o kişiyi gerçek amacına götüreceğini söylemek ve Tanrı tarafından emredilen, akıl tarafından da kavranan “yasa”nın neyi emrettiğini söylemektir. Ahlaki cümlelerin doğru ya da yanlışlığı da bu çerçevede değerlendirilir.¹⁴ Bu noktadan bakıldığında Anscombe, “gerekir” ve “ilahi yasa” kavramına dayanan etik yaklaşımları dışsal bir otorite tarafından gerektirilen ahlaki dayatmalar ya da zorunluluklar olarak görürken, onların aynı zamanda aklın keşfi olduğunu fark edememiştir. MacIntyre’ın sunduğu bu perspektiften bakıldığında, modern filozofların ahlaki normları rasyonel olarak gerekçelendirmekte aciz kalmaları gibi, Anscombe da insan eylemlerine norm sağlayan “gerekir” ve “ilahi yasa”nın dışsal olduğu kadar insan aklı tarafından kavranan veya keşfedilen bir şey olduğunu görememiştir. Dolayısıyla MacIntyre’ın argümanı, kendi ifadesiyle, “Anscombe’a çok şey borçlu olduğu kadar ondan oldukça da farklıdır” (MacIntyre, 2007, p.191).

ANSCOMBE VE MICHAEL SLOTE

Çağdaş erdem etiğinin önemli temsilcileri arasında adı geçen Slote’un bu etik için ortaya koyduğu görüşleri iki aşamadan oluşmaktadır. Slote, kendi düşünce serüveninin ilk aşamasında çağdaş erdem etiğini Aristotelesçi bir zeminde temellendirmiştir.¹⁵ İkinci aşamada ise özellikle bu tarz bir etiğin Aristoteles’e dayandırılmaması gerektiği noktasında titizlikle çalıştığını, onun yerine çağdaş erdem etiğine bir başlangıç arayışının ilk önce Stoacılar dayanağını, daha sonra ise Hume ve Hutcheson’ın ahlaki duyguculuk (*moral sentimentalism*) kuramının da erdem etiğinin tema ve yöntemleriyle ilişkilendirilebileceğini söyler (Slote, 2011, p.vii).¹⁶ Slote, çağdaş erdem etiğine yeni bir başlangıç tayin etme noktasındaki düşüncesinde gerçekleşen odak değişimini şu şekilde gerekçelendirir:

[...] yeniden canlanan bir Aristotelesçilik, ancak genel olarak insanlara, karşı yükümlülükleri savunmanın bir yolunu sunarsa, etik ve politikaya yönelik sonuçsalcı ve Kantçı yaklaşımlarla ciddi bir şekilde rekabet edebilir ve bazı yeni Aristotelesçiler –örneğin Philippa Foot ve

¹⁴ Bu doğrultuda MacIntyre etiğinde deontolojik unsurların bulunup bulunmadığı ayrı bir çalışma konusudur. Bununla birlikte MacIntyre tarzı bir erdem etiğinin, D. Ross tarzı bir deontoloji ile karşılaştırılmasına yönelik bir çalışma için bkz. (Kala, 2018).

¹⁵ Slote’un bu doğrultudaki düşüncelerini içeren eseri için bkz. (Slote, 1992).

¹⁶ Slote’un *Morals from Motives* eseri kendi düşüncesindeki değişimi ifade eden ve çağdaş erdem etiği için anti-Aristotelesçi bir başlangıç tayin etme iddiasında olan ikinci metnidir.

Rosalind Hursthouse– gerçekten de bu yönde hareket etmişlerdir. Her halükârda, tarihsel Stoacılık çok açık bir şekilde rasyonel(ist) bir temelde insanlık için genel bir kaygı ileri sürmektedir ki bu kaygı bir dereceye kadar Kant’ın argümanlarını öngörmektedir. Dolayısıyla, yeniden canlanan bir erdem etiği, Stoacılığa çağdaş uygunluk için bakmayı düşünebilir ve özellikle Julia Annas, Lawrence Becker ve Martha Nussbaum gibi bazı yeni erdem etiği uzmanları tam da bunu yapmaktadır. Bununla birlikte, erdem etiğini günümüz etik teorisine uygun ve umut verici hale getirmenin başka bir yolu, başka bir olasılığı daha vardır. Erdem etiği, Aristoteles ya da Stoacıları takip etmek ya da güncellemeye çalışmak yerine, ilham almak için on sekizinci yüzyıl İngiliz ahlaki duygusallığına bakabilir. Çünkü hem Hume hem de Hutcheson genelleştirilmiş iyilikseverlik [*benevolence*] biçimlerinden bahseder ve bunları savunurlar ve özellikle Hutcheson bunu, sonuçlarından bağımsız olarak takdire şayan ve ahlaki açıdan ideal olarak tasarlanan bir güdüye, evrensel iyilikseverliğe atıfta bulunarak yapar (Slote, p.2011, p. viii).

Slote, böylece çağdaş erdem etiği için yeni bir zemin inşa etme yoluna gider. Onun bu doğrultudaki fikirleri ayrı bir çalışma konusu olmakla birlikte bu çalışmanın kapsamını aşmaktadır. Bunun üç sebebi vardır: I) Slote, hem Anscombe’un adını nerdeyse hiç anmaz, hem de Aristoteles’i çağdaş erdem etiğinin kaynağı olarak görmekten bilinçli olarak kaçınır. II) Slote’un kaynak olarak önerdiği Stoacıları, Anscombe, etiğin yasa anlayışına sahip bir ekol olarak gördüğü için onların yaptığı tarzda bir etiğin çağdaş dünyada anlamsız olduğunu savunur (Anscombe, 1997, p.31). III) Slote’un kaynak olarak gördüğü Hume, onun takipçileri ve İngiliz ahlak filozofları genel olarak Anscombe’un *MMP*’deki eleştirisinin hedefinde olan filozoflardır. Bu filozoflar ya modası geçmiş bir ahlak felsefesinin savunucuları ya da iyi bir sonuç için her türlü adaletsizliği yapmaya meyilli bir felsefe öğreten akademik ahlakçılardır (Anscombe, 1997, p.27-29, 34-38). Dolayısıyla Slote Anscombe’un çağrısına uymayan, aksine ona karşıt bir yol benimseyen bir çağdaş erdem etiği teorisini olarak karşımıza çıkmaktadır.

ANSCOMBE VE MARTHA C. NUSSBAUM

Slote’a benzer şekilde, daha önce çağdaş ahlak felsefesinin Aristoteles başta olmak üzere Antik Yunan düşüncesine dayandığını, ondan etkilendiğini ifade eden ve ünlü *The Fragility of Goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy* eserini bu doğrultuda bir sistematikte inşa eden Nussbaum, eserinin revize edilen yeni edisyonuna yazdığı uzun bir önsözde bu fikrinden vazgeçtiğini söylemektedir. Onu bu fikir değişikliğine götüren hususu Nussbaum şu şekilde açıklamaktadır:

Fragility'nin hem yorumsal hem de içeriksel argümanlarının çoğunu hala destekliyorum. Örneğin, Aristoteles'in insan ve pratik müzakere anlayışının çağdaş etik ve siyasi düşünce için büyük önem taşıdığını düşünüyorum ve hem şairlerde hem de Aristoteles'te bulduğumuz iyinin çokluğunun ve bunlar arasındaki çatışmaların tasvirinin çağdaş sosyal akıl yürütmenin çoğunda bulunmayan içgörüler sunduğuna inanıyorum. Ancak Stoacı etik ile artan ilişkim, önceki kitabın bazı temalarını –özellikle duyguların doğası ve insan kavramını– yeni bir ışık altında görmemi sağladı. Bu arada, siyaset felsefesine olan ilgim, iyinin çokluğunun etik önemi, insan hayatının talih karşısındaki kırılganlığı ve dostluğun doğası gibi *Fragility*'nin bazı konularını yeniden düşünmeme yol açtı. Bu Önsöz'ün ikinci ve üçüncü bölümleri bu yeniden yorumlamaları ve yeniden düşünmeleri tartışmaktadır (Nussbaum, 2001, p.xv, xvi-xxiv).

Tıpkı Slote gibi Nussbaum da Anscombe'un adını anmaz ve Aristoteles'i çağdaş erdem etiği için bir kaynak olarak görmekten vazgeçer. Onun yeniden canlanan bu tarz bir etik için kaynak ve referans olarak gördüğü Stoacılık ise hem ayrı bir çalışmanın konusudur hem de malum olduğu üzere Anscombe'un eleştirdiği bir kaynaktır.

SONUÇ

Anscombe, 20. yüzyılda modern ahlak felsefesinin geçerliliğini ve kavramsal yeterliliğini yitirdiğini ortaya koymaya çalışır. O, her şeyden önce, yeni yüzyılın insan doğası ve eylemine dair detaylı bir açıklama ortaya koyan yeni bir tarz etik yapma biçimine ihtiyaç duyduğuna işaret eder. Bu yeni tarz etik için bir örneği Aristoteles'te bulunan felsefi düşüncenin çağın anlam ve değer idraki bakımından yeniden yorumlanması gerektiği çağrısında bulunur. Söz konusu bu yeni yorumun en başta psikoloji felsefesine dayanması gerektiği Anscombe tarafından önemle üzerinde durulur. Bu doğrultuda Anscombe, insan davranışlarına dair yeni bir açıklama için “niyet”, “eylem”, “arzu” ve “haz” gibi bazı önemli ve temel kavramların detaylı bir açıklamasının gerekliliğine vurgu yapar. Bu zemin sağlandıktan sonra, Anscombe insani potansiyellerin gelişip yeşermesini ifade eden “gelişim” ve bu niteliklerin birer ifadesi olan “erdem” kavramının etik soruşturmanın ve çalışmanın konusu olabileceğini söyler. Burada Anscombe'un erdem merkezli bir etik için dayanak teşkil eden söz konusu kavramlara dair ortaya koyduğu açıklamalar için bir başka çalışmanın daha önemi ortaya çıkmaktadır.

Anscombe, bir erdem teorisi ortaya koymuş değildir. Daha ziyade o, modern ahlak felsefesinin doğurduğu sorunları tespit etmiş ve çağdaş etik düşünce ile Aristoteles arasında bir köprü vazifesi üstlenmiştir.

Çalışmada Anscombe'un 20. yüzyılda yapılacak yeni bir etik çalışma için gerekli olan adımın iki aşamaya sahip olduğu düşüncesi merkeze alınmıştır. Bunlardan birincisinin psikoloji felsefesinin parçası olan bir takım “niyet”, “eylem”,

“haz”, “isteme” gibi kavramlara yönelik detaylı bir izahın gerekliliği, ikincisinin ise bu iş yapıldıktan, yani söz konusu kavramlara dair bir açıklama ortaya konulduktan sonra “erdem”, “gelişim” ve “karakter” gibi kavramların merkeze alındığı bir etik çalışmaya geçilebileceği olduğu açık kılınmıştır. Bu zeminden hareketle çalışmanın asıl odağı ise etik çalışmanın bu ikinci aşaması olmuştur. Diğer bir deyişle çalışmada, Anscombe’un Aristoteles tarzı erdem anlayışının merkezde olduğu bir etik çalışma için yaptığı çağrının temeli ve yankısı araştırılmıştır. Bu doğrultuda Anscombe’un tüm çabasının modern ahlak felsefesine yönelik bir eleştiriden sonra, söz konusu etik çalışmanın bu birinci aşamasını ortaya koymak olduğu görülmektedir. Geriye ise açılan boşlukta inşa edilen temelden hareketle, etik soruşturmanın ikinci aşamasına geçmek kalmıştır. Anscombe, bunun için gereken çağrıyla, örnek alınabilecek felsefeyi (Aristoteles tarzı etik) ve bu işin hangi aşamadan geçerek yapılabileceğini ortaya koymuştur. İşte bugün bizim farklı temsilcileri, çeşitli yorumlama biçimleri ve sayıca gittikçe artan metinleriyle karşımızda gördüğümüz çağdaş erdem etiği bu zemin üzerine inşa edilen ve Anscombe’un etik soruşturmanın ikinci aşaması olarak ifade ettiği etik yapma biçimidir. Çağdaş erdem etikçileri büyük oranda, bu zeminden yararlanmış, Anscombe’un Aristoteles’e dönün çağrısına uymuş, ahlaki eylemlerin statüsünü belirlemede her türlü deontolojik ve sonuççu bakış açısından sıyrılmış ve psikoloji felsefesine dayanan bir etik ortaya koymaya çalışmışlardır. Çalışmada Anscombe’un çağrısına uyan ve bu çağrısının aksine hareket eden erdem etikçilerinin görüşlerine yer verilmiştir. Bu doğrultuda, Anscombe’un açtığı yolda ilerleyen erdem etikçilerinin etkileri ve çalışmalarında yer alan içeriğin ikna edici özellikleriyle, Anscombe’u Aristotelesçi erdem etiği için bir “köprü”, çağdaş erdem etiği içinse bir “başlangıç” olarak gördükleri sonucuna varılmıştır.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100’dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Aquinas, P. T. (2014). *The Summa Theologiae*. Complete Edition. Fathers of the English Dominican Province (Çev.). New York: Catholic Way Publishing.

Anscombe, G.E.M. (1958). Modern Moral Philosophy. *Philosophy*, XXX(124), 1–19.

Anscombe, G.E.M. (1997). Modern Moral Philosophy. *Virtue Ethics* içinde (pp. 26–44). R. Crisp–M. Slote (Der.). New York: Oxford University Press.

Anscombe, G.E.M. (2000). *Intention*. London: Harvard University Press.

Coope, C. M. (2006). Modern Virtue Ethics. *Values and Virtues Aristotelianism in Contemporary Ethics* içinde (pp. 20–52). Timothy Chappel (Ed.). New York: Oxford University Press.

Driver, J. (2001). *Uneasy Virtue*. New York: Cambridge University Press, 2001.

Gettier, E. L. (1963). Is Justified True Belief Knowledge?. *Analysis*, 23(6), 121–123.

Foot, P. (1978). Virtues and Vices. *Virtues and Vices and Other Essays in Moral Philosophy* içinde (pp. 1–18). Los Angeles: University of California Press.

Hurka, T. (2001). *Virtue, Vice, and Value*. New York: Oxford University Press.

Hursthouse, R. (2002). *On Virtue Ethics*. New York: Oxford University Press.

Kala, M. E. (2018). *Erdem ve Ödev Batı Ahlak Tarihinin Serencamı*. Ankara: Kadim.

MacIntyre, A. (2001). *Homerik Çağdan Yirminci Yüzyıla Etik'in Kısa Tarihi*. H. Hünler–P. Zelyüt Hünler (Çev.). İstanbul: Paradigma.

MacIntyre, A. (2007). *After Virtue A Study in Moral Theory*. Indiana: University of Notre Dame Press.

Nussbaum, M. (2001). *The Fragility of Goodness: Luck and Ethics in Greek Tragedy and Philosophy*. Revised Edition. Cambridge: Cambridge University Press.

Slote, M. (2011). *Morals from Motives*. New York: Oxford University Press.

Slote, M. (1992). *From Morality to Virtue*. New York: Oxford University Press.

Vogler, C. (2013). Aristotle, Aquinas, Anscombe, and the new virtue ethics. *Aquinas and the Nicomachean Ethics* içinde (pp. 239–257). T. Hoffmann–J. Müller–M. Perkams (Ed.). New York: Cambridge University Press.

Williams, B. (2006). *Ethics and the Limits of Philosophy*. London–New York: Routledge.

Yayın Geliş Tarihi: 20.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1379081>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 77-97
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

BİR EV VE AİLE ANSİKLOPEDİSİ: REHBER-İ UMÛR-I BEYTİYYE’NİN DÖNEMİN MUTFAK KÜLTÜRÜ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

*Damlanur KÜÇÜKYILDIZ GÖZELCE**

Öz

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren Osmanlı mutfağı, Fransız mutfağından etkilendiği bir dönemin içine girer. Bu dönemden sonra Osmanlı saray ve çevresinde Fransız mutfağından etkilenme artarak devam eder. Bu süreçte yayımlanan yemek kitaplarında ve ikinci derece yemek kitaplarında Fransız mutfağı etkisi açık bir şekilde kendini göstermektedir. Kitapların bazılarında alaturka tarifler arasında yer alan alafranga tariflere çoğu yemek kitabında ise ayrı bir başlık açılmıştır. Alafranga tarifler başlığı taşıyan veya yemek isminin yanında yer alan Fransızca isimleriyle, alafranga mutfağa ait olduğu açık bir şekilde tespit edilen bu tarifler, yemek kültüründe yaşanan değişimin önemli kanıtlarındandır. Mutfak kültürünü kayıt altına alan bu eserlerin tespit edilip literatüre kazandırılması, değişimin seyrini görme noktasında araştırmacılar için önem taşımaktadır. İkinci derecede bir yemek kitabı sayılabilecek Mehmed İzzet tarafından yazılmış ev ve aile ansiklopedisi olan *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye* de verdiği alafranga tariflerle bu bağlamda incelemeyi gerektirecek eserlerden biridir. Dolayısıyla çalışmada *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye* isimli bir ev ansiklopedisi üzerinden genel bir dönem mutfağı değerlendirilmesi yapılmaya çalışılmıştır. Çalışmada, *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye* mutfak kültürü bağlamında incelenerek 19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren sofrada ve yemek kültürümüzde karşımıza çıkan Fransız mutfağının etkisi yansıtılmaya çalışılmıştır. Eserde yer alan yemek isimlerinin Latin harflerine aktarımı yapılırken çalışmanın hacmini aşacağından yemek reçetelerinin Latin harflerine aktarımı yoluna gidilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Mehmed İzzet, *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*, alaturka, alafranga, yemek kültürü, sofrada.

A HOUSEHOLD AND FAMILY ENCYCLOPEDIA: AN EVALUATION OF REHBER-İ UMÛR-I BEYTİYYE IN TERMS OF THE CULINARY CULTURE OF THE PERIOD

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Küçük yıldız Gözelce, D. (2024). Bir ev ve aile ansiklopedisi: *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*’nin dönemin mutfak kültürü açısından değerlendirilmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 77-97.

*Dr. Öğr. Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi, Türk Dili ve Edebiyatı Bölümü, Rize, ORCID ID: 0000-0002-2205-1218, damlanur.kucukyildiz@hotmail.com

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

Abstract

From the second half of the 19th century onwards, Ottoman cuisine entered a period in which it was influenced by French cuisine. After this period, the influence of French cuisine continued to increase in the Ottoman palace and its environment. The influence of French cuisine is clearly seen in the cookbooks and secondary cookbooks published during this period. In some of the cookbooks, European style recipes are included among the Ottoman style recipes, but in most cookbooks, a title is separated for the former. These recipes, which are clearly identified as belonging to European style cuisine with the title "European style recipes" or with their French names next to the name of the dish, are important evidence of the change in food culture. Identifying these works that record the culinary culture and bringing them into the literature is important for researchers to see the course of change. Rehber-i Umur-ı Beytiyye, a household and family encyclopedia written by Mehmed İzzet, which can be considered as a secondary cookbook, is also one of the works that require examination in this context with its European style recipes. Therefore, this study attempts to make a general evaluation of period cuisine through a household encyclopedia called Rehber-i Umur-ı Beytiyye. The study analyzes Rehber-i Umur-ı Beytiyye in the context of culinary culture and tries to reflect the influence of French cuisine on our table manners and food culture since the second half of the 19th century. While the names of the dishes in the work were transferred to Latin letters, the recipes were not transferred to Latin letters since it would exceed the volume of the study.

Keywords: *Mehmed İzzet, Rehber-i Umur-ı Beytiyye, Ottoman style, European style, food culture, table manners.*

GİRİŞ

Geleneksel Osmanlı mutfağı, yemekleriyle pek çok kültürü etkilemiş, aynı zamanda başka kültürlerden aldığı yemekleri kendi formu içinde veya yeni bir forma kavuşturarak bünyesine alıp mutfağını zenginleştirmiştir. Bu mutfağın Batı mutfağından etkilenme süreci ise 19. yüzyıl sonrasına denk gelmektedir. Bu yeni yemek kültürü, önce saray çevresini sonrasında da seçkin İstanbul mutfağını etkisi altına almıştır. Osmanlı'nın Batı mutfağından etkilenmesi yalnızca yemekler üzerinden olmayıp sofranın kültürü açısından da bir etkilenme söz konusudur. Geleneksel mutfaktaki sinide ve yer sofrasında, tek bir kaptan yeme geleneği, yerini zaman içerisinde (II. Mahmud zamanında tanınmaya başlayarak) Avrupai tarzda masada, ayrı tabaklarda ve çatal, bıçak eşliğinde yemek yemeye bırakmıştır (Samancı, 2018, s. 96). Bilhassa kırsal alanlarda günümüze kadar hem alaturka hem alafranga sofranın adabı bir arada yaşatılmış, böyle olmakla birlikte alafranga sofranın adabı zaman içerisinde daha baskın olacak şekilde kendine yer bulmuştur.

19. yüzyılda Avrupa mutfağına olan özenti, Avrupa'daki gelişmelere yetişmek amacıyla uygulanan politikanın bir parçasına dönüşmüştür. Yemek, batılılaşma hevesini sergilemek için seçilmiş yollardan biri olmuştur. Bu konuda Fransız mutfağı en gözde mutfaklardan biri hâline gelmiştir. Zaman içerisinde Fransız mutfağı, yabancıların yer aldığı resmi yemekler için bir zorunluluğa dönüşmüştür. Hatta Osmanlı usulü yemek yemek isteyen yabancılar, kendilerini bu

tarz bir yemeğe davet edecek kişi bulma konusunda neredeyse zorlanmaya başlamışlardır (Işın, 2020, s. 56). Bu durum, 20. yüzyılda sarayda verilen ziyafet menülerinde de belirgin olarak kendini göstermiştir. Bu menülere bakıldığında yemeklerin çoğunun Fransız mutfağından olduğu görülmektedir. Bunlar içerisinde konsomeler, sıcak ordöv olarak sunulan bouche adı verilen börekler, havyar soslu balıklar, garnitür ile servis edilen dana filetolar, pasta ve tartlar vardır (Samancı, 2007, s. 52, 56-62; Közleme, 2012, s. 231). Bu dönem mutfağına Fransız mutfağına gözde olma nedeni, bu mutfağın Avrupa’da mutfak hiyerarşisinin zirvesinde olmasıdır (Samancı, 2007, s. 50). “Seçkin” görünmenin bir göstergesi olan Fransız mutfağı, Tanzimat ile birlikte gerçekleştirilen reformlardan sonra sarayda ve seçkinler nezdinde “farklı ve batılı görünmenin bir aracı” olarak ortaya çıkmaya başlamıştır (Közleme, 2012, s. 232). Öncelikle Osmanlı saray mutfağına resmi ziyaretler aracılığıyla tanınan Fransız mutfağı, zamanla seçkin İstanbul mutfağına yeni yemekler ve yeni lezzet kalıplarının oluşmasına öncü olmuştur (Samancı, 2007, s. 53; Közleme, 2012, s. 232). 1880’li yıllardan sonra Fransız mutfağından alınan yemek ve tatlı tarifleri seçkin İstanbul mutfağına biliniyor olsa da bu tariflerin Türk mutfağına uyarlanması 20. yüzyılda tamamlanmıştır (Samancı, 2018, s. 95; Samancı, 2020, s. 209).

Yeni sofraya düzeni ve adabı hakkında bilgi veren adabımuâşeret kitaplarının basımı ise 19. yüzyılın sonlarında başlamıştır. Bu kitapların basımı Cumhuriyet Dönemi’nde de devam etmiştir. Çoğunluğu çeviri olmak üzere 1894-1927 yılları arasında basılan bu kitaplarda Avrupa kültüründe ziyafet sofraları, yemek yeme adabı gibi başlıklar altında Batı kültürüne dair ayrıntılar okuyucuyla buluşturulmuştur (Samancı, 2015, s. 214; 2018, s. 96). Bunun yanı sıra Avrupa’ya gidip Fransızca öğrenenler ve Fransızca eserlerin tercümesi ile birlikte Fransız mutfağına gözdeliğini koruması dolayısıyla yemek kitaplarında da bir tercüme ve Türk mutfağına uyarlama süreci başlamıştır denilebilir. Türk mutfağına Fransız mutfağına kapılarını açmasıyla birlikte yazarlar, sadece yemek kitaplarında değil kadını merkeze alan, ev işlerini kolaylaştırmayı amaçlayan tüm eserlerde alafraanga sofraya kültüründen ve yemek tariflerinden bahsetmeyi kendilerine bir görev bilmişlerdir. Cumhuriyet’le birlikte ise alafraanga sofraya adabının modern Türk kadınının bilmesi gereken temel öğretilerden biri hâline geldiği söylenebilir. Bu minvalde de Ekrem Muhiddin Yeğen ve Fahriye Nedim gibi yazarlar, eserleri aracılığıyla alafraanga yemekler ve sofraya adabı konusunda ailelere, öncelikle kadınlara çeşitli bilgiler aktarmışlardır.

Alafraanga yemeklere ve sofraya adabına dair bilgi veren sayısız eserden biri de *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*’dir. Çalışmanın temel amacı 1900’lerin başında Mehmed İzzet tarafından yazılan ve eve dair bir ansiklopedi özelliği taşıyan *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*’de dönemin mutfak kültürünün ne şekilde ele alındığını ve Osmanlı mutfağına yaşanan değişimi ortaya koymaktır. Çalışmada eserde bahsedilen mutfak ve sofraya takımları, mutfakta kullanılan bazı tabirler, alafraanga sofraya tertibi ve alafraanga yemek çeşitlerinden bahsedilerek verilen tariflerin dönem mutfağına etkisi altına alan Fransız kültürünün ne kadar etkisinde olduğu ve

kendinden sonra yazılmış eserleri içerik olarak etkileyip etkilemediği vb. konular üzerinde durulacaktır. Bu sayede bir eser üzerinden dönem mutfak kültürünün okunması sağlanacak, tariflerde geçen yiyeceklerle kültürde kullanılan yiyecekler hakkında bilgi sahibi olunacaktır. Aynı zamanda kitabın yazarının mutfak konusundaki değerleri, dönem mutfağı konusundaki tecrübeleri de ortaya konulmuş olacaktır. Yemek malzemelerini bilmek, pişirme teknikleri hakkında bilgi sahibi olmak, mutfak araç gereçleri ve sofrada adabına dair bilgi sahibi olmak, dönemin mutfak ideolojisini kavramak ve kültürel arka planını, mutfakta yaşanan değişimi süreç bağlamında görmek açısından önem taşımaktadır. Bu bağlamda mutfak kültürünü yansıttığı düşünülen eserlerin tespit edilip literatüre kazandırılması, Türk mutfak zenginliğini ortaya koymak açısından gereklilik arz etmektedir. Bu düşünceden hareketle çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılarak eserin sofrada kültürü çerçevesinde genel bir değerlendirmesi yapılmıştır. Çalışmanın hacmini aşacağı düşünülmüş yemek tariflerini Latin harflerine aktarmamakla birlikte *Rehber*'de geçen yemek isimlerinin tamamına inceleme sırasında yer verilmiştir.

Yazar Hakkında

1864 yılında İstanbul'da doğmuş olan Mehmed İzzet, Hattat Mustafa Nureddin Efendi'nin oğludur (İbrahim Alâettin, 1935, s. 52). 1888/1889 (1304) yılında Darüşşafaka (Kocaman, 2013, s. 102) mektebini birincilikle bitirdikten sonra Yıldız Sarayı'nda tercüme kalemine ve Darüşşafaka riyaziye dersleri muallimliğine tayin edilmiştir. 1909'da İkinci Abdülhamid'in tahttan indirilmesine kadar saraydaki görevi sürmüştür. Maliye ve Mülkiye mektepleri ile Darüşşafaka'da ve başka mekteplerde riyaziye okutmuş ve çok sayıda öğrenci yetiştirmiştir (İbrahim Alâettin, 1935, s. 52). Fahri öğretmenlik yaptığı bir dönem, ilm-i cebir, fenn-i makine ve kozmografya dersleri vermiştir. 1934 yılında hâlâ Darüşşafaka'da öğretmen olarak görülen Mehmed İzzet, bir süre Şirket-i Hayriye Heyet-i Teftişîye Reisi ve Memurun Müdürlüğünde de bulunmuştur (Kocaman, 2013, s. 103).

Mehmed İzzet'in yazdığı mektep kitaplarından başka umumî mahiyette çok sayıda değerli eseri de vardır. Mektep kitaplarıyla birlikte tespit edilen eserlerinin sayısı doksan üçtür. 1913'te yalnızca bir cildi basılan ve cihan harbinin çıkmasıyla diğerleri neşredilemeyen Dairetü'l-maarif adlı ansiklopediyi Ali Reşad, Ali Seydi ve Mösyö L. Feuillel ile birlikte hazırlayanlardan biri de Mehmed İzzet'dir. Şirket-i Hayriye Salnamesi, Boğaziçi Rehberi, Darüşşafaka Mecmuası, Talebe Mecmuası ve takvimleri dışında da çok sayıda eseri vardır (İbrahim Alâettin, 1935, s. 52). Matematik üzerine kaleme aldığı külliyyatın 11 cildi idadi ve liselerde, 9 cildi de iptidai ve tali liselerde okutulmuştur. Darüşşafaka'da okutulmak üzere yazılan Mebadi-i Fenn-i Makine adlı iki ciltlik bir kitabı dışında fizikle ilgili Fenn-i Mihanik, Ulum-i Hikemîye ve Ulum-i Tabiiye kitapları da vardır (Kocaman, 2013, s. 104).

Mehmed İzzet'in ev ansiklopedisi mahiyetinde ise *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye* adlı eseri bulunmaktadır. İbrahim Alâettin, son zamanlarda eseri genişletip yenileyerek "Ev Ansiklopedisi" adıyla dört cilt olarak neşretmek üzere olduğunu (İbrahim Alâettin, 1935, s. 52) söylese de eserin üç cildi haricinde bu adla anılan herhangi bir yayımına rastlanmamıştır. Mehmed İzzet'in ayrıca söz konusu eserde yararlandığı kaynaklardan, Fransız mutfağı konusunda verdiği bilgilerden ve "Hesap Makinesi Tarifesi" gibi eserlerdeki Fransızca çevirilerinden hareketle (Günergun, 2019, s. 5) Fransızcaya iyi derecede hâkim olduğu söylenebilir.

Eser Hakkında

Rehber-i Umûr-ı Beytiyye, üç ciltlik bir ansiklopedidir. Eserin birinci cildi, Atatürk Üniversitesi Merkez Kütüphanesi Seyfettin Özege Nadir Eserler Koleksiyonunda MK 353 SÖ yer bilgisi ve 0105213 demirbaş numarasıyla kayıtlıdır. 527 sayfalık bu cilt, Dersaadet'te Feridiye Matbaası'nda basılmıştır. İkinci cildi Hanımlara Mahsus Gazete'de, üçüncü cildi ise Mahmud Bey Matbaası'nda basılmış olan eserin diğer nüshaları, Seyfettin Özege Nadir Eserler Koleksiyonu ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Atatürk Kitaplığında yer almaktadır. 1319 (1901), 1320(1902), 1326 (1908) yıllarında neşredilen ansiklopedi, (Ç) harfine kadar olup bu harften sonra eksik kalmıştır. Harf sırasına göre yazılan eserin her maddesinde detaylı bilgiler yer almaktadır. *Rehber*, çok sayıda kaynağa başvurularak yazılmıştır. Bunlar arasında çoğunlukla Fransızca kaynaklar vardır. Yazar, ansiklopedinin birinci, ikinci ve üçüncü cildinin giriş kısmında, yani her cilt için ayrı olacak şekilde eserini oluştururken yararlandığı bu kaynakları yazar ve eserleriyle birlikte vermiştir.

Eve dair ansiklopedi niteliği taşıyan eser, aile bireylerinin yaşamını kolaylaştırmak, çeşitli konularda onları bilgilendirmek amacıyla hazırlanmıştır. Ev ve aile yaşamına dair yazılan dönem eserlerinin kadını merkeze alıp hitap etme özelliğine nazaran *Rehber*, her iki cinsiyeti de esas almıştır. Bu durumu "İfade-i Merâm" kısmında da şu şekilde belirtir: "Rehber, zükûr ve inâsdan herkese lazım bir kitap olmak hasebiyle mündericâtı da ona göre tertip ve tahrir kılınmıştır." Ansiklopedinin içeriği genel olarak evin iyi idaresi, ev hekimliği, ev eczacılığı, dikiş nakış, ev eşyasının temizlenmesi ve muhafazası, yemek pişirme ve sofranın tertibi, evde uygulanması mümkün olan fenni vb. ev işleri üzerinedir. Bu bağlamda çeşitli bitkilerden, hayvanlardan bahsedildiği gibi çocuk bakımı ve çiçek yetiştirme gibi hususlarda da pratik bilgilere yer verilir.

Rüştiye düzeyindeki kızlara ders kitabı olarak hazırlanan (Bayülgen Baran 1998: 24) ansiklopedinin girişinde Mehmed İzzet, eserde ele alınacak konuları sıraladıktan sonra kitabın konusunu "İlm-i tedbîr-i menzil" olarak vermekte ve bu ifadeyi açıklamaktadır. Söz konusu ifadeyle kısaca eserin konusunu ailenin yaşam alanı olan evin idaresi ve ev ile ilgili her türlü malumat olarak açıklamaktadır. *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*'nin yalnızca evi konu alan içeriği, alfabetik sıra ile maddeler olarak düzenlenen formatı ve ev idaresi konusundaki işler için belirlediği

cinsiyetsiz tutum, onun ilm-i tedbîr-i menzili, önceki dönemlerde karşımıza çıkan ahlak kitaplarından farklı bir bağlamda değerlendirdiğini göstermektedir (Tunç Yaşar, 2019, 601).

Osmanlı kadınının toplumdaki rolüne ilişkin genel bir anlayışı ortaya koyan (Bayülgen Baran, 1998, s. 23) eserin yemek kültürü bağlamında değerlendirilebilecek kısmı birinci cilttir. Birinci ciltte yer verilen yazıların yekûn çoğunluğunu yemekle ilgili hususlar ve yemek tarifleri oluşturmaktadır. Yazar ön sözde aşçılığa dair bilgi verirken eserinde nasıl bir yol izlediğinden bahseder. *Ev Aşçısı* madde başında ise sofranın tertibi ve yemek kültürüne dair bilgi verilerek sırasıyla salçalar (309-312), çorbalar (312-319), yumurta yemekleri (319-325), et yemekleri (325-335), tavuk yemekleri (335-344), av etleri (344-352), balıklar (352-360), tatlılar (360-373), pastalar (373-376), sebze ve makarnalar (377-381), dondurmalar (381-385) alt başlığı ve tariflerine yer verilmiştir.

Mutfak ve Sofra Takımları ile Mutfakta Kullanılan Bazı Tabirler

Rehber-i Umûr-ı Beytiyye'nin üzerinde durulması gereken önemli noktalarından biri, dönemin mutfak kültüründe kullanılan sofranın takımları ile alet ve edevata yer vermesidir. Bu sayede Osmanlı'nın son döneminde mutfakta hangi araç gereçlerin yer aldığı görülebildiği gibi bu araçlar aracılığıyla mutfak kültüründe yaşanan değişimi yakalama fırsatı da bulunabilmektedir. Eserde yer alan bilgilerden hareketle Türk mutfağında yer alan bakır sini ve sofraların yanında masa ve sandalyelerin de artık önemli bir yer edindiği söylenebilir.

Mehmed İzzet, yemek odası tezyinatında yer alan eşyaların başlıcalarının şunlar olduğunu belirtir: “Büyük veya küçük kıt’ada bakır veya pirinç sini, ceviz veya maun veya çam ağacından ma’mûl küçük büyük sofranın, sandalye, sofranın örtüsü, nihale, tabak, tahta kemik veya maden kaşık, çatal, bıçak, tuzluk, sürahi, bardak, zeytinyağı ve sirke takımı, hardallık, havlu, pasta, yemişlik, salata tabağı, çorba tası veya kâsesi, büfe, masa, el yıkamaya mahsus leğen ve ibrik veya semaver.” (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 386).

Mutfak takımı olarak ise şunları ekler: “Yemek pişirmeye ve çamaşır yıkamaya mahsûs bulunan âlât ve edevât-ı muhtelifedir ki ön mutfak denilen kısmın tezyînâtına hizmet eder.”

“Bu takım eşya dahi bervecch-i âtîdir: Kazan, tencere, lenger, tava, sahan, tas, maşrapa, güğüm, kepçe, süzgeç, kuşhane, kaşık, tuzluk, ızgara, maşa, mangal, ocak maşası, sacayak, sac mangal, yemek dolabı, maltız, kor çömleği, bulaşık bezleri, yumurta sepeti, nalın, bıçak, balta, satır, kıyma makinesi, et tahtası, yemek tablası, çanak çömlek, süpürge vesairenden ibârettir.” (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 386).

Yazar, bazı tabâhat alet ve edevatı olarak şunları verir: “Küçük kıtada yemek sobası, gaz mangalı, alafranga ocak, hava gazı mangalı, üç gözlü mutfak sobası, et veya üzüm suyu çıkartacak alet, telden yemek dolabı, kebab dolabı,

havaneli, kıyma makinesi, elmasiye kalıbı, dökdürme kalıbı, orman kebabı aleti” (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 303).

Mehmed İzzet, tabâhatte kullanılan bazı kelimelerin Türkçedeki karşılıklarına da yer vermiştir. Bu terimler şunlardır: “Fileto, Kalıp: Bordure; Piriç Kalıp: Bordure de riz; Piliç Filetosu: - de poulets; Haşlamak: Pocher, Blanehir; Tatlı: Entremets; Kabak Tatlısı: Entremets de courge; Köfte: Croquette; Patates Köftesi: croquette de pommes de terre; Dökmek: Fouetter; Kordon: Garniture; Karıştırmak: Lier; Fileto, But: Selle, earré; Koyun Butu: Selle de mouton; Kızartmak, Kebap Yapmak: rotir, braiser; Parça, But: Quartier; Sığır Eti Parçası: quartier de pré salé; Kortarmak: Servir; Tavada Pişirmek: Frire; Kalıp Yapmak: Chemiser; File: Escaloppe ou lilet; Kıymak: Hacher; Karıştırmak: Melanger; Ezme: Coulis, Purée; Tavuk Ezmesi: Coulis de Volailles; Patates Ezmesi: Pureé de pommes de terre; Kızartmak, Kavurmak: Sauter; Dökmek: Battre; Bahar Koymak: Condimenter; Yumurta Sarısı Sürmek Yahut Bir Et Piştikten Sonra Kızartmak: Dorer; Ayıklamak, Kabuğunu Soymak, Haşlamak: Éplucher; Doldurmak: Farcir; Eritmek: Fondre; Masquer: Sıvamak, Üstünü Kapatmak.” (Medmed İzzet, 1319/ 1901, s. 303, 304). Tabâhatte kullanılan terimlerin bu şekilde “Türkçe karşılıkları”na yer verilmesi, bu terimlerin yabancı isimlerinin mutfakta kullanılıp kullanılmayacağını düşünmeden eserde yer alması, yazarın Batı mutfağı odaklı bir düşünce yapısı olduğunu ortaya koymaktadır.

Alafranga Sofra Tertibi

Dönemin adabımuaşeretinden bahseden, mutfak kültürüne yer veren pek çok eserin sofrâ nizamı konusunda da tavsiyeleri, hatta kuralları bulunmaktadır. Bu adabımuaşeret kitaplarının neredeyse tamamında sofrâ kültürüne dair bölümler yer almaktadır. Bu bölümlerde yemeklerin sunumunda nasıl bir sıra gözetilir? Sofra tertibi nasıl olmalıdır? Sofrada bulunanların konumu nasıl belirlenir? gibi yemek ritüeline dair her türlü soruya cevap bulabileceğimiz Fransız usulü, İngiliz usulü sofraların tanzimi konularında bilgi verilmektedir. Bunun yanı sıra alaturka ve alafranga tarzda hazırlanmış öğlen ve akşam yemeklerinin listesi de mütemadiyen bu tarz kitaplarda yer verilen bilgiler arasındadır. Bilhassa sofrâ tanzimine dair bilgilerin, alafranga sofrâ kültürünün toplum hayatına girmesiyle birlikte gündem olduğunu ve eserlerde kıyaslamalara gidilerek bu yönde yazılara daha fazla yer verildiğini ifade etmek gerekir.

Dönemin sofrâ tertibinin nasıl olması gerektiğine yönelik bilgi veren eserlerden biri de *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*'dir. Eser, alafranga bir sofrâ tertip etmek isteyen kişilerin yapması gerekenlerden bahsetmektedir. Buna göre misafir sayısına göre yemek odasına veya salona bir masa konularak üzerine beyaz bir örtü çekilir. 75 santimetre aralıklarla ise tabaklar dizilir. Her tabağın yanına çatal, kaşık, bıçak, bir peçete ve her tabağın önüne dört bardak ve birer sürâhi konulur (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 307).

Her tabağın yanında bir yemek listesi bulundurulacağından söz eden yazar, masanın ortasında sofraya göre iki, üç veya daha fazla şamdan, çiçeklik ve şekerleme tabağı “Frits glaces”, bisküt tabağı, petiför “petit four” dedikleri ufak pasta tabağı, bonibon tabağı ve masanın belli yerlerine birkaç hardallık ve tuzluk takımı konulması gerektiğini ifade eder (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 307).

Ona göre mürettep alafranga bir sofrada yemek yemek için ayrıca sofracı ya da garsonlar bulunur. Her yemek büyükçe bir servis tabağı içinde misafirlere getirilir ve sunulan kişi istediği kadar aldıktan sonra sırayla dolaştırılır. Yemek servisine ailedeki en büyük kişiden başlanır. Sofrada misafir bulunması durumunda ise en büyük misafire öncelik verilir.

Eserde sofrada on kişi için bir tabak tahsis edildiği, bu durumda 40 kişilik bir sofrada aynı yemekten dört tabağın bulunduğunu, bu tabaklardan her birinin dağıtımına büyüklerden başlanacağı söylenir. Bir yemek tamamen dolaştırıldıktan sonra ikinci yemeğin servisi yapılmadan önce her tabak ve çatal bıçak takımı değiştirilir (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 308). Benzer sofralar kurallarına, dönemin diğer yemek kitaplarında da rastlanır. *Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası* bunlardan biridir¹ (Kültürel & Koç, 2019, s. 26). Zaten yemek ve adabımuâşeret kitaplarında yemek esnasında uyulması gereken muâşeret kuralları konusunda çok az görüş ayrılıkları söz konusudur (Tunç Yaşar, 2012, s. 2921).

Zamanın yemek kültürü için en önemli hususlardan biri, ziyafet listeleri ve hazırlanan yemeklerin hangi sırayla sofrada yer alacağı konusundadır. 1900’lü yıllara baktığımızda saray menülerinde ilk sırada çorba ve sonrasında ordöv yer alır. İkinci veya üçüncü sırada hep bir balık yemeğinin sunulduğu görülmektedir. Bunu av eti, kırmızı et ya da sakatat veya tavuktan yapılmış başlangıç yemeği izler. Bu dönem sunulan yemek sıralaması Fransız geleneğini yansıtmaktadır (Samancı, 2007, s. 50,54). Eserde de alafranga usulde tertip edilmiş bir sofrada yemekler ve bunların sunuş sırası şu şekildedir: “Alafranga tertip bir sofrada yemek çorbadan başlar ve tatlı ile nihayet bulur. Çorbayı müteâ‘kib börek, balık, et (et ya iki sıcak et olur veyahut biri sıcak ve biri soğuk olur) sebzevat, pilav, kebab, tatlı, dondurma, peynir, meyve verilir.” Yemekten sonra salona geçilerek kahve içilmesi de âdet üzere dir (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 308). Mehmed İzzet’in ifade ettiği tarzdan daha detaylı olacak ve yemek menüsü verecek şekilde alafranga usulden bahseden yemek veya adabımuâşeret kitaplarının sayısı fazladır. Ekrem Muhiddin Yeğen’in *Sofra Tanzimi ve Adabı* buna örnek teşkil etmektedir. Ayrıca Ömer Azmi’nin *Hanım Kitabı* gibi doğrudan yemek kitabı olmamakla birlikte kadınların hayatını kolaylaştırmaya ve onlara yön vermeye çalışan çok sayıda eserde alaturka ve alafranga tarzda numune ziyafet listelerine yer verilmektedir (Yeğen, 1968, s. 33; Küçükyıldız Gözelce, 2022, s. 1363).

Alafranga Yemekler

¹Kitabın içeriğiyle *Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası* arasındaki diğer benzerliklerden *Alafranga Yemekler* kısmında daha detaylı bahsedilmiştir.

19. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yayımlanan yemek kitaplarına baktığımızda bunların alaturka ve alafranga tarifleri bir arada içerdiği görülmektedir. Söz konusu tariflerin Batı mutfağından tarifler olduğu ifade edilse de dönemin şartları ve birçok eserdeki yemek isimleri ile bunların Fransızca karşılıklarının bir arada verilmesi göz önünde bulundurulduğunda dönem mutfağını etkisi altına alan başlıca mutfağın Fransız mutfağı olduğu anlaşılacaktır. Türk mutfağında Fransız yemeklerinin etkisini dönem menülerinden ve çok sayıda yemek kitabından, hatta sofraya kuralları üzerinden izlemek mümkündür. Bu çerçevede yayımlanan kitapların yekûnunda Fransızca yemek tariflerinin halka arzı söz konusudur.

1844'te yayımlanmış *Melceü't-Tabbahin*'de yalnızca iki adet alafranga kökenli yemek yer alırken (Doğan, 2019, s. 106) sonraki yıllarda yayımlanan kitaplara baktığımızda yabancı kökenli tariflerin sayısında her geçen yıl büyük bir artış yaşanmıştır. Yemek kitaplarındaki Fransız mutfağı etkisi Osmanlı'nın son döneminde basılan hemen her yemek kitabında hissedilmektedir. Ayşe Fahriye Hanım'ın 1883 yılında basılan *Ev Kadını* adlı yemek kitabı (Kut, 2018), Batı mutfağından mutfağımıza giren ragu, jigo, rozbif, maringa, pudinka, savarin gibi birtakım yemek ve tatlı isimlerini de içermektedir. Kitapta, Fransız mutfağından alınan yemek tarifleri, alaturka tarifler kadar yoğun olmasa da kendini hissettirecek derecededir.

1916 (1335) yılında üç ayrı risale olarak yayımlanan *Aile Aşçısı* eserinde, Avanzade Mehmed Süleyman, *Yüz Türlü Sebze Pişirmek Usulü'nün Ön Söz*'ünde bu zamana kadar çeşitli yemek kitapları neşr olunmuş ise de bunlar içerisinde alaturka ve alafranga usullerinden bahseden mükemmel ve izahlı bir eser meydana getirilmediğini, yemek pişirme sanatında zamanın yeniliklerini de dikkate alarak medeniyetin yeniliklerinden bu ilmin de pay alıp almadığını takip edip inceleyerek yeni bir eser vücuda getirmek veya vücuda getirilmiş bir esere ilaveler yaparak neşr etmek gerektiğini yazar (Koç, 2021, s. 32). Avanzade Mehmed Süleyman, bazı fasiküllerinde eserinin çeviri olduğunu söyler. Tarifler, yazarın çevirisini yaptığını söylediği Fransızca kitap veya kitaplardan olsa da bir "dünya mutfağı" profili çizer. Ancak verilen yemek hangi kültüre ait olursa olsun, Fransız bakış açısı korunmaya çalışılmıştır. Hatta bazı tarifler, Osmanlı mutfağına ait gibi görünse de halkın bu yemekleri de daha çok kabul görmelerini sağlama düşüncesiyle olsa gerek Fransızcadan tercüme edildiği anlaşılan diğer tarifler içerisinde sunulmuştur. Eserde tariflerin yanında bazı tekniklerin de Fransızca isimlerinin Türk mutfağına uyarlanması şeklinde kullanılması (bain-marie-hamam mari vb.), Fransız mutfağının ve bu mutfağı kapsayan unsurların Osmanlı mutfağını ne derece etkilediğini ortaya koyar niteliktedir (Ünver, 2021, s. 101-103).

Ahmet Şevket tarafından yazılan ve dört kısım hâlinde düzenlenen *Aşçı Mektebi*'nin ilk kısmı 1920'de, diğer kısımlar ise 1925'te yayımlanmıştır. Eserdeki tariflerin yarısından çoğu Fransız mutfağına aittir. Ahmet Şevket, tarifleri verirken Türkçe ve Fransızca kaynaklardan da yararlanmış. Mary Işın, kitabın

kapağındaki görselden yola çıkarak Ahmet Şevket'in tariflere yer verirken Belçika'da Fransızca basılan bir yemek kitabından faydalandığı sonucuna varır. Mary Işın, çevirisini yaptığı eserin sunuşunda tamamen Fransız mutfağına ait olduğu tespit edilen 2000'den fazla tarifi kitaba dâhil etmediğini, dolayısıyla 3031 tariften yalnızca 914'üne çalışmada yer verdiğini belirtmektedir (Işın, 2021, s. 7, 8). Dönemde yazılmış bir eserde yerli tariflerden çok Fransızca tarife yer verilmesi, yerli tarifleri dahi Fransızlaştırma gayreti, mutfak kültüründeki Fransızlaşma isteğini ve Fransız mutfağının zamanın yazarlarını ve halkı etkileme düzeyini, aynı zamanda bu mutfağa duyulan hayranlığı ortaya koymakta ve Fransız mutfağının gözdeliğini yansıtmaktadır.

1921-1923 yılları arasında dört ayrı cilt halinde yayımlanan *Fenn-i Tabâhat* ve 1924 yılında ise *Yeni Resimli Fenn-i Tabâhat* adıyla tekrar basılan eserde 790 tariften 266'sı Fransız mutfağına aittir. Mehmed Reşat, eserde Fransız yemeklerinin orijinal adlarını vermek yerine bunları Türkçeleştirme yoluna gitmiştir. Aynı zamanda az da olsa Osmanlı mutfağına uyarlanmış Fransız tarzı yemekler de eserde yer almaktadır (Işın, 2018, s. 5, 8). Yazarın bu tarz yemekleri hangi düşünceyle Türk mutfağına uyarladığı ve Fransızca yemek adlarını Türkçeleştirmeye çalıştığı anlaşılmasa da her kesimden insanın söz konusu tarifleri ön yargısız içselleştirmesini istediği düşünülebilir. Tariflerin Fransızca isimlerinin doğrudan verilmesi durumunda halkın bazı kesimlerince tariflerin denenmeyeceği veya tepki göreceği, ancak uyarlamalarla yapılabilişliğinin de kolaylığını halka yansıtmaya çalıştığından söz edilebilir.

Evde Aşçı Kadın Yahut Mükemmel Yemek Kitabı 1921 ve 1927 yılında basılmış eserlerden biridir. Eserin yazarı Aşçıbaşı Tosun, eserinde Türkçe tariflerin yanı sıra çok sayıda Fransızca tarife de yer vermektedir. Beyaz su (bouillon), salçalı enginar dolması (artichaut barègoule) tereyağlı bakla (fève de mrais baysanne), ıspanak kavurması (epinard aux fleurs) örneklerinde olduğu gibi bu tariflerin bir kısmı hem Fransızca hem de Türkçe adlarıyla yazılmıştır (Tosun, 1927, s. 17, 88).

Bu eserlerin dışında ilk baskısı 1880 yılında taş baskı olarak yayımlanan *Yeni Yemek Kitabı* (Samancı, 2017, s. 11), bir yemek kitabı olmamakla birlikte içerisinde çok sayıda yemek tarifine yer veren Ömer Azmi'nin *Hanım Kitabı* (1911/ 1912), Hacıbeyzade Ahmed Muhtar'ın (1332/1916-1917?) *Aşevi Ameli, Nazari Aşçılık, Sofracılık* kitabı, Rabia Rifat'ın *Ev Hanımlarına Mahsus Alafranga Pastacılık*'ı (1925), Hediye Fahriye'nin *Tatlı Ustası (Tatlıcıbaşı)* (1924) ve *Yeni Ev Kadınının Yemek Kitabı* (1924) gibi eserler de içerisinde barındırdığı alaturka tariflerin yanında alafranga tariflere ve doğal olarak Fransız mutfağına dair de bilgi vermektedirler. Ekrem Muhiddin Yeğen ve Fahriye Nedim gibi isimler ise yayımladıkları yemek kitaplarıyla Cumhuriyet sonrası mutfak kültüründe de gözde olan alafranga yaşama yollarına destek vermişlerdir. Bu bağlamda yayımlanan kitapların genel çerçevesine bakıldığında eserlerin bir kısmının adında "yeni" ifadesinin sıklıkla kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bu ifade bir nevi, eskiyi yok

saymamakla birlikte yemek kültüründe bir yeniliğe gidildiğinin de habercisi konumundadır. Halka arz edilen tariflerin aynı zamanda “mükemmel” ifadesiyle sunulması, alafranga tariflerin de içinde yer aldığı bu dönem eserlerinin yemek konusunda mükemmellik taşıdığı anlamına gelmektedir. Dolayısıyla yeni mutfak, yazarlara göre bir bakıma mükemmelliği de içinde barındırmaktadır. Bu mükemmel olan yeni mutfak, halkın geleneksel yemekleri kenara bırakarak yenileşme düşüncesiyle yeni mutfak kültürünü tecrübe etmelerine ortam hazırlamış ve onlar için artık zarurete dönüşmüştür denebilir.

Fransızca tariflere yer veren *Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası* üzerinde ise özellikle durmak gerekir. Bu noktada dikkatimizi çeken hususlardan biri, *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*'deki yemek isimlerinin Ulviye Mevlan'ın *Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası* (Kültürel ve Koç, 2019) eserinde yer alan alafranga yemeklerle benzeşmesidir. Ulviye Mevlan, alafranga tarifler dışında da eserinde birçok tarife yer vermiştir. Ancak alafranga usulde verdiği tarifler, yemek isimlerinin sırası ve yemeklerin Fransızca isimlerine kadar Mehmed İzzet'in ansiklopedisiyle benzetilmektedir. Mehmed İzzet'in 1901 yılında ansiklopedide yer verdiği tariflerin benzerinin 1918'de Ulviye Mevlan tarafından kaleme alınmış olması bu iki eserin aynı kaynaktan beslendiği düşüncesini doğrulamaktadır. Ancak Mehmed İzzet'in Fransızcadan çeviri eserinin de bulunması dolayısıyla Fransızca bilgisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca tarifleri kimin eserinden aldığını da ansiklopedinin *İfâde-i Merâm*'ında “Aşçılığa mute'allik mâlûmat ve tafsilât Avrupa'dan sûret-i mahsûsada celb olunarak bir sene kadar Dersaâdet'te bir makâm-ı âlîde ifâ-yı hüsn-i hizmet etmiş olan Mösyö Şarl André gibi Avrupa'nın en ileri gelen meşâhîr tabbâhîninden bir zâtın tecrübe ve müşâhede üzerine yazmış olduğu küçük bir kitaptan² nakl ve hülâsa edilmiş ve alafranga yemek tabhında mahâret-i mahsûsaya hâiz bulunan matbah-ı âmireye me'mur izzetli Yani Efendi'nin de kalem-i tashîhinden geçerek kesb-i mükemmeliyet eylemiştir.” şeklinde ifade edilmektedir. Buna karşılık Ulviye Mevlan'ın eserini daha geç bir tarihte yayımlaması, eseri hazırlarken hangi kaynaklardan yararlandığının bilinmemesi ve Fransızca bilgi düzeyine dair bir ayrıntıya sahip olmamız onun *Mükemmel ve Mufassal Aş Ustası*'nı hazırlarken Mehmet İzzet'in ansiklopedisini görüp görmediği konusunda bizi düşünmeye sevk etmektedir. Ulviye Mevlan'ın eserindeki alafranga tariflerin isimleri ve sıralamaları Mehmed İzzet'inkiyle bire bir uyuşmakla birlikte yemek reçetelerinin de küçük farklarla birbirinden ayrıldığını belirtmek gerekir.

Görüleceği üzere sofraya kültürünü doğrudan ya da dolaylı olarak içeriğine konu edinen eserlerin hemen hemen tamamında hem yemek tarifî bazında hem de sofraya adabı konusunda büyük bir değişim gözler önüne serilmektedir. Bu değişimin en çarpıcı örneklerinden birini içerisinde hiçbir alaturka tarife yer vermemesiyle *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye* yansıtmaktadır. Mehmed İzzet, *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*'de önemli bir yer teşkil eden alafranga aşçılığa dair dikkatlerini sunar. Yazar, insanın emel ve uğraşının büyük bir kısmını yiyecek ve içeceğin tedariki ve

² “İfâde-i Merâm” kısmında *Aşçı Kitabı* adına yer verilmektedir.

pişirme şekli ile hazırlanmasına zaman ayırdığına bakılınca yemek pişirmenin ev işlerindeki önemine özel olarak dikkat çekmenin lazım olduğunu belirtmektedir. Bu minvalde alafranga aşçılığın mevcut durumunun yeni olduğunu, önceki zamanlarda aşçılığın büyücek kıtada et parçalarının kebab edilmesinden başka bir şey olmadığını, hatta bir misafire ikram olunmak istendiğinde büyükçe bir hayvanın kesilerek orman kebabı gibi bir ağaç dalında veya şişte çevrildiğini ifade eder. Bunlara ilaveten Yunanlıların aşçılığı, hususiyle yiyecek ve yemekleri baharla terbiye etme usulünü Farslardan vesaire Asya kavimlerinden alarak ve iktibas ederek Romalılara öğrettiğini, Romalıların mükellef yemek yemek konusunda gösterdikleri aşırı düşkünlük ve isteğin, aşçılıktaki yükselişe bir delil oluşturduğunu ifade eder (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 302, 303).

Mehmed İzzet, her memleketin kendi usulüne göre yemekler hazırlayarak aşçılığın zenginleşmesine çalıştığını söyleyip alafranga tabâhatte yumurta, balık, et yemekleri, av etleri ve bazı tatluların daha güzel hazırlandığını iddia eder. Bu anlamda yemek kültüründe Batı mutfağını araştırma ve beğenme tavrının Mehmed İzzet'in eserinden hareketle bu zamanda baskın olduğu söylenebilir: "Tabâhat bu sûretle Avrupa-yı garbî akvâmınca ma'lûm olarak her memleket sekînesi başlıca mahsûlâtını nazar-ı dikkate alıp et'imesine o zevk-i millîsiyle mütenâsip bir salça vesaire ile istihzâr ederek tabâhatin zenginlemesine çalışmıştır. Bugün et yemekleriyle yumurta ve balık yemekleri ve bazı tatlular ve av etlerinin sûret-i istihzârı alafranga tabâhatte daha mükemmel olarak istihzâr olunduğu ma'lûmdur." (Mehmed İzzet, 1319/ 1901, s. 303).

Eserde kitabın başlıca meselesini teşkil eden *Ev Aşçısı* kelimesinde yalnızca alafranga tertip, daha çok da çorba çeşidi yemekler ve sebzevât ile pasta, tatlı ve dondurmaların tarifinden bahsedildiği ifade edilmiştir. Alaturka yemeklerin tarifinden bahsedilmeme nedeni olarak ise *Ev Kadını* adıyla bir kitabın mevcut bulunması gösterilmiştir. Bu nedenle şimdiye kadar yazılmamış ve hatta isimleri bile Türkçeye tercüme edilen alafranga yemeklerin tarifinden bahs etmek mecburiyetinin hâsıl olduğu belirtilmiştir. Yazara göre bu durum, kitabın kadir ve kıymetini ortaya koyan hususlardan biridir. Bu çerçevede yemek kültürü araştırmacılarına faydalı olması açısından *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*'de yer alan tariflerin isimleri sırasıyla şu şekildedir:

Sular

Beyaz Su (Bouillon), Kara Su (Jus), Kesilmiş Kara Su (Demi-glace), Et Peltesi (Glace de viande), Boyun Suyu (Consommé), Aspik Suyu (Gelée aspic).

Salçalar

Beyaz Salça (Sauce blanche ou vélouté ou sauce suprême), Alman Salçası (Sauce allemande), Kırmızı Salça (Sauce Brune ou Espagnole), Biberli Kırmızı Salça (Sauce Béarnaise), Süt Salçası (Sauce Bechamel), Hardal Salçası (Sauce montarde), Limon Salçası (Sauce a la maitre d'Hôtel), Domates Salçası (Sauce tomate), Teke Salçası (Sauce crevettes), Ekşi Salça (Sauce piquante), Mayonez

Salçası (Sauce mayonnaise), Vinsen Salçası (Sauce Vinceat), Kremalı Kırmızı Salça (Sauce Caboule), Tereyağı Salçası (Sauce Hollandaise), Sulu Kırmızı Salça (Sauce demi-glace), Beyaz Et Suyu Salçası.

Çorbalar

“Çorbalar tertibinde 12 kişinin sofraya oturacağı nazar-ı dikkate alınarak o yolda tertibât gösterilmiştir. Binâberin bundan ziyâde veya daha az miktarda tertibât için tezyîd veya tenkîs sûretiyle ana göre icrâ-yı ‘amel olunabilir.”

Yeni Usulde Çorba (Potage Moderne. Buna Tapiyoka çorbası da denilir. Tavuk Çorbası (Crème de Volaille), Domates Çorbası (Potage andaloue), Sebze Çorbası (Potage Paysanne), Teke Çorbası (Bisque de crevette), Teke Çorbasının Diğer Nev’i, Bezelye Ezmesi Çorbası (Potage st. germain), Soğan Ezmesi Çorbası (Potage Subise), Tavuk Ezmeli Sebze Çorbası (Potage Printanier), Makarnalı Çorba (Consommé aux macaronis), İrmik Çorbası (Potage de santé), Sebze Ezmesi Çorbası (Potage Pampadoux), Lahana Çorbası (Consomme aux Profiteroles), Yumurtalı Boyun Çorbası (Consommé aux œufs pochés), Tapyoka Çorba (Potage Tapioca), Domatesli Pirinç Çorbası (Potage Andaloue), Şalgam Ezmesi Çorbası (Crème de navet à la Chantilly), Tavuk Ezmesi Çorbası (Potage sans-souci), Kremalı Boyun Çorbası (Potage à la Royale), Sebzevat Ezmesi Çorbası (Potage crème de légumes), Şa’riyye (şehriye) Çorbası (Consommé aux pâtes d’Italie), Havuç Ezmesi Çorbası (Potage Velours), Maydanoz Çorbası (Consommé au cerfeuil), Mantar Ezmesi Çorbası (Potage Crème de eLampignons), Ararotlu Çorba (Potage Îinsulaire), Kestane Ezmesi Çorbası (Purée de marrons à la mancel), Pancarlı Çorba (Barshok aux Diables), Ekmekli Çorba (Crôte au pôte), Karnabahar Çorbası (Potage Dubarry), Av Ezmesi Çorbası (Potage crème de gibier), Tavuk Farsalı Boyun Çorbası (Consommé Sevigné), Avcı Çorbası (Potage chasseur), Nemçe Arpası Çorbası (Potage orge perlée), Kuzu Kulağı Çorbası (Potage à Poseille), Sütlü Tapyoka Çorbası (Tapioca au lait).

Yumurta Yemekleri

Rafadan Yumurta (œuf a la coq), Omlet (Omelette), Ekmekli Yumurta (œuf brouillé), Sahan Yumurtası (œuf sur le plat), Çılbır (œuf poché), Salçalı Böbrekli Yumurta (œuf Meyerber), Tereyağlı Yumurta (œuf au Beurre noire), Tereyağlı ve Trüflü Yumurta (œuf demi-deuil), Yumurta Kızartması (œufs frits), Trüflü ve Mantarlı Yumurta (œuf à la turque), Hindibalı Çılbır (œuf poché a la chicorée), Salçalı Yumurta (œuf à la parisienne), Böbrekli Yumurta (œuf bronillé aux rognons), Peynirli Omlet (Omelette au parmesan), Böbrekli Omlet (omelette aux rognons), Bezelyeli Omlet (Omelette aux petits-po’s), Trüflü Omlet (Omelette Truffée), Patatesli Omlet (Omelette Parmentier), Tavuk Ciğerli Omlet (Omelette aux foies de volaille), Enginarlı Omlet (Omelette aux fonds d’artichauts), Kuzu Kulaklı Omlet (Omelette a l’oseilla), Yumurta Dolması (œuf farcis), Sütlü Yumurta (œufs Lionnaise), Karidesli Yumurta (œuf brouille Bisque), Salçalı Yumurta (œuf poche périgourdine), Kremalı Yumurta (œuf Crème gratin), Sahanda

Tavuk Ciğerli Yumurta (œuf sur le plat aux foies de volaille), Domatesli Çılbır (œuf poché sanes tomate), Domates Salçalı ve Mantarlı Yumurta (œuf Mascotte), Ispanaklı Yumurta (œuf poché aux Epinards), Kuzu Kulaklı Yumurta (œuf poché à l'oseilla), Maydanozlu Yumurta (œuf persillade), Güveç Yumurtası (œuf en cocotte à la crème).

Et Yemekleri

Sebzeli ve Salçalı Koyun Eti (Navarin Printainer), Salçalı Tavşan (civet de levrault), Makarnalı Sığır Eti Parçası (pièce de Bœuf braisée a l'italienne), Patates Köfteli Koyun Filetosu (Carré de mouton), Haşlama Sebzeli Sığır Eti (pièce de Bœuf fermière), Patatesli Biftek (Filets mignons aux pommes de terre), Dana Dili (Langues de veau montglas), Dana Paçası Kotleti (pieds de veau frits), Salatalı Koyun Budu Kızartması (Quartier de mouton aux laitnes), Patates Ezmesiyle Sığır Kızartması (pièce de Bœuf parmentier), Dilli Salçalı Böbrek (Rognons sautés macaire), Sebzeli Dana Dili (Langues de veau garnies), Dana Başı Kotleti (Fritôt de tête de veau), Kerevizli Koyun Filetosu (Quartier de mouton aux céleris), Hindibalı Dana Paçası (pieds de veau chicorée), Patatesli Koyun Filetosu (Noisettes des moutons parisienne), Pirinçli Böbrek (Bordure de rognons), Sebzeli Sığır Eti (pièce de Boeuf garni), Biberli Kırmızı Salçalı Biftek (Filet Sauté Béarnaise), Mantarlı ve Makarnalı Koyun Eti (Mouton braisé paysanne), Salçalı Böbrek (Rognons sautés aux fines herbes), Sığır Eti Kavurması (Bœuf santé), Koyun Filetosu (Selle de mouton), Ekşi Salçalı Sığır Filetosu (Tournedos sauce piquante), Sebzeli Sığır Eti Parçası (Quartier de pré salé jardinier), Koyun Eti Filetosu (pré salé montagnard), Patatesli Biftek (Roastfeul Duchesse), Soğuk Et (Viandes froides assorties), Makarnalı Sığır Eti Kızartması (pièce de boeuf braisée à Tancienne), Sığır Eti Bifteği (Entrecôtes grillés), Sebzeli Sığır Eti (pièce de Bœuf nivernaise), Salçalı Bildircin Eti (Cailles en compotes), Patatesli Koyun Eti Kızartması (Carré de mouton rôti), Patatesli Koyun Filetosu (Selle de mouton DucLesse), Dana Kotleti (Côtelettes de veau pannière), Ispanaklı Dana Budu (Noix de veau braisé aux épinards), Sebzeli Sığır Eti (Boastleuf à la Hussard), Mantarlı Biftek Filet (sauté Champignons), Dana Başı Haşlaması (Tête de veau à l'huile), Ispanaklı Koyun Eti (Quartier de mouton aux Epinards), Soğanlı Sığır Eti (Bœuf à la mode), Patatesli Dış Filetosu (Contre-Filet Bra'sé Duchesse), Sebzeli Sığır Eti Haşlaması (Bœuf Bouilli fertnière), Sebzeli Koyun Filetosu (Quartier pré salé nivernaise), Sebzeli Dana Ciğeri (Foie de veau Milanaise), Sebzeli Dana Kotleti (Colelettes de veau à la Royale), Sebzeli Sığır Dili (Langue de Bœuf garnie), Salçalı Dana Paçası (Eds de veau à la poulette), Fasulyeli Köfte (Bitces aux haricots verts), Soğanlı Yahni Mouton (braisé aux petits oignons), Fasulyeli Pirzola (Côtelette de mouton aux laricots), Salatalı Koyun Budu (Gigot de mouton aux laitnes farcies), Makarnalı Dana Kotleti (Cotelette de veau aux nouillies), Kuzu Beyni Kızartması (Cervelle d'agneau au gratin), Kuzu Beyni Kotleti (Cervelles frits), Tereyağlı Kuzu Beyni (Cervelle aux beurre noire), Sebzeli Sığır Fileti (Filet de Bœuf à la renaissance), Hindibalı Dana Pirzolası (Côtelette de veau braisé),

Salçalı Biftek (Tournedos Rossini), Beyaz Salçalı Dana Eti (Blanquette de veau a l'ancienne).

Tavuk Yemekleri

Pilavlı Piliç (Bordure de poulets), Piliç Köftesi (Croquette de volaille à la Royale), Piliç Kızartması (Poulet braisée à l'aviron), Mayonezli Piliç Filetosu (Cbaud-froid de volaille), Şalgamlı Hindi (Dindonneaux navets), Enginarlı Piliç (filasse de volaille a la malgache), Salçalı Ördek Pilazı (Cannetons farcies rennaise), Mayonezli Tavuk Sögüşü (Mayonnaise de volaille), Hindi Kebabı (Dindonneaux rôtis), Makarnalı Piliç Filetosu (Ballatine de volaille), Zeytinli Ördek Pilazı (Cannetons aux olives), Piliç Izgarası (poulets grillés), Sebzeli ve Farsalı Piliç Filetosu (Suprême de volaille jardinière), Salçalı Piliç (poulet sauté a la milanaise), Farsalı Hindi Filetosu (Ailerons de dinde), Mayonez Salçalı Piliç Kotleti (fritôt de volaille sauce tarlare), Hamurlu Tavuk Böreği (Rissole de Volaille), Pirinçli Salçalı ve Mantarlı Piliç (Bordure de poulet au riz), Mayonezli Piliç Filetosu (Mayonnaise de filet de volaille à la moderne), Nemçe Hamurundan Tavuk Filetosu (Vol-au-vent financière), Ekşili Piliç Eti (poule crapaudine), Farsalı Tavuk Ezmesi (Timbale de volaille à la Reine), Salçalı Piliç Eti (poulettes sautées catalane), Tavuk Filetosu Kotleti (Cotelette de volaille maréchal), Salçalı Piliç (Poulet sauté, sauce hachée), Domates Salçalı Piliç Kotleti (Poulet viennoise), Bezelyeli Tavuk Kotleti (Côtelette de volaille aux petits-pois), Salçalı Hindi Kotleti (Côtelette de dindonneaux créole), Pirinçli Piliç (Poulets au riz a l'Estragon), Türüflü ve Mantarlı Piliç (Poulet sauté financière), Farsalı Tavuk Filetosu (Turban de volaille à la clamart), Salçalı Piliç (Poulets sautés sauce aurore), Patatesli Hindi Filetosu (Ailerons de Dinde a la Dolgorouki), Kestaneli Tavuk Filetosu (Escaloppe de volaille purée de marrons), Fasulyeli Hindi Kotleti (Cotelette de dinde poyarouskis), Salçalı Tavuk Izgarası (Poulet grillé sauce piquante), Kırmızı Lahanalı Hindi (Dinde à l'allemande), Bezelyeli Tavuk Köftesi (Croquette de volaille aux petits-pois), Makarnalı Piliç (Poulet sauté aux nouilles), Salçalı Tavuk Farsası (Pains de volaille tallayrand), Tavuk Galantini (Galantine de Volaille).

Av Etləri

Keklik Kebabı (perdreux St Cròtade), Bildircin Galantini (cailles à la s'. André), Tavşan Kebabı (Rable de lièvre saucée), Türüflü Karatavuk Filesi (grenadins de grives à la Godard), Salçalı Karatavuk (salmi de grives), Bildircin Kızartması (caille-pie), Türüflü ve Salçalı Bildircin (cailles à la Royale) Av Eti Kebabı (gibier à la casserole), Salçalı Çulluk Filesi (noisette de gibier à la godard), Farsalı Bildircin (Timbale de cailles saucée), Keklik Döner Kebabı (perdreux rôtis à la broche), Lahanalı Keklik (perdreux maralehéres), Makarnalı Bildircin (Timbale de caille napolitaine), Kestaneli Keklik Filesi (suprême de perdreaux nesselrode), Sebzeli Keklik (Perdreux aux chous), Hamurlu Çulluk (pâtes de Bécasses chaud), Zeytinli Keklik (Perdreux aux olives) Keklik Filesi Kotleti (Paupiettes de perdreaux financière), Soğuk Salçalı Kara Tavuk Galantini (Chaud-froid mauviettes LoLemienne), Salçalı Yaban Ördeği (Canards sauvages Bigarade),

Salçalı Karaca Eti (Civet de chevreuil), Karaca Kebabı (Cimier de chevreuil rôti), Kestaneli Karaca Eti (Chevreuil purée de marrons), Frenk Üzümlü Karaca Filesı (Raimes de chevreuil cumberland), Türüflü Karaca Pırzolası (Côtelette de chevreuil), Türüflü Kara Tavuk Pilavı (Pilaw de mauviettes à la perigourdine), Kestaneli Sülün Filesı (paupiettes de faisans, purée de marrons), Mantar Ezmeli Tavşan Ezmesi (quenelles de lapereux, purée de champignons), Salçalı Kara Tavuk Galantini (mauviettes sur le cendre), Av Eti Ezmesi (pains de gibier Clermont).

Balıklar

Karagöz Balığı Filesı (Filets de soudacs portugaise), Vinsen Salçasıyla Yapılmış Balık (Poisson sauce vincent), Barbunya Balığı Filetosu (Filets de Rougets à la marnay), Haşlama Balık (Poisson poché sauce bégüme), Balık Filetosu (Filet de poisson bretonne), Balık Filetosu (Escalope de poisson), Balık Filetosu (Filet de poisson fines herbes), Fırında Pişirilen Balık Filetosu, Kırlangıç Balığı Haşlaması, Kırlangıç Balığı Haşlaması, Balık Filetosu, Farsalı Balık Filetosu, Kefal Balığı Filetosu, Lüfer Balığı Filetosu, Balık Filetosu, Balık Filetosu, Haşlama Balık, Balık Filetosu, Salçalı Balık Filetosu, Tereyağlı Balık Filetosu, Hardal Salçalı Kefal Balığı Filetosu, Balık Filetosu, Haşlama Levrek Balığı, Salçalı Haşlama Kırlangıç Balığı (Hirondelle polonaise), Farsalı Pisi Balığı Filetosu Kızartması, Karidesli Levrek Balığı, Mantarlı Lüfer Balığı Filetosu (Filet de poisson berey), Farsalı Balık Filetosu, Hamurlu Balık Farsası (Vol-au-vent Dépoise), Haşlama Kalkan Balığı, Kefal Balığı Kotleti, Salçalı Pisi Balığı, Soğuk Mayonezli Balık (Mayonnaise de poisson), Balık Kotleti, Levrek Balığı Izgarası (Bar grillé sauce maitre d'Hôtel), Peksimetli Kalkan Balığı (Turbot sauce crème au gratin), Farsalı Barbunya Balığı (Escalope de poisson farcie), Balık Filetosu (Filet de poisson Mornay), Salçalı Balık Filetosu, Salçalı Balık Farsası (Quenelles de poisson fines herbes), Levrek Balığı Izgarası, Barbunya Izgarası (Rougets grillés maitre d'Hôtel), Salçalı Dil Balığı (Sole Joinville), Salçalı Balık Filetosu, İstiridyeli Balık Filetosu.

Tatlılar

Paris Usulü Elma Tatlısı (Charlotte de pommes parisienne), Çikolatalı Krema (Crème Anglaise au chocolat), Ananaslı Elmasiye (Gelée moscovite aux ananas), Süt Kreması (Crème chantilly cardinal), Elvan Krema (Bavarois Rubane), Pirinçli Yemiş Tatlısı (Fruits condé), Yemişli Elmasiye (Macédoine de fruits à la gelée), Yemişli Krema (Suédoise de fruits), Ananas Tatlısı (Ananas condé), Fıstıklı Krema (Bavarois aux pistaches), Çikolatalı Krema Kızartması (crème frite), Kayısı Tatlısı (pains aux abricots) Yemişli Savaren Tatlısı (Croûte parisienne), İrmik Pudingası (Pudding de semouls), Çilekli Süt Kreması (Mousse aux fraises), İrmik Köftesi Tatlısı (Croquette de semoule), Çikolatalı Armut Tatlısı (poires au cacao), İtalyan Kreması (Crème au caramel), Pandispanya Şarlot Tatlısı (charlotte à la russe), İrmik Pastası (gâteau de semoule), Kremalı Armut Tatlısı (poires Bourdaloue), Kremalı Armut Kızartması Tatlısı (Beignet de poires parisienne), Kestaneli İrmik Pudingası (pudding nesselrode), Kremalı Frenk Kaymaklısı

(maringue à la Crème), Pudinga Tatlısı (pudding Cabinet), Kremalı Pudinga (pudding à la chantilly), Çilekli Süt Kreması (chantilly aux fraises), Pandispanya (Génoise), Pandispanyalı Şarlot Tatlısı (charlotte au blanc-manger), Ananaslı Krema Tatlısı (crème crèole), Kahveli Krema (Bavarois au zenzibar), Yemişli ve Kremalı Elmasiye (gelée neigée aux fruits), Kayısı Salçalı Pirinç Tatlısı (croquettes de riz sauce Alricots), Kayısı Ezmesiyle Ananas Tatlısı (pains d'abricots créole), Kremalı Pandispanya (génoise glacée à la chantilly), Portakallı Elmasiye (Orange à la gelée), Kulak Biçiminde Krema Tatlısı (gaufrettes a la chantilly).

Pastalar

Dariol Pastası (gateau d'Arioles), Yemişli Pasta (tartelette aux fruits), Kremalı Pasta (gateau conversation), Bademli Pasta (gateau praline), Şekerli Nemçe Pastası (Langues de bœuf), Kremalı Alman Pastası (Eclair et chaud a la crème), Bademli Pandispanya (Biscuits aux amandes), Çikolatalı Pandispanya (Biscuits au chocolat), Biskuit (gateau à thé), Nev'i Diğeri, Çikolatalı Biskuit (Langues de chat), Baba Tatlısı.

Sebze ve Makarnalar

Tereyağlı Fasulye İçi (Frageolets maitre d'Hôtel), Tereyağlı Bezelye (Petits-pois au beurre), Salçalı Kuşkonmaz (Asperges sauce Hollandaise), Yumurtalı Ispanak (Epinard aux œufs pochés), Tereyağlı Sebze (Macédoine de légumes), Enginar Dolması (Fonds d'artichauts farcies), Peynirli ve Salçalı Hıyar (Concombre au gratin), Tereyağlı Yeşil Fasulye (Haricots verts au beurre), Tereyağlı Enginar (Fonds d'artichauts Lonnaise), Peynirli Patates Ezmesi (Furee de pommes de terre), Ispanak Kavurması (Epinards aux fleuroas), Kalıp Makarnası (Timbale Milanaise), Fırın Makarnası (macaronis au gratin), Domates Dolması (Temate farcie provinçale), Salçalı Enginar Dolması (artichaut Barigoule), Beyaz Salçalı Enginar (Artichau's sauce Hollandaise), Domatesli Makarna (macaronis sauce tomate), Beyaz Salçalı Karnabahar (Choux-fleurs, sauce Hollandaise), Fırın Karnabaharı (Choux-fleurs au gratin), Salçalı Kereviz (céléris a l'Espagnole), Salçalı Enginar Fidanı (Cardons à la mœl'e), Tereyağlı Frenk Lahanası (choux bruxelle au beurre), Yumurtalı Salata Ezmesi (puree de laitues aux œufs pochés), Tereyağlı Bakla (Fèves de marais paysanne).

Dondurmalar

Vanilyalı Dondurma (glace a la vanille), Çikolatalı Dondurma (glace au chocolat), Kahveli Dondurma (glace au café), Limonlu Dondurma (glace au citron), Vişneli Dondurma (glace aux griottes), Frenk Üzümlü Dondurma (glace aux groseilles), Ağaç Çilekli Dondurma (glace aux framboises), Çilekli Dondurma (glace aux fraises), Şeftalili Dondurma (glace aux pêches), Kayısı Dondurma (glace aux abricots), Kavunlu Dondurma (glace au melon).

Eserdeki tarifler incelendiğinde belli bazı yiyeceklerin tariflerde yoğun olarak kullanıldığı görülecektir. Bu malzemeler içerisinde tavuk, koyun eti, sığır

eti, balık, yumurta, piliç, makarna gibi ana malzemelerle birlikte bezelye, mantar, fasulye, trüf, tapyoka, farsa, enginar, kuzukulağı, şalgam gibi yiyecekler vardır. Eserde yemek isimlerinin neredeyse tamamının Fransızca karşılıkları olduğu halde balık yemeklerinin bir kısmında Fransızca isimlere yer verilmemiştir. Bu durum yazarın bazı yemeklerin Fransızca karşılıklarını bulamadığını düşündürse de Fransızcadan çevrildiği bilinen bir eser için bunun mümkün olmayacağını belirtmek gerekir. Yine yazarın Fransız mutfağını düşünerek yemek pişirmede kullanılan bazı tabirlerin Türkçedeki karşılıklarını ve manalarını vermesi, bu ihtimali azaltmaktadır. Tüm bunlar, yazarın Fransızca isimleri unutmuş olabileceğini veya bizim bilmediğimiz başka bir ihtimali akla getirmektedir.

SONUÇ

Rehber-i Umûr-ı Beytiyye'nin girişinde eserin herkese hitap ettiği ifade edilse de eserdeki madde içeriklerinin daha çok kadını merkeze alıp onun ev işlerini düşünerek yazılmış olduğu söylenebilir. Bilhassa ev içindeki ve kadının hâkimiyet alanında bulunması dolayısıyla mutfaktaki değişime yön verecek kitlenin de dönem için kadınlar olduğu düşünüldünce, bir ev ansiklopedisi özelliği taşıyan eserin daha çok kadına yönelik hazırlanmış olması akla yatkındır.

Dönem mutfak kültüründe yaşanan değişim ve alafranga mutfak kültürünün halk arasında yaygınlaşması, kültürün halka arzında etkin role sahip bu gibi kitaplar, aynı zamanda dergi ve gazeteler vasıtasıyla çok daha hızlı bir şekilde gerçekleşmiştir. Bu nedenle zamanın sofraya kültürüne yön veren kitap, dergi ve gazetelerin sofraya açısından incelenmesi, sofrada istenen değişimin halka ne şekilde yansıdığı ve halk tarafından bulunduğu karşılığın tespiti açısından önem arz etmektedir. Bu çerçevede *Rehber-i Umûr-ı Beytiyye*, bir ev ve aile ansiklopedisi olmasına rağmen müstakil yemek kitaplarında olduğu gibi dönem mutfağını etkisi altına alan Fransız mutfak kültürüne bigâne kalamamış eserlerden biridir. *Rehber*'de Fransız sofraya kültürünün yanı sıra mutfak araç gereçleri, mutfakta kullanılan terimlerde de Fransız mutfağından çeviriler söz konusudur. Ansiklopedide yazarın da ifadesinden anlaşıldığı üzere yemek reçeteleri Fransızca bir kitaptan doğrudan alınmıştır. Yazar, daha önce "*Ev Kadını*" isminde bir yemek kitabı yazılmış olması dolayısıyla alaturka yemeklere yer vermediğini söylese de bunda bir diğer neden olarak yazarın geleneksel olanı bir tarafa bırakıp Fransız mutfağını halka benimsetme isteğinin etkili olduğu düşünülebilir. Yazarın bazı yemek çeşitlerinin alafranga mutfakta daha mükemmel olduğunu ifade etmesi de onun yemekleri halka benimsetme veya öğretme amacıyla hareket etmiş olabileceğini ve Fransız mutfağına olan hayranlığını akla getirmektedir. Aynı zamanda yazarın bu ifadesi, onun her iki mutfağı da bilip yemek kültürü konusunda kendi mutfağıyla bir kıyaslama yapabilecek kadar Fransız mutfağına hâkim olduğunu da ortaya koymaktadır.

Bu tarz mutfak kültürü hakkında bilgi veren eserler, yazıldıkları zamanın beslenme kültürüne, toplumsal, kültürel ve ekonomik yapısına dair bilgi vermeleri

açısından araştırmacılar için önem taşımaktadır. Bu gibi eserlerde verilen sofrada adabı ve reçetelerin hangi zaman içerisinde hangi yiyecekleriyle veya kültürüyle Türk mutfağını etkisi altına almış olabileceği ortaya çıkmaktadır. Örneğin eserdeki tariflerde kotlet, tapyoka, trüf gibi malzemelerin kullanılması alafranga mutfak kültürünün Türk mutfağına yansımalarıdır. Bu yönüyle *Rehber*, okuyucularına modern anlamda bir sofrada kültürünün nasıl olması gerektiğini sunmaktadır. Bu nedenle bu tarz eserleri ele alıp mutfak kültürüne dair neler içerdiğini tespit etmek, Türk mutfak kültürünün geçirdiği aşamaları, etkilendiği ve etkilediği milletleri ortaya koymak noktasında yemek ve kültür tarihi açısından önem kazanmaktadır.

Aynı zamanda eserin kendisinden sonra yazılan eserlere alafranga yemek kültürü noktasında kaynaklık ettiği veya kendisinden sonra yazılan bir yemek kitabıyla aynı kaynaktan beslendiği düşünülebilir. Bu yönüyle de eserin dönemin popüler yemek kültürünü yakından takip ettiğini söylemek mümkündür.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Aşçı Başı Tosun. (1927). *Evde aşçı kadın yahut mükemmel yemek kitabı*. İstanbul: Âmidî Matbaası.

Bayülgen Baran, N. (1998). *Rehber-i umur-u beytiye: a guideline in the socialization of female students at the turn of the twentieth century*. (Yüksek Lisans tezi), Boğaziçi Üniversitesi.

Doğan, A. (2019). "*Esir şehrin*" mutfak kültürü mütareke dönemi İstanbul mutfak kültürü 1918-1922. İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık.

Fahriye Nedim. (b.t.). *Alaturka-alafranga yemek tatlı-pasta kitabı*. İnkılâp ve Aka Kitabevleri.

Günergun, F. (2019). İstanbul'da bir payen aritmometresi ve Türkçe kullanım kılavuzu. *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, 20 (1), 1-15.

Işın, P. M. (2018). *Mehmed Reşad, Fenn-i tabâhat 1340-1341 (aşçılık bilimi 1921-1923)*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

Işın, P. M. (2020). *Bereketli imparatorluk: Osmanlı mutfağı tarihi* (Çev. A. F. Yıldırım). İstanbul: VakıfBank Kültür Yayınları.

Işın, P. M. (2021). *Ahmed Şevket, Aşçı mektebi İstanbul'un birinci sınıf aşçıbaşılarının muavenetiyle, 1920*. İstanbul: Kitap Yayınevi.

İbrahim Alâettin, [Gövsâ] (1933-1935). *Meşhur adamlar hayatları-eserleri, c.3*. (Haz. Sedat Simavi). İstanbul: Y. Y.

Karakaş, E. (2018). *Hadiye Fahriye, Yeni ev kadınının yemek kitabı*. İstanbul: Cinius Yayınları.

Karakaş, E. (2019). *Hadiye Fahriye, Tatlı ustası (tatlıcıbaşı)*. İstanbul: Cinius Yayınları.

Kocaman, M. (2013). Darüşşafaka'da fizik eğitiminin başlangıcı. *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, 14 (2), 87-117.

Koç, H. (2021). *Avanzade Mehmed Süleyman, Aile aşçısı 100 türlü sebze, 100 türlü çorba, 100 türlü yumurta pişirmek usulleri*. (Sunuş: İ. C. Schick), (Tarifleri Uyarlayan: Ö. Ünver), İstanbul: İletişim Yayınları.

Közleme, O. (2012). *Türk mutfak kültürü ve din*. İstanbul: Rağbet Yayınları.

Kut, T. (2018). *Ayşe Fahriye, Ev kadını*. İstanbul: Çiya Yayınları.

Küçükyıldız Gözelce, D. (2022). Ömer Azmi'nin Hanım Kitabı'nda yer alan yemek tarifleri. *Turkish Studies - Language*, 17 (4), 1325-1366.

Kültürel, Z. & Koç, A. (2019). *Ulviye Mevlan, Mükemmel ve mufassal aş ustası*. Konya: Palet Yayınları.

Mehmed İzzet. (1319/1901). *Rehber-i umûr-ı beytiyye*. Dersaadet: Feridiye Matbaası,

Mehmed İzzet. (1320/1902). *Rehber-i umûr-ı beytiyye*. Dersaadet: Hanımlara Mahsus Gazete.

Mehmed İzzet. (1326/1908). *Rehber-i umûr-ı beytiyye*. Dersaadet: Mahmut Bey Matbaası.

Özmel Akın, N. (2014). *Hacıbeyzade Ahmed Muhtar, Aşevi ameli, nazari aşçılık, sofracılık*. (Ed. A. Uğur). İstanbul: Ruhun Gıdası Kitaplar Yayıncılık.

Samancı, Ö. (2007). Fransız üslubunda Osmanlı ziyafetleri: 1914-1918 yılları arasında düzenlenen on dört ziyafet mөнüsünün gastronomik dili üzerine inceleme. *Yemek ve Kültür*. (8), 48-62.

Samancı, Ö. (2015). Yenileşme ve Cumhuriyet Dönemlerinde İstanbul Mutfak Kültürü, *Büyük İstanbul tarihi* içinde. 200-215. <https://istanbultarihi.ist/assets/uploads/pdf/yenilesme-ve-cumhuriyet-donemlerinde-istanbul-mutfak-kulturu-115.pdf>

Samancı, Ö. (2017). *Yeni yemek kitabı*. İstanbul: Çiya Yayınları.

Samancı, Ö. (2018). Cumhuriyet dönemi Türk mutfağı. *Türk mutfak kültürü* içinde. (Ed. A. Dünder Arıkan). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

Samancı, Ö. (2020). Osmanlı ve Cumhuriyet dönemlerinde yemek kitapları. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31 (2), 205 – 210.

Temel, S. (2016). *Rabiha Rifat, Ev hanımlarına mahsus alafranga pastacılık*. (Ed. A. Uğur). İstanbul: Ruhun Gıdası Kitaplar Yayıncılık.

Tunç Yaşar, F. (2012). Geç dönem Osmanlı âdâb-ı muâşeret kitaplarında hane tanzimi ve salon âdâbı. *Turkish Studies*. 7 (4), 2919-2938.

Tunç Yaşar, F. (2019) Geç dönem Osmanlı kız mekteplerinde fennî ev idaresi eğitimi: Müfredat ve ders kitapları. *Türkiyat Mecmuası-Journal of Turkology*. 29 (2), 591-620.

Ünver, Ö. (2021). Tariflerin günümüze uyarlanma yöntemi üzerine birkaç söz. *Avanzade Mehmed Süleyman, Aile aşçısı 100 türlü sebze, 100 türlü çorba, 100 türlü yumurta pişirmek usulleri* içinde. (Çevrimyazı: H. Koç), (Sunuş: İ. C. Schick). İstanbul: İletişim Yayınları.

Yeğen, E. M. (1968). *Sofra tanzimi ve âdabı*. İstanbul: İnkılâp ve Aka Kitabevleri.

Yayın Geliş Tarihi: 24.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1380809>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 98-125
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ENTROPİ VE AHP AĞIRLIKLIL TOPSIS YÖNTEMİYLE FİRMALARIN PERFORMANS SIRALAMASI: BİST’TE BİR UYGULAMA

Bora TOPAL*

Öz¹

Dünyada yaşanan teknolojik gelişmelerin yanı sıra ekonomik krizlerin de her an ortaya çıkmasının muhtemel olduğu günümüzde, firmalar için performans ölçümü ve değerlemesi oldukça önemlidir. Ayrıca rekabetçi piyasa alanında da firmanın hem rekabet gücünün artırılması hem de piyasadaki yerinin belirlenmesinde performans tespitine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bakımdan firma performansının tespiti konusunda farklı yöntemlerden yararlanılmaktadır. Çalışma kapsamında Borsa İstanbul’da (BİST), İmalat Sektörü - Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe işlem gören ve çimento imalatı faaliyetinde bulunan 10 firmanın 2013-2022 dönemine ilişkin belirlenen finansal oranlarının farklı kriter ağırlıklarına göre performans sıralaması tespit edilerek, kullanılan kriter ağırlıklarına göre uygulanan çok kriterli karar verme yöntemiyle firmaların piyasa değerleri kıyaslanmıştır. Kriter ağırlıklarının belirlenmesinde AHP (Analytic Hierarchy Process) ve Entropi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada firmaların performansları, Cari Oran, Nakit Oran, Asit-Test Oranı, Net Kâr Marjı, Esas Faaliyet Kârlılığı, Özsermaye Kârlılığı, Finansal Kaldıraç, Satışlardaki Büyüme, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Özsermaye Devir Hızı ve Hisse Başına Kazanç olmak üzere 12 kriter dikkate alınarak, kullanılan farklı kriter ağırlıklarına göre TOPSIS (The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) çok kriterli karar verme yöntemiyle belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Performans Sıralaması, AHP, Entropi, TOPSIS, Çimento Sektörü.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Topal, B. (2024). Entropi ve AHP ağırlıklı TOPSIS yöntemiyle firmaların performans sıralaması: BİST’te bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 98-125.

*Dr. Öğr. Üyesi. Ardahan Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-7109-4986, boratopal@ardahan.edu.tr.

¹ Bu makale 12-13 Ekim 2023 tarihleri arasında Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi tarafından düzenlenen VI. Uluslararası Ekonomi, Siyaset ve Yönetim Sempozyumu adlı etkinlikte sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özeti sempozyum bildiri özet kitabında basılmış “Farklı Ağırlıklandırma Yöntemleri Kullanılarak Borsa İstanbul’da İşlem Gören Çimento İmalatı Faaliyetinde Bulunan Firmaların TOPSIS ile Performans Sıralaması” başlıklı bildirinin tamamlanmış halidir. Çalışmada etik kurul onayı gerekmemektedir.

PERFORMANCE RANKING OF COMPANIES BY ENTROPY AND AHP WEIGHTED TOPSIS METHOD: AN APPLICATION IN BIST

Abstract

In today's world, where economic crises are likely to occur at any time as well as technological developments in the world, performance measurement and evaluation are very important for companies. In addition, in the competitive market field, performance determination is needed to both increase the competitiveness of the company and determine its place in the market. In this regard, different methods are used to determine company performance. Within the scope of the study, the performance ranking of the financial ratios determined for the period 2013-2022 of 10 companies traded in the Manufacturing Sector-Stone and Soil-Based Subsector and engaged in cement manufacturing activities was determined in Borsa Istanbul (BIST) according to different criteria weights, and the market values of the companies were compared using a multi-criteria decision-making method applied according to the criteria weights used. AHP (Analytical Hierarchy Process) and Entropy methods were used to determine the criterion weights. In the study, the performances of the companies are evaluated according to 12 factors: Current Ratio, Cash Ratio, Acid-Test Ratio, Net Profit Margin, Operating Profitability, Return on Equity, Financial Leverage, Growth in Sales, Stock Turnover Rate, Asset Turnover Rate, Equity Turnover Rate and Earnings Per Share. The criteria were determined by the TOPSIS The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) multi-criteria decision-making method according to the different criterion weights used.

Keywords: *Performance Ranking, AHP, Entropy, TOPSIS, Cement Sector.*

GİRİŞ

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler nedeniyle firmaların sürekli değişen ve gelişen dünya düzenine hızla adapte olma ihtiyacı, küresel rekabetin gitgide artması, firmalar üzerinde çok büyük baskı oluşturmaktadır (Ayvaci & Yalçın, 2019: 161). Bu açıdan artan rekabet ortamında firmaların performansının değerlendirilmesi ve sektördeki diğer firmalarla kıyaslanması, firmanın kendisinin yanı sıra ilgili tüm tarafların (yatırımcı, kredi verenler vs.) hedeflemiş oldukları yatırımlara ulaşabilmeleri bakımından oldukça önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan firmaların gerek ulusal gerekse uluslararası alanda rekabet güçlerinin belirlenmesi ve bunun yanında finansal performanslarının değerlendirilmesi, sektörlerin gelişimine etkisi oldukça büyüktür. Söz konusu bu sektörlerden bir tanesi de inşaat sektörü olmakla birlikte, küresel çimento talebinin artması ile sektör içerisinde yer alan çimento imalatı faaliyetleri sektör büyüdükçe artmaktadır. Ülkemiz için de inşaat sektörünün büyümesine paralel olarak çimento talebinin artacağı söylenebilir. Bu bakımdan faaliyet gösteren tüm sektörlerde tedarik, satın alma, maliyetleme, zamanlama gibi konularda çok sayıda karar verilmesi gerekmektedir. Önemi ne olursa olsun, her kararın iyi niyetle ve firmanın çıkarlarını en iyi şekilde gözeterek alınması esas olmaktadır. Bu açıdan verilen kararlar firma

performansına doğrudan etki etmektedir. Dolayısıyla karar verme, firma performansını etkileyen önemli bir araç olarak ifade edilebilir.

Karmaşık ve istikrarsız ortamlarda karar verme sorunu, modern yönetimin en önemli konularından biri olarak kabul edilmektedir. Çünkü karar vericiler, farklı iç ve dış kriterlerden etkilenen farklı seçeneklerle karşı karşıya kalmaktadır. Bu durumda Çok Kriterli Karar Verme (ÇKKV) modelleri, optimal kararların alınmasında etkili araçlardan biri olarak değerlendirilmekte ve günümüzde modern ve bilimsel karar verme bilgisinin önemli bir parçası olarak kabul edilmektedir. Bu teknikler enerji, tedarik zinciri, kalite güvencesi, ulaştırma, bilgi ve iletişim teknolojileri, yönetim, ekonomi, sosyal bilimler vb. birçok alanda yaygın olarak kullanılmaktadır (Banadkouki, 2023: 4). ÇKKV yöntemleri, tercih edilen bir alternatifin belirlenmesi, kategori sayısı az olacak şekilde alternatiflerin sınıflandırılması veya alternatifleri subjektif bir tercih sırasına göre sıralanması için tasarlanmıştır (Behzadian vd., 2012: 13051).

ÇKKV, çakışan amaçları, farklı veri türlerini, çoklu çıkarları ve yüksek belirsizlikleri içeren karmaşık karar problemlerini ele almak için uygundur (Zyoud & Fuchs-Hanusch, 2017: 159). ÇKKV'nin amacı, en arzu edilen alternatifi bulmak veya karar verme sürecini desteklemek için uygulanabilir alternatifleri sıralamaktır (Ding vd., 2016: 1).

ÇKKV yöntemleri, farklı problemleri, durumları ve hedefleri takip eden problemlerde kullanılmakta olup problemlerin çözümünde kullanılan, geliştirilmiş ve uygulanan çok çeşitli yöntemleri içermektedir. Bu yöntemlerden en yaygın olarak kullanılanlarından bazıları şunlardır: Analytic Hierarchy Process (AHP), Analytical Network Process (ANP), Preference Ranking Organization Method for Enrichment Evaluations (PROMETHEE), Elimination and Choice Expressing Reality (ELECTRE), The Order of Preference by Similarity to an Ideal Solution (TOPSIS) ve Simple Additive Weighting (SAW). Bu yöntemler çok yönlü, grup kararları ve yüksek düzeyde belirsizlik içeren karmaşık konular için kullanılabilir (Banadkouki, 2023: 4). ÇKKV yöntemlerinin aynı problemdeki seçenekleri sıralama/seçme konusunda farklı yaklaşımları ve varsayımları olduğundan, farklı sonuçlar vermeleri muhtemeldir (Karami & Johansson, 2014: 521).

Çalışmada BIST'te, İmalat Sektörü - Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe hisse senetleri işlem gören ve çimento imalatı faaliyetinde bulunan 10 firmanın, 10 yıllık bir sürede göstermiş oldukları performans kriterlerine göre sıralamalarının belirlenmesi amacıyla, 2013-2022 dönemine ilişkin belirlenen finansal oranlarının farklı kriter ağırlıklarına göre performans sıralaması tespit edilerek, kullanılan kriter ağırlıklarına göre uygulanan çok kriterle karar verme yöntemiyle firmaların piyasa değerleri kıyaslanmıştır. Kriter ağırlıklarının belirlenmesinde AHP (Analytic Hierarchy Process) ve Entropi yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada firmaların performansları, (Cari Oran, Nakit Oran, Asit-Test Oranı, Net Kâr Marjı, Esas Faaliyet Kârlılığı, Özsermaye Kârlılığı, Finansal Kaldıraç, Satışlardaki Büyüme, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Özsermaye Devir Hızı ve Hisse Başına Kazanç) 12

kriter dikkate alınarak, kullanılan farklı kriter ağırlıklarına göre TOPSIS yöntemiyle belirlenmiş ve genel bir sıralama yapılmıştır. Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe işlem gören ancak çimento imalatı faaliyetinde bulunmadığı verilerinden anlaşılan firmalar çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu çalışmada TOPSIS yönteminin seçilmesinin nedeni alternatiflerin çokluğu ve ÇKKV sürecidir.

LİTERATÜR TARAMASI

Araştırma konusuyla ilgili literatür incelendiğinde; finansal oranlar, ÇKKV yöntemleri ve kriter ağırlıklandırma yöntemleri kullanılarak çeşitli sektörlerde yer alan firmaların, firma değeri ve performansını ölçmeyi amaçlayan çalışmalar söz konusudur. Bu bağlamda çimento sektöründe ÇKKV yöntemleri kullanılarak yapılan ulusal ve uluslararası bazı çalışmalar hakkında aşağıda kronolojik olarak bilgi verilmektedir.

Ertuğrul & Karakaşoğlu (2009) çalışmalarında, finansal oranları kullanarak ve aynı zamanda karar vericilerin subjektif yargılarını da dikkate alarak firmaların performansını değerlendirmeye yönelik bulanık bir model geliştirmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla İMKB'deki on beş Türk çimento firmasının performansının değerlendirilmesinde Fuzzy Analytic Hierarchy Process (FAHP) ve TOPSIS yöntemlerini kullanmışlar ve firmaların genel performanslarına göre sıralamasını elde etmişlerdir. Sıralamaya göre, Adana Çimento firmasının finansal performans açısından ilk sırada, Bolu Çimento firmasının ikinci ve Mardin Çimento firmasının ise üçüncü sırada yer aldığı belirlenmiştir.

Dumanoğlu (2010) çalışmasında, İMKB'de işlem gören 15 çimento firmasının finansal performansını, 2004-2009 yılları arasındaki 6 yıllık verilerinden hesaplanan finansal oranlar kullanarak TOPSIS yöntemi ile değerlendirmiş ve her bir firmanın yıllar itibarı ile finansal performansı, kullanılan 8 kriter oranı üzerinden elde edilen TOPSIS skorları ile sıralamaya tabi tutulmuştur.

Özden vd. (2012) çalışmalarında, çimento sektörü firmalarını finansal performansları açısından VIKOR yöntemiyle sıralamayı amaçlamışlardır. Bu amaçla; İMKB'de işlem gören 16 çimento firmasının 2011 yılına ait 8 adet finansal performans göstergeleri kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda finansal performansı en yüksek firma KONYA Çimento ve finansal performansı en düşük firma ise AFYON Çimento olarak bulunmuştur.

Moghimi vd. (2013) çalışmalarında, Tahran Menkul Kıymetler Borsası'nda işlem gören sekiz çimento imalatı yapan firmanın finansal oranlarını analiz etmek ve finansal performansı değerlendirmek için bir model geliştirmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla, kriterlerin ağırlıklarının belirlenmesinde FAHP yöntemi kullanılmış ve firmaların sıralaması ise TOPSIS yöntemiyle belirlenmiştir.

Rezaie vd. (2014) çalışmalarında, FAHP ve VIKOR yöntemlerini temel alan bir model sunmayı amaçlamışlardır. Bu amaçla, 2008-2009 yılları arasında Tahran borsasında faaliyet gösteren 27 çimento firmasının finansal performansını analiz

etmişlerdir. FAHP yöntemi ile firmaların finansal performans ağırlıklarını belirlemiş ve firmaların birbirleriyle kıyaslamalarını VIKOR yöntemi ile yapmışlardır. Çalışmada, 13 finansal orandan faydalanarak en başarılı çimento firmaları belirlenmeye çalışılmıştır.

Sakarya & Akkuş (2015) çalışmalarında, Borsa İstanbul'da işlem gören ve çimento sektöründe faaliyet gösteren 19 firmanın 2010-2013 yılları arasındaki finansal tabloları kullanılarak, finansal performansları TOPSIS yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda en başarılı ve en başarısız firmalar belirlenmiştir.

Soysal vd. (2017) yaptıkları çalışmada, Borsa İstanbul'da işlem gören 17 çimento şirketinin 2010-2016 yılları arasındaki 7 yıllık dönemdeki finansal performanslarını TOPSIS yöntemi ile 15 finansal oran kullanarak analiz etmişler ve en başarılı çimento firmaları belirlenmeye çalışmışlardır.

Gümüş, vd. (2017) çalışmalarında, farklı finansal performans ölçütlerine göre firmaların performanslarını değerlendirmeyi amaçlamışlar ve BIST, çimento sektöründe işlem gören 15 firmanın 2016 dönemi mali tabloları kullanılarak hesaplanan finansal oranlar ve nakit akım oranları ile firmaların finansal performanslarını TOPSIS yöntemi ile analiz etmişlerdir. Sonuç olarak, firmaların finansal performanslarının geleneksel oranlara ve nakit akım oranlarına göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Çimento Sektörü

Çimento endüstrisi bir ülkenin ekonomisini ve kalkınmasını yönlendirmede hayati öneme sahiptir. Çimento, herhangi bir inşaat projesi için gerekli olan temel yapı bileşeni olarak kullanılır ve tüm inşaat süreci için vazgeçilmezdir. Dünya nüfusu artmaya devam ettikçe çimento talebinde de aynı oranda artış yaşanmaktadır. Gerek gelişmiş gerekse de gelişmekte olan ülkeler büyük ölçekte çimento üretmekte olup küresel çimento üretimi son yirmi yılda %194'e kadar artmıştır (Uddin vd., 2023: 1). Çimento endüstrisinin hem üretim sektörü hem de bir ülkenin genel ekonomisi üzerinde önemli bir etkisi vardır. Sektör, istihdamın, altyapı gelişiminin ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla büyümesinin artırılmasında önemli bir rol oynamakta ve dolayısıyla genel ekonomik refaha önemli bir katkıda bulunmaktadır. Bunların yanında kamu altyapısına (okul, hastane vs.) olan artan ihtiyaçlar çimento tüketimi için olumlu bir beklentiye yol açmaktadır.

Dünya'da ve Türkiye'de Çimento Sektörü

Dünya'da çimento üretimi ve satışına 1878 yılında başlanmasına rağmen, Türkiye'nin çimento sektörüne girişi esas olarak 1912 yılında özel sektör girişimiyle sağlanmıştır. 34 yıl geç başlanması su kireci üretiminin yeterli olmaması ve bu yılların Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküş dönemlerine denk gelmesinden kaynaklanmaktadır. Türkiye Çimento Sanayicileri Birliğinin 2022 yılı verilerine

göre, ülkemizin çimento ihracatı yaptığı ülkelerin başında ABD ve İsrail gelmektedir (TÜRKÇİMENTO, 2023).

Dünya'da Çimento İmalatı

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2022)'göre, küresel çimento üretiminin 2021 yılında yaklaşık 4,4 milyar ton olduğu tahmin edilmektedir. Çin, üretimin %59'unu gerçekleştirirken, AB ülkeleri %4,1'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye, çimento üretiminde 78,9 milyon tonluk üretimiyle 2021 yılında 5. sırada yer almaktadır. Küresel çimento imalatına ilişkin olarak ülkelerin sıralaması aşağıdaki Tablo 1'de sunulmaktadır.

Tablo 1: Dünya Çimento İmalatı Sıralaması

Sıra	Ülkeler	2021 (Milyon Ton)	Sıra	Ülkeler	2021 (Milyon Ton)
1	Çin	2.500	9	Rusya Federasyonu	56
2	Hindistan	330	10	Suudi Arabistan	55
3	Vietnam	100	11	Japonya	52
4	ABD	92	12	Meksika	50
5	Türkiye	78	13	Güney Kore	48
6	Endonezya	66	14	Mısır	40
7	Brezilya	65	15	EU (28)	171,5
8	İran	62			

Kaynak: Statista. (2021). Cement: production ranking top countries 2021. <https://www.statista.com/statistics/267364/world-cement-production-by-country/>

Türkiye'de Çimento İmalatı

Sektör bünyesinde ülkemizde, 2021 yılı itibarıyla 56 entegre tesis ve 21 öğütme tesisi bulunmaktadır. Türk Çimento sektörü 2018, 2019 yılları ve 2020 yılının ilk yarısında ekonomik bir daralma yaşamıştır. Ancak ertelenen talep, uygun piyasa koşullarının etkisiyle devreye girerek hem 2020 yılının ikinci döneminde hem de 2021'de büyümeye katkıda bulunmuştur. 2020'de yaklaşık 59,2 milyon ton olan iç piyasa tüketimi, 2021'de %5,9 artarak 62,7 milyon tona yükselmiştir. 2021 yılında çimento sektörünün toplam ihracatı değer bazında %12,7 artarak 1 milyar 256 milyon dolara çıkmıştır. Çimento sektörünün toplam ihracat miktarı ise %1,9 azalarak 30,8 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu ihracatın 18,3 milyon tonu çimento ve 12,5 milyon tonu klinkerden oluşmuştur. Toplam kapasite kullanım oranı %71 olan sektörün %94'ünü temsil eden Türk Çimento mensuplarının ürettiği çimentonun %77,5'i iç pazarda tüketilirken, iç satışlar 4,6 milyon ton artış göstermiştir. Üretimdeki artışın, iç piyasa talebinden kaynaklandığı gözlenmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2022).

Türk Çimento sektörünün 2013 yılından itibaren üretimi ile iç ve dış satış miktarları aşağıdaki Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Türk Çimento Üretimi ile İç ve Dış Satış Miktarları

Çimento	Üretim (Ton)	İç Satış (Ton)	Dış Satış (Ton)
2013	71.337.404	60.940.404	9.627.438
2014	71.239.022	63.175.930	7.652.557
2015	71.418.945	63.696.663	7.398.826
2016	75.403.325	66.804.603	7.461.123
2017	80.552.257	72.227.260	7.980.441
2018	72.544.430	64.364.011	7.466.725
2019	56.966.272	45.412.117	11.116.119
2020	72.299.054	55.653.157	16.245.597
2021	78.945.029	60.207.658	17.727.654
2022	73.708.026	54.609.803	18.476.383
2023*	29.134.686	22.301.595	6.333.275

*2023 yılı Mayıs ayı verileridir.

Kaynak: TÜRKÇİMENTO. (2023). İstatistikler. Erişim adresi: <https://www.turkcimento.org.tr/tr/istatistikler/> Erişim tarihi: 11.10.2023.

Günümüz ekonomik sistemi içerisinde çimento sektörü gelişen bir pazar olarak bulunmaktadır. Bunun temel nedeni konut ve altyapı yatırımlarındaki artıştır. Konut talebindeki artışa bağlı olarak çimento üretiminin de artacağı tahmin ediliyor. Ayrıca ipotek sisteminin uygulamaya konması ve yatırımların artması çimento talebini etkilemektedir. Bu bakımdan çimento firmalarının performansının değerlendirilmesi yatırımcılar, hissedarlar ve kredi verenler bakımından önemli bir konudur (Ertuğrul & Karakaşoğlu, 2009: 711).

Finansal Oranlar

Finansal oranlar, firma sahiplerine, ortaklarına, yöneticilerine, kredi sağlayanlarına ve yatırımcılarına, firma hakkında finansal açıdan bir karşılaştırma ve analiz yapmaya imkan sağlayan araçlardır. Finansal oranlar, mali tabloların iki veya daha fazla bileşeni arasındaki ilişkiyi ölçmektedir. Firmanın likiditesini, ödeme gücünü ve kârlılığının geliştirilmesi gibi önemli finansal kararlar almak için bu oranlardan yararlanılmaktadır. Verimliliğin artırılması amacıyla stratejik kararlar alınmasında veya firmaların piyasa değerlerine ilişkin olarak yatırımcıların finansal adımlar atmasının sağlanmasında yararlanan birçok finansal oran bulunmakta olup bu finansal oranlar firmaların performansını değerlendirme ve sektörlerindeki diğer benzer firmaları karşılaştırma olanağı sunmaktadır.

Finansal oranlar bir firmanın mali tablolarının analizinde hayati bir rol oynamaktadır. Firmanın finansal performansı hakkında bilgi sağlar ve yatırımcıların, yönetimin ve hissedarların bilinçli kararlar almasına yardımcı olmaktadır. Finansal oranların önemli olmasının temel nedenlerinden bazıları şunlardır: 1. Firmanın mali tablolarını analiz ederek mali sağlığının değerlendirilmesine yardımcı olur, 2. Oranlar, firmanın sektördeki benzerleriyle karşılaştırıldığında nasıl performans

gösterdiklerini anlamalarına yardımcı olur. 3. Firmaların zaman içindeki performansını izlemek için kullanılabilir. 4. Firmaların aşırı veya düşük performans gösterdikleri alanları belirlemelerine yardımcı olabilir.

Firmaların finansal performanslarını değerlendirmek için finansal oranlardan değerlendirme kriterleri elde edilmektedir (Wang, 2014: 28). Elde edilen bu değerlendirme kriterleri çeşitli analiz yöntemlerinde kullanılarak firmaların performans değerlendirmesinde kullanılmaktadır.

Finansal oranlar, bir firmanın performansının ve finansal durumunun yararlı göstergeleridir ve bu kapsamda literatür incelemesi neticesinde firmaların piyasadaki değerini ortaya koyan bu oranlar (*Cari Oran, Nakit Oranı, Asit-Test Oranı, Net Kâr Marjı, Esas Faaliyet Kârlılığı, Özsermaye Kârlılığı, Finansal Kaldıraç, Satışlardaki Büyüme, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Özsermaye Devir Hızı ve Hisse Başına Kazanç*) çalışmanın uygulama kısmında kullanılmıştır.

AHP Yöntemi

AHP, Saaty tarafından geliştirilen çok kriterli karar verme yöntemidir. Karar verme sürecinde, karar vericinin yargısına dayalı olarak, bir oran ölçeğinde belirli bir dizi alternatif için göreceli önceliklerin niceliğini belirlemeyi amaçlar ve alternatiflerin karşılaştırılmasındaki tutarlılığın yanı sıra karar vericinin sezgisel yargılarının önemini vurgular. Karar verici, kararlarını bilgi ve deneyime dayandırdığı ve buna göre kararlar verdiği için AHP yaklaşımı, karar vericinin davranışıyla iyi uyum sağlar. Somut ve soyut faktörleri sistematik bir şekilde organize etmesi ve karar verme sorunlarına nispeten basit bir çözüm sunması, bu yaklaşımın gücünü göstermektedir (Kamal, M. Al-Subhi Al-Harbi, 2001: 19). AHP, insanların karmaşık kararlarla başa çıkmalarına yardımcı olmak için yapılandırılmış niteliksel ve niceliksel bir tekniktir (Jia vd., 2012: 6629). AHP'nin amacı karmaşık bir problemi hiyerarşik bir yapıda planlamaktır. AHP'nin temel faydalarından biri hem niceliksel hem de niteliksel kriterlerin dikkate alınmasına izin vermesidir (Marengo-Porto vd., 2023: 3).

Gerçek dünyanın karmaşıklığı ve insanın sınırlı bilgi ve algılama kapasitesi nedeniyle hem nitelik değerleri hem de nitelik ağırlıkları belirsizdir. Karar vericiler tercihlerini veya değerlendirmelerini açık bir şekilde ifade edememektedir. Bu tür problemlerle başa çıkabilmek için birçok araştırmacı, belirsiz ortamlarda nitelik değerlerini ve nitelik ağırlıklarını doğru bir şekilde tanımlamaya çalışmaktadır (Ding vd., 2016: 1).

AHP yöntemi aşağıdaki adımlardan oluşan bir süreçtir (Haine vd., 2016: 4 ve Jia vd., 2012: 6629):

Adım 1: Çalışmanın amacını dikkate alınarak karar hiyerarşisinin yapılandırılması, kriterleri ve alt kriterlerinin belirlenmesi,

Adım 2: Tablo 3'te gösterilen ikili karşılaştırmanın temel ölçüğünü kullanarak, öğeler kümesinin kendisiyle karşılaştırıldığı karşılaştırma matrisinde bütün kararların bir dizisinin oluşturulması,

Adım 3: Karşılaştırmanın maksimum özdeğerlerine karşılık gelen özvektörlerin hesaplanarak, faktörlerin göreceli öneminin belirlenmesi,

Adım 4: Tutarlılık Endeksi (Consistency Index-CI) ve Tutarlılık Oranı (Consistency Ratio-CR) karşısında kararların tutarlılığının doğrulanması.

$$CI = \frac{\lambda_{max} - n}{n - 1} \quad (1)$$

Burada λ_{max} , ikili karşılaştırmalar matrisine karşılık gelen özgün değeridir ve n, karşılaştırılan öğelerin sayısıdır.

Tutarlılık oranı (CR) şu şekilde tanımlanır:

$$CR = \frac{CI}{RI} \quad (2)$$

Burada, (RI), Tablo 4'te tanımlanan bir tutarlılık indeksidir. 0.1'den küçük bir CR değeri genellikle kabul edilebilir; Aksi halde tutarsızlığı azaltmak için ikili karşılaştırmalar gözden geçirilmelidir.

AHP, karşılaştırma için 9 puanlık bir ölçek kullanmaktadır (Tjader vd., 2014: 615). Söz konusu bu ölçeğin önemi, tanım ve açıklamaları aşağıdaki Tablo 3'te gösterilmektedir (Saaty, 1987: 163):

Tablo 3: AHP İçin İki Karşılaştırma Ölçeği

Önem	Tanım	Açıklama
1	Eşit öneme sahip	Her iki seçenekte eşit öneme sahip.
2	Zayıf ya da hafif	
3	Biraz önemli	Bir ölçüt diğerine göre biraz daha önemli sayılmıştır.
4	Makul artı	
5	Fazla önemli	Bir ölçüt diğerine göre çok daha önemli sayılmıştır.
6	Güçlü artı	
7	Çok fazla önemli	Ölçüt diğer ölçüte göre kesinlikle çok fazla önemli sayılmıştır.
8	Çok çok güçlü	
9	Son Derece Önemli	Bir ölçütün diğerine göre son derece önemli olduğu çeşitli bilgilere dayandırılmıştır.
2, 4, 6, 8	İki yakın karar arasındaki ara değerler	Uzlaşma gerektiği zaman.

RI oranlarının, matris ölçüsüne göre değerleri Tablo 4'te gösterilmektedir (Karagiannidis vd., 2010: 255):

Tablo 4: Rassallık Göstergeleri

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
RI	0,00	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,45	1,49	1,51	1,48	1,56	1,57	1,59

Entropi Yöntemi

Entropi kavramı dikkate değerdir çünkü fizik, bilgi teorisi, matematik ve diğer birçok bilim ve mühendislik dalına uygulanmaktadır. İlk olarak 1865'te Rudolph Clausius tarafından tanımlanan entropi, termodinamik alanında geliştirmiş ve bilgi entropisi kavramı ilk kez 1948'de Claude E. Shannon tarafından ortaya atılmıştır. Bilgi teorisinde entropi, rastgele bir değişkenle ilişkili belirsizliğin bir ölçüsüdür. Shannon'ın entropisi, belirli kısıtlamalar altında herhangi bir iletişimin mümkün olan en iyi kayıpsız sıkıştırılmasına ilişkin mutlak bir sınırı temsil etmektedir (Zhang vd., 2011: 444). Entropi modeli en yaygın kullanılan ÇKKV modellerinden biridir (Zhao, 2022: 12). Entropi ağırlığı yöntemi: TOPSIS yönteminin kullanımında tasarımın ağırlığı, değerlendirme sonuçları üzerinde etkisi olan önemli bir içeriktir. İndeks ağırlığını belirlemek için entropi ağırlığı yöntemini benimsemek, ağırlık faktörlerinin subjektifliğini ortadan kaldırmak ve değerlendirme sonuçlarını daha gerçek hale getirmek için iyi olabilir. Entropi ağırlığı yönteminin temel prensibi, fark derecesi ne kadar büyük olursa endeksin de o kadar önemli olduğunu ve karşılık gelen ağırlıkların da daha büyük olduğunu dikkate almaktır (Jinxiang vd., 2013: 287). Entropi yönteminin uygulanabilirliği nispeten kolaydır, çünkü yöntemde subjektif değerlendirmeye ihtiyaç duyulmamaktadır (Özgüner & Özgüner, 2020: 558).

Entropi yönteminin uygulama adımları aşağıda gösterilmiştir (Karami & Johansson, 2014: 523-524; Banadkouki, 2023: 6; Atenidegbe & Mogaji, 2023: 11; Zhao vd., 2022: 12-13):

1. Bir karar matrisi oluşturmak hesaplama sürecinin ilk adımıdır. Bu matris m alternatif ($i = 1, 2, \dots, m$) n kriter ($j = 1, 2, \dots, n$) içermektedir.

2. Bu adımda farklı ölçü birimlerindeki aykırılıkları elimine etmek için normalizasyon yapılarak P_{ij} hesaplanır. Normalleştirilmenin amacı, boyut ve büyüklük sıralamasındaki öznitelik farklılıklarını ortadan kaldırmaktır. Matris için normalleştirme denklemi (3) aşağıdaki gibidir:

$$P_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^m a_{ij}}; \forall j \quad (3)$$

3. Her kriterin entropisi (e) hesaplanır. Denklemdaki m değeri, alternatiflerinin sayısını ifade etmektedir.

$$e_j = \left(\frac{-1}{\ln(m)} \right) \sum_{i=1}^m [P_{ij} \ln P_{ij}]; \forall j \quad (4)$$

4. Her kriterin entropisi hesaplandıktan sonra belirsizlik veya sapma derecesi (d_j) hesaplanır.

$$d_j = 1 - E_j; \forall j \quad (5)$$

5. Son olarak her bir kriterin ağırlığı (w_j) denklem (6)'ya göre aşağıdaki gibi belirlenir.

$$w_j = \frac{d_j}{\sum_{j=1}^n d_j}; \forall j \quad (6)$$

Burada; a_{ij} , j . İndeks için i . alternatifin değeri; P_{ij} , i . alternatif için j . indeksin değer ölççeğidir.

AHP yöntemi ile karşılaştırıldığında Entropi yönteminin hesaplaması basittir ve subjektif değerlendirmeyi dikkate almasına gerek yoktur. Ağırlığı hesaplamak için yalnızca objektif verilere ihtiyaç vardır. TOPSIS'in mevcut uygulama durumuna göre, TOPSIS'in ağırlık belirleme yöntemi olarak Entropi yöntemi sıklıkla kullanılmaktadır (Chen, 2021: 1). Ağırlık kriterlerinin kontrolünün sağlanmasından dolayı Entropi'nin basitliğine rağmen, uzman görüşünün kullanıldığı AHP daha güvenilirdir.

TOPSIS Yöntemi

Birçok ÇKKV yöntemi arasında TOPSIS, Öklid mesafelerini ölçerek bir dizi olası alternatifi sıralamak ve seçmek için makul ve kullanışlı bir tekniktir. TOPSIS ilk olarak, Yoon (1980), Hwang & Yoon (1981) tarafından geliştirilmiştir (Zhang vd., 2011: 444). TOPSIS, karar vericilerin belirlediği ağırlıklara göre alternatifler arasından en iyi alternatifi bulmayı amaçlamakta (Gülbandılar vd., 2019: 82) ve sağlam matematiksel temeli, basitliği ve kolay uygulanabilirliği nedeniyle yaygın olarak kullanılmaktadır (Chakraborty, 2022: 1). TOPSIS, sonlu alternatiflerle çok özellikli karar vermede var olan problemlerin çözümünde etkili bir yöntemdir. TOPSIS yöntemi basit hesaplama, kolay anlaşılabilirlik ve diğer yöntemleri entegre etme konusunda güçlü bir kapasiteye sahip olduğundan günümüzde risk yönetimi, yenilenebilir enerji, su kaynakları yönetimi, iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik değerlendirmesi gibi çeşitli alanlarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Chen, 2019: 33).

TOPSIS yönteminin uygulanması adım adım aşağıda açıklanmıştır (Hwang & Yoon, 1981: 128-130; Behzadian vd., 2012: 13052; Karami & Johanson: 2014: 521-522; Karcioğlu & Yalçın, 2022: 159; Muvingi vd., 2023: 4):

1. Karar Matrisinin Oluşturulması; TOPSIS yönteminde ilk adımı karar matrisinin (D) oluşturulmasıdır. Karar verici tarafından oluşturulan $m \times n$ boyutlu karar matrisi (D) aşağıdaki gibi gösterilebilir.

$$D_{mn} = \begin{bmatrix} x_{11} & x_{12} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & \dots & x_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ x_{m1} & x_{m2} & \dots & x_{mn} \end{bmatrix}$$

TOPSIS, n kritere (veya öznelliğe) göre m alternatifi olan bir karar matrisi ile başlar.

2. Normalleştirilmiş Karar Matrisinin Oluşturulması; ilk olarak karar matrisinin her sütunundaki her bir değer in karesi alınarak toplanmaktadır. Daha

sonra, her sütundaki ilgili değer elde edilen bu toplamın kareköküne bölünerek normalleştirilmiş karar matrisinin satır ve sütun değerleri elde edilmektedir.

$$n_{ij} = \frac{x_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (x_{ij})^2}} \quad (i = 1, 2, \dots, m \text{ ve } j = 1, 2, \dots, n) \quad (7)$$

$$N_{mn} = \begin{bmatrix} n_{11} & n_{12} & \dots & n_{1n} \\ n_{21} & n_{22} & \dots & n_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ n_{m1} & n_{j2} & \dots & n_{mn} \end{bmatrix}$$

3. Ağırlıklandırılmış Karar Matrisinin Oluşturulması; Bu adımda, ilk olarak alternatifleri değerlendirmede kullanılacak kriterlerin ağırlık değerleri (w_i) belirlenmektedir. Daha sonra normalize karar matrisinin her bir sütunundaki değerler w_i değeri ile çarpılmakta ve ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi (V_{mn}) nin değerleri elde edilmiş olmaktadır.

$$V_{mn} = \begin{bmatrix} w_1 n_{11} & w_2 n_{12} & \dots & w_n n_{1n} \\ w_2 n_{21} & w_2 n_{22} & \dots & w_n n_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ w_1 n_{m1} & w_2 n_{j2} & \dots & w_n n_{mn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

4. Pozitif İdeal Çözümün ve Negatif İdeal Çözümün Oluşturulması; Pozitif ideal çözüm kümesini oluşturmak için, ağırlıklandırılmış karar matrisindeki her bir sütunda yer alan değerlerin en büyüğü (ilgili değerlendirme kriteri maliyet kriteri ise en küçüğü) seçilerek pozitif ideal çözüm kümesi (A^+) oluşturulmaktadır.

J_1 fayda kriteri J_2 maliyet kriteri olmak üzere, pozitif ideal çözüm kümesi (A^+) aşağıdaki denklemden yararlanılarak elde edilmektedir.

$$A^+ = \{v_1^+, v_2^+, \dots, v_n^+\} \\ = \left\{ \left(\max_j V_{ij} \mid j \in J_1 \right), \left(\min_j V_{ij} \mid j \in J_2 \right) \mid j = 1, 2, \dots, n \right\} \quad (9)$$

Negatif ideal çözüm kümesini oluşturmak için V_{mn} her bir sütunda yer alan değerlerin en küçüğü (ilgili değerlendirme kriteri fayda kriteri ise en büyüğü) seçilerek negatif ideal çözüm kümesi (A^-) oluşturulmaktadır.

J_1 fayda kriteri J_2 maliyet kriteri olmak üzere, negatif ideal çözüm kümesi (A^-) aşağıdaki denklemden yararlanılarak elde edilmektedir.

$$A^- = \{v_1^-, v_2^-, \dots, v_n^-\} \\ = \left\{ \left(\min_j V_{ij} \mid j \in J_1 \right), \left(\max_j V_{ij} \mid j \in J_2 \right) \mid j = 1, 2, \dots, n \right\} \quad (10)$$

5. Pozitif ve Negatif Ayrım Ölçümlerinin Hesaplanması; Pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri belirlendikten sonra alternatifler arasındaki ayırım ölçüsünü hesaplamak için n-boyutlu Öklid uzaklık yaklaşımı kullanılmaktadır. Her alternatifin pozitif ideal çözüme olan uzaklığı (S^+) ve negatif ideal çözüme olan uzaklığı (S^-) aşağıdaki denklem (11) ve (12) kullanılarak hesaplanmaktadır.

$$S_i^+ = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^+)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (11)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - v_j^-)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m \quad (12)$$

6. İdeal Çözüme Olan Göreli Yakınlığın Hesaplanması; Her bir karar noktasının ideal çözüme göreli yakınlığının (C_i^*) hesaplanmasında, pozitif ideal ve negatif ideal uzaklık ölçümlerinden yararlanılmaktadır. Buradaki ölçüt, her bir alternatife ait negatif ideal ayırım ölçüsünün toplam ayırım ölçüsü içerisindeki payıdır ve aşağıdaki denklem kullanılarak hesaplanmaktadır.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^+ + S_i^-} \quad i = 1, \dots, m \quad (13)$$

7. Alternatiflerin Sıralanması; Alternatifler yakınlık katsayılarına (C_i^*) göre en büyükten en küçüğe doğru sıralanmaktadır. En büyük C_i^* değerine sahip alternatif ideal çözüme en yakın alternatif olarak seçilmektedir.

UYGULAMA

Çalışmanın veri setini, BIST’te 2013-2022 yılları arasında İmalat Sektörü-Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe işlem gören ve çimento imalatı faaliyetinde bulunan 10 firma oluşturmaktadır. Çalışmada firmalara ilişkin finansal oranlar, BIST tarafından verilerin dağıtılması ve yayınlanması konusunda doğrudan yetkilendirilen veri dağıtıcı kuruluşlardan biri olan Finnet Elektronik Yayıncılık Data İletişim Ticaret ve Sanayi Limited Şirketinden elde edilmiştir. Çalışmada firmaların performans değerlemesi için 12 kriter dikkate alınmıştır. Çimento imalatı faaliyetinde bulunmayan firmalar çalışmaya dâhil edilmemiştir. Çalışma kapsamında analiz edilen firmalar aşağıdaki Tablo 5’te yer almaktadır.

Tablo 5: Çalışmaya Dahil Edilen Firmalar

	İşlem Kodu	Firma Adı
1	AFYON	Afyon Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
2	AKCNS	Akçansa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
3	BTCIM	Batiçim Batı Anadolu Çimento Sanayi A.Ş.
4	BSOKE	Batsöke Söke Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
5	BUCIM	Bursa Çimento Fabrikası A.Ş.
6	CIMSA	Çimsa Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
7	GOLTS	Göлтаş Göller Bölgesi Çimento Sanayi ve Ticaret A.Ş.
8	KONYA	Konya Çimento Sanayi A.Ş.
9	NUHCM	Nuh Çimento Sanayi A.Ş.
10	OYAKC	Oyak Çimento Fabrikaları A.Ş.

İki aşamadan oluşan çalışmanın ilk aşamasında, firmaların belirlenen finansal oranlarının ağırlık kriterleri AHP ve Entropi yöntemiyle belirlenmiştir. İkinci aşamada, belirlenen kriter ağırlıkları TOPSIS yöntemiyle ayrı ayrı analiz edilmiş, en iyi performans gösteren firmaların sıralaması her yıl için ayrı bir şekilde yapılmıştır. Modellerin çözümünde Microsoft Office Excel programı kullanılmıştır.

Literatür incelemesinde bahsedilen çalışmalar, teknoloji sektörünün yapısı ve uzman görüşleri dikkate alınarak aşağıdaki Tablo 6’da gösterilen çimento firmalarının kârlılıkları, finansal yapıları ve etkin varlık kullanımı hakkında bilgi verebilecek özellikteki oranlar, firmaların performans belirleyicileri olarak çalışmada değişken olarak kullanılmıştır.

Tablo 6: Çalışmada Kullanılan Değerlendirme Kriterleri

No	Kod	Finansal Oranlar	No	Kod	Finansal Oranlar
1	C_1	Cari Oran	7	C_7	Finansal Kaldıraç
2	C_2	Nakit Oranı	8	C_8	Satışlardaki Büyüme
3	C_3	Asit-Test Oranı	9	C_9	Stok Devir Hızı
4	C_4	Net Kâr Marjı	10	C_{10}	Aktif Devir Hızı
5	C_5	Esas Faaliyet Kârlılığı	11	C_{11}	Özsermaye Devir Hızı
6	C_6	Özsermaye Kârlılığı	12	C_{12}	Hisse Başına Kazanç

Çalışma kapsamında belirlenen değerlendirme kriterlerinin AHP ve Entropi yöntemlerine göre ağırlıklandırma işlemlerinin uygulaması aşağıda sırasıyla gösterilmektedir.

AHP Yöntemi ile Kriter Ağırlıklandırma

AHP yöntemine göre Tablo 6’da belirtilen değerlendirme kriterlerinin ağırlıklandırma işlemleri aşağıda adım adım gösterilmektedir. İlk olarak ikili karşılaştırma matrisi aşağıdaki Tablo 7’deki gibi oluşturulmuştur.

Tablo 7: İkili Karşılaştırma Matrisi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
C_1	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
C_2	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00
C_3	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	2,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00
C_4	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00
C_5	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	2,00	2,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
C_6	0,50	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	2,00	1,00	2,00	1,00
C_7	0,50	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	1,00	2,00	1,00	1,00	1,00	1,00
C_8	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	2,00	2,00	1,00	1,00
C_9	0,50	1,00	0,50	1,00	1,00	0,50	1,00	0,50	1,00	1,00	2,00	2,00
C_{10}	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00
C_{11}	0,50	0,50	0,50	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
C_{12}	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0,50	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Toplam	10,00	11,00	9,50	13,00	11,50	14,00	14,00	13,00	16,00	14,00	16,00	15,00

Tablo 7’de de görüldüğü üzere karşılaştırma matrisinin köşegen elemanları 1 olan bir kare matristir. İkili karşılaştırmada, iki alternatiften hangisinin daha önemli

olduğunu karar verilir. Çalışma kapsamında firmaların finansal performanslarının sıralanması açısından 12 kriter belirlenmiştir. Tablo 3'teki ölçeklendirme kullanılarak AHP yönteminde bu kriterlerin ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmuştur. Bu matris kriterlerin kendi aralarında karşılaştırılmalarını göstermektedir. Karşılaştırmalı üstünlükte her bir kriterin kendine olan üstünlüğü 1 olarak kabul edilmektedir. Sonraki aşamada ikili karşılaştırmala matrisi normalize edilmiş ve aşağıdaki Tablo 8'de sunulmuştur.

Tablo 8: İkili Karşılaştırma Matrisinin Normalize Edilmesi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}	Kriter Ağırlıkları
C_1	0,1000	0,0909	0,1053	0,0769	0,0870	0,1429	0,1429	0,0769	0,1250	0,0714	0,0625	0,0667	0,0957
C_2	0,1000	0,0909	0,1053	0,0769	0,1739	0,0714	0,0714	0,0769	0,0625	0,1429	0,1250	0,1333	0,1025
C_3	0,1000	0,0909	0,1053	0,1538	0,0870	0,1429	0,1429	0,0769	0,1250	0,0714	0,0625	0,0667	0,1021
C_4	0,1000	0,0909	0,0526	0,0769	0,0870	0,0714	0,0714	0,0769	0,0625	0,0714	0,1250	0,1333	0,0850
C_5	0,1000	0,0455	0,1053	0,0769	0,0870	0,1429	0,1429	0,1538	0,0625	0,0714	0,0625	0,0667	0,0931
C_6	0,0500	0,0909	0,0526	0,0769	0,0435	0,0714	0,0714	0,0769	0,1250	0,0714	0,1250	0,0667	0,0768
C_7	0,0500	0,0909	0,0526	0,0769	0,0435	0,0714	0,0714	0,1538	0,0625	0,0714	0,0625	0,0667	0,0728
C_8	0,1000	0,0909	0,1053	0,0769	0,0435	0,0714	0,0357	0,0769	0,1250	0,1429	0,0625	0,0667	0,0831
C_9	0,0500	0,0909	0,0526	0,0769	0,0870	0,0357	0,0714	0,0385	0,0625	0,0714	0,1250	0,1333	0,0746
C_{10}	0,1000	0,0909	0,1053	0,0769	0,0870	0,0714	0,0714	0,0385	0,0625	0,0714	0,0625	0,0667	0,0754
C_{11}	0,0500	0,0455	0,0526	0,0769	0,0870	0,0714	0,0357	0,0769	0,0625	0,0714	0,0625	0,0667	0,0633
C_{12}	0,1000	0,0909	0,1053	0,0769	0,0870	0,0357	0,0714	0,0769	0,0625	0,0714	0,0625	0,0667	0,0756
Toplam													1,0000

İkili karşılaştırma matrisinin normalize edilmesi işlemde matrisin her bir elemanı ait olduğu sütünün toplamına bölünerek, normalize edilmiş matris oluşturulmuştur. Normalize edilmiş matrisin herbir satırının aritmetik ortalaması alınarak Tablo 8'de gösterildiği üzere kriter ağırlıkları hesaplanmıştır.

Kriter ağırlıklarına ilişkin bulunan değerler bulunduktan sonra bu değerlerin analizde öngörülebilir sonuçlar verebileceğinin test edilmesi yani tutarlılığının hesaplanması gerekmekte ve karşılaştırma matrislerinin tutarlılığının hesaplanması sırasıyla aşağıdaki Tablo 9 ve Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 9: Kriter Ağırlıklarının Kontrolü

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}	Toplam
C_1	0,0957	0,1025	0,1021	0,0850	0,0931	0,1536	0,1456	0,0831	0,1492	0,0754	0,0754	0,0754	1,2361
C_2	0,0957	0,1025	0,1021	0,0850	0,1862	0,0768	0,0728	0,0831	0,0746	0,1507	0,1507	0,1507	1,3311
C_3	0,0957	0,1025	0,1021	0,1699	0,0931	0,1536	0,1456	0,0831	0,1492	0,0754	0,0754	0,0754	1,3211
C_4	0,0957	0,1025	0,0511	0,0850	0,0931	0,0768	0,0728	0,0831	0,0746	0,0754	0,1507	0,1507	1,1116
C_5	0,0957	0,0513	0,1021	0,0850	0,0931	0,1536	0,1456	0,1663	0,0746	0,0754	0,0754	0,0754	1,1934
C_6	0,0478	0,1025	0,0511	0,0850	0,0466	0,0768	0,0728	0,0831	0,1492	0,0754	0,1507	0,0754	1,0164
C_7	0,0478	0,1025	0,0511	0,0850	0,0466	0,0768	0,0728	0,1663	0,0746	0,0754	0,0754	0,0754	0,9496
C_8	0,0957	0,1025	0,1021	0,0850	0,0466	0,0768	0,0364	0,0831	0,1492	0,1507	0,0754	0,0754	1,0789
C_9	0,0478	0,1025	0,0511	0,0850	0,0931	0,0384	0,0728	0,0416	0,0746	0,0754	0,1507	0,1507	0,9838
C_{10}	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0478	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	1,1004
C_{11}	0,0478	0,0478	0,0478	0,0957	0,0957	0,0957	0,0478	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,9569
C_{12}	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0478	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	0,0957	1,1004

Tablo 10: Tutarlılık Oranının Hesaplanması

Toplam	Kriter Ağırlıkları	Toplam/Kriter Ağırlıkları	λ_{maxort}	CI (Tutarlılık İndeksi) ($\lambda_{maxort} - n$)/($n - 1$)	CR (Tutarlılık Oranı) (CI/RI)
1,2361	0,0957	12,9179	13,4548	0,1322	0,0893*
1,3311	0,1025	12,9813			
1,3211	0,1021	12,9389			
1,1116	0,0850	13,0842			
1,1934	0,0931	12,8176			
1,0164	0,0768	13,2314			
0,9496	0,0728	13,0414			
1,0789	0,0831	12,9771			
0,9838	0,0746	13,1857			
1,1004	0,0754	14,6000			
0,9569	0,0633	15,1263			
	0,0756				
1,1004		14,5558			

* 0,0893<0,10

Tablo 10’da görüldüğü üzere, tutarlılık oranını rassal indeks değerlerine göre hesaplanmıştır. Tablo 4’te gösterilen kriter sayısına göre rassal indeksi oranı belirlenmiş ve ilgili işlem yapıldıktan sonra tutarlılık oranı 0,0893 olarak hesaplanmıştır. Hesaplanan bu değer 0,10 dan küçük olması yapılan karşılaştırmanın tutarlı olduğunu göstermektedir.

Entropi Yöntemi ile Kriter Ağırlıklandırma

Entropi yöntemine göre firmaların belirlenen değerlendirme kriterlerinin ağırlıklandırma işlemi her yıl için ayrı ayrı hesaplanmış, ancak bu kısımda sadece 2013 yılı için uygulama adımları gösterilmiştir. Diğer yılların sonuçları ise toplu olarak uygulamanın sonunda verilmiştir. Karar matrisi aşağıdaki Tablo 11’de sunulmuştur.

Tablo 11: Karar Matrisinin Oluşturulması

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
AFYON (A ₁)	2,814	40,517	1,915	3,630	4,301	5,127	21,666	35,370	8,672	4,939	1,413	0,674
AKCNS (A ₂)	1,256	4,155	0,949	13,133	17,119	16,628	32,298	13,858	7,949	3,740	1,266	0,825
BTCIM (A ₃)	1,791	73,146	1,376	8,061	13,470	9,386	41,150	29,846	6,781	5,341	1,164	0,495
BSOKE (A ₄)	3,640	206,287	2,694	8,296	13,003	4,542	29,542	32,742	3,720	8,053	0,548	0,113
BUCIM (A ₅)	3,146	39,255	1,992	5,747	8,281	11,891	32,485	16,082	5,176	3,679	2,069	0,290
CIMSA (A ₆)	1,657	17,879	1,163	31,698	19,066	29,214	21,770	11,266	7,254	4,229	0,922	2,238
GOLTS (A ₇)	2,199	31,581	1,669	9,085	18,664	10,097	38,691	3,264	4,937	4,249	1,111	3,781
KONYA (A ₈)	3,497	186,395	2,837	12,394	13,023	10,573	18,223	20,628	6,244	4,560	0,853	7,232
NUHCM (A ₉)	1,808	14,349	1,355	9,130	15,860	10,083	34,350	7,290	9,325	3,700	1,104	0,585
OYAKC (A ₁₀)	2,495	62,667	1,829	26,344	23,910	22,375	20,032	0,000	3,796	3,414	0,849	0,477

Karar matrisini oluşturduktan sonra yöntemin ilk aşamasında normalizasyon işlemi yer almaktadır. Denklem (3) kullanılarak hesaplanan normalizasyon işlemine ilişkin sonuçlar aşağıdaki Tablo12’de verilmiştir.

Tablo12: Normalize Karar Matrisinin Oluşturulması

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	0,349	0,134	0,323	0,075	0,087	0,109	0,228	0,541	0,412	0,328	0,374	0,079
(A ₂)	0,156	0,014	0,160	0,270	0,347	0,353	0,340	0,212	0,378	0,248	0,335	0,096
(A ₃)	0,222	0,242	0,232	0,166	0,273	0,199	0,433	0,456	0,322	0,354	0,308	0,058
(A ₄)	0,451	0,683	0,455	0,170	0,263	0,096	0,311	0,500	0,177	0,534	0,145	0,013
(A ₅)	0,390	0,130	0,337	0,118	0,168	0,252	0,342	0,246	0,246	0,244	0,547	0,034
(A ₆)	0,205	0,059	0,196	0,651	0,386	0,620	0,229	0,172	0,345	0,280	0,244	0,261
(A ₇)	0,272	0,105	0,282	0,187	0,378	0,214	0,407	0,050	0,235	0,282	0,294	0,441
(A ₈)	0,433	0,617	0,479	0,255	0,264	0,224	0,192	0,315	0,297	0,302	0,226	0,843
(A ₉)	0,224	0,047	0,229	0,188	0,321	0,214	0,362	0,111	0,443	0,245	0,292	0,068
(A ₁₀)	0,309	0,207	0,309	0,541	0,485	0,475	0,211	0,000	0,180	0,226	0,225	0,056

Normalizasyon işleminden sonra Entropi yöntemine göre kriterlerin önem ağırlıkları denklem (4), (5) ve (6) kullanılarak aşağıdaki Tablo 13'teki gibi hesaplanmıştır.

Tablo 13: Kriterlere İlişkin Entropi Değerleri

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	-0,367	-0,269	-0,365	-0,194	-0,213	-0,241	-0,337	-0,333	-0,365	-0,366	-0,368	-0,200
(A ₂)	-0,290	-0,059	-0,293	-0,353	-0,367	-0,368	-0,367	-0,329	-0,368	-0,346	-0,366	-0,225
(A ₃)	-0,334	-0,343	-0,339	-0,298	-0,354	-0,321	-0,362	-0,358	-0,365	-0,368	-0,363	-0,165
(A ₄)	-0,359	-0,261	-0,358	-0,302	-0,351	-0,225	-0,363	-0,346	-0,306	-0,335	-0,280	-0,057
(A ₅)	-0,367	-0,265	-0,367	-0,252	-0,300	-0,347	-0,367	-0,345	-0,345	-0,344	-0,330	-0,115
(A ₆)	-0,325	-0,167	-0,320	-0,279	-0,367	-0,297	-0,338	-0,303	-0,367	-0,357	-0,344	-0,350
(A ₇)	-0,354	-0,236	-0,357	-0,313	-0,368	-0,330	-0,366	-0,150	-0,340	-0,357	-0,360	-0,361
(A ₈)	-0,362	-0,298	-0,353	-0,348	-0,352	-0,335	-0,317	-0,364	-0,361	-0,362	-0,336	-0,144
(A ₉)	-0,335	-0,145	-0,338	-0,314	-0,365	-0,330	-0,368	-0,245	-0,361	-0,345	-0,359	-0,183
(A ₁₀)	-0,363	-0,326	-0,363	-0,332	-0,351	-0,354	-0,328	0,000	-0,309	-0,336	-0,335	-0,161
e_j	-1,501	-1,029	-1,499	-1,297	-1,471	-1,367	-1,526	-1,204	-1,514	-1,526	-1,495	-0,851
d_j	2,501	2,029	2,499	2,297	2,471	2,367	2,526	2,204	2,514	2,526	2,495	1,851
w_j	0,088	0,072	0,088	0,081	0,087	0,084	0,089	0,078	0,089	0,089	0,088	0,065

AHP Ağırlıklı TOPSIS Yönteminin Uygulaması

Çimento imalatı faaliyetinde bulunan firmalarının 2013-2022 yılları arasındaki 10 yıllık dönemine ilişkin AHP ağırlıklarına göre TOPSIS yöntemi ile değerlendirilen performans sıralama analizi 2013 yılı için işlem basamakları adım adım aşağıdaki gibi uygulanmış, diğer yılların sonuçları ise toplu olarak uygulamanın sonunda verilmiştir.

İlk olarak, belirlenen kriterler doğrultusunda alternatiflere ait veriler tespit edilmiş ve karar matrisi oluşturulmuştur. Oluşturulan karar matrisi aşağıdaki Tablo 14'te gösterilmiştir.

Tablo 14: Karar Matrisi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	2,81	40,52	1,91	3,63	4,30	5,13	21,67	35,37	8,67	4,94	1,41	0,67
(A ₂)	1,26	4,16	0,95	13,13	17,12	16,63	32,30	13,86	7,95	3,74	1,27	0,82
(A ₃)	1,79	73,15	1,38	8,06	13,47	9,39	41,15	29,85	6,78	5,34	1,16	0,50
(A ₄)	3,64	206,29	2,69	8,30	13,00	4,54	29,54	32,74	3,72	8,05	0,55	0,11
(A ₅)	3,15	39,26	1,99	5,75	8,28	11,89	32,48	16,08	5,18	3,68	2,07	0,29
(A ₆)	1,66	17,88	1,16	31,70	19,07	29,21	21,77	11,27	7,25	4,23	0,92	2,24
(A ₇)	2,20	31,58	1,67	9,08	18,66	10,10	38,69	3,26	4,94	4,25	1,11	3,78
(A ₈)	3,50	186,39	2,84	12,39	13,02	10,57	18,22	20,63	6,24	4,56	0,85	7,23
(A ₉)	1,81	14,35	1,36	9,13	15,86	10,08	34,35	7,29	9,32	3,70	1,10	0,59
(A ₁₀)	2,49	62,67	1,83	26,34	23,91	22,38	20,03	0,00	3,80	3,41	0,85	0,48

Oluşturulan karar matrisinden sonra, veriler denklem (7) yardımıyla normalleştirilmiş ve karar matrisi aşağıda Tablo 15'te gösterilmiştir.

Tablo 15: Normalleştirilmiş Karar Matrisi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	0,349	0,134	0,323	0,075	0,087	0,109	0,228	0,541	0,412	0,328	0,374	0,079
(A ₂)	0,156	0,014	0,160	0,270	0,347	0,353	0,340	0,212	0,378	0,248	0,335	0,096
(A ₃)	0,222	0,242	0,232	0,166	0,273	0,199	0,433	0,456	0,322	0,354	0,308	0,058
(A ₄)	0,451	0,683	0,455	0,170	0,263	0,096	0,311	0,500	0,177	0,534	0,145	0,013
(A ₅)	0,390	0,130	0,337	0,118	0,168	0,252	0,342	0,246	0,246	0,244	0,547	0,034
(A ₆)	0,205	0,059	0,196	0,651	0,386	0,620	0,229	0,172	0,345	0,280	0,244	0,261
(A ₇)	0,272	0,105	0,282	0,187	0,378	0,214	0,407	0,050	0,235	0,282	0,294	0,441
(A ₈)	0,433	0,617	0,479	0,255	0,264	0,224	0,192	0,315	0,297	0,302	0,226	0,843
(A ₉)	0,224	0,047	0,229	0,188	0,321	0,214	0,362	0,111	0,443	0,245	0,292	0,068
(A ₁₀)	0,309	0,207	0,309	0,541	0,485	0,475	0,211	0,000	0,180	0,226	0,225	0,056

AHP Yöntemi ile hesaplanan kriter ağırlıkları aşağıdaki Tablo 16'da gösterilmektedir.

Tablo 16: Kriter Ağırlıkları

w_1	w_2	w_3	w_4	w_5	w_6	w_7	w_8	w_9	w_{10}
0,096	0,103	0,102	0,085	0,093	0,077	0,073	0,083	0,075	0,075

AHP yardımıyla kriter ağırlıkları hesaplandıktan sonra, denklem (8) yardımıyla normalize karar matrisindeki her bir veri ağırlıklandırılarak ağırlıklandırılmış karar matrisi oluşturulmuştur ve Tablo 17'de gösterilmiştir.

Tablo 17: Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	0,0334	0,0137	0,0330	0,0063	0,0081	0,0084	0,0166	0,0449	0,0308	0,0247	0,0236	0,0059
(A ₂)	0,0149	0,0014	0,0164	0,0229	0,0323	0,0271	0,0248	0,0176	0,0282	0,0187	0,0212	0,0073
(A ₃)	0,0212	0,0248	0,0237	0,0141	0,0254	0,0153	0,0316	0,0379	0,0241	0,0267	0,0195	0,0044
(A ₄)	0,0432	0,0700	0,0465	0,0145	0,0245	0,0074	0,0227	0,0416	0,0132	0,0403	0,0092	0,0010
(A ₅)	0,0373	0,0133	0,0344	0,0100	0,0156	0,0194	0,0249	0,0204	0,0184	0,0184	0,0346	0,0026
(A ₆)	0,0196	0,0061	0,0201	0,0553	0,0360	0,0476	0,0167	0,0143	0,0257	0,0211	0,0154	0,0197

(A ₇)	0,0261	0,0107	0,0288	0,0159	0,0352	0,0165	0,0297	0,0041	0,0175	0,0212	0,0186	0,0333
(A ₈)	0,0415	0,0633	0,0489	0,0216	0,0246	0,0172	0,0140	0,0262	0,0222	0,0228	0,0143	0,0637
(A ₉)	0,0214	0,0049	0,0234	0,0159	0,0299	0,0164	0,0263	0,0093	0,0331	0,0185	0,0185	0,0052
(A ₁₀)	0,0296	0,0213	0,0315	0,0460	0,0451	0,0365	0,0154	0,0000	0,0135	0,0171	0,0142	0,0042

Sonraki adımda pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri belirlenmiştir. Bu adımda dikkat edilmesi gereken bir husus, kriterlerin fayda veya maliyet kriteri olup olmadığıdır. Çalışmada 7. kriter maliyet kriteri olup minimum düzeyde olması arzu edilirken diğer kriterler fayda kriteri olup maksimum düzeyde olması arzu edilmektedir. Belirlenen pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri aşağıda sunulmuştur.

$$A^+ = \{0,0432; 0,0700; 0,0489; 0,0553; 0,0451; 0,0476; 0,0140; 0,0449; 0,0331; 0,0403; 0,0346; 0,0637\}$$

$$A^- = \{0,0149; 0,0014; 0,0164; 0,0063; 0,0081; 0,0074; 0,0316; 0,0000; 0,0132; 0,0171; 0,0092; 0,0010\}$$

Bu işlemden sonra denklem (11) ve denklem (12) kullanılarak pozitif (S_i^+) ve negatif (S_i^-) ideal ayırım ölçümleri hesaplanmış, her bir alternatifin yakınlık katsayıları (C_i^*) denklem (13) yardımıyla belirlenmiş ve Tablo 18’de gösterilmiştir

Tablo 18: Pozitif ve Negatif İdeal Ayırım Ölçümleri ile Alternatiflerin Yakınlık Katsayıları

ALTERNATİFLER	S ⁺	S ⁻	C*
AFYON (A ₁)	0,112	0,060	0,349
AKCNS (A ₂)	0,114	0,045	0,283
BTCİM (A ₃)	0,103	0,053	0,340
BSOKE (A ₄)	0,094	0,095	0,504
BUCİM (A ₅)	0,111	0,048	0,303
CİMSA (A ₆)	0,096	0,076	0,443
GOLTS (A ₇)	0,103	0,050	0,326
KONYA (A ₈)	0,061	0,106	0,635
NUHCM (A ₉)	0,117	0,037	0,240
OYAKC (A ₁₀)	0,100	0,070	0,413

TOPSIS yönteminde alternatifler arasındaki en uygun alternatif yakınlık katsayısı en yüksek alternatiftir. Bu doğrultudan hareketle alternatifler yakınlık katsayılarının büyüklüğüne göre sıralanarak en iyi ve en kötü alternatifler belirlenmiştir. AHP ağırlıklı TOPSIS yöntemine göre alternatiflerin yakınlık katsayılarına göre sıralaması aşağıda Tablo 19’da gösterilmiştir.

Tablo 19: Alternatiflerin Sıralaması (2013)

SIRA	ALTERNATİFLER	2013
1.	KONYA	0,635
2.	BSOKE	0,504
3.	CİMSA	0,443
4.	OYAKC	0,413
5.	AFYON	0,349
6.	BTCİM	0,340
7.	GOLTS	0,326
8.	BUCİM	0,303
9.	AKCNS	0,283

10.	NUHCM	0,240
-----	-------	-------

2013 yılı için yapılan finansal performans analizinde en iyi performansı gösteren çimento firması KONYA olurken, onu sırasıyla BSOKE ve CIMS firmaları izlemiştir. En kötü performansı gösteren çimento firması ise NUHCM olmuştur.

Yukarıda çimento firmalarına ait 2013 yılı verileri ışığında AHP ve TOPSIS yöntemi kullanılarak yapılan sıralamanın adımları ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Diğer yıllar için de aynı şekilde hesaplamalar yapılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 20’de toplu olarak verilmiştir.

Tablo 20: Firma Performanslarının AHP Ağırlıklı TOPSIS Sıralaması

Sıra	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	OYAKC	NUHCM	BUCIM	BUCIM
2.	BSOKE	BSOKE	AFYON	OYAKC	OYAKC	BUCIM	KONYA	BUCIM	NUHCM	NUHCM
3.	CIMS	AFYON	BSOKE	BUCIM	AFYON	NUHCM	BUCIM	KONYA	OYAKC	OYAKC
4.	OYAKC	BUCIM	CIMS	NUHCM	NUHCM	AKCNS	NUHCM	OYAKC	CIMS	AFYON
5.	AFYON	OYAKC	AKCNS	AKCNS	BUCIM	OYAKC	GOLTS	CIMS	KONYA	CIMS
6.	BTCIM	GOLTS	NUHCM	CIMS	CIMS	CIMS	AKCNS	AKCNS	AKCNS	GOLTS
7.	GOLTS	AKCNS	OYAKC	BTCIM	AKCNS	GOLTS	CIMS	AFYON	AFYON	KONYA
8.	BUCIM	CIMS	BUCIM	AFYON	GOLTS	BTCIM	BTCIM	BSOKE	GOLTS	AKCNS
9.	AKCNS	BTCIM	BTCIM	GOLTS	BTCIM	AFYON	AFYON	GOLTS	BTCIM	BSOKE
10.	NUHCM	NUHCM	GOLTS	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BTCIM	BSOKE	BTCIM

Çimento firmalarının AHP ağırlıklı TOPSIS uygulaması sonucunda performansı sıralamalarının toplu olarak değerlendirilmesinde yukarıdaki Tablo 20’de de görüldüğü üzere, 2013-2018 yıllarında KONYA çimento firmasının sonraki yıllarda ise sırasıyla OYAKC, NUHCM ve BUCIM firmalarının en iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir.

Entropi Ağırlıklı TOPSIS Yönteminin Uygulaması

Çimento firmalarının 2013-2022 yılları arasındaki 10 yıllık dönemine ilişkin Entropi ağırlıklarına göre TOPSIS yöntemi ile değerlendirilen performans sıralama analizi 2013 yılı için işlem basamakları adım adım aşağıdaki gibi uygulanmış, diğer yılların sonuçları ise toplu olarak uygulamanın sonunda verilmiştir.

İlk olarak, belirlenen kriterler doğrultusunda alternatiflere ait veriler tespit edilmiş ve karar matrisi oluşturulmuştur. Oluşturulan karar matrisi aşağıdaki Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21: Karar Matrisi

	C_1	C_2	C_3	C_4	C_5	C_6	C_7	C_8	C_9	C_{10}	C_{11}	C_{12}
(A ₁)	2,81	40,52	1,91	3,63	4,30	5,13	21,67	35,37	8,67	4,94	1,41	0,67
(A ₂)	1,26	4,16	0,95	13,13	17,12	16,63	32,30	13,86	7,95	3,74	1,27	0,82
(A ₃)	1,79	73,15	1,38	8,06	13,47	9,39	41,15	29,85	6,78	5,34	1,16	0,50
(A ₄)	3,64	206,29	2,69	8,30	13,00	4,54	29,54	32,74	3,72	8,05	0,55	0,11
(A ₅)	3,15	39,26	1,99	5,75	8,28	11,89	32,48	16,08	5,18	3,68	2,07	0,29
(A ₆)	1,66	17,88	1,16	31,70	19,07	29,21	21,77	11,27	7,25	4,23	0,92	2,24

(A ₇)	2,20	31,58	1,67	9,08	18,66	10,10	38,69	3,26	4,94	4,25	1,11	3,78
(A ₈)	3,50	186,39	2,84	12,39	13,02	10,57	18,22	20,63	6,24	4,56	0,85	7,23
(A ₉)	1,81	14,35	1,36	9,13	15,86	10,08	34,35	7,29	9,32	3,70	1,10	0,59
(A ₁₀)	2,49	62,67	1,83	26,34	23,91	22,38	20,03	0,00	3,80	3,41	0,85	0,48

Alternatiflere ait verilerle karar matrisi oluşturulduktan sonra, karar matrisindeki veriler denklem (7) yardımıyla normleştirilmiştir. Verilerin normleştirme işlemleri sonucunda oluşturulan normleştirilmiş karar matrisi aşağıda Tablo 22’de gösterilmiştir.

Tablo 22: Normleştirilmiş Karar Matrisi

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀	C ₁₁	C ₁₂
(A ₁)	0,349	0,134	0,323	0,075	0,087	0,109	0,228	0,541	0,412	0,328	0,374	0,079
(A ₂)	0,156	0,014	0,160	0,270	0,347	0,353	0,340	0,212	0,378	0,248	0,335	0,096
(A ₃)	0,222	0,242	0,232	0,166	0,273	0,199	0,433	0,456	0,322	0,354	0,308	0,058
(A ₄)	0,451	0,683	0,455	0,170	0,263	0,096	0,311	0,500	0,177	0,534	0,145	0,013
(A ₅)	0,390	0,130	0,337	0,118	0,168	0,252	0,342	0,246	0,246	0,244	0,547	0,034
(A ₆)	0,205	0,059	0,196	0,651	0,386	0,620	0,229	0,172	0,345	0,280	0,244	0,261
(A ₇)	0,272	0,105	0,282	0,187	0,378	0,214	0,407	0,050	0,235	0,282	0,294	0,441
(A ₈)	0,433	0,617	0,479	0,255	0,264	0,224	0,192	0,315	0,297	0,302	0,226	0,843
(A ₉)	0,224	0,047	0,229	0,188	0,321	0,214	0,362	0,111	0,443	0,245	0,292	0,068
(A ₁₀)	0,309	0,207	0,309	0,541	0,485	0,475	0,211	0,000	0,180	0,226	0,225	0,056

Tablo 23: Kriter Ağırlıkları

w ₁	w ₂	w ₃	w ₄	w ₅	w ₆	w ₇	w ₈	w ₉	w ₁₀
0,088	0,072	0,088	0,081	0,087	0,084	0,089	0,078	0,089	0,089

Entropi yöntemiyle kriter ağırlıkları hesaplandıktan sonra, denklem (8) yardımıyla normalize karar matrisindeki her bir veri ağırlıklandırılarak ağırlıklandırılmış karar matrisi oluşturulmuştur ve Tablo 24’te gösterilmiştir.

Tablo 24: Ağırlıklandırılmış Karar Matrisi

	C ₁	C ₂	C ₃	C ₄	C ₅	C ₆	C ₇	C ₈	C ₉	C ₁₀	C ₁₁	C ₁₂
(A ₁)	0,031	0,010	0,029	0,006	0,008	0,009	0,020	0,042	0,037	0,029	0,033	0,005
(A ₂)	0,014	0,001	0,014	0,022	0,030	0,030	0,030	0,017	0,034	0,022	0,030	0,006
(A ₃)	0,020	0,017	0,021	0,013	0,024	0,017	0,039	0,036	0,029	0,032	0,027	0,004
(A ₄)	0,040	0,049	0,040	0,014	0,023	0,008	0,028	0,039	0,016	0,048	0,013	0,001
(A ₅)	0,034	0,009	0,030	0,010	0,015	0,021	0,031	0,019	0,022	0,022	0,048	0,002
(A ₆)	0,018	0,004	0,017	0,053	0,034	0,052	0,020	0,013	0,031	0,025	0,022	0,017
(A ₇)	0,024	0,007	0,025	0,015	0,033	0,018	0,036	0,004	0,021	0,025	0,026	0,029
(A ₈)	0,038	0,044	0,042	0,021	0,023	0,019	0,017	0,025	0,026	0,027	0,020	0,055
(A ₉)	0,020	0,003	0,020	0,015	0,028	0,018	0,032	0,009	0,039	0,022	0,026	0,004
(A ₁₀)	0,027	0,015	0,027	0,044	0,042	0,040	0,019	0,000	0,016	0,020	0,020	0,004

Sonraki adımda pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri belirlenmiştir. Bu adımda dikkat edilmesi gereken bir husus, kriterlerin fayda veya maliyet kriteri olup olmadığıdır. Çalışmada yer alan 7. kriter maliyet kriteri olup minimum düzeyde olması arzu edilirken diğer kriterler fayda kriteri olup maksimum düzeyde olması arzu edilmektedir. Belirlenen pozitif ve negatif ideal çözüm kümeleri aşağıda sunulmuştur.

$$A^+ = \{0,0399; 0,0490; 0,0423; 0,0529; 0,0423; 0,0519; 0,0171; 0,0421; 0,0394; 0,0477; 0,0483; 0,0552\}$$

$$A^- = \{0,0138; 0,0010; 0,0142; 0,0061; 0,0076; 0,0081; 0,0387; 0,0000; 0,0157; 0,0202; 0,0128; 0,0009\}$$

Belirlenen pozitif ve negatif ideal çözüm kümelerinden sonra denklem (11) ve denklem (12) kullanılarak pozitif (S_i^+) ve negatif (S_i^-) ideal ayırım ölçümleri hesaplanmış, ayırım ölçümlerinin hesaplaması sonucunda elde edilen ayırım ölçümleri ile ayırım ölçümleri hesaplandıktan sonra, her bir alternatifin yakınlık katsayıları (C_i^*) denklem (13) yardımıyla belirlenmiş ve Tablo 25'te gösterilmiştir.

Tablo 25: Pozitif ve Negatif İdeal Ayırım Ölçümleri ile Alternatiflerin Yakınlık Katsayıları

ALTERNATİFLER	S ⁺	S ⁻	C*
AFYON (A ₁)	0,101	0,060	0,374
AKCNS (A ₂)	0,098	0,047	0,323
BTCIM (A ₃)	0,095	0,050	0,346
BSOKE (A ₄)	0,093	0,080	0,461
BUCIM (A ₅)	0,099	0,052	0,344
CIMSA (A ₆)	0,082	0,077	0,484
GOLTS (A ₇)	0,094	0,046	0,329
KONYA (A ₈)	0,065	0,090	0,580
NUHCM (A ₉)	0,104	0,039	0,274
OYAKC (A ₁₀)	0,091	0,068	0,428

TOPSIS yönteminde alternatifler arasındaki en uygun alternatif yakınlık katsayısı en yüksek alternatiftir. Bu doğrultudan hareketle alternatifler yakınlık katsayılarının büyüklüğüne göre sıralanarak en iyi ve en kötü alternatifler belirlenmiştir. Alternatiflerin yakınlık katsayılarına göre sıralaması aşağıda Tablo 26'da gösterilmiştir.

Tablo 26: Alternatiflerin Sıralaması (2013)

SIRA	ALTERNATİFLER	2013
1.	KONYA	0,580
2.	CIMSA	0,484
3.	BSOKE	0,461
4.	OYAKC	0,428
5.	AFYON	0,374
6.	BTCIM	0,346
7.	BUCIM	0,344
8.	GOLTS	0,329
9.	AKCNS	0,323
10.	NUHCM	0,274

2013 yılı için yapılan finansal performans analizinde en iyi performansı gösteren çimento firması KONYA olurken onu sırasıyla CIMSA ve BSOKE firmaları izlemiştir. En kötü performansı gösteren çimento firması ise NUHCM olmuştur.

Yukarıda çimento firmalarına ait 2013 yılı verileri ışığında TOPSIS ve Entropi yöntemi kullanarak yapılan sıralamanın adımları ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Diğer yıllar için de aynı şekilde hesaplamalar yapılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 27'de toplu olarak verilmiştir.

Tablo 27: Firma Performanslarının Entropi Ağırlıklı TOPSIS Sıralaması

Sıra	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
1.	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	OYAKC	NUHCM	BUCIM	BUCIM
2.	CIMSA	AFYON	AFYON	BUCIM	OYAKC	BUCIM	KONYA	BUCIM	NUHCM	NUHCM
3.	BSOKE	BSOKE	CIMSA	OYAKC	AFYON	NUHCM	BUCIM	KONYA	CIMSA	OYAKC
4.	OYAKC	BUCIM	AKCNS	NUHCM	BUCIM	AKCNS	NUHCM	OYAKC	OYAKC	AFYON
5.	AFYON	OYAKC	NUHCM	AKCNS	NUHCM	OYAKC	GOLTS	AKCNS	KONYA	CIMSA
6.	BTCIM	GOLTS	OYAKC	CIMSA	CIMSA	CIMSA	AKCNS	AFYON	AKCNS	GOLTS
7.	BUCIM	AKCNS	BUCIM	BTCIM	AKCNS	GOLTS	CIMSA	BSOKE	AFYON	KONYA
8.	GOLTS	CIMSA	BSOKE	AFYON	GOLTS	BTCIM	BTCIM	CIMSA	GOLTS	AKCNS
9.	AKCNS	BTCIM	BTCIM	GOLTS	BTCIM	AFYON	AFYON	GOLTS	BTCIM	BSOKE
10.	NUHCM	NUHCM	GOLTS	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BTCIM	BSOKE	BTCIM

Çimento firmalarının Entropi ağırlıklı TOPSIS uygulaması sonucunda performansı sıralamalarının toplu olarak değerlendirilmesinde yukarıdaki Tablo 26'da da görüldüğü üzere, 2013-2018 yıllarında KONYA çimento firmasının sonraki yıllarda ise sırasıyla, OYAKC, NUHCM ve BUCIM firmalarının en iyi performans gösterdiği tespit edilmiştir.

AHP ve Entropi Ağırlıklı TOPSIS Uygulama Sonuçlarının Karşılaştırılması

Çalışma kapsamında AHP ve Entropi ağırlıklı TOPSIS uygulama sonuçları Tablo 28'de sunulmuştur.

Aşağıdaki Tablo 28'de her iki ağırlık yönteminin TOPSIS uygulama sonuçları birlikte gösterilmiştir. Tablodan da anlaşılacağı üzere, her iki yöntemde de en iyi performans gösteren çimento firmaları 2019 yılına kadar KONYA çimento firması olmuştur. 2019 yılında OYAKC, 2020 yılında NUHCM ve 2021-2022 yıllarında ise BUCIM çimento firmaları her iki ağırlık yönteminde de en iyi performans gösteren firmalar olmuştur. Her ne kadar 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2020 ve 2021 yıllarında firma sıralamalarında farklılıklar görülse de, sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde uygulanan her iki ağırlık yöntemiyle TOPSIS sıralamalarının çoğunlukla birbiriyle uyumlu olduğu görülmektedir. En kötü performans sergileyen firmalara bakılacak olursa yine araştırmanın dönem aralığında her iki ağırlıklandırma yönteminde de aynı firmaların olduğu görülmektedir. Yıllar itibarıyla en kötü performans gösteren firmalar, 2013-2014: NUHCM, 2015: GOLTS, 2016-2017-2018-2019: BSOKE, 2020: BTCIM, 2021: Bsoke ve 2022: BTCIM olmuştur. En iyi performans gösteren firmalarda olduğu gibi her iki ağırlıklandırma yönteminde de en kötü performans gösteren firmaların yüksek oranda aynı firmaların olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 28: AHP ve Entropi Ağırlıklı TOPSIS Uygulama Sonuçları

Sıra	2013		2014		2015		2016	
	AHP	Entropi	AHP	Entropi	AHP	Entropi	AHP	Entropi
1.	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA
2.	BSOKE	CIMSA	BSOKE	AFYON	AFYON	AFYON	OYAKC	BUCIM
3.	CIMSA	BSOKE	AFYON	BSOKE	BSOKE	CIMSA	BUCIM	OYAKC
4.	OYAKC	OYAKC	BUCIM	BUCIM	CIMSA	AKCNS	NUHCM	NUHCM
5.	AFYON	AFYON	OYAKC	OYAKC	AKCNS	NUHCM	AKCNS	AKCNS
6.	BTCIM	BTCIM	GOLTS	GOLTS	NUHCM	OYAKC	CIMSA	CIMSA

7.	GOLTS	BUCIM	AKCNS	AKCNS	OYAKC	BUCIM	BTCIM	BTCIM
8.	BUCIM	GOLTS	CIMSA	CIMSA	BUCIM	BSOKE	AFYON	AFYON
9.	AKCNS	AKCNS	BTCIM	BTCIM	BTCIM	BTCIM	GOLTS	GOLTS
10.	NUHCM	NUHCM	NUHCM	NUHCM	GOLTS	GOLTS	BSOKE	BSOKE
	2017		2018		2019		2020	
1.	KONYA	KONYA	KONYA	KONYA	OYAKC	OYAKC	NUHCM	NUHCM
2.	OYAKC	OYAKC	BUCIM	BUCIM	KONYA	KONYA	BUCIM	BUCIM
3.	AFYON	AFYON	NUHCM	NUHCM	BUCIM	BUCIM	KONYA	KONYA
4.	NUHCM	BUCIM	AKCNS	AKCNS	NUHCM	NUHCM	OYAKC	OYAKC
5.	BUCIM	NUHCM	OYAKC	OYAKC	GOLTS	GOLTS	CIMSA	AKCNS
6.	CIMSA	CIMSA	CIMSA	CIMSA	AKCNS	AKCNS	AKCNS	AFYON
7.	AKCNS	AKCNS	GOLTS	GOLTS	CIMSA	CIMSA	AFYON	BSOKE
8.	GOLTS	GOLTS	BTCIM	BTCIM	BTCIM	BTCIM	BSOKE	CIMSA
9.	BTCIM	BTCIM	AFYON	AFYON	AFYON	AFYON	GOLTS	GOLTS
10.	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BSOKE	BTCIM	BTCIM
	2021		2022					
1.	BUCIM	BUCIM	BUCIM	BUCIM				
2.	NUHCM	NUHCM	NUHCM	NUHCM				
3.	OYAKC	CIMSA	OYAKC	OYAKC				
4.	CIMSA	OYAKC	AFYON	AFYON				
5.	KONYA	KONYA	CIMSA	CIMSA				
6.	AKCNS	AKCNS	GOLTS	GOLTS				
7.	AFYON	AFYON	KONYA	KONYA				
8.	GOLTS	GOLTS	AKCNS	AKCNS				
9.	BTCIM	BTCIM	BSOKE	BSOKE				
10.	BSOKE	BSOKE	BTCIM	BTCIM				

SONUÇ

Sürekli gelişen ve rekabetçi dünyanın günümüzde yaratmış olduğu ortamda firmaların performansının değerlendirilmesi ve sektördeki diğer firmalarla kıyaslanması, firmanın kendisinin yanı sıra ilgili tüm tarafların (yatırımcı, kredi verenler vs.) hedeflemiş oldukları yatırımlara ulaşabilmeleri bakımından oldukça önemli bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Bu açıdan firmaların gerek ulusal gerekse uluslararası alanda rekabet güçlerinin belirlenmesi ve bunun yanında finansal performanslarının değerlendirilmesi sektörlerin gelişimini ortaya koymadaki etkisi oldukça büyüktür. Söz konusu bu sektörlerden bir tanesi de inşaat sektörü olmakla birlikte sektör içerisinde yer alan çimento imalatı faaliyetleri, küresel çimento talebinin artması ile birlikte artmaktadır. Bu bakımdan faaliyet gösteren tüm sektörlerde tedarik, satın alma, maliyetleme, zamanlama gibi konularda çok sayıda karar verilmesi gerekmektedir. Bu noktada Çok Kriterli Karar Verme (ÇÇKV) yöntemleri, firmaların performanslarının değerlendirilmesinde önemli bir araç olmaktadır.

Bu çalışmada, Borsa İstanbul (BIST), İmalat Sektörü-Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe hisse senetleri işlem gören ve çimento imalatı faaliyetinde bulunan 10 firmanın 2013-2022 dönemine ilişkin belirlenen finansal oranlarının (Analytic Hierarchy Process) AHP ve Entropi yöntemleri kullanılarak, firma performansının sıralaması ise (The Technique for Order of Preference by Similarity to Ideal Solution) TOPSIS yöntemi ile yapılmıştır. Çalışmada firmaların performansları,

(Cari Oran, Nakit Oran, Asit-Test Oranı, Net Kâr Marjı, Esas Faaliyet Kârlılığı, Özsermaye Kârlılığı, Finansal Kaldıraç, Satışlardaki Büyüme, Stok Devir Hızı, Aktif Devir Hızı, Özsermaye Devir Hızı ve Hisse Başına Kazanç) 12 kriter dikkate alınarak, genel bir sıralama yapılmıştır. Taş ve Toprağa Dayalı Alt Sektöründe işlem gören ancak çimento imalatı faaliyetinde bulunmadığı firmaların faaliyet konularında anlaşılan firmalar çalışmaya dahil edilmemiştir. Firma performans sıralamalarının TOPSIS yönteminin seçilmesinin nedeni alternatiflerin çokluğu ve çok kriterli karar verme sürecidir. AHP ve Entropi ağırlıklı TOPSIS uygulama sonuçları araştırma dönemi kapsamında karşılaştırılmıştır. Uygulama sonucunda, her iki yöntemde de en iyi performans gösteren çimento firmalarının tüm yıllarda aynı firma şeklinde sıralanmıştır. Söz konusu 2013, 2014, 2015, 2016 ve 2018 yıllarında en iyi performansı KONYA, 2019 yılında OYAKC, 2020 yılında NUHCM ve 2021 ve 2022 yıllarında ise BUCIM çimento firmaları her iki ağırlık yönteminde de en iyi performans gösteren firmalar olmuştur. Her ne kadar 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2020 ve 2021 yıllarında firma sıralamalarında farklılıklar olsa da sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, uygulanan her iki ağırlık yöntemiyle TOPSIS sıralamalarının büyük oranda birbiriyle örtüştüğü görülmektedir.

Araştırmanın sonuçları literatürde yer alan bazı çalışmaların sonuçlarıyla karşılaştırıldığında; Ertuğrul & Karakaşoğlu (2009) ve Gümüş vd. (2017) ile benzerliklerin bulunmadığı, Dumanoğlu (2010), Sakarya & Akkuş (2015)'in çalışmalarının sonuçlarıyla kısmen benzerliklerinin olduğu, Özden vd. (2012) ile sadece finansal performansı en yüksek olan firma konusunda bazı yıllarda uyumlu olduğu belirlense de, çalışmanın sonuçları literatürdeki çalışmalar dikkate alınarak genel bir değerlendirme yapıldığında sonuçların benzerlik göstermediği söylenebilir. Çünkü, çalışmaların dönem aralıkları ve uygulanan yöntemlerin farklı yaklaşımları ve varsayımları olduğu için sonuçlar da farklılık göstermektedir.

AHP, Entropi ve TOPSIS yöntemleri bir arada kullanılması, bu çalışmayı literatürdeki diğer çalışmalardan farklı kılmaktadır. Kriterlerin ağırlıkları karar vericiler tarafından belirlendiğinden sonuçlar genel bir performans sıralamasını göstermektedir. Performans değerlendirmesinin firmaların alacaklılarına, ortaklarına veya yatırımcılarına yönelik yapılması da mümkündür. Ancak bununla birlikte böyle bir durumda kriterlerin ağırlıkları değişeceğinden firmaların sıralamalarının da değişebilme olasılığı söz konusudur. Sonuç olarak ÇKKV yöntemlerinin aynı problemdeki seçenekleri sıralama/seçme konusunda farklı yaklaşımları ve varsayımları olduğundan, farklı sonuçlar vermeleri muhtemeldir.

Araştırmacılar ilerleyen süreçte sonraki çalışmalarda çimento imalatı faaliyetinde bulunan firmaların performansını değerlendirmek için başka çok kriterli karar verme yöntemleri de kullanılabilir. Ayrıca çalışmada uygulanan yöntemler diğer sektörlerdeki firmaların değerlendirilmesinde de uygulanabilir.

Yazar katkı oranı ve çıkar çatışması beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Atenidegbe, O. F. & Mogaji, K. A. (2023). Modeling assessment of groundwater vulnerability to contamination risk in a typical basement terrain using TOPSIS-entropy developed vulnerability data mining technique. *Neliyon*, 9, 1-25.

Ayvacak, E. & Yalçın, S. (2019). Kurumsal sürdürülebilirlik ve işletmeler açısından önemi, Başar, E. E., Ağ, A. ve Gülhan, Ü. (Ed.), *Sürdürülebilirlik: Ekonomik ve Sosyal Eğilimler* içinde (s. 161-176). İmaj Kitabevi.

Banadkouki, M. R. Z. (2023). Selection of strategies to improve energy efficiency in industry: A hybrid approach using entropy weight method and fuzzy TOPSIS. *Energy*, 279, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2023.128070>.

Behzadian, M., Otaghsara, S. K., Yazdani, M. & Ignatius, J. (2012). A state-of-the-art survey of TOPSIS applications. *Expert Systems With Applications*, 39, 13051-13069.

Chakraborty, S. (2022). TOPSIS and Modified TOPSIS: A comparative analysis. *Decision Analytics Journal*, 2, ISSN 2772-6622, <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2021.100021>.

Chen, P. (2019). Effects of normalization on the entropy-based TOPSIS method. *Expert Systems with Applications*, 136, 33–41

Chen, P. (2021). Effects of the entropy weight on TOPSIS. *Expert Systems with Applications*. 168, 1-13, <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2020.114186>

Ding, T., Liang, L., Yang, M. & Wu, H. (2016). Multiple attribute decision making based on cross-evaluation with uncertain decision parameters. *Mathematical Problems in Engineering*, <https://doi.org/10.1155/2016/4313247>, 1-10.

Dumanoğlu, S. (2010). İMKB’de işlem gören çimento şirketlerinin mali performanslarının TOPSIS yöntemi ile değerlendirilmesi, *Marmara Üni. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29 (2), 323-339.

Ertuğrul, İ. & Karakaşoğlu, N. (2009). Performance evaluation of Turkish cement firms with fuzzy analytic hierarchy process and TOPSIS methods. *Expert Systems with Applications*, 36, 702–715.

Gülbandılar, E., Akyol, S. O. & Koçak, Y. (2019). Multi-Criteria decision making for cement mortar mixture selection by Fuzzy Topsis, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 27 (2), 77 – 84.

Gümüş, U. T., Ercan, A. S., Tokyüz, E. & Çakmak, D. (2017). Evaluation of the ratio analysis results of the cement companies at BİST-100 by Topsis method. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7 (2), 65-76.

Haine, M., Boutkhoul, O., Tikniouine, A. & Agouti T. (2016). Application of an integrated multi criteria decision making AHP-TOPSIS methodology for ETL software selection. *SpringerPlus*, 5:263. <https://doi.org/10.1186/s40064-016-1888-z>

Hwang, C.L. & Yoon, K. (1981) Multiple attribute decision making: methods and applications. *Springer-Verlag*, New York.

Jia, J., Fan, Y. & Guo, X. (2012). The low carbon development (LCD) levels' evaluation of the world's 47 countries (areas) by combining the FAHP with the TOPSIS method. *Expert Systems with Applications*, 39, 6628-6640.

Jinxiang, F., Lingwei, X., Xingguan, M., Jing, T., Rongxin, Z., Yuping, B., Yulan, T. & Yunan G. (2013). Application of Entropy weight TOPSIS method for optimization of wastewater treatment technology of municipal wastewater treatment plant. *Nature Environment and Pollution Technology*, 12 (2), 285-287.

Kamal M. Al-Subhi Al-Harbi. (2001). Application of the AHP in project management. *International Journal of Project Management*, 19, 19-27.

Karagiannidis, A., Papageorgiou, A., Perkoulidis, G., Sanida, G. & Samaras, P. (2010). A multi-criteria assessment of scenarios on thermal processing of infectious hospital wastes: A case study for Central Macedonia. *Waste Management*, 30 (2), 251-62. DOI: 10.1016/j.wasman.2009.08.015

Karami, A. & Johansson, R. (2014). Utilization of multi attribute decision making techniques to integrate automatic and manual ranking of options. *Journal of Information Science and Engineering*, 30, 519-534.

Karçioğlu, R. & Yalçın, S. (2022). Sezgisel bulanık TOPSİS yöntemiyle portföy seçimi: Borsa İstanbul'da bir uygulama. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (94), 151-184.

Marenco-Porto, C. A., Nieto-Londoño, C., Lopera, L., Escudero-Atehortua, A., Giraldo, M. & Jouhara, H. (2023). Evaluation of organic rankine cycle alternatives for the cement industry using Analytic Hierarchy Process (AHP) methodology and energy-economic-environmental (3E) analysis, *Energy*, 281, 1-17. <https://doi.org/10.1016/j.energy.2023.128304>.

Moghimi R, Anvari A, Amoozesh N. & Ghesary T. (2013). An integrated fuzzy MCDM approach, and analysis, to the evaluation of the financial performance of Iranian cement companies. *Life Science Journal*, 10 (5), 570-586.

Muvingi, J., Peer, A. A. I., Jablonsky, J. & Lotfi, F. H. (2023). Hierarchical groups DEA super-efficiency and group TOPSIS technique: Application on mobile money agents' locations. *Expert Systems with Applications*, 234, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2023.121033>

Özden, Ü. H., Başar, Ö. D. & Kalkan, S.B. (2012). İMKB'de işlem gören çimento sektöründeki şirketlerin finansal performanslarının VIKOR yöntemi ile sıralanması. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Ekonometri ve İstatistik Dergisi*, 17, 23-44.

Özgüner, Z. & Özgüner M. (2020). Entegre Entropi-Topsis yöntemleri ile tedarikçi değerlendirme ve seçme probleminin çözümlenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (37), 551-568.

Rezaie, K., Ramiyani, S. S., Nazari-Shirkouhi, S. & Badizadeh, A. (2014). Evaluating performance of Iranian cement firms using an integrated fuzzy AHP-VIKOR Method. *Applied Mathematical Modelling*, 38 (21-22), 5033-5046.

Saaty, R. W. (1987). The Analytic Hierarchy Process-What it is and How it is used. *Mathematical Modelling*, 9 (3-5), 161-176.

Sakarya, Ş. & Akkuş, H. T. (2015). Finansal performansın ölçülmesinde geleneksel oranlar ile nakit akım oranlarının karşılaştırmalı analizi: BİST çimento şirketleri üzerine TOPSIS yöntemi ile bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (1), 109-123.

Soysal, M., Kayalı, C.A. & Aktaş, İ. (2017). BİST’te hisse senetleri işlem gören çimento sanayii sektöründeki firmaların TOPSİS yöntemine göre performans değerlemesi ve analizi. *Journal of Current Researches on Business and Economics*, 7 (2), 437-452.

Statista. (2021). Cement: production ranking top countries 2021. <https://www.statista.com/statistics/267364/world-cement-production-by-country/>

T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2022). Çimento sektörü raporu-2021. Erişim adresi: <https://www.sanayi.gov.tr/plan-program-raporlar-ve-yayinlar/sektor-raporlari/mu0102011404> Erişim tarihi: 11/10/2023.

Tjader, Y., May, J. H., Shang, J., Vargas, L. G. & Gao, N. (2014). Firm-level outsourcing decision making: A balanced scorecard-based analytic network process model. *International Journal of Production Economics*, 147, 614-623.

TÜRKCİMENTO. (2023). Çimento üretiminin tarihçesi. Erişim adresi: <https://www.turkcimento.org.tr/tr/cimento-uretiminin-tarihcesi>, Erişim tarihi: 11.10.2023

TÜRKCİMENTO. (2023). İstatistikler. Erişim adresi: <https://www.turkcimento.org.tr/tr/istatistikler/> Erişim tarihi: 11.10.2023

Uddin, A., Ali, Y., Sabir, M., Petrillo, A. & Felice, F. D. (2023). Circular economy and its implementation in cement industry: A case point in Pakistan. *Science of the Total Environment*. 898, 1-12.

Wang, Y-J. (2014). The evaluation of financial performance for Taiwan container shipping companies by fuzzy TOPSIS. *Applied Soft Computing*, 22, 28-35.

Yoon, K. (1980). Systems Selection by multiple attribute decision making (Doktora tezi). Kansas State University, USA.

Zhang, H., Gu, C., Gu, L. & Zhang, Y. (2011). The Evaluation of tourism destination competitiveness by TOPSIS & Information Entropy a case in the Yangtze River Delta of China, *Tourism Management*, 32, 443-451.

Zhao, D-Y., Ma, Y-Y. & Lin, H-L. (2022). Using the Entropy and TOPSIS models to evaluate sustainable development of Islands: A Case in China. *Sustainability*, 14, 1-25.

Zyoud, S. H. & Fuchs-Hanusch, D. (2017). A bibliometric-based survey on AHP and TOPSIS techniques. *Expert Systems with Applications*, 78, 158-181.

Yayın Geliş Tarihi: 12.09.2023
Yayına Kabul Tarihi: 19.02.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1359297>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 126-138
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

THE MACROECONOMIC DETERMINANTS OF THE STOCK MARKET RETURNS OF TURKISH MANUFACTURING FIRMS: THE COVID-19 PANDEMIC PERIOD

Bilge CANBALOĞLU*

Abstract

This study explores the impacts of the exchange rate, consumer confidence, oil prices on the stock returns of the Borsa Istanbul (BIST) manufacturing firms for the timeline aftermath of the Covid-19 pandemic (March 2020 – September 2022). As the manufacturing companies comprise the majority of the stock market of the BIST, the composite index of these industrial companies (XUSIN) is selected as the response variable. Implementing the autoregressive distributed lag (ARDL) bounds-testing methodology on the monthly time series data, the cointegration existence is detected among the series. The empirical results also show that oil price is the most significant determinant among these variables affecting manufacturing companies' returns for the long-run. When considering oil as a vital production input in industries, the decreases in stock prices resulting from oil price rises (i.e. increases in production costs) are inevitable. However, the significant long-run effects of exchange rates and the consumer confidence index on stock returns of this industry cannot be detected for the Covid-19 period.

Keywords: Stock Market, Exchange Rates, Consumer Confidence, Oil Prices, BIST.

TÜRKİYE'DE İMALAT SEKTÖRÜNDEKİ ŞİRKETLERİN HİSSE SENEDİ GETİRİLERİNİ ETKİLEYEN MAKROEKONOMİK FAKTÖRLER: COVID-19 PANDEMİ DÖNEMİ

Öz

Bu çalışma Borsa Istanbul (BIST) bünyesinde işlem gören imalat sektöründe yer alan şirketlerin hisse senedi getirileri üzerindeki döviz kurunun, tüketici güveninin ve petrol fiyatlarının etkilerini Covid-19 pandemi dönemi ve sonrası (Mart 2020 – Eylül 2022) için

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Canbaloglu, B. (2024). The macroeconomic determinants of the stock market returns of Turkish manufacturing firms: the Covid-19 pandemic period. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 126-138.

*Doç. Dr., Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve İşletmecilik Bölümü, ORCID: 0000-0001-6352-0079, bcanbaloglu@aybu.edu.tr

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

araştırmaktadır. İmalat sektöründeki firmalar, BIST hisse senedi piyasasının büyük bir bölümünü oluşturduğu için bu şirketlerin kompozit endeksi olan BISTSINAI endeksi bağımlı değişken olarak seçilmiştir. Gecikmesi dağıtılmış otoregresif (autoregressive distributed lag - ARDL) sınır testi yönteminin aylık zaman serilerine uygulanması ile değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Ampirik bulgular aynı zamanda uzun dönemde petrol fiyatlarının hisse senedi getirileri üzerinde en çok etkiyi yapan değişken olduğuna işaret etmektedir. İmalat sektöründe petrolün en önemli üretim girdilerinden biri olduğu göz önüne alındığında, petrol fiyatlarında oluşan artış dolayısıyla üretim maliyetlerinde meydana gelen artışın hisse senedi fiyatlarını olumsuz yönde etkilemesi kaçınılmaz olmaktadır. Diğer taraftan, bu sektörün hisse senedi getirileri üzerinde döviz kurunun ve tüketici güveninin uzun dönemli ve istatistiksel olarak anlamlı etkileri bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Hisse Senedi Piyasası, Döviz Kuru, Tüketici Güveni, Petrol Fiyatları, BIST.

INTRODUCTION

The factors having predictive power on the stock market prices have been well documented in the finance literature. However, the outbreak of coronavirus disease known as the Covid-19 pandemic adversely influences not only health and social environments but also financial markets and economies (Harjoto et al., 2021). Hence, the re-examination of the determinants of the fluctuating stock prices particularly during the Covid-19 period can contribute to the existing literature by offering recent empirical findings. The study mainly focuses on the impacts of exchange rates, oil prices, and consumer confidence on manufacturing companies' stock returns over the period following the aftermath of the Covid-19 pandemic. Economic uncertainty due to the recent pandemic has led to high fragility and fluctuations in exchange rates (Çütçü & Dineri, 2021). Oil prices have been also affected by the Covid-19 pandemic (Narayan, 2020). In addition, quarantines caused by the disease caused job losses and decreases in wages and incomes, which has reduced the confidence of households and changed their optimistic behavior regarding the economy (Elmassah et al., 2022).

The stock market prices can be differently influenced by the fluctuations in exchange rates, oil prices, and alterations in consumer confidence. Exchange rate is a significant macroeconomic variable that is widely used in the literature (Kwon & Shin, 1999; Phylaktis & Ravazzolo, 2005; Liu & Wan, 2012; Zeren & Koc, 2016). A country's international trade affects the country's stock prices via exchange rates. As the domestic currency depreciates over other currencies, this increases the exports of the country. However, when the inputs used in the production are imported, this raises domestic prices of imported capital and intermediate goods. Thus, if imported goods are more dominant in the country's international trade, then the companies heavily engaged in imported goods are adversely affected by the exchange rate fluctuations (Ibrahim & Aziz, 2003). Additionally, the portfolio flows, investment decisions, and profitability of the firms are considerably affected by the fluctuations of the foreign exchange rates due to the increasing opportunities for international

investment resulting from globalization (Aydemir & Demirhan, 2009). Furthermore, crude oil prices have a critical role in stock market returns particularly in industrial economies (Boyer & Fillion, 2007; Miller & Ratti, 2009; Bildirici & Badur, 2019). Without balancing the oil supply, a rise in oil demand brings about higher oil prices, generating an inflationary effect on householders and producers. Higher oil prices decrease the disposable income of householders left to spend on other goods and services. On production side, it increases the costs in the non-oil producing companies, hence decreasing profits and dividend payments which are basic drivers of the share prices. Furthermore, unexpected fluctuations in the supply and demand of oil, and other oil-related agreements (under OPEC) can increase the risk and volatility of future oil prices. Therefore, increasing uncertainty and risk triggers a downturn in investment and wealth, which depresses stock prices (Basher & Sadorsky, 2006). In particular, if a country is a net oil importer, the country's stock price returns are anticipated to depress due to rises in the costs of production resulting from upsurge in oil prices (Kandir, 2008). However, the linkage among oil prices and stock market returns does not work in such manner in some empirical cases, which makes the influence of oil prices on the stock market re-examined by many researchers. Other than the macroeconomic variables such as exchange rates and oil prices, the stock markets are also influenced by human behaviors. Investors make decisions depending on their motivations and sentiments. Therefore, authority bodies such as governmental and economic units put special effort into controlling and managing the perceptions of investors (Kale & Akkaya, 2016). The confidence of investors about the economy is a good explanatory variable reflecting their behaviors in the financial markets (Bildirici & Badur, 2009). A rise in confidence in the economy positively affects the macroeconomic variables such as increasing demand and investments, which can be also observed in the equity markets (Gormuş & Gunes, 2010).

This study mainly examines the impacts of the exchange rate, oil price, and consumer confidence on Turkish manufacturing firms' stock returns for the timespan covering the aftermath of the Covid-19 pandemic (March 2020-September 2022). Since the manufacturing sector mainly constitutes the majority of the stock market in Turkiye (i.e. Borsa Istanbul-BIST), and this sector index reflects the status of the real economy more when compared to other industries such as financial, and technology. Therefore, the composite index of manufacturing companies in BIST (XUSIN) is selected as a dependent variable. In addition, the manufacturing sector is affected mainly by the changes in exchange rates (as the cost of imported intermediate goods), consumer confidence and oil prices. As for methodology, the ARDL bounds-testing is utilized since this method can be applied to variables having different orders of integration (Pesaran, et al., 2001; Pesaran & Pesaran, 2009). Considering the severe reactions of the Covid-19 pandemic as a recent worldwide crisis, inspecting the factors driving stock market returns of the manufacturing industry of BIST for the given period offers recent empirical findings to enrich the existing literature.

LITERATURE REVIEW

The factors affecting the stock market returns are investigated thoroughly by many researchers. The fluctuations in exchange rates are considered a critical source affecting stock price returns. The literature offers mixed results regarding the effects of changing exchange rates on stock price returns. Zeren and Koç (2016) investigate the dynamic association between exchange rates and stock market indices of Türkiye, Japan, and England. The timeline ranges from January-1990 to April-2013. Their results prove that exchange rate and stock price linkage exists for all three countries. Besides, they claim that this relationship strengthens during both local and global crises in each country. Kwon and Shin (1999) offer that domestic currency depreciation negatively affects the Korean stock market. Maysami and Koh (2000) claim that domestic currency depreciation increases the cost of imported intermediate goods used in production, which brings unfavorable news to the stock market and depresses the stock prices in Malaysia. Similarly, Ibrahim and Aziz (2003) detect a negatively correlated link between the exchange rate and stock price returns for Malaysia from January 1997 to August 1998 using monthly data. Aydemir and Demirhan (2009) also find a negative impact of the exchange rate on the main stock indices in Istanbul Stock Exchange for the period of February 2001-January 2008 by employing the Toda and Yamamoto approach. On the other side, some empirical studies prove the positive association between exchange rates and stock market returns. Kandir (2008) investigates the factors affecting the stock portfolio returns in Türkiye including the exchange rates for the period of 1997:07-2005:06. The results point out that the impact of the exchange rate on the export volume is overwhelming, which brings about increasing stock market returns due to the depreciation of the domestic currency. Suriani et al. (2015) provide empirical findings that there exists no link between the returns of the exchange rate and the stock market in Pakistan throughout 2004:01-2009-12 period.

As for the association between oil and stock prices, Jones and Kaul (1996) find a strong response of stock prices in the United States and Canada to dramatic oil price changes. Yet, the reactions in the United Kingdom and Japan to oil price fluctuations are found as less sensitive. Basher and Sadorsky (2006) detect a positive and intense relationship between oil prices and stock market returns of emerging market economies. Miller and Ratti (2009) offer empirical findings that stock market returns react negatively to a rise in crude oil prices in six OECD countries for the periods of 1971:M01–1980:M05 and 1988:M02–1999:M09. This study also offers various results for different periods in other countries. Similarly, Wei and Guo (2017) find that Chinese stock price returns are negatively affected by oil price fluctuations for the two timelines of 1996:02-2006:12 and 2007:01-2015:10 implementing the structural VAR model. Kandir (2008) investigates the effect of changing oil prices on the stock portfolio returns for the 1997:07-2005:06 time period in Türkiye, and provides empirical evidence that there exists no significant effect of oil prices on the stock returns for the given timeline. Bildiri and Badur

(2019) claim that oil price shocks considerably affect the stock prices of both American and Turkish energy firms.

When considering the consumer confidence effects on the financial markets, Gormus and Gunes (2010) examine the impact of consumer confidence on the Turkish equity prices and exchange rate over the timeline from January 2002 to December 2008. They assert that there exists no cointegration among these variables according to ARDL-bounds testing results. However, according to their OLS model results, an increase in both the real exchange rate and confidence significantly raises stock prices. Celik et al. (2010) search for the link among stock market returns, exchange rates, and CCI in Turkey over the 2008 Global Financial Crisis period. They assert that there exists a cointegration between these variables, and rises in both stock market return and exchange rate lead to decreases in CCI in Turkey. Kale and Akkaya (2016) reveal that CCI is not a leading indicator for the stock market returns of BIST100, and indices of finance, service, industry, and technology, while stock market returns positively affect the CCI for the time span of 2004:01-2015:06. Eyüboğlu and Eyüboğlu (2018) investigate the relationship among CCI and eighteen stock market indices in BIST for the period of 2006:01-2016:11. They use ARDL and Toda Yamamoto causality methods and conclude that a long-run linkage exists between CCI and stock market indices. Additionally, increases in CCI result in rises in nine BIST indices including food, textile, non-metallic mineral products, tourism, trade, financial, bank, and real estate investment trust sectors in the short run. Gökalp (2019) examines the causal relationship between the returns of the BIST-100 index and the consumer confidence index for December 2002-December 2018 timespan by using the diagonal VECH model, and proves that the consumer confidence index positively and significantly affects the stock market returns in Turkey, whereas the causal relation from stock market returns to consumer confidence is not detected. On the contrary, Cagli (2019) offers findings that no Granger causality from consumer confidence to the BIST-100 index is detected for the entire period of 2004:01-2019:01, while Granger-causality from consumer confidence to stock prices exists for the sub-period of 2017:04-2018:09. All implies that the relationship between consumer confidence and stock prices can depend on the investigated time-period affected by the changes on the economic and political issues and/or operating environment.

DATA

This study investigates the influences of the fluctuations in exchange rates, and oil prices, and the consumer confidence index on the returns of the composite index of manufacturing firms' stock prices in BIST (XUSIN) for March 2020-September 2022 by using monthly data. [†]The exchange rate (EXC) variable is the

[†] The BIST data is obtained from Yahoo. Finance database.

monthly returns of the rate on the US dollar / Turkish lira. As for oil (OIL), the monthly returns of European Brent oil prices are utilized. Both variables are derived from the electronic database of the CBRT[‡]. The consumer confidence index (CCI) on a monthly basis is also obtained from the data source of the CBRT. To detect the integration orders of variables, augmented Dickey-Fuller (ADF) (1979) unit root test is utilized. Additionally, Phillips-Perron (1988) unit root test is also applied. According to test results, the variables of XUSIN, EXC, and OIL are detected as stationary at level (I (0)). However, the level of CCI is found as stationary in the first-differenced order (I (1)).

METHODOLOGY AND EMPIRICAL RESULTS

According to Pesaran et al. (2001), the ARDL model enables to construct the short-run and long-run dynamic relations among the variables when they are integrated with different orders. By following the steps in Pesaran and Pesaran (2009), and Sari et al. (2013), the cointegration existence among the variables (XUSIN-dependent variable, and the forcing variables - EXC, CCI, and OIL), and the long-run relationships are tested with the procedures of the bounds-testing approach as in Eq.1[§]:

$$\Delta XUSIN_t = a_0 + \sum_{i=1}^k b_i \Delta XUSIN_{t-i} + \sum_{i=0}^k c_i \Delta EXC_{t-i} + \sum_{i=0}^k d_i \Delta CCI_{t-i} + \sum_{i=0}^k e_i \Delta OIL_{t-i} + \varphi_1 XUSIN_{t-1} + \varphi_2 CCI_{t-1} + \varphi_3 EXC_{t-1} + \varphi_4 OIL_{t-1} + u_{1t} \quad (1)$$

In the given model, the optimal lag lengths of ARDL (m, n, p, r) are determined by the Akaike Information Criteria (AIC). According to the given criteria, the optimal lag lengths are determined as ARDL (1, 4, 0, 2). The parameters of φ_i 's are long-run coefficients. The null hypothesis $H_0: \varphi_1 = \varphi_2 = \varphi_3 = \varphi_4 = 0$ (no cointegration among the variables) is tested with the comparison of the F-statistic with the critical values to detect the existence of cointegration. The F-statistic for the model is 18.4324 which exceeds all the critical values of I (0) and I (1)^{**}, indicating the existence of cointegration among the given variables. Since it is detected that EXC, OIL, and CCI are long-run forcing variables of stock returns of manufacturing companies, the long-run and short-run dynamic relations of the ARDL (1, 4, 0, 2) model can be constructed. The test results of the long-run model are offered in Table 1:

[‡] The Central Bank of the Republic of Turkey.

[§] ARDL can also be used in the analysis of endogenous relationships. Yet, considering the content of this study, the results of the ARDL (1,4,0,2) model are offered where the dependent variable is XUSIN return series.

^{**} The critical values are 4.614 and 5.966 for I (0) and I (1), respectively at even 1% significance level.

Table 1: The Long-run ARDL (1,4,0,2) Model of XUSIN

Independent Variables	Coefficient	Std. Error	P-values
EXC	0.216131	0.974400	0.8275
CCI	-0.105533	0.529462	0.8447
OIL	-1.404314	0.440965	0.0062*

Notes: *<0.01, **<0.05, and *** <0.10.

The long-run relationship results indicate that oil price is the only variable that significantly impacts manufacturing companies' stock returns. This impact is found negative, which means that rises in oil prices depress these companies' stock prices. This result can be anticipated since a surge in oil prices causes rises in production costs and decreases the firms' profitability and dividend payments that are the main determinants of stock prices as stated by Basher and Sadorsky (2006). The negative relationship between oil prices and stock returns are also provided in the studies of Miller and Ratti (2009), Nandha and Faff (2008), and Alhayki (2014). However, there exist no significant long-run impacts of exchange rates on manufacturing firms' stock prices for the post-Covid-19 period. This result is in the line with the results of Çakmur Yıldirtan and Salihoglu (2021). They find that the exchange rates have no significant impacts on the stock market returns of financial firms in BIST for the post-Covid-19 period. They assert that the stock market returns during the pandemic period are not significantly affected by exchange rates and they point out the existence of different variables explaining the variation in stock prices. In addition, there is no significant relationship found between consumer confidence and stock market returns of BIST manufacturing companies in the long-run for the pandemic period. This result is found as consistent with findings of Kale and Akkaya (2016). They also offer that consumer confidence showing the investor sentiment does not have explanatory power on the main stock market indices in BIST before the pandemic period.

The short-term impacts of the selected independent factors on the stock returns of industrial companies are also constructed under the error correction model (ECM) as in Eq.2:

$$\Delta XUSIN_t = a_0 + a_1 ECM(-1) + \sum_{i=1}^m b_i \Delta XUSIN_{t-i} + \sum_{i=0}^n c_i \Delta EXC_{t-i} + \sum_{i=0}^p d_i \Delta CCI_{t-i} + \sum_{i=0}^r e_i \Delta OIL_{t-i} + u_{2t} \quad (2)$$

Table 2 gives the error correction model's test results. The most significant result in the short-term dynamics is the significance of the error correction term (ECM). If the ECM term has a negative coefficient with a significant result, it points out that the cointegrated series attain long-run equilibrium after the disturbances

(Esen et al., 2012). As seen, the coefficient of ECM is found negative and significant. The system comes to equilibrium in the long-run after the shocks.

Table 2: The ECM Test Results of ARDL (1,4,0,2) Model of D(XUSIN))

Independent Variables	Coefficient	Std. Error	P-values
ECM(-1)	-1.026750	0.095030	0.0000*
D(EXC)	0.361459	0.283359	0.2215
D(EXC(-1))	0.091663	0.314602	0.7748
D(EXC(-2))	-0.536399	0.298753	0.0928***
D(EXC(-3))	-0.639700	0.254189	0.0237**
D(OIL)	-0.129628	0.185939	0.4964
D(OIL(-1))	1.035551	0.123436	0.0000*

Notes: * <0.01, ** < 0.05, and *** < 0.10.

The final procedure of the ARDL methodology application is performing diagnostic checking as given in Table 3. The ARDL (1, 4, 0, 2) model does not seem to have heteroskedastic variance according to the Breusch-Pagan-Godfrey heteroskedasticity test. Furthermore, Breusch-Godfrey Serial Correlation LM test does not imply the existence of serial autocorrelation problem for the selected model.

Table 3: Diagnostic Test Results of ARDL (1, 4, 0, 2) Model

	F-statistic	Prob.
Breusch-Pagan-GodfreyTest (Homoskedasticity Assumptions)	0.7449	0.6755
Breusch-Godfrey LM Test (No Serial Correlation Assumption)	0.2739	0.7646

It is also better to check the structural stability of the constructed ARDL (1, 4, 2, 0) model by implementing the cumulative sum of recursive residuals (CUSUM) and the cumulative sum of squares of recursive residuals (CUSUMSQ) tests (Sari et al., 2013) as in Figure 1 and Figure 2, respectively. Both lines in the plots remain in the critical bands, indicating that the model has stable coefficients over the given period, and no serious problem is detected.

Figure 1: The CUSUM Plot of ARDL (1,4,0,2) Model

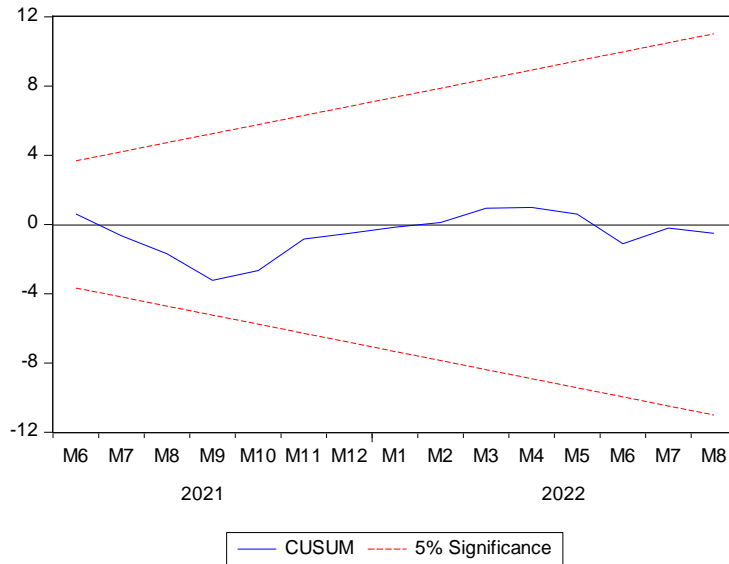
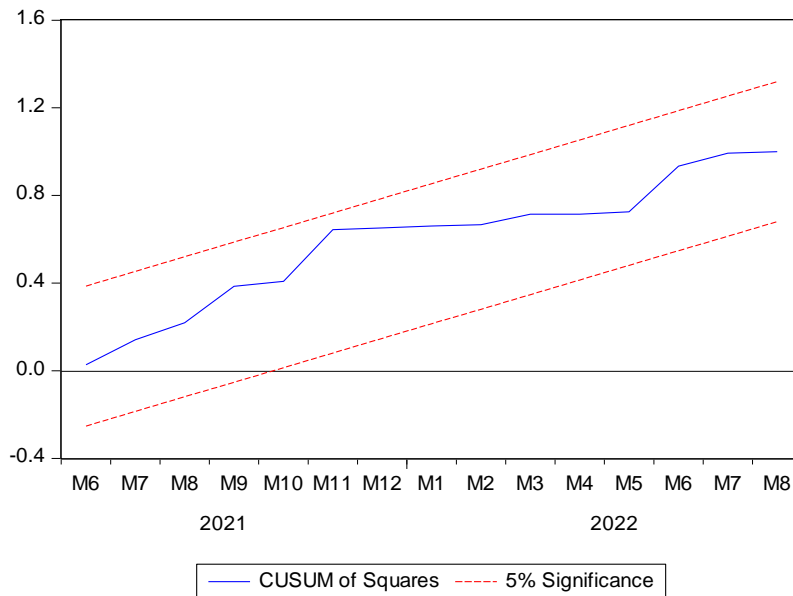


Figure 2: The CUSUMQ Plot of ARDL (1,4,0,2) Model



CONCLUSION

Regarding the severe and significant impacts of the recent global health crisis resulting from Covid-19 disease, this study investigates how the exchange rates, consumer confidence, and oil prices drive the stock prices of manufacturing companies traded in BIST during the Covid-19 period. The ARDL method of Pesaran et al. (2001) is implemented because this methodology does not need the same integration order of variables, and it is also effective when the sample size is small (Kamaruddin and Jusoff, 2009). The empirical test results imply that there exists cointegration among the dependent variable (XUSIN) and the selected independent variables (exchange rate, oil prices, and consumer confidence). The long-run test results show that the stock returns of the manufacturing companies in Turkiye are affected mainly by the changes in the oil prices during the Covid-19 period. Since Turkiye is an oil-importing country, and its manufacturing industry is considerably dependent on the oil, the dramatic changes in oil prices lead to high level of uncertainty for the manufacturing companies utilizing the oil as a significant input for production. In particular, in a fragile environment such as financial crisis or pandemic times, the negative effects of the highly volatile oil prices are exacerbated on the stock market as suggested in the findings of the study. These empirical findings can be beneficial and informative for corporate managers and authorities to take necessary precautions. At macro level, the dependence of manufacturing industry on oil as a energy source can be decreased via promoting and constructing new energy sites (such as renewable energy sources) by the authorities. At corporate level, the managers of the companies should engage in risk management tools including the forward, futures contracts in order to hedge commodity risk arising from the dramatic changes in oil prices. Thus, they can control and manage their costs, hence sustain their profitability, which in turn, prevents stock price declines. The results also imply that the changes in the exchange rate and the level of consumer confidence do not significantly affect the stock price returns of manufacturing companies in the long-run. Although the exchange rate and consumer confidence level do not seem to have noteworthy effects or explanatory power on the stock prices, the authorities should also take actions (such as ensuring resilience, stability, and confidence in the economy) to efface the fragilities and disturbances that resulting from any health or financial crisis, and to provide healthy financial markets.

Conflict of Interest and Contribution Rate: Author does not declare any conflict of interest. The article has one author and the author contribution rate is 100%.

REFERENCES

Alhayki, Z. J. (2014). The Dynamic Co-Movements between Oil and Stock Market Returns in: The Case of GCC Countries. *Journal of Applied Finance & Banking*, 4 (3), 103 -113.

Aydemir, O. & Demirhan, E. (2009). The Relationship between Stock Prices and Exchange Rates Evidence from Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 23, 207-215.

Basher, S. A. & Sadorsky, P. (2006). Oil price risk and emerging stock markets. *Global Finance Journal*, 17, 224–251.

Bildirici, M. E. & Badur, M. M. (2009). The effects of oil and gasoline prices on confidence and stock return of the energy companies for Turkey and the US. *Energy*, 173, 1234 – 1241.

Boyer, M. M. & Filion, D. (2007). Common and fundamental factors in stock returns of Canadian oil and gas companies. *Energy Economics*, 29 (3), 428 – 453.

Cagli, E. C. (2019). The Causality Between Consumer Confidence Index and Stock Returns: Evidence from Recursive Evolving Granger Causality Test. *Journal of Yasar University*, 2019, 14 (Special Issue), 164-172.

Çakmur Yıldirtan, D. & Salihoğlu, E. (2021). Döviz Kurunun Finans Sektörü Hisse Senedi Getirileri Üzerindeki Etkisi. *Uluslararası Ekonomi İşletme Ve Politika Dergisi*, 5 (2), 309-328.

Celik, S., Arslanoglu, E. & Deniz, P. (2010). The Relationship between Consumer Confidence and Financial Market Variables in Turkey during the Global Crisis. 30th Annual Meeting of The Middle East Economic Association, Allied Social Science Associations, Atlanta, GA, January 3-6, 2010.

Çütü, İ. & Dineri, E. (2021). The Effect of the Pandemic on Exchange Rates: An Application on Turkey. *International Journal of Economics, Politics, Humanities & Social Sciences*, 4 (4), 183-193.

Dickey, D.A. ve Fuller, W.A. (1979). Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American Statistical Society*, 75, 427–431.

Elmassah, S., Bacheer, S. & Hassanein, E. (2022). US Consumers' Confidence and Responses to Covid-19 Shock. *Review of Economics and Political Science*. DOI 10.1108/REPS-10-2021-0098.

Esen, E., Yıldırım, S. & Kostakoglu, S. F. (2012). Feldstein-Horioka Hipotezinin Türkiye Ekonomisi İçin Sınanması: ARDL Modeli Uygulaması. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Nisan 2012, 7 (1), 251-267.

Eyüboğlu, S. & Eyüboğlu, K. (2018). Tüketici Güven Endeksi ile Borsa İstanbul Sektör Endeksleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 33 (1), 235-259.

Gormus, S. & Gunes, S. (2010). Consumer Confidence, Stock Prices and Exchange Rates: The Case of Turkey. *Applied Econometrics and International Development*, 10 (2), 103-114.

Gökalp, B. T. (2019). Hisse Senedi Getirileri ile Tüketici Güven Endeksi Arasındaki İlişki: Diyagonal Vech Modeli Üzerinden Bir Değerlendirme. *Journal of Research in Economics, Politics & Finance*, 2019, 4 (1): 139-150.

Harjoto, M.A., Rossi, F., Lee, R. & Sergi, B. S. (2021). How do equity markets react to COVID-19? Evidence from emerging and developed countries. *Journal of Economics and Business*, 115 (2021), 105966.

Ibrahim, M. H. & Aziz, H. (2003). Macroeconomic variables and the Malaysian equity market: A view through rolling subsamples. *Journal of Economic Studies*, 30 (1), 6-27.

Jones, C. M. & Kaul, G. (1996). Oil and the stock markets. *Journal of Finance*, 51, 463-491.

Kale, S. & Akkaya, M. (2016). The Relation between Confidence Climate and Stock Returns: The Case of Turkey. *Procedia Economics and Finance* 38, 150 – 162.

Kamaruddin, R. & Jusoff, K. (2009). An ARDL Approach in Food and Beverages Industry Growth Process in Malaysia. *International Business Research*, 2 (3), 98-107.

Kandir, S. Y. (2008). Macroeconomic Variables, Firm Characteristics and Stock Returns: Evidence from Turkey. *International Research Journal of Finance and Economics*, 16, 35-45.

Kwon, C.S. & Shin, T.S. (1999). Cointegration and causality between macroeconomic variables and stock market returns. *Global Finance Journal*, 10 (1), 71-81.

Liu, L. & Wan, J. (2012). The relationships between Shanghai stock market and CNY/USD exchange rate: New evidence based on cross-correlation analysis, structural cointegration and nonlinear causality test. *Structural Cointegration and Nonlinear Causality Test, Physica A*, 391, 6051-6059.

Maysami, R.C. & Koh, T.S. (2000). A vector error correction model of the Singapore stock market. *International Review of Economics and Finance*, 9, 79-96.

Miller, J. I. & Ratti, R. A. (2009). Crude oil and stock markets: Stability, instability, and bubbles. *Energy Economics*, 31, (2009), 559-568.

Nandha, M. & Faff, R. (2008). Does Oil Move Equity Prices?. *Energy Economics*, 30 (2008), 986-997.

Narayan, P. K. (2020). Oil price news and COVID-19—Is there any connection? *Energy Research Letters*, 1 (1), 1-5.

Pesaran, M.H., and Pesaran, B. (2009). Time Series Econometrics Using Microfit 5.0. New York: Oxford University Press.

Pesaran, M.H., Shin, Y. and Smith, R.J. (2001). Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16 (3), 289–326.

Phillips, P.C.B. ve Perron, P. (1988). Testing for a unit root in time series regressions. *Biometrika*, 75, 335–346.

Phylaktis, K. & Ravazzolo, F. (2005). Stock prices and exchange rate dynamics. *Journal International Money and Finance*, 24 (7), 1031-1053.

Sari, R., Uzunkaya, M. & Hammoudeh, S. (2013). The Relationship Between Disaggregated Country Risk Ratings and Stock Market Movements: An ARDL Approach. *Emerging Markets Finance and Trade*, 49 (1), 4-16.

Suriani, S. Kumar, M.D., Jamil, F. & Muneer, S. C. (2015). Impact of Exchange Rate on Stock Market. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(Special Issue), 385-388.

Wei, Y. & Guo, X. (2017). Oil price shocks and China's stock market. *Energy*, 140 (2017), 185-197.

Zeren, F. & Koç, M. (2016). Time varying causality between stock market and exchange rate: Evidence from Turkey, Japan and England. *Economic Research Ekonomiska Istraživanja*, 29 (1), 696-705.

Yayın Geliş Tarihi: 13.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1375357>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 139-176
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SİYASAL PAZARLAMA SÜREÇLERİNDE DİJİTAL KAMPANYALAR: 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİMLERİ

Ece ÜNÜR*

Öz

Siyasal iletişim süreçlerinin en yoğun yaşandığı dönemlerin başında seçimler gelmekte ve siyasal aktörlerin yürüttükleri siyasal pazarlama faaliyetlerinin görünür taraflarından birini seçim kampanyaları oluşturmaktadır. Siyasi aktörler siyasal pazarlama stratejileri ve reklam, halkla ilişkiler gibi tutundurma faaliyetleri ile kendilerini seçmenin gözünde bir marka olarak konumlandırmayı ve seçmen memnuniyetini yaratarak, seçmen desteğini kazanmayı ve oylarını artırmayı hedeflemektedirler. Dinamik ve süreklilik arz eden bir süreç olan siyasal pazarlama, iletişim teknolojilerinde görülen yeniliklerle birlikte gelişmiş ve dönüşüme uğramıştır. Profesyonel siyasal iletişim faaliyetlerinin uygulandığı ilk ülke Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'dir ve değişen iletişim teknolojilerine bağlı olarak yürütülen seçim kampanyalarında farklı siyasal pazarlama stratejileri izlenmiştir. Başlarda gazete, dergi, broşür, el ilanı gibi yazılı mecralar ve radyo üzerinden kampanyalarını yürüten siyasi aktörler; teknolojinin gelişmesiyle birlikte önce televizyonu daha sonra ise internet ve onun bir uzantısı olarak sosyal medyayı kampanya süreçlerine dahil etmişlerdir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler; siyasi aktörler arasındaki rekabetin artması ve seçmene müşteri gözüyle bakılması, dolayısıyla da seçmen memnuniyetinin öncelenmesine ilişkin pazarlama yaklaşımlarının benimsenmesiyle birlikte seçim kampanyalarının daha bütünsel ve profesyonel anlamda yürütülmesi ihtiyacı gündeme gelmiştir. Çalışmanın literatür kısmında ilk olarak teknolojik yenilikler bağlamında seçim kampanyalarının tarihsel gelişimi, siyasal pazarlamanın evrimi ve siyasal reklam türleri ele alınmış; ardından sosyal medyanın kampanya ve pazarlama faaliyetlerinde siyasi aktörlere sunduğu avantajlara değinilmiştir. Çalışmanın uygulama kısmında ise 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinin birinci ve ikinci turunda yarışan adayların yürüttükleri kampanyalarda izledikleri siyasal pazarlama stratejileri içerik analizi ve metin madenciliği yöntemleriyle incelenmiştir. Kullanılan analiz yöntemleriyle birlikte çalışmada, adayların kampanya stratejilerinin neler olduğunun, hangi konuları seçim gündemlerine taşıdıklarının ve söylemlerini hangi kavramlar üzerinden kurduklarının yatay düzlemde adaylar ve dikey düzlemde turlar bağlamında karşılaştırmalı olarak analiz edilmesi amaçlanmıştır.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Ünür, E. (2024). Siyasal pazarlama süreçlerinde dijital kampanyalar: 2023 Cumhurbaşkanlığı seçimleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 139-176.

*Doç. Dr., Haliç Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ORCID: 0000-0001-6945-5677, eceunur@halic.edu.tr

Çalışmada etik kurul onayı gerekmemektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Siyasal Pazarlama, Seçim Kampanyaları, Siyasal Reklam.

DIGITAL CAMPAIGNS IN POLITICAL MARKETING PROCESSES: 2023 PRESIDENTIAL ELECTIONS

Abstract

Elections are one of the periods when political communication processes are most intense, and election campaigns constitute one of the visible aspects of the political marketing activities carried out by political actors. Political actors aim to gain voters' support and increase their votes by positioning themselves as a brand in the eyes of the voters through political marketing strategies and promotional activities such as advertising and public relations and by creating voter satisfaction. Political marketing, which is a dynamic and continuous process, has developed and transformed with the developments in communication technologies. The first country where professional political communication activities were implemented was the United States of America (USA), and different political marketing strategies were followed in the election campaigns according to the changes in communication technologies. At first stage to run election campaigns, political actors utilized written media such as newspapers, magazines, brochures, flyers, and radio; later on with the development of technology, they first included television, then the internet and, as an extension of it, social media in their campaign processes. With the developments in communication technologies, the increase in competition among political actors, and the adoption of marketing approaches to prioritize voter satisfaction due to the perception of voters as customers, the need for election campaigns to be carried out in more holistically and professionally has come to the fore. In the literature part of the study, firstly, the historical development of election campaigns and the evolution of political marketing in the context of technological innovations and types of political ads were discussed; then, the advantages that social media offers to political actors in campaign and marketing markets are mentioned. In the application part, the political marketing strategies followed by the candidates competing in the first and second rounds of the 2023 presidential elections were examined using content analysis and text mining methods. With the analysis methods used, the study aimed to comparatively analyse what the candidates' campaign strategies were, what issues they brought to the election agenda, and what concepts they based their discourse on, in the context of the candidates on the horizontal line and the tours on the vertical line.

Keywords: Political Communication, Political Marketing, Election Campaigns, Political Ads.

GİRİŞ

Birbiriyle yakın ilişki içinde olan siyasal iletişim, siyasal pazarlama ve siyasal kampanya kavramları arasındaki farklar kimi zaman bulanıklaşmakta (Vankov, 2013, s.74) ve bu faaliyetlerin birbirleriyle olan etkileşimleri konusunda farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bazı yaklaşımlar siyasal iletişimi siyasal pazarlamanın bir aracı olarak görürken; bazıları siyasal iletişimin daha kapsayıcı bir faaliyet olduğunu savunmaktadır. Siyasal pazarlamacıların yoğun olarak savunduğu ilk görüş açısından siyasal iletişim, pazarlama faaliyetlerine yardımcı bir görev

üstlenmektedir. Buna göre örneğin Scammell (1999, s.723) değişen koşullar neticesinde siyasal iletişimin üst küme olma özelliğini yitirerek, siyasal pazarlamanın tutundurma elemanları arasında değerlendirilmeye başlandığını; benzer şekilde Lees-Marshment (2001, s.701) de siyasal iletişimin sadece uzun süreli iletişim faaliyetleriyle ilgilendiğini ancak siyasal pazarlamanın, iletişim; kampanya ve ürün tasarımı; tanıtım gibi konuları içeren çok daha kapsamlı bir süreç olduğunu savunmaktadır. İçinde özellikle de siyasal iletişimcilerin yer aldığı ikinci grup ise siyasal iletişimin yalnızca seçmen davranışları ve kampanya çalışmalarıyla ilgilendiğini, siyasal süreç içinde gerçekleşen iletişim ve etkileşimlerin bütünlüğüne odaklanan çok daha geniş kapsamlı bir süreç olduğunu ifade etmektedir (Kolovos & Harris, 2005, ss.10-11). Siyasal iletişim ve siyasal pazarlama faaliyetlerinin en görünür taraflarından birisi ise siyasal kampanyalardır ve bunlar özellikle de seçim dönemlerinde seçmenlerle iletişim kurmak için siyasi aktörlerce yoğun biçimde kullanılmaktadır.

Kamusal sorunların ve konuların tartışma ve müzakere ortamına girerek uzlaşa sağlanmasına yarayan siyasal iletişim (Arıcı, 2015, s.54; Doğu Öztürk & Zeybek, 2020, s.95; Seçim, 2016, s.423), iletişim faaliyetlerinin siyasal olaylar ve amaçlar için kullanılmasıdır (Polat, 2015, s.4). Siyasi aktörlerle hedef kitleleri arasında tek veya çift yönlü iletişimi sağlamaya ve sürdürmeye imkan tanıyan siyasal iletişim faaliyetlerinin temel amaçları kamuoyunun destek ve güvenini sağlamak; onlara kendi ideolojilerini kabul ettirmek ve gerektiğinde onları eyleme dönüştürmektir (Aziz, 2007, s.3; Uslu, 1996, s.790).

Siyasal iletişim süreçlerinin en yoğun yaşandığı süreç ise seçim dönemleri olup; yapılan tüm faaliyetler siyasal kampanyalarla seçmenlere duyurulmaktadır. Cumhurbaşkanları, milletvekilleri, partiler, yerel yönetimler gibi siyasi aktörler tarafından siyaset yapmak ve seçimleri kazanmak amacıyla yürütülen propaganda çalışmalarında kullanılan teknik ve yöntemler siyasal kampanya olarak tanımlanmaktadır (Aziz, 2007, s.107; Zeybek, 2016, s.37). Uztuğ'a göre (2004, s.85) siyasal kampanyalar seçim dönemlerinde seçmenlerin oy verme tercihlerini etkilemek ve onları ikna etmek üzere siyasi aktörler tarafından yürütülen iletişim faaliyetleridir. Arijeniwa ve Nwaoboli (2023, s.40) ise siyasal kampanyaları seçmen ile siyasi aktörlerin etkileşim içinde buldukları, ara sıra şenlikler ve eğlencelerle karakterize edilen bir siyasal pazarlama dönemi olarak tanımlamakta ve siyasal kampanyaları demokratik bir toplum yapısının oluşması için gerekli görmektedirler. Uzmanlık ve profesyonellik gerektiren iletişim faaliyetlerini içeren ve seçim için gereken stratejinin belirlenmesini hedefleyen siyasal kampanyalarda, reklamcılık uygulamalarından kamuoyu araştırmalarına kadar birçok teknikten yararlanılmaktadır (Uztuğ, 2004, s.27).

Siyasal kampanyalar daha ziyade seçim dönemleri ile sınırlı olup, seçmenlerin bilgilendirilmesi, ikna edilmesi, kamu seferberliğinin yaratılması ve bu yollarla seçimlerin kazanılması açısından önem arz etmektedir (Aziz, 2007, s.107). Bu amaçları gerçekleştirmek için kampanyalarda siyasi aktörün (a) geçmiş dönem

icraatları ve yaşantısı, (b) bağlı olduğu partinin ideolojisi ve programı, (c) sendika, sivil toplum kuruluşu gibi gruplarla ve diğer siyasi aktörlerle olan ilişkisi ve onlardan gördüğü destek, (d) imajı ve kimliği, (e) sorunlar karşısında takındığı tavır ve bu sorunlara ilişkin çözüm önerileri ve (f) rakiplerinden farklılığı vurgulanmaktadır. Bunlara ek olarak kampanyalar, (a) gündem belirleme, (b) seçmenlerle duygusal bağ kurma, (c) seçmen tutum ve tercihlerini değiştirmek veya pekiştirmek yoluyla seçmenin kampanyaya destek vermesini sağlama, (d) farklı görüşlerin temsil edilerek müzakere edilmesine zemin oluşturma, (e) ülkenin temel sorunları hakkında halkı bilgilendirme ve aydınlatma ve (f) siyaset sahnesine yeni giren adayları tanıtarak meşruluk kazanmalarını sağlama konularında da önem arz etmektedir (Newman, 2017, s.17; Özkan, A., 2007, ss.126-127; Reveilhac & Morselli, 2021; Uztuğ, 1999, ss.18-21; Uztuğ, 2004, s.87).

Kampanyaları pozitif ve negatif olarak iki farklı biçimde yürütmek mümkündür. Pozitif kampanyalar genellikle adayın imajına, kimliğine, icraatlarına ve vaatlerine odaklanırken, negatif kampanyalarda rakip adayın imajını zedelemek, onu seçmen gözünde kötü göstermek, ona ilişkin seçimde şüphe uyandırmak gibi stratejilere yer verilmektedir (Özkan, N., 2007, s.317; Zeybek, 2016, s.100). Pozitif kampanyalarda genellikle “umut” teması ön plana çıkarılmakta ve adayın kazanması durumunda her şeyin güzel olacağı mesajı verilmekte; negatif kampanyalarda ise adayın kaybetme durumunda her şeyin kötü olacağı mesajına dayalı bir korku ortamı yaratılmaktadır (Taluk, 2019, s.103).

Siyasal iletişim ve kampanyaların tarihi çok geçmişe dayanmakla birlikte, siyasi pazarlama görece daha yeni bir kavramdır (Baines & Egan, 2001, s.25). Pazarlamanın kavram, ilke ve yaklaşımlarının siyasi konulara uyarlanması anlamına gelen siyasi pazarlama (Osuagwu, 2008, s.794), siyasi aktörün rakiplerinden farkını ortaya koyma, seçmenler tarafından tanınırlığını ve güvenini sağlama, seçmenleriyle uyumunu elde etme, seçmenleri kendisine oy vermeye ikna etme ve davranış değişikliği yaratma amaçlarıyla yürütülen süreçlerin bütünüdür (Tan, 2002; Uztuğ, 2004, s.24). Bu kapsamda bir seçimin bitip diğer seçimin başladığı gün arasında geçen sürede siyasi aktörlerin yaptıkları tüm faaliyetler siyasi pazarlama stratejileri kapsamında ele alınmakta (Çavuşoğlu & Aslan, 2023, s.174) ve bu faaliyetler yeni seçim kampanyasında önemli yer tutmaktadır.

Bütünsel ve çok yönlü bir süreç olan siyasi pazarlamanın temel amaçları arasında (a) seçmenlerin istek, ihtiyaç ve taleplerinin tespiti ve bunların karşılanmasına yönelik çözüm önerilerinin sunulması, (b) adayın tanıtımını yaparak rakiplerinden farkının ortaya koyulması ve bu yolla adayı siyasi marka olarak konumlandırıp, marka sadakatini yaratılması ve bunun sürdürülmesi, (c) belirli toplumsal sorunlara ilişkin kamuoyunun bilgilendirilmesi, dikkatinin çekilmesi ve kamuoyu bilincinin oluşturulması, (d) davranış ve düşünce değişikliği yaratılması, (e) adayın sunduğu görüşlere ilişkin taraftar bulunması, seçmen desteğinin ve güveninin kazanılması, (f) minimum maliyet yaparak seçimi kazanmaya yetecek miktarda oy toplamak gibi hususlar yer almaktadır (Bongrand, 1992, s.177; Kaplan,

2013, ss.18-20; Polat, 2015, s.11; Polat, 2015, s.24; Tan, 2002). Siyasal pazarlamayla birlikte siyasi aktörün kendisi, partisi, ideolojisi, vaatleri ve icraatları ürün; seçmen ise müşteri olarak algılanmaya başlanmıştır (Polat, 2015, s.422). Bu sebeple siyasi aktörün önceliğinde seçmenin istek, ihtiyaç ve taleplerini karşılayarak seçmen memnuniyeti yaratmak ve onların sadakatini sağlamak yer almaktadır.

Siyasal pazarlama ve kampanya süreçlerinde izlenecek stratejiler, adayın siyaset sahnesinde yeni olup olmamasına, adayın mensubu olduğu partinin kitle partisi mi yoksa niş parti mi olduğuna ve özellikle de adayın iktidarda mı muhalefette mi yer aldığına göre değişim gösterebilmektedir (Aziz, 2007, s.101; Uztuğ, 2004, s.127). İktidardaki aday seçim kampanyasının ve siyasal pazarlama stratejisinin temelini genellikle “istikrar” vurgusu üzerinden konumlandırmakta; bunun içinde başarı ile gerçekleştirdiği icraatlarına odaklanmaktadır. İktidardaki adayın başarılı icraatlarına odaklanması yararlı strateji; kendi gücünü vurgulayan kalabalık miting görüntülerinin yayınlanması, görkemli gezilerin düzenlenmesi ve bu geziler esnasında yolların trafiğe kapatılması gibi durumlarsa sembolik strateji olarak ele alınmaktadır. Muhalefetteki aday ise bir yandan iktidarı eleştirirken diğer yandan “değişim”in gerekli olduğuna ve bu değişimin doğru adresinin kendisi olduğuna dair seçmeni inandırma üzerine stratejiler izleyebilmektedir. (Taluk, 2019, s.43; Uztuğ, 2004, ss.127-130). Tokgöz (2008, s.230) adayın iktidar veya muhalefette olma durumuna göre oluşturduğu seçim kampanyalarını “iktidar olma” ve “meydan okuma” olarak kategorize etmektedir. Buna göre halihazırda iktidarda olan adayın yürüttüğü kampanya iktidar olma; muhalefette olan adayın yürüttüğü kampanya ise meydan okuma olarak tanımlanmaktadır.

Siyasal iletişimde teknolojik gelişmelerin özellikle de sosyal medya platformlarının kullanılması siyasal pazarlamanın ve beraberinde kampanyaların doğasında da bir dönüşüm yaratmıştır. Bu çalışma kapsamında öncelikli olarak siyasal kampanyaların ve siyasal pazarlama faaliyetlerinin gelişimine, sosyal medyanın siyasal pazarlama açısından sağladığı avantajlara ve siyasal reklamın bu süreçlerdeki önemine değinilmiştir. Ardından çalışmanın uygulama kısmında 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde adayların sosyal medya hesapları üzerinden yürüttükleri kampanyalar ve siyasal pazarlama stratejileri metin madenciliği ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak yatay ve dikey düzlemlerde analiz edilmiştir. Yatay düzlemde adayların iktidar ve muhalefette olma durumlarına göre stratejilerinde, gündemlerinde ve söylemlerinde farklılık olup olmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Dikey düzlemde ise adayların turlar arasında siyasal pazarlama stratejisi ve kampanya sunumu açısından bir değişikliğe gidip gitmedikleri incelenmiştir.

SİYASAL PAZARLAMA VE KAMPANYALARIN GELİŞİMİ

Başlangıcı siyasal kampanyalara dayanan siyasal pazarlama modern anlamda ilk defa 20. yüzyılın başlarında ABD’de kullanılmaya başlanmıştır. Bunun temel sebebi Amerikan siyasal sisteminin kampanya yapmaya uygun bir ortam

yaratması, bu tarz kampanyaları destekleyici nitelikte olması ve Amerikan siyasetinin rekabetçi atmosferidir (Polat, 2015, ss.18-24). Siyasal kampanyaların ilk dönemlerinde açık hava toplantıları, yüz yüze görüşmeler, afişler, el ilanları ve gazete reklamları gibi klasik pazarlama yöntemleri sıklıkla kullanılırken; iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte kullanılan yöntemler dönüşüme uğramıştır. Modern anlamdaki siyasal pazarlama faaliyetleri önceleri radyo ve televizyon gibi geleneksel medya araçlarına dayalı kampanyalarla, ilerleyen dönemlerde ise internet teknolojisinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte sosyal medya üzerinden yürütülen dijital kampanyalarla desteklenmiştir (Aziz, 2007, s.113).

ABD’de 1928 yılında yapılan başkanlık seçimlerinde Roosevelt’in seçim kampanyasının reklamlar ve radyo konuşmaları ile desteklenmesi siyasal pazarlamanın başlangıç noktası olarak görülmekte (Kaplan, 2013, s.13); Türkiye’de ise 1950 genel seçimleri başlangıç olarak kabul edilmektedir. Radyonun ilk kez propaganda amacıyla siyasi aktörlerin kullanımına açıldığı bu seçimlerde, Demokrat Parti kampanyasında kullandığı “Yeter! Söz milletindir!” afişi ile ön plana çıkmış ve seçimleri kazanmıştır (Özkan, N., 2007, s.29; Tan, 2002, ss.31-32).

Televizyonun gelişip yaygınlaşmasıyla birlikte bu mecradan yer ve zaman satın alınarak yapılan ilk kampanya 1948 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde olmuş; 1950 yılındaki New York valilik seçimleri sırasında ise ilk siyasal reklam Thomas Dewey’in kampanyasında kullanılmıştır (Zeybek, 2016, ss.71-72). Bu reklam kampanyası kapsamında sokaktan geçenlere Dewey’e sorulmasını istedikleri soruların neler olduğu sorulmuş ve Dewey de bunları televizyon yayınında yanıtlamıştır. Ancak soru soran kişiler ve sorular önceden Dewey’in ekibi tarafından belirlenmiştir. Bu sebeple modern anlamda televizyondan yayınlanan ilk siyasal reklam uygulaması olarak kimi çalışmalar Dewey’in kampanyasını değil; 1952 başkanlık seçimlerinde Eisenhower’ın yürüttüğü kampanyayı işaret etmektedir (Özkan, N., 2007, s.18). Bu seçimlerde Eisenhower’ın propaganda türü konuşmaları kampanya kapsamında televizyondan yayınlanmıştır (Aziz, 2007, s.113). 1960 yılında ABD’de yapılan başkanlık seçimlerinde yarışan Nixon ve Kennedy’nin televizyondaki bir tartışma programına katılmaları ve bu program yoluyla seçmenlerini ikna etmeye çalışmaları, televizyonun siyasal pazarlama amacıyla kullanımında bir değişim yaratmış ve adayların katıldığı tartışma programlarına bu seçim döneminden sonra daha fazla ağırlık verilmeye başlanmıştır (Aziz, 2007, s.114; Çankaya, 2008, s.85; Polat, 2015, s.26; Zeybek, 2016, s.72). Kennedy bu seçimlerde yürüttüğü kampanyasıyla televizyonu kullanarak seçimleri kazanan ilk aday olarak siyasal iletişim literatürüne girmiştir (Bostancı, 2014, s.86). Türkiye’de ise televizyon ilk kez 1977 genel seçimleri kapsamında propaganda amacıyla siyasi aktörlerin kullanımına açılmış (Çankaya, 2008, s.153); aynı seçimlerde Adalet Partisi’nin Cenajans’la anlaşması neticesinde ilk siyasal reklam kullanılmıştır (Aziz, 2007, s.131). 1983 genel seçimlerinde ANAP’ın Manajans’la iş birliği yapmasıyla Türkiye’de siyasal iletişim süreçleri modern anlamdaki pazarlama faaliyetlerine dönüşmüştür. ANAP bu seçimlerdeki kampanyasında star stratejisi izlemiş; yani ideolojisinden ve vaatlerinden ziyade Özal’ı bir star ve marka olarak

konumlandırmıştır (Özkan, N., 2007, ss.69-71). Televizyon üzerinden siyasal reklam yapma hakkı ise ilk kez 1987 yılında tanınmıştır (Zeybek, 2016, ss.82-83).

Siyasal Pazarlama ve Kampanyalarda Dijitalleşme

İnternet teknolojisinin ilk dönemlerinde siyasi aktörler seçmenlerine ulaşmak için e-mail ve web sayfası; ilerleyen dönemlerde ise blog, sohbet odası, forum gibi araçları kullanmışlardır (Minucci, 2010, s.187). İlk kez 1992 yılında ABD başkanlık seçimlerinde adaylardan Al Gore ve Bill Clinton kendi adlarına web sayfaları açarak bunu kampanyalarının bir unsuru olarak seçmenlerine sunsa da (Aziz, 2007, s.115); bu teknolojilerin siyasal pazarlama amacıyla ilk kullanımı 1996 yılında ABD’de yapılan başkanlık seçimlerinde olmuştur (Polat, 2015, s.538). 2000’li yıllardan itibaren Web 2.0’nin ve sosyal medya platformlarının yaygınlaşmasıyla birlikte YouTube, Myspace, Twitter, Facebook, Instagram gibi mecralar siyasal pazarlama amacıyla kampanyalarda kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal medya platformları kullanım amacı ve kullanıcı profili itibariyle farklılık gösterdiğinden, siyasi aktörlerin her bir platform için farklı kampanya stratejisi izlemeleri ve bunu farklı mesaj, içerik veya tasarımlarla sunmaları gerekmektedir (Bossetta & Schmøkel, 2023, s.50). Örneğin Facebook’a kıyasla Twitter kullanıcıları siyasi içerikli paylaşımları daha sık yapmaktadırlar (Vaccari & Valeriani, 2021). İli (2023, s.501) ise YouTube gibi video temelli sosyal medya platformlarının seçmenlerini ilgisini çektiğini; seçmenler ile siyasi aktörler arasındaki etkileşimi arttırdığını ve siyasal katılımı teşvik edici bir niteliğinin olduğunu, “Mevzular Açık Mikrofon” programları üzerine yapmış olduğu araştırmada bulgulamıştır.

Sosyal medyanın siyasal kampanyalarda ilk kullanımı yine ABD’de gerçekleşmiş, sonrasında Avrupa’daki birçok siyasi aktör tarafından sosyal medya platformları yaygın biçimde tercih edilmiştir (Akar, 2010, s.45; Minucci, 2010, ss.187-189). ABD’de siyasal pazarlama ve halkla ilişkiler faaliyetleri kapsamında sosyal medya ilk defa 2004 yılındaki Senato seçimlerinde sınırlı miktarda kullanılmıştır. Bu kapsamda adaylar web sayfaları ve bloglar oluşturarak seçime özel içerikler yayınlamışlardır (Strömback & Kioussis, 2011, s.294). 2004 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde ise Demokratların başkan adaylığı için yarışan Howard Dean, internet üzerinden fon oluşturarak kampanyasına maddi destek toplamıştır (Newman, 2017, s.35).

Sosyal medya platformlarının seçim kampanyasında kapsamlı bir biçimde ilk kullanımı 2008 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde Barack Obama tarafından gerçekleştirilmiş; aldığı başarıya istinaden 2012 seçimlerinde de dijital kampanyasını sürdürmüştür (Akar, 2010, s.45; Hanson vd., 2010, s. 585). Obama sosyal medya platformlarını kullanarak rakip adayların hamlelerine hızlı bir biçimde karşı cevaplar vererek interaktif pazarlama kampanyası oluşturmuştur (Newman, 2017, s.32). Sosyal medyanın siyasal iletişimde etkinliğinin anlaşılması üzerine 2010 yılında Birleşik Krallık’taki ve Avustralya’daki seçimlerde de dijital kampanyalar yürütülmüş (Onat & Okmeydanı, 2015, s.84) ve bu platformlar dünya genelinde giderek daha yaygın bir biçimde kullanılmaya başlanmıştır.

Türkiye’de siyasi partilerin web sayfası oluşturarak bunu siyasal pazarlama amacıyla kullanması 1990’lı yıllara dayansa da; internetin daha etkin kullanımı 2002 genel seçimleri ile başlamış ve 2007 genel seçimlerinde modern anlamda siyasal pazarlama amacıyla kullanılmıştır (Polat, 2015, ss.545-546). Obama’nın sosyal medya platformları aracılığıyla yakaladığı başarıya istinaden Türkiye’deki siyasal aktörler de sosyal medya hesapları açmaya başlamışlar da (Doğu Öztürk & Zeybek, 2020, s.95) bu mecraların siyasal kampanyalarda kullanımı ABD’ye kıyasla daha az etkindir (Okmeydan, 2013, s.22). Bir diğer ifadeyle siyasal aktörlerin sosyal medya platformlarını yeteri kadar kullanmadıkları, seçmenleri ile çift yönlü diyalog geliştirmekten ziyade bu platformları tek yönlü biçimde bilgi verme amacıyla kullandıkları görülmektedir (Şen & Şen, 2023, s.505). Milletvekili genel seçimlerinde geçerli oyların %3’ünden fazlasını alamadığı için hazine desteğinden yararlanamayan siyasi partiler (Siyasi Partiler Kanunu, 1983) sosyal medyayı daha etkin kullanmaktadırlar (Okmeydan, 2013, s.22). Bir diğer ifadeyle yeterli maddi olanağı bulunmayan siyasal aktörler kampanyalarını, daha ucuz olmasından dolayı dijital platformlar üzerinden yürütmektedirler. 2011 yılında yapılan genel seçimler ise Türk siyasetinde sosyal medyanın kullanımı açısından bir ivme yaratmış ve seçime giren adaylar kampanyalarına ilişkin bilgileri sosyal medya hesaplarından duyurarak etkileşimi artırmayı hedeflemişlerdir (Tarhan & Fidan, 2016, s.414).

İnternet teknolojisinin özellikle de sosyal medyanın gelişerek yaygınlaşması neticesinde siyasal pazarlamada faaliyetlerinde ve kampanyalarda sosyal medya platformlarının sıkça kullanılmasının en temel sebepleri arasında sosyal medyanın maliyetinin düşük olması; interaktif olması neticesinde çift yönlü iletişim ve diyalog yaratmaya uygun olması; kısa sürede geniş hedef kitlelere erişim imkanı sunması; multimedya özelliği sayesinde metinle birlikte fotoğraf ve video gibi görüntülere dayalı içeriklerin de paylaşılabilmesi; bu içeriklere kullanıcıların istedikleri zaman istedikleri yerden erişebilmesi; ortak ilgi alanları doğrultusunda sanal topluluklar oluşturmaya elverişli olması; her türden bilgiye erişimin kolay, hızlı ve düşük maliyetli olması gibi hususlar yer almaktadır (Akyol, 2015, s.100; Arijeniwa & Nwaoboli, 2023; Güçdemir, 2017, ss.21-23; İli, 2023, s.486; Polat, 2015, s.28).

Siyasal pazarlamanın öneminin artması neticesinde siyasal aktörler seçmenlerin beklenti ve isteklerine daha fazla önem vermeye ve bunları karşılamaya başlamışlardır. Sosyal medyanın etkileşim özelliği bu noktada devreye girmekte ve hem siyasal aktörlere hem de seçmenlere büyük avantajlar sağlamaktadır. Seçmenler siyasal aktörlerin paylaşımlarının altına yorum yazarak veya kendi gündemlerini oluşturarak, siyasal aktörlere doğrudan erişim imkanı bulabilmekte; taleplerini dile getirebilmekte ve siyasal, toplumsal, ekonomik konular hakkındaki görüşlerini ifade edebilmektedirler (Hanson vd., 2010, s.585; Kushin & Yamamoto, 2010, s.613; Quintelier & Vissers, 2008, s.413). Bir diğer ifadeyle seçmenler, sosyal medyanın kullanıcı merkezli olması (Hanson vd., 2010, s.585) özelliğinden yola çıkarak üretici (*prosumer*) konumuna gelmekte ve siyasal içeriklere, politika, program ve vaatlere müdahale edebilmekte; kendi siyasal gündemlerini oluşturup yayabilmekte ve siyasal içerikler üzerinde bu gündemler doğrultusunda baskı kurabilmektedir. Arijeniwa

ve Nwaoboli (2023, s.46) tarafından yapılan bir araştırmada “Seçim kampanyalarında sosyal medya kullanımı gençlerin kendi siyasi görüşlerini belirtmesine, belirli bir adayı desteklemesine ve siyasi konular hakkında diğerleriyle iletişim kurmasına imkan vermektedir.” önermesine katılımcıların %42,5’i “kesinlikle katılıyorum” ve %51,7’si “katılıyorum” şeklinde cevap vermişlerdir.

Siyasi aktörler de aynı şekilde mesajlarını tek taraflı olarak seçmenlerine iletmek yerine, onların da görüşlerini alabilmekte interaktif bir iletişim, çift yönlü bir diyalog ve müzakere ortamı yaratabilmektedirler. Bu ileti, yorum ve geribildirimler neticesinde seçmen problemlerini, istek, talep ve ihtiyaçlarını aracısız bir biçimde siyasi aktöre ulaştırabilmekte ve dolayısıyla siyasi aktör de kolay ulaşılabilir imajı çizmektedir (Polat, 2015, ss.540-541). Seçmenlerin sesine kulak verip taleplerini karşılamayı başarabilen, bunları referans olarak politikalarını güncelleyebilen veya seçmen tarafından anlaşılmayan hususları yeniden ele alabilen adaylar seçmen memnuniyetini daha kolay yaratabilmektedir (Barlas, 2021, s.274). Bir diğer ifadeyle, siyasi aktörlerin seçmen desteğini alabilmeleri ve meşruiyetlerini artırabilmeleri için kamunun gündemine ve sivil topluma duyarlı olmaları ve bunu seçmenlerine yansıtmak için sık paylaşım yapmak yerine doğru iletişim stratejilerini izlemeleri gerekmektedir. Örneğin Reveilhac ve Morselli (2021, ss.100-114) tarafından yapılan bir araştırmada (a) kullanıcı yorumlarına cevap vermenin siyasi aktörün kamusal tartışmalara bizzat katılması ve seçmenlerin görüşlerine önem vermesi olarak algılandığı; (b) kullanıcı paylaşımlarını retweetleyen siyasi aktörlerin başarı oranlarının retweet yapmayanlara kıyasla daha fazla olduğu ve (c) sosyal medya hesaplarından vaat ve icraatlarına ilişkin linkleri paylaşan siyasi aktörlerin gündemlerini daha rahat duyurabildiği bulgulanmıştır. Tüm bunların siyasi aktörün başarısı ve imajı üzerinde olumlu etki yarattığı söz konusu çalışmada belirtilmektedir.

Siyasi aktörler seçmenlerin görüş, talep ve istekleri karşılamak ve seçmen memnuniyetini sağlamak adına kampanyalarında mikro hedeflendirme yaparak farklı seçmenlere farklı mesajlar ve sloganlar iletebilmektedir. Sosyal medyanın geniş hedef kitlelere kısa sürede erişebilme imkanı sayesinde; geleneksel medyaya kıyasla sosyal medyada mikro hedeflendirme hem daha az maliyetle hem de daha kısa sürede yapılabilen yani aktör sarf ettiği çaba açısından da tasarruf edebilmektedir (Akyol, 2015, s.100). Mikro hedeflendirme ile sosyal medya kullanıcılarının dijital ayak izleri takip edilmekte ve bu takip neticesinde bireylerin neleri sevdikleri ve/veya satın aldıkları, kimlerle ilişki içinde oldukları, demografik bilgileri, sosyal konuları, siyasi görüşleri gibi profillemeler yapılabilen ve bu profillemeler neticesinde bireyler küçük gruplara bölünebilmektedir (Bayer, 2020; Egbulefu & Emeke, 2023, s. 339; Tanusondjaja vd., 2023, 568). Hedef kitlenin farklı özelliklerine göre bölümlendirilip kategorilendirilmesini ifade eden mikro hedeflendirme yöntemi, seçmen davranışlarının neye göre belirlendiğine, yani siyasi aktörün kimler tarafından desteklendiğine ve kararsız olan seçmenin hangi koşullarda adayı destekleyebileceğine ilişkin daha isabetli tahminler yapılmasına imkan vermektedir (Newman, 2017, ss.36-44). Mikro hedeflendirme ile farklı

seçmen türlerine farklı mesajlar ulaştırılabilmekte, siyasi aktörün imajı popülist bir biçimde oluşturularak aday bir marka şeklinde konumlandırılabilen ve bu sayede siyasi aktör ile seçmenleri arasında duygusal bir bağ oluşturulabilmektedir (Newman, 2017, s.47). Bu durum seçmen memnuniyeti yaratma açısından da önemli olup; seçmen memnuniyetini yaratmada daha başarılı olan aday beraberinde siyasal arenadaki saygınlığını, güvenilirliğini ve meşruiyetini de artırmaktadır (Kapani, 2012).

Siyasal pazarlamada ürün siyasi aktörün kendisi olduğundan meşruluk kazanması önemlidir. Dolayısıyla partiler, liderler veya adaylar kendilerini bir marka olarak konumlandırma yarışına girmişlerdir. Markalamada temel amaç seçmenlerle duygusal bağın kurulması ve güvenilirliğin sağlanmasıdır. Söz konusu güveni inşa etmeden siyasi aktörün sunacağı vaatler seçimde yeterince karşılık bulamamakta ve bu vaatler seçmene yönelik yapılan bir manipülasyon süreci olarak algılabilmektedir. Başarılı bir marka konumlandırma neticesinde seçmenin içinde bulunduğu kararsızlık durumunun giderilmesi ve adaya yönelik marka sadakatinin oluşturulması söz konusudur (Newman, 2017, ss.92-93). Sosyal medya platformları üzerinden buluşan sanal topluluklar ve oluşturulan hashtagler siyasi adayın markasının daha geniş kitlelerce duyulmasında, tanınmasında ve nihayetinde desteklenmesinde olumlu etki yaratabileceğinden, siyasi kampanyaları dijital ortamlara taşımak önem arz etmektedir.

Siyasal marka haline gelmek isteyen aktörlerin siyasal pazarlama, siyasal halkla ilişkiler, siyasal reklam gibi iletişim faaliyetlerini başarılı bir biçimde yürütmeleri; seçmenlerle yakın ilişkiler kurmak adına seçmen memnuniyetine önem vermeleri ve imaj ile kimliklerini bu doğrultuda kurgulamaları gerekmektedir (Karayel Bilbil & Çelikkol, 2015, s.239). Adayın kendi markasını güçlendirmek adına (a) seçmenleri ile olan buluşmaları, (b) mitinglerini bir şov biçiminde yapması, (c) seçim öncesinde ve sürecinde şahsi tanıtımını yapması ve (d) televizyon programları ile sosyal medya yayınlarına katılması önemlidir. Bu noktada sosyal medyanın metin, video, fotoğraf, ses gibi unsurları birlikte paylaşabilmeye olanak sağlayan multimedya yani çoklu ortam özelliği (Arıcı, 2015, s.52) devreye girmekte ve adaylar sadece yazılı paylaşım yapmak yerine bunları görsellerle desteklemekte; popülaritelerini ve aldıkları halk desteğini vurgulamak adına miting videolarını yayınlamaktadırlar. Siyasi aktörler paylaşımlarında kullandıkları görsellerde olumlu duygular çağrıştırmaya özen göstermektedirler. Bu bağlamda Bossetta ve Schmøkel (2023, s.61) tarafından yapılan bir araştırmaya göre siyasi aktörlerin sosyal medya hesaplarında kullandıkları fotoğraflarda baskın duygu mutluluk olarak bulgulanmış; onu sakinlik izlemiştir.

Popülaritenin ve halk desteğinin vurgulanması seçmenin söz konusu adaya oy verme noktasındaki iknasını kolaylaştırabilmektedir. Şovlaştırılmış kampanyalar veya gösterişli mitingler adayın gövde gösterisi olarak algılanacağından, kişisel markasının güçlenmesi adına da önemlidir (Taluk, 2019, s.189). Özellikle kararsız seçmenlerin davranışları ele alındığında, bu grubun daha fazla sevilen ve

desteklenen adaya oy verme ihtimalinin yüksek olduğu bilinmektedir. Seçmenin kamuoyu genelinde fazla destek gören adaya yönelmesini “herkes yapıyor” veya “birlik ve bulaşma kuralı” ile açıklamak mümkündür (Özkan, A. 2007, ss.168-169). Bu noktada siyasi adayların takipçi sayılarının fazlalığının da seçmenlerin oy verme davranışları üzerinde bir etki yarattığını söylemek mümkündür. Çavuşoğlu ve Aslan (2023, s.183) tarafından yapılan bir araştırmada öğrencilerin oy verme tercihlerinde siyasi aktörün takip ve destekçi sayılarının etkili olduğunu belirtenlerin oranı %40,5 olarak bulgulanmıştır. Öte yandan seçim kampanyasının şova dönüştürülmesi ve imaj gösterilerinin yaygınlaşması siyasi aktörün de daha geniş kitlelerce takip edilir bir “ünlü”ye dönüşmesine yol açmakta, dolayısıyla siyasi aktörün her faaliyeti medyada daha kolay görünmekte ve haberlerde daha geniş yer tutmaktadır (Kellner, 2010, s.122). Bu durum seçmen ile ortak zeminde buluşma, seçmene daha hızlı bilgi verme ve seçmen memnuniyetini daha kolay oluşturma noktasında siyasi aktöre avantaj sağlamaktadır. Ek olarak, adaylar paylaşımlarının altına sloganlarını hashtag olarak verdiklerinde daha geniş kitlelere ulaşabilmekte, kampanyalarının görünürlüğü ve akılda kalıcılığı artabilmektedir. Söz konusu hashtagler aynı zamanda medya görünürlüğünü sağlamada, gündemi belirlemede, kamuoyu oluşturmada ve ortak bir sembol ve anlam yaratmada da önemlidir.

Geleneksel medyada temsil imkanı bulamayan, yeteri kadar temsil edilmediğini düşünen veya genel seçimlerde %3’ün üzerinde oy alamadığı için seçim döneminde kampanyası için hazine desteğinden yararlanamayan aktörler siyasal pazarlama ve markalama kapsamında sosyal medyadan yararlanarak kendi markalarını dijital ortamda yaratmaktadır. Siyasi aktörlerin gazete ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarına yani araçlara bağlı kalmaksızın kendilerini sosyal medya üzerinden aracısız bir biçimde aktarabilmeleri (Polat, 2015, ss.540-543); temsiliyet hakkında adalet yarattığından demokratikleşmeye de katkı sağlamaktadır (Meriç, 2017, s.30). Dolayısıyla sosyal medya geleneksel medyada yeteri kadar yer bulamayan siyasi aktörlerin kendileri hakkında çıkan olumsuz yorumlara, asılsız iddialara ve ithamlara hızlı bir biçimde yanıt ve karşılık vermelerine de olanak sağlamaktadır (Polat, 2015, ss. 540-543). 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerine bakıldığında Sinan Oğan ile Muharrem İnce’nin geleneksel medyadan sansüre uyguladıklarına dair eleştirilerine istinaden sosyal medya kullanımlarına ağırlık vermeleri bunun bir örneğidir.

Siyasal Reklamlar

Siyasi aktöre ilişkin seçmen nezdinde farkındalık yaratmak, seçmenin ilgisini çekmek, siyasi aktörü konumlandırmak ve markalamak için siyasal pazarlama faaliyetleri kapsamında ve özellikle de seçim kampanyası döneminde siyasal reklamlar yoğun olarak kullanılmaktadır (Mutlu, 2008, s.258; Newman, 2017, s.113; Polat, 2015, s.461). Başlarda ideolojilerin ve parti programlarının tanıtılmasına odaklanan siyasal reklamcılık, rekabetin artması sonucunda adayın imajının ön plana çıkarılmasına yarayan bir tutundurma faaliyetine dönüşmüştür (Özkan, N., 2007, s.22). Siyasal reklamlarla hızlı bir biçimde (a) adayın geleneksel

medya araçlarının sunduğu gibi değil de adayın istediği biçimde tanıtılması, (b) adaya ilişkin seçimde ilginin yaratılması, (c) ülke sorunlarına ilişkin adayın düşüncelerinin ve çözüm önerilerinin aktarılması, (d) adayın icraat ve vaatlerinin tanıtılması, (e) ekonomik, sosyal veya siyasal sorunların gündeme getirilerek bunlara ilişkin kamuoyunun oluşturulması, (f) adayın kimlik ve imajının seçmene aktarılması, ve en nihayetinde (f) seçmeni ikna ederek oy vermesini sağlamak amaçlanmaktadır (Bongrand, 1992, s.52; Egbulefu & Emeke, 2023, s.346; Eraslan, 2022, s.194; Kaplan, 2013, s.41; Polat, 2015, s.453, Sönmez & Akmeşe Demir, 2023, s.872). Siyasi aktörlerin kampanya ve reklamlarına ilişkin yaptıkları paylaşımlar, onlara destek veren seçmenler tarafından beğenilmekte, yanıtlanmakta ve yeniden paylaşılmaktadır. Bu sayede siyasi aktörler benimsedikleri kampanya ve reklam stratejilerinin etkileşimselliğini kolayca ölçebilmektedirler (Egbulefu & Emeke, 2023, s.340). Paylaşımların etkileşimselliğinin yüksek olması özellikle de kararsız seçmenlerin oy verme davranışları üzerinde adayın lehine önemli bir etki yaratmaktadır (Gürbüz & Bilecen, 2023, s.88; Mathur & Moschis, 2022, Sönmez & Akmeşe Demir, 2023, s.884). Örneğin 2023 yılında Nijerya’da gerçekleşen genel seçimlerle ilgili Egbulefu ve Emeke (2023, s.343) tarafından yapılan bir araştırmada, katılımcılar %86,1 oranında siyasi aktörlerin paylaştıkları dijital siyasal reklamların, seçimlere olan ilgilerini arttırdığını belirtmişlerdir.

Birçok siyasal reklam türü olmasına karşın bu çalışma kapsamında ele alınan türler geleceğe dönük reklam, geçmişe dönük reklam, karar ver türü reklam ve negatif reklamlardır. Geleceğe dönük reklamlarda adaylar vaatlerine vurgu yaparak, rakiplerinden bu vaatler bağlamında farklılaşmayı hedeflemektedirler (Joslyn, 1980’den akt. Doğu Öztürk & Zeybek, 2020, ss.98-99). Pozitif siyasal kampanyaların bir tamamlayıcısı olan geleceğe dönük reklamların seçmenler tarafından ikna edici ve tutarlı bulunması siyasi aktörün kendini başarılı bir marka olarak konumlandırmasıyla yani seçmen nezdinde olumlu bir imaj, izlenim ve güvenilirlik sunmasıyla alakalıdır. Daha ziyade iktidardaki parti veya lider tarafından kullanılan ve pozitif kampanyaların bir uzantısı olan geçmişe dönük siyasal reklamlarda ise siyasi aktör iktidarda bulunduğu süre boyunca yaptığı hizmetleri siyasal iletişim kampanyasının bir parçası olarak sunmaktadır (Akar, 2023, s.166; Mutlu, 2008, s.258). Bu noktada seçmenlerin isteklerine kulak verip, taleplerine yerine getirmiş yani seçmen memnuniyetini yaratabilmiş aktörler daha inandırıcı olmaktadır. Karar ver türü reklamlar ise seçmene söz konusu seçimin değişim açısından önemli olduğunu, seçmenin çok iyi düşünerek karar vermesi gerektiğini ve kendisinin bu değişim için uygun aday olduğunu vurgulayan reklamlardır (Uztuğ, 2004, s.244).

Negatif kampanyalarda kullanılan negatif reklamlar ise rakip adayların kötülenmesi, seçmenin zihninde o adaya yönelik şüphe duygusunun yaratılması, o adaya yönelik seçmen desteğinin azaltılması, adayın ülke için bir tehdit olduğu algısının yaratılıp korku ortamı oluşturulması amacıyla yapılmakta olup; çoğunlukla suçlama, sert eleştiri ve itham içermektedir (Agocuk, 2021, s.482; Newman, 2017, ss.3-4; Polat, 2015, ss.458-459). Bu tarz reklamlarda seçmenlerin korku yoluyla ikna

edilmesine yarayan korku çekiciliği tekniğinden yararlanılmaktadır. Korku çekiciliğinin iki türü bulunmaktadır. Geçmişe dönük korku çekiciliğinde adayın geçmişte yaptığı yanlışlarını ve hatalarını vurgulayarak korku ortamı yaratılmakta; geleceğe dönük korku çekiciliğinde ise gelecekte olması muhtemel korkulara odaklanılmaktadır (Balcı, 2007, ss.78-80). Lyndon B. Johnson'ın 1964 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde yayınladığı Papatya Reklamı korku oluşturmak için negatif reklamın en yoğun kullanıldığı ilk reklam olmuştur (Zeybek, 2016, s.73).

Negatif reklamlarda içerik açısından herhangi bir çözüm, öneri veya vaat yer almadığından ve sadece rakibi karalamaya, kötümeye odaklandığından negatif reklamların hazırlanması pozitif reklamlara kıyasla daha az zahmetlidir. Negatif reklama maruz kalan aday ise kendi tanıtımını yapmak, vaatlerini anlatmak yerine hakkında istinat edilen karalamalara cevap vermekle uğraşmakta ve bu şekilde rakibinin tuzağına düşerek seçim yarışında onun gerisinde kalabilmektedir (Polat, 2015, ss.457-458). Negatif kampanya ve reklamlarda kullanılan dil ve üslup incelendiğinde seçimde korku, tedirginlik gibi olumsuz duygular oluşturacak kelimelerin yoğun kullanıldığı; pozitif kampanyalarda ise seçmenleri motive edecek, onlara umut aşılayacak kelimelerin tercih edildiği görülmektedir. Negatif anlam yüklü kelimelerin veya nefret söyleminin seçim dönemlerinde siyasi aktörler tarafından sıkça kullanılması tansiyonu yükseltebilmekte; toplumsal çatışmaya ve hatta kutuplaşmaya yol açabilmektedir (Polat, 2015, s.458; Yılmaz, 2013, s. 44). Bu sebeple adayların reklamdan kampanyaya kadar tüm siyasal iletişim ve pazarlama faaliyetlerinde kullandıkları dil ve üsluba azami hassasiyet göstermeleri, bir diğer ifadeyle retoriği ve söylemlerini nasıl kullandıklarına dikkat etmeleri önem arz etmektedir.

Aristoteles tarafından “etkili biçimde konuşma ya da söz sanatı (...) verili bir durumda elde bulunan tüm inandırma araçlarını kullanabilme yetisi ya da gözetebilme sanatı” (Mutlu, 2008, s.245) ve Platon tarafından “dinleyicinin manipüle edilmesi” (Zeybek, 2016, s.145) olarak tanımlanan retorik, kamusal konuşma ve söylemlerin nasıl olması gerektiğiyle ilgilidir (Ünlü, 2015, s.71). Özellikle siyasal iletişim açısından önemli olan politik retorikte amaç seçmenlerin nabzını tutmak, onları etkilemek ve ikna etmektir (Aziz, 2007, s.18). Tartışma ve müzakere süreçlerini merkeze alan politik retorik mecliste yapılan konuşmalardan mitinglere, ulusa sesleniş konuşmalarından televizyon programlarındaki tartışmalara kadar birçok konuşmada kullanılmakta olup; en yoğun kullanıldığı süreç ise seçim dönemleridir (Ünlü, 2015, s.72). Retoriğin üç temel unsuru bulunmaktadır: (a) kaynağın yani konuşmacının karakterine, karizmasına, güvenilirliğine ve inanılabilirliğine bağlı ethos; (b) dinleyicileri yani seçmeni motive etmeye yönelik bir ruh haline sokmayan yarayan duygusal çekicilik yani pathos ve (c) konuşmacının sözlerini kanıtı dayandırmasına yönelik mantıksal çekicilik yani logos (Uztuğ, 2004, s.83; Zeybek, 2016, ss.144-146). Siyasal kampanya stratejisini ve kullanılacak retorik unsurları belirlerken ülke gündemindeki hususlara istinaden bir tema seçilmesi ve bu temanın kısa, net, akılda kalıcı sloganlar eşliğinde seçmenlere sunulması gerekmektedir (Özkan, A., 2007, s.127).

Antik Yunan döneminde ikna amacı ön planda olan retorik 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren konuşmacı ile dinleyicinin ortak semboller ve anlamlar üzerinden özdeşleşme kurmasına evrilmiştir (Ünlü, 2015, s.71). 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Erdoğan'ın kullandığı rabia işareti ve "Türkiye Yüzyılı" sloganı; Kılıçdaroğlu'nun kullandığı kalp işareti ve "Haydi Türkiye" ile "Sana Söz" sloganları; İnce'nin kullandığı üçüncü yol işareti ve "Ne Cumhur, ne Millet; tek yol Memleket" sloganı ve Oğan'ın kullandığı "#OAnGeliyor" sloganı ortak sembol ve anlamlara ilişkin güncel örneklerdir.

YÖNTEM

Çalışmada Türkiye'de birinci turu 14 Mayıs 2023 ve ikinci turu 28 Mayıs 2023 tarihlerinde yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerinin her iki turunda da yer alan Recep Tayyip Erdoğan ve Kemal Kılıçdaroğlu'nun Twitter hesaplarından yaptıkları paylaşımlar analiz edilmiştir. İnceleme adayların 31 Mart 2023 tarih ve 32149 sayılı Resmi Gazete'de ilan edilmesinin ertesi günü yani 1 Nisan 2023 tarihi itibarıyla başlamış ve seçim gününün sonuna kadar devam etmiştir. Çalışmada aşağıdaki araştırma soruları cevaplandırılmaya çalışılmıştır.

1. Adaylar hangi sıklıkta paylaşım yapmışlardır ve paylaşımlarında görsel ve hashtag kullanımlarına ne kadar yer vermişlerdir?
2. Adaylar hangi konularda/temalarda paylaşım yapmışlardır?
3. Adaylar paylaşımlarında hangi kelimelere ve kavramlara daha çok vurgu yapmışlardır?
4. Adayların iktidarda veya muhalefette yer almalarına göre kullandıkları söylemler, izledikleri seçim kampanyaları ve siyasal reklam stratejileri değişim göstermiş midir?
5. Adayların söylemleri, kampanya stratejileri ve reklam temaları ikinci tura geçildiğinde değişmiş midir?

Adayların paylaştıkları tweetler metin madenciliği ve içerik analizi yöntemleri kullanılarak incelenmiştir. Bir çeşit veri madenciliği uygulaması olan metin madenciliğinde veri kaynağı olan metinler; anlamlı örüntüler oluşturacak biçimde sınıflandırılabilir (Karahana Adalı, 2022, s.132). Eldeki metin verisi yani adayların ilgili tarih aralığında yaptıkları paylaşımlar R programla dili kullanılarak, RStudio geliştirme ortamında işlenmiş ve en sık tekrar eden kelimelere ilişkin frekanslar hesaplanmıştır. Bunun sonunda en sık tekrarlanan kelimeler, kelime bulutlarında daha büyük puntolarla görselleştirilmiştir. Bu yolla adayların siyasal kampanyalarında hangi kavramlara vurgu yaptıkları; hashtaglerini ne kadar etkin kullandıkları ölçülmüştür.

Mesajın vermek istediği enformasyonun işlenmesi bir diğer ifadeyle mesajın nicel, sistematik ve nesnel yollarla analiz edilmesi içerik analizi yöntemi olarak tanımlanmaktadır. İçerik analizinde değerlendirici analiz, kategorisel analiz, frekans analizi ve ilişki analizi olmak üzere farklı yöntemler kullanılmaktadır (Bilgin, 2006, ss.18-20). Çalışma kapsamında tweetleri belli başlı ana kategoriler altında toplamaya

yarayan kategorisel analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bu bağlamda ilk olarak tweetler seçim gündemine ve seçim dışı gündeme ilişkin olmak üzere kodlanmış ve başlıklara ayrılmıştır. Daha sonra bu başlıklar anlamlı bir bütün olacak şekilde ana kategorilere altında toplanmıştır. Yapılan kodlamalar sonunda seçim gündemine ilişkin “Seçim Süreci”, “İcraatlar” ve “Vaatler” olmak üzere 3 ana kategori tespit edilmiştir. Seçim gündemi dışında kalan paylaşımlar da (a) dış politika, (b) özel günlerde yapılan tebrik ve anmalar ve (c) diğer olmak üzere 3 ana kategoride toplanmıştır.

Seçim süreci kategorisi adayın seçime ilişkin paylaşımlarını kapsamakta olup, kendi içinde 12 başlıktan oluşmaktadır: (a) adayın halkla olan buluşmalarını ve esnaf gezilerini de kapsayan mitingleri, (b) adayın meslek gruplarıyla ve siyasilerle olan buluşmaları, (c) adayın kendisiyle, ailesiyle veya arkadaşlarıyla ilgili yaptığı şahsi paylaşımlar, (d) bilgilendirme mesajları ve basın açıklamaları, (e) televizyon programı katılımlarına ilişkin paylaşımlar, (f) umut aşılama yönelik veya sağduyu çağrısı içeren paylaşımlar, (g) oy kullanma çağrılarına ilişkin paylaşımlar, (h) sandık görevlileri veya seçim güvenliğine ilişkin paylaşımlar, (i) seçim döneminde yapılan protesto veya provokasyonlara ilişkin paylaşımlar, (j) rakiplerin eleştirilmesine yönelik paylaşımlar, (k) adayın rakiplerine meydan okuduğu paylaşımlar, ve (l) medya sansürüne ilişkin paylaşımlar. Hiçbir başlığa giremeyen paylaşımlar ise diğer olarak kodlanmıştır.

İcraatlar kategorisi adayın yapmış olduğu icraatlarına ilişkin paylaşımlarını kapsamakta olup, kendi içinde 5 başlıktan oluşmaktadır: (a) açılışlar, (b) atama ve maaş zamları, (c) büyük projeler, savunma sanayi ve kamu yatırımı dahil olmak üzere her türden devlet yatırımları, (d) depreme ilişkin yapılan icraatlar ve (e) konut yapımı veya fiyatlarına ilişkin icraatlar. Hiçbir başlığa giremeyen paylaşımlar ise diğer olarak kodlanmıştır.

Vaatler kategorisi adayın seçmenlere sunduğu vaatlere ilişkin paylaşımlarını kapsamakta olup, kendi içinde 7 başlıktan oluşmaktadır: (a) adalet, liyakat, özgürlük, demokrasi, aile, kadın hakları, kimlikler gibi temel değerlere ilişkin vaatler, (b) deprem bölgesine ve deprem önlemlerine ilişkin vaatler, (c) eğitim, bilim ve teknoloji konularındaki vaatler, (d) ekonomiye ilişkin vaatler, (e) kira, konut ve kentsel dönüşüme ilişkin vaatler, (f) meslek gruplarına yönelik vaatler ve (g) sığınmacılara, göçmenlere ve yabancılara yönelik politikalara ilişkin vaatler. Hiçbir başlığa giremeyen paylaşımlar ise diğer olarak kodlanmıştır.

Tüm bu kodlamaların ve veri işlemlerinin ardından adayların (a) ne sıklıkta paylaşım yaptıkları, (b) paylaşımlarında görsel ve hashtag kullanımına ne kadar yer verdikleri, (c) hangi kelime ve kavramlara daha çok vurgu yaptıkları ve (d) gündemlerinde hangi konulara ağırlık verdikleri hem yatay düzlemde yani adaylar bağlamında hem de dikey düzlemde yani turlar arasında kıyaslanmıştır. Verilerin işlenmesinde ve kategorizasyonunda retweetler hariç tutulmuş ve işlenen verilerin tablo veya grafik olarak gösterilmesi aşamasında adayların aldıkları oy oranlarına göre sıralama gözetilmiştir.

BULGULAR

Adayların Genel Twitter Kullanımları

Cumhurbaşkanlığı seçimlerinin birinci turunda 668, ikinci turunda ise 144 adet tweet atılmıştır. Birinci tur kapsamındaki tweet incelemesi 1 Nisan ila 14 Mayıs tarihleri arasında toplam 34 gün üzerinden; ikinci tur ise 15 Mayıs ila 28 Mayıs tarihleri arasında toplam 14 gün üzerinden yapılmıştır. Turlardaki gün sayıları farklı olduğundan adayların attıkları tweetlerin günde ortalama kaç adet paylaşımına denk geldiğini hesaplamak için tweet/gün formülü kullanılmıştır. Buna göre Kılıçdaroğlu ikinci turda paylaşımlarını %32,78; Erdoğan ise %55,13 oranında azaltmıştır. Adaylar kıyaslandığında ise her iki turda da Erdoğan'ın rakibinden fazla tweet attığı görülmektedir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Adayların Paylaşımlarının İkinci Turdaki Azalma Durumları

Aday	Tur	Tweet Sayısı	Gün Sayısı	Günlük Ortalama Tweet Sayısı (Tweet/Gün)	Azalma Oranı
Recep Tayyip Erdoğan	1	444	34	13,06	%55,13
	2	82	14	5,86	
Kemal Kılıçdaroğlu	1	224	34	6,59	%32,78
	2	62	14	4,43	

Bireyleri bir konu etrafında toplamak, gündem ve kamuoyu oluşturmak için önem arz eden hashtaglerle birlikte siyasi aktörler kampanyalarının daha görünür olmasını sağlayabilmekte; seçmenlerse bireysel olarak veya sanal topluluklar oluşturarak, destekleri adayın kampanyasına aktif bir biçimde katılabilmekte; onun daha görünür olması için paylaşımlar yapabilmekte; adaya yönelik sevgilerini, taleplerini veya önerilerini aktarabilmektedirler. İlk turdaki hashtag kullanımına bakıldığında adaylar arasında dengeli bir dağılım olduğu görülmüştür. Erdoğan ikinci turda hashtag kullanmazken; iki tur bir arada düşünüldüğünde Kılıçdaroğlu'nun az bir farkla (%52,73; n=87) Erdoğan'dan (%47,27; n=78) fazla hashtag kullandığı bulgulanmıştır (Bkz. Tablo 2). Kılıçdaroğlu'nun en sık kullandığı hashtagler #SanaSöz, #Haydi, #HaydiTürkiye ve #(il ismi) olurken; Erdoğan'ın #DoğrusuAkParti, #(il ismi)içinDoğrusuAkParti ve #TürkiyeSanaEmanet olmuştur.

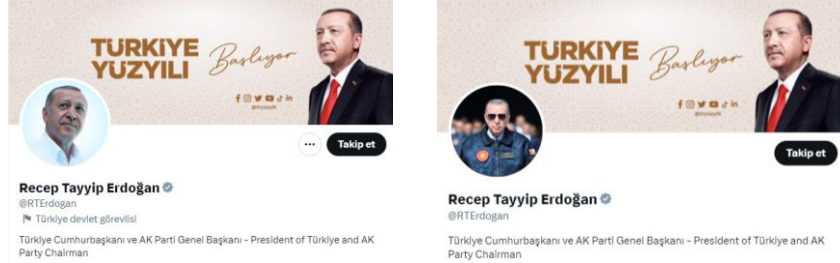
Tablo 2: Adayların Görsel ve Hashtag Kullanım Adetleri

Aday	Tur	Fotoğraf / İnfografik	Video / YouTube Linki	Görsel Kullanım Toplamı	Hashtag
Kemal Kılıçdaroğlu	1	13	156	169	79
	2	1	33	34	8
	Toplam	14	189	203	87
Recep Tayyip Erdoğan	1	222	157	379	78
	2	17	35	52	0
	Toplam	239	192	431	78
Genel Toplam		253	381	634	165

Sosyal medyanın multimedya özelliğinden faydalanmak, bir diğer ifadeyle fotoğraf, infografik, video gibi görsellerden yararlanmak paylaşım içeriğinin zenginleştirilmesi ve daha anlaşılabilir hale gelmesi açısından önemlidir. İlk tur kapsamındaki tweetlerin %82,03'ünde (n=548) adayların görsel kullandığı tespit edilmiş; ikinci tura gelindiğinde görsel kullanımı %59,72 oranına (n=86) gerilemiştir. Erdoğan her iki turda da (%69,16; %67,98); Kılıçdaroğlu'dan (%30,84; %32,02) fazla görsel kullanmıştır (Bkz. Tablo 2). Buna ek olarak Erdoğan'ın iktidarı boyunca yaptığı ve gelecek iktidarında yapmayı planladığı devlet yatırımlarını ve icraatlarını infografikler biçiminde sosyal medya hesabından paylaşması; seçmenin yapılan hizmetleri anlamasını kolaylaştırabilecek bir husustur.

Adayların Twitter hesaplarında kullandıkları profil ve kapak fotoğrafları da ayrıca incelenmiştir. Erdoğan profil fotoğrafı olarak seçim sloganı olan "Türkiye Yüzyılı"ni işaret edercesine açık mavi bir fonun önünde ufka bakan bir fotoğrafını kullanmış; kapakta ise "TÜRKİYE YÜZYILI Başlıyor" yazılı ve yine kendi fotoğrafının da bulunduğu bir görsele yer vermiştir. Seçimin ilerleyen günlerinde profil fotoğrafını değiştirerek İstikbalin Yüzyılı Tanıtım Programı'nda çekilen, üzerinde pilot montu ile güneş gözlükleri olan bir fotoğraf koymuştur. Hesabının açıklama kısmında kendini tanıtmak için resmi bir dili tercih eden Erdoğan "Türkiye Cumhurbaşkanı ve AK Parti Genel Başkanı" yazmıştır (Bkz. Fotoğraf 1).

Fotoğraf 1: Erdoğan'ın Twitter Hesabı



Kaynak: Erdoğan, R. T. [@RTErdogan]. (t.y.). Tweets & replies [Twitter profili].

Kılıçdaroğlu birinci turda kapak fotoğrafı olarak "Sana Söz" yazısına ve marteniçka görseline, seçimin ilerleyen günlerinde ise kendi fotoğrafının olduğu "HAYDİ KAZANALIM haydi!" yazılı bir görsele yer vermiştir. Profil fotoğrafı olarak her iki turda da mavi fon önünde güler yüzlü bir ifade takındığı fotoğrafı tercih etmiştir (Bkz. Fotoğraf 2).

Fotoğraf 2: Kılıçdaroğlu'nun Twitter Hesabı (Birinci Tur)

Kaynak: Kılıçdaroğlu, K. [@kilicdarogluk]. (t.y.). Tweets & replies [Twitter profili].

İkinci turda Kılıçdaroğlu, kapakta profil fotoğrafına nazaran daha sert ifadeli bir fotoğrafı ile “TÜRKİYE İÇİN KARAR VER!” yazılı bir görsel tercih etmiştir. Hesabının açıklama kısmında genç seçmene hitap edecek biçimde esprili bir dili tercih etmiş ve “13. Cumhurbaşkanı Adayı / Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı / Gençlerin Demokrat Amcası / Bay Kemal” yazmıştır (Bkz. Fotoğraf 3).

Fotoğraf 3: Kılıçdaroğlu'nun Twitter Hesabı (İkinci Tur)

Kaynak: Kılıçdaroğlu, K. [@kilicdarogluk]. (t.y.). Tweets & replies [Twitter profili].

Adayların En Sık Tekrarladıkları Kelimeler

Adayların paylaşımlarında en sık tekrarladıkları kelimeleri bulmak amacıyla metin madenciliği yöntemi kullanılarak kelime bulutları oluşturulmuştur.

Erdoğan'ın birinci turda %1'in üzerinde tekrarladığı tek kelime “bir” olmuştur. Şekil 1'deki kelime bulutu görselinden de görüldüğü üzere “bin”, “hayırlı”, “yeni”, “milyar”, “milyon”, “devam”, “inşa”, “deprem”, “hizmet”, “konut”, “yatırım”, “teslim” ve “kamu” gibi kelimelerinin fazla çıkması Erdoğan'ın retorik unsurlarından logosu ön planda tutarak icraatlarına vurgu yaptığını göstermekte olup; siyasal pazarlama stratejisinin temelinde olan “istikrar” vurgusuyla da örtüşmektedir. Bu aynı zamanda geçmişe dönük reklam stratejisini izlediğini de göstermektedir. Erdoğan'ın seçim için kullandığı #DoğrusuAkParti ile #(il ismi)içinDoğrusuAkParti hashtagleri de kelime bulutu görsellerinde ön plana

konuları seçim bağlamında ele aldıklarını ve dış politika dahil olmak üzere geri kalan gündemlere spesifik olarak pek vurgu yapmadıklarını göstermektedir. Özellikle ikinci tura gelindiğinde her iki adayın da dış politikaya ilişkin konuları özel olarak gündemlerine almadıkları bulgulanmıştır. Seçim dışı gündemlerin tamamı bir arada düşünüldüğünde Erdoğan'ın daha fazla (%62,29; n=38) paylaşımında bulunduğu tespit edilmiştir (Bkz. Tablo 3).

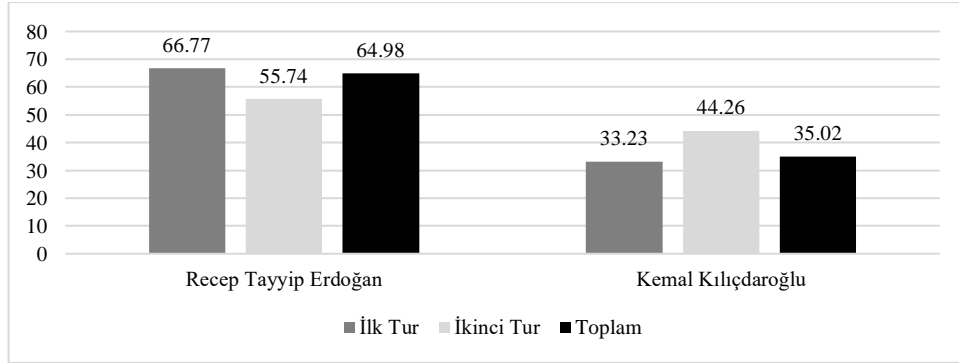
Tablo 3: Adayların Seçim Dışındaki Gündemlere İlişkin Paylaşım Adetleri

Aday	Tur	Dış Politika	Özel Gün	Diğer	Toplam
Kemal Kılıçdaroğlu	1	4	2	9	15
	2	0	3	5	8
	Toplam	4	5	14	23
Recep Tayyip Erdoğan	1	1	6	17	24
	2	0	5	9	14
	Toplam	1	11	26	38
Genel Toplam		5	16	40	61

Adayların Seçim Gündemleri

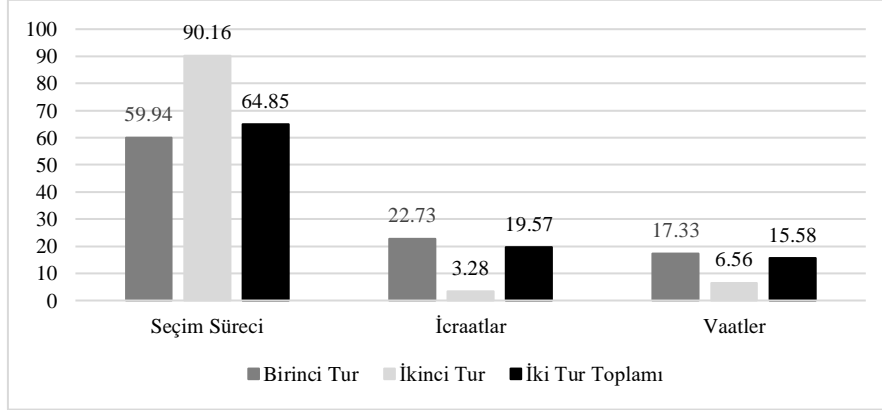
Seçim gündemine ilişkin birinci turda 629; ikinci turda ise 122 olmak üzere toplam 751 tweet atılmıştır. Grafik 1'de görüldüğü üzere Erdoğan her iki turda da Kılıçdaroğlu'ndan fazla tweet atarak sosyal medyayı daha aktif kullanmıştır.

Grafik 1: Adayların Seçimlere İlişkin Toplam Paylaşım Oranları



Bu tweetler kategoriler bağlamında değerlendirildiğinde her iki turda da adayların en fazla ağırlık verdikleri konunun seçim süreci olduğu yani gündemlerini seçim süreci üzerinden kurdukları görülmektedir (Bkz. Grafik 2). İkinci turda en az vurgu yapılan konu değişmiş ve %3,28 ile icraatlar olmuştur. Her iki turda da icraatlara ve vaatlere yapılan vurgu az olurken; iki turun toplamında en az paylaşılan kategori %15,58 ile vaatler olmuştur. Bir diğer ifadeyle Grafik 2'den de görüldüğü üzere ikinci tura gelindiğinde adayların icraatlara ve vaatlere ilişkin paylaşımları azalmış ve adaylar seçim sürecine yoğunlaşmışlardır.

Grafik 2: İki Adayın Kategorilere İlişkin Paylaşımların Turlara Göre Oransal Dağılımları



Seçim Gündemleri: Seçim Süreci Kategorisi

Literatür kısmında da değinildiği üzere siyasal pazarlama açısından adayların seçmenlerden, sivil toplum kuruluşlarından, sendikalardan, meslek gruplarından veya diğer siyasi aktörlerden destek görmesi; taraftarlarını daha da motive etmek ve kararsız seçmeni kendilerine oy verme konusunda etkileyerek ikna etmek adına önemlidir. Bu sebeple adaylar seçim kampanyalarında kendilerine verilen destekleri kalabalık miting görüntüleri gibi görsellerle sıkça vurgulamakta; bu yolla kendilerini bir marka haline getirerek kararsız seçmeni de kendilerine destek verecek biçimde etkileyebilmektedirler. Miting alanlarının kalabalık sunulması aynı zamanda adayın yaptığı bir gövde gösterisi olarak algılanabilmektedir (Taluk, 2019, s.189). Siyasi aktörlerin popülaritelerini ve görünürlüklerini daha da artırmaları için seçim kampanyaları boyunca televizyon veya sosyal medya yayınlarına sıkça katılmaları ve bilgilendirici mesajlarla halkı aydınlatmaları gerekmektedir. Öte yandan özel hayatlarından kesitler sunarak ulaşılabilir bir lider imajı çizmeleri kendi markalarının konumlandırılması adına önem arz etmektedir. Taluk'a göre (2019, s.112) "Umut, siyasal kampanyalarda seçimi kazandıracak en güçlü duygu" olduğundan siyasi aktörlerin seçim kampanyalarında seçmenlerine umut aşılmaları ve pozitif bir atmosfer sunmaları da önemlidir. Ancak siyasi tansiyonun tırmandığı bazı dönemlerde adayların da söylemleri sertleşebilmekte; umut aşılama yerine meydan okuma veya rakiplere yönelik eleştiriler ön plana çıkabilmektedir.

Yukarıda belirtilen tüm bu hususlar seçim süreci kategorisi kapsamında değerlendirilmiş olup; söz konusu kategori her iki turda da adayların gündeminin birinci sırasında yer almış ve turların toplamı baz alındığında %64,85'lik bir oranla en sık paylaşılan kategori olmuştur.

Tablo 4'te görüldüğü üzere Erdoğan her iki turda da sansür, protesto/provokasyon ile meydan okuma başlıklarına; bunlara ek olarak birinci turda sadece oy kullanma çağrısına; ikinci turda ise şahsi, buluşma ve umut aşılama

başlıklarına ilişkin paylaşım yapmadığı görülmüştür. Her iki turda da en fazla mitinglerine ilişkin paylaşım yapması seçmen tarafından ne denli sevilip desteklendiğini göstermesi açısından önemlidir. Diğer başlığı hariç tutulduğunda Erdoğan'ın ikinci tura geldiğinde miting, rakip eleştirisi, televizyon programlarına katılım ve sandık görevlileri/seçim güvenliği başlıklarına ilişkin paylaşımlarını azalttığı; bilgilendirme/basın açıklaması ve oy kullanma çağrısına ilişkin başlıklardaki paylaşımlarını ise arttırdığı bulgulanmıştır. Erdoğan'ın eleştirel paylaşımlarına bakıldığında ise ilk turda muhalefete ilişkin 46 adet eleştirel paylaşım yaptığı; ikinci turda bu sayının 13'e düştüğü görülmüştür. İlk turdaki eleştirilerinin %69,57'si doğrudan CHP, Millet İttifakı ve Kılıçdaroğlu'na (n=32) yöneliktir. Geri kalan eleştirel paylaşımların bir kısmı eski iktidarlara veya terör gruplarına yönelik olup; bir kısmında ise eleştirinin hedefi net olarak belirtilmemiştir. Bunlara ek olarak Erdoğan'ın şahsi paylaşımlara oldukça az (n=1) yer vermesi, onun halihazırda bir marka olarak bilinirliğinden kaynaklanmaktadır.

Tablo 4: Seçim Süreci Kategorisi Başlıklarının Erdoğan'ın Paylaşımlarının Oranlarına ve Adetlerine Göre Dağılımı

Seçim Süreci Kategorisinin Başlıkları	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)	Toplam (%)	Toplam (n)
Miting	51,97	119	22,95	14	45,86	133
Rakip eleştirisi	20,09	46	21,31	13	20,35	59
Televizyon Programlarına Katılım	7,86	18	9,84	6	8,28	24
Buluşma (İftar, Meslek, Siyasi)	10,04	23	0	0	7,93	23
Bilgilendirme / Basın Açıklaması	1,75	4	9,84	6	3,45	10
Oy Kullanma Çağrısı	0	0	6,55	4	1,38	4
Sandık Görevlileri / Seçim Güvenliği	1,31	3	1,64	1	1,38	4
Şahsi	0,44	1	0	0	0,34	1
Sağduyu Çağrısı / Umut Aşılama	0,44	1	0	0	0,34	1
Meydan Okuma	0	0	0	0	0	0
Protesto / Provokasyon	0	0	0	0	0	0
Sansür	0	0	0	0	0	0
Diğer	6,11	14	27,87	17	10,69	31
Toplam	100	229	100	61	100	290

Kılıçdaroğlu'nun birinci turda tüm başlıklarda tweet attığı, ikinci turda ise şahsi paylaşım yapmadığı, seçim sürecindeki protesto/provokasyonlara ve buluşmalarına dair tweet atmadığı görülmüştür (Bkz. Tablo 5). Diğer başlığı hariç tutulduğunda Kılıçdaroğlu'nun ikinci tura geldiğinde oy kullanma çağrısına ve meydan okumaya ilişkin paylaşımlarının dışındaki tüm başlıklardaki paylaşımlarını azalttığı bulgulanmıştır. Bir diğer ifadeyle ilk turda sağduyuya ve seçim güvenliğine yönelik daha fazla paylaşım yaptığı; ikinci tura geldiğinde ise söylemini “vatanımı

seven sandığa gelsin” olarak değiştirerek meydan okumaya yöneldiği görülmektedir. Kılıçdaroğlu’nun ikinci turda meydan okuma başlığı kapsamında attığı 11 tweetin 10 tanesi “vatanını seven sandığa gelsin” mesajını içermektedir. Kılıçdaroğlu’nun iktidara yönelik eleştirilerinin 18 tanesi ilk turda, 12 tanesi ise ikinci turda yapılmış paylaşımlardan oluşmaktadır. Kılıçdaroğlu her iki turda da bilgilendirme/basın açıklaması başlığında dengeli oranda paylaşım yapmıştır. İlk turdaki bilgilendirme mesajlarının tamamı (n=9) sosyal medya üzerinden “konuşmamız lazım” başlığıyla farklı seçmen türlerine hitap eden videolar şeklinde olmuştur. Bu noktada Kılıçdaroğlu’nun pazarlama stratejisinde mikro hedeflendirme yaptığını söylemek mümkündür.

Tablo 5: Seçim Süreci Kategorisi Başlıklarının Kılıçdaroğlu’nun Paylaşımlarının Oranlarına ve Adetlerine Göre Dağılımı

Seçim Süreci Kategorisinin Başlıkları	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)	Toplam (%)	Toplam (n)
Miting	33,11	49	2,04	1	25,38	50
Rakip Eleştirisi	12,16	18	24,49	12	15,23	30
Bilgilendirme / Basın Açıklaması	10,81	16	16,33	8	12,18	24
Diğer	12,84	19	8,16	4	11,68	23
Meydan Okuma	3,38	5	22,45	11	8,12	16
Televizyon Programlarına Katılım	5,41	8	8,16	4	6,09	12
Sağduyu Çağrısı / Umut Aşılama	3,38	5	6,13	3	4,06	8
Oy Kullanma Çağrısı	1,35	2	8,16	4	3,05	6
Sandık Görevlileri / Seçim Güvenliği	2,7	4	2,04	1	2,54	5
Protesto / Provokasyon	2,7	4	0	0	2,03	4
Sansür	1,35	2	2,04	1	1,52	3
Şahsi	1,35	2	0	0	1,01	2
Buluşma (İftar, Meslek, Siyasi)	9,46	14	0	0	7,11	14
Toplam	100	148	100	49	100	197

Seçim Gündemleri: İcraatlar Kategorisi

Literatür kısmında bahsedildiği üzere seçimlerde başarıyı yakalamak isteyen adaylar, siyasal iletişim süreçlerini kampanya ve seçim dönemleri ile sınırlı tutmamalı; ilk seçimin bittiği gün bir sonraki seçimde izlenecek pazarlama stratejileri için çalışılmaya başlanmalıdır. Bu sebeple özellikle de iktidarda olan adayların geçmişte yaptıkları icraatlardan bahsetmeleri aslında ne denli hizmet ettiklerini göstermek açısından önemlidir ve bu aynı zamanda geçmişe dönük siyasal reklam kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Birinci turda %22,73 ile ikinci sırada yer alan icraatlar kategorisi, ikinci tura geçildiğinde son sıraya (%3,28) gerilemiş ancak turların toplamı baz alındığında

%19,57'lik bir oranla en sık paylaşılan ikinci kategori olmuştur. İcraatların oranının bu kadar fazla çıkma sebebi Erdoğan'ın seçim kampanyasını geçmişte yaptığı icraatlar üzerinden tasarlamasıdır. İcraatlarının vurgulandığı Türkiye Yüzyılı temalı reklamlar geçmişe dönük reklam stratejisinden yararlandığını göstermektedir. Geçmiş icraatlarına vurgu yapması onun tutarlı olduğunu, seçmene güçlü hizmetler götürecektir kudrette olduğunu göstermekte; bu sayede kendi siyasal markasını hizmet ve güven üzerine inşa edebilmektedir. Erdoğan'ın en fazla gündeme getirdiği icraatları yatırımlar ve açılışlar; en az gündeme getirdiği depreme ilişkin konular olmuştur. Birinci turda icraatlar kategorisi kapsamındaki ilişkin tüm başlıklar hakkında tweet atan Erdoğan'ın ikinci turda sadece açılışlara (n=2) ilişkin paylaşım yaptığı görülmektedir. Kılıçdaroğlu ise birinci turda icraatlar kategorisi kapsamında iki adet paylaşım yaparken, ikinci turda hiç paylaşım yapmamıştır (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6: İcraatlar Kategorisi Başlıklarının Adayların Birinci ve İkinci Turlardaki Paylaşımlarının Oranlarına ve Adetlerine Göre Dağılımı

İcraatlar Kategorisinin Başlıkları	Recep Tayyip Erdoğan				Kemal Kılıçdaroğlu			
	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)
Yatırım	37,59	53	0	0	50	1	0	0
Açılış	28,37	40	50	2	50	1	0	0
Atama/Maaş	9,93	14	0	0	0	0	0	0
Konut	9,93	14	0	0	0	0	0	0
Deprem	5,67	8	0	0	0	0	0	0
Diğer	8,51	12	50	2	0	0	0	0
Toplam	100	141	100	4	100	2	0	0

Seçim Gündemleri: Vaatler Kategorisi

Literatür kısmında da bahsedildiği üzere siyasi aktörün kendisini güçlü ve güvenilir bir marka olarak konumlandırması ve siyasal kariyerinde başarılarının bulunması; sunduğu vaatlerin inandırıcılığını artırabilmektedir. Seçimde güven duygusu yaratmayan aktörlerin sundukları vaatlerse içi boş olarak algılanacaktır. İcraatların aksine vaatler geleceğe dönük reklam stratejileri kapsamında değerlendirilebilmektedir.

Birinci turda son sırada (%17,33) yer alan vaatler kategorisi, ikinci tura geçildiğinde bir sıra ilerleyerek ikinci sırada (%6,56) yer almış; turların toplamı baz alındığında %15,58'lik bir oranla en az paylaşılan kategori olmuştur.

Tablo 7'de görüldüğü üzere sığınmacılar/yabancılar başlığı hariç tutulduğunda Erdoğan'ın birinci turda tüm başlıklar hakkında tweet attığı, ikinci turda ise sadece meslek gruplarına yönelik 1 ve depreme yönelik 2 adet tweet attığı

görülmüştür. Bir diğer ifadeyle ikinci tura gelindiğinde vaatlerine yaptığı vurguyu ciddi oranda azaltmıştır.

Birinci turda Kılıçdaroğlu'nun bu kategori kapsamındaki tüm başlıklar hakkında tweet attığı görülürken, ikinci turda diğer hariç tutulduğunda sadece ekonomi (n=2) ve meslek gruplarına yönelik (n=1) vaatlere dair paylaşım yaptığı görülmüştür. Kılıçdaroğlu'nun ilk turda vaatlerini anlattığı “Sana Söz” temalı reklamları geleceğe dönük reklam stratejisine örnek teşkil etmektedir. Taluk (2019, ss.114-115) seçimleri kazanmanın önemli unsurlarından birinin seçmene söz vermek olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda Kılıçdaroğlu'nun kampanyası için seçtiği strateji ve sloganın yerinde olduğunu söylemek mümkündür. Buna ek olarak ikinci tura gelindiğinde genel olarak o da Erdoğan gibi vaatlerine yaptığı vurguyu azaltmıştır. İlk turda vaatlere ilişkin toplam 59 adet tweet atan Kılıçdaroğlu, ikinci turda sadece 5 adet vaat içerikli tweet atmıştır.

Depreme yönelik vaatlerin oranının az çıkmasına istinaden, her iki adayın da deprem konusuna özel bir hassasiyet gösterdiği ve 6 Şubat 2023 tarihli Kahramanmaraş depremini ve depremden etkilenen bireyleri bir seçim propagandası ve malzemesi haline dönüştürmemeye gayret gösterdikleri söylenebilmektedir.

Tablo 7: Vaatler Kategorisi Başlıklarının Adayların Birinci ve İkinci Turlardaki Paylaşımlarının Oranlarına ve Adetlerine Göre Dağılımı

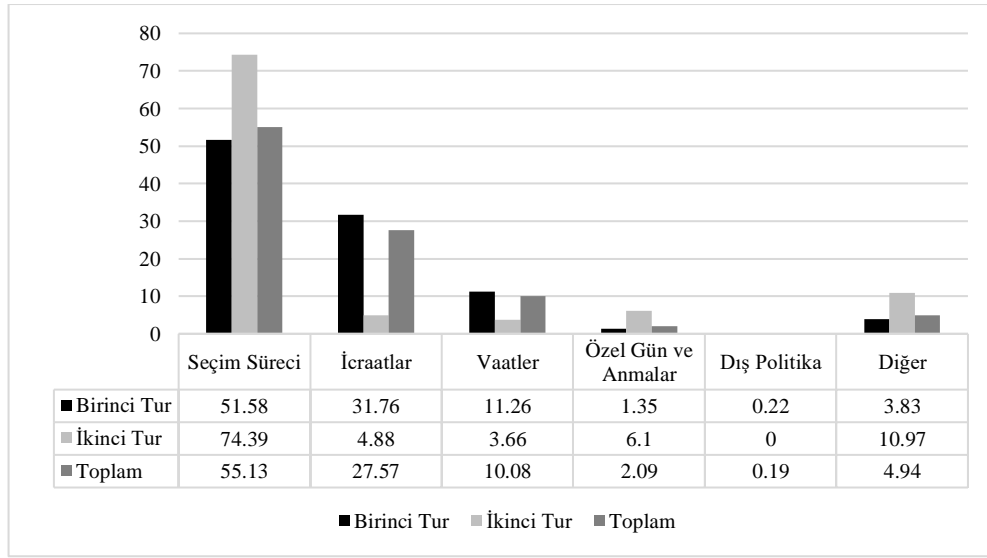
Vaatler Kategorisinin Başlıkları	Recep Tayyip Erdoğan				Kemal Kılıçdaroğlu			
	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)	Birinci Tur (%)	Birinci Tur (n)	İkinci Tur (%)	İkinci Tur (n)
Ekonomi	30	15	0	0	30,51	18	40	2
Diğer	16	8	0	0	23,73	14	40	2
Temel Değerler	16	8	0	0	18,64	11	0	0
Meslek Grupları	10	5	33,33	1	11,87	7	20	1
Sığınmacılar / Yabancılar	0	0	0	0	1,69	1	0	0
Kira/Kont/Kentsel Dönüşüm	18	9	0	0	1,69	1	0	0
Eğitim/Bilim/Teknoloji	4	2	0	0	6,78	4	0	0
Deprem	6	3	66,67	2	5,09	3	0	0
Toplam	100	50	100	3	100	59	100	5

Genel Değerlendirme

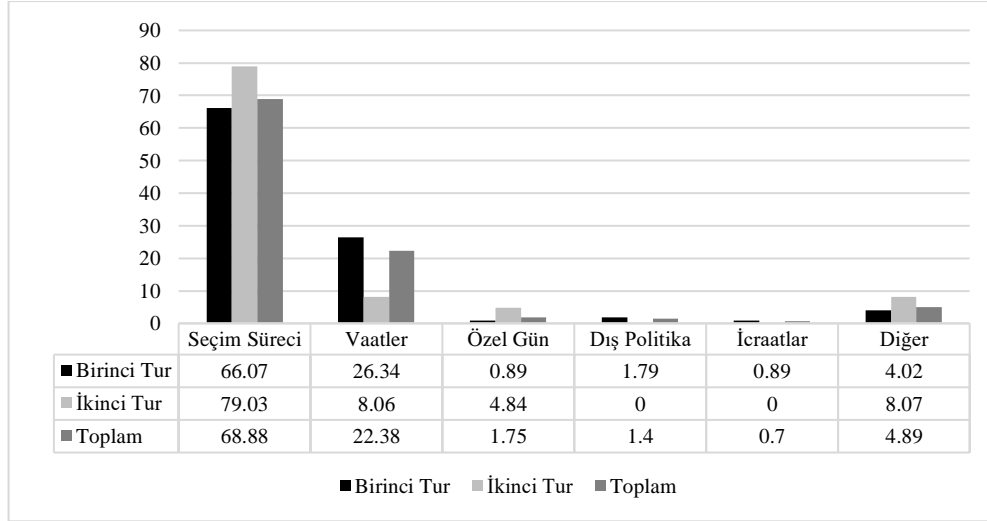
Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde seçim gündemi ile seçim dışı gündemler bir arada düşünüldüğünde 444 tanesi ilk turda olmak üzere toplam 526 tane tweet atan Recep Tayyip Erdoğan'ın toplamda en sık paylaşım yaptığı kategori %55,13 ile seçim süreci; en az paylaşım yaptığı ise %0,19 ile dış politika olmuştur (Bkz. Grafik

3). Turlar arası kıyaslama yapıldığında ikinci turda girildiğinde Erdoğan'ın icraatlarına ve vaatlerine ilişkin paylaşım oranını ciddi biçimde azalttığı; dış politika konusuna hiç değinmediği; bunun yerine seçim sürecine yönelik paylaşımlarını artırdığı görülmektedir. Bu verilerden yola çıkarak Erdoğan'ın seçim kampanyasında halk desteğini ön plana çıkarmaya ilişkin paylaşımlarına ve geçmiş iktidar dönemlerindeki başarılarını vurgulamak adına da icraatlarına vurgu yaptığı yani geçmişe dönük reklam stratejisini izlediği söylenebilmektedir.

Grafik 3: Erdoğan'ın Paylaşımlarının Dağılım Oranları



Cumhurbaşkanlığı seçim sürecinde seçim gündemi ile seçim dışı gündemler bir arada düşünüldüğünde 224 tanesi ilk turda olmak üzere toplam 286 tane tweet atan Kemal Kılıçdaroğlu'nun en sık paylaşım yaptığı kategori %68,88 ile seçim süreci; en az paylaşım yaptığı ise %0,7 ile icraatlar olmuştur (Bkz. Grafik 4). Turlar arası kıyaslama yapıldığında ikinci turda girildiğinde Kılıçdaroğlu'nun vaatlerine ilişkin paylaşım oranını azalttığı; dış politika ve icraatlar konusunda paylaşım yapmadığı; bunun yerine Erdoğan gibi seçim sürecine ağırlık verdiği görülmektedir.

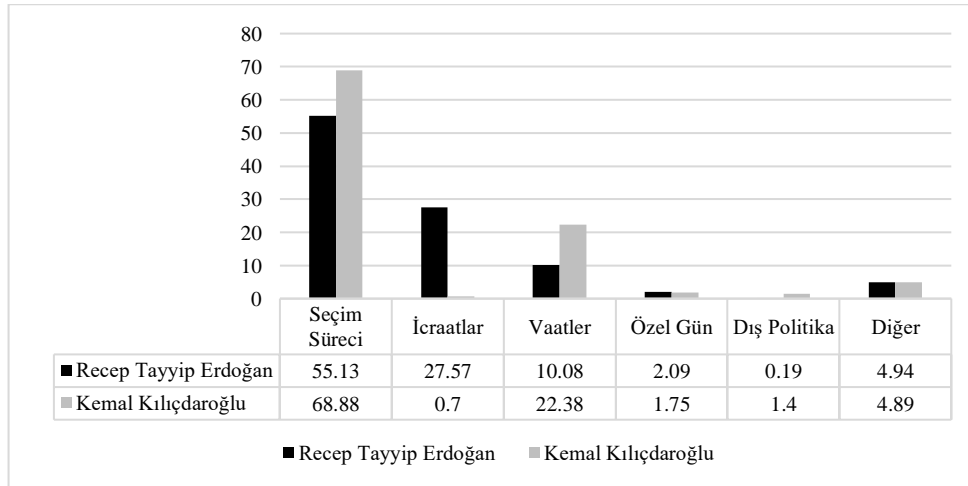
Grafik 4: Kılıçdaroğlu'nun Paylaşımının Dağılım Oranları

Adayların pazarlama stratejilerinin anlaşılması açısından kategoriler bir kenara bırakılarak sadece başlıklar üzerinden en sık paylaşım yapılan konulara bakıldığında her iki adayın da ilk turda mitinglerine (Erdoğan, %26,8; n=119; Kılıçdaroğlu, %21,86; n=49) ağırlık verdikleri görülmüştür. Mitinglere bu kadar çok vurgu yapılmasının temel sebepleri arasında adayların seçmenlerinin gözünde görünürlüklerini ve popülaritelerini artırmak; seçmenleriyle duygusal bağ kurmak; gördükleri yüksek desteğe istinaden gövde gösterisi yapmak ve bu yollarla kararsız seçmenleri kendi saflarına çekmek gibi gerekçelerin yer aldığı söylenebilmektedir. Mitinglerin dışında Erdoğan'ın en fazla vurgu yaptığı başlıkların sırası ile yatırım (%11,94; n=53), rakip eleştirisi (%10,36; n=46), açılışlar (%9,01; n=40) ve buluşmalar (%5,18; n=23) olduğu görülmüştür. Yatırım ve açılışlara bu kadar vurgu yapması onun pazarlama stratejisini yaptığı icraatlar üzerinden kurguladığını yani yararçı strateji izlediğini ve pozitif kampanya yürüttüğünü göstermektedir. Akar (2023) da yapmış olduğu çalışmada Erdoğan ve Ak Parti'nin "Her Şey Senin İçin" reklamını incelemiş ve Erdoğan'ın reklam stratejisi olarak pozitif reklam anlayışından yararlandığını bulgulamıştır. Dolayısıyla Erdoğan'ın seçim kampanyası için geçmişe dönük siyasal reklamlardan yararlandığı; başarılarına ve hizmetlerine vurgu yaparak seçmenin güvenini pekiştirmeyi amaçladığı söylenebilmektedir. Buluşmalarına yaptığı vurgu ise yine mitingler başlığında olduğu gibi aldığı halk desteğini vurgulamaya ilişkindir. Hem mitinglere hem de buluşmalara yapılan vurgunun fazla olması, Erdoğan'ın kampanyasında sembolik stratejiyi de kullandığını göstermektedir. İkinci tura gelindiğinde ise yine ilk sırada mitingleri (%17,07; n=14) yer almış ancak kampanyasında bir değişim meydana gelmiş ve icraatlarına yaptığı vurgu %31,76'dan %4,88'e düşmüştür. Kılıçdaroğlu'nun ise mitingler dışında birinci turda en fazla vurgu yaptığı başlıklar sırası ile ekonomik vaatler ile iktidar eleştirisi (%8,04; n=18), bilgilendirme/basın

açıklaması (%7,14; n=16); buluşmalar (%6,25; n=14) ve temel değerlere ilişkin vaatler (%4,91; n=11) olmuştur. Kampanya boyunca özellikle vaatler üzerinde durması onun pazarlama stratejisini geleceğe dönük reklamlarla desteklediğini ve pozitif bir kampanya yürüttüğünü göstermektedir. Sönmez ve Akmeşe Demir (2023) tarafından yapılan çalışmada Kılıçdaroğlu'nun "Sana Söz" reklam filminin umut ve değişim temalarına odaklandığı ve bu sebeple pozitif reklam türüne girdiği belirtilmiştir. İkinci tura gelindiğinde ise vaatlerini tamamen azaltmış onun yerine iktidar eleştirisine (%19,35; n=12) ve meydan okuma çağrısına (%17,74, n=11) ağırlık vermiştir.

Özetle tur farkı gözetmeksizin adaylar kıyaslandığında her iki adayın da en fazla seçim sürecine ağırlık verdiği ve dış politika konusuna fazla eğilmedikleri görülmektedir. Erdoğan'ın icraatlar ve özel günlere ilişkin paylaşımlar konusunda; Kılıçdaroğlu'nun ise seçim süreci, vaatler ve dış politika konularında önde olduğu bulgulanmıştır (Bkz. Grafik 5).

Grafik 5: Adayların Paylaşımlarının Kıyaslanması



SONUÇ

Seçmenlerin desteğini ve güvenini kazanarak, oy oranlarını artırmak ve hatta iktidara gelebilmek için siyasal pazarlama süreçlerinde uzun soluk bir çalışma, profesyonel ve bütünsel bir yaklaşım izlenmesi gerekmektedir. Bu pazarlama faaliyetlerinin zirve noktası ve yapılan işlerin en belirgin olarak meydana çıktığı dönem ise seçim zamanlarında yürütülen kampanyalardır. Bu kampanyalarla birlikte siyasi aktörler iki seçim dönemi arasında geçen süre boyu yaptıklarını seçmenlerine aktarmakta; siyaset sahnesine yeni katılanlar ise kendilerini tanıtmakta ve bu yollarla seçimi kazanmayı arzulamaktadırlar. Seçim kampanyalarının hazırlanması aşamasında geleneksel medya kadar sosyal medya üzerinden yürütülen kampanyalar da önemlidir. Sosyal medya üzerinden yürütülen kampanyalarda adaylar özellikle de hashtagleri kullanarak kendilerini ve seçim sloganlarını daha geniş kitlelerle

yaymaya çalışmakta ve kendilerini bir marka olarak konumlandırmayı amaçlamaktadırlar.

Bu çalışma kapsamında 2023 cumhurbaşkanlığı seçimlerinde yarışan adayların pazarlama stratejileri kıyaslanmıştır. Yapılan kıyaslamalar neticesinde adayların kampanyalarında en fazla öne çıkan farklılığın değişim ve istikrar söylemleri hakkında olduğu görülmüştür. Seçimlerin başladığı süreçte halihazırda iktidarda olan ve Cumhuriyet İttifakı'nın aday olarak seçimlere katılan Recep Tayyip Erdoğan siyasal pazarlama stratejisini ve seçim kampanyası söylemini daha ziyade geçmiş dönem icraatları üzerinden ve "istikrar" vurgusuyla yürütmüştür. Erdoğan'ın kelime bulutu görselleştirmelerine bakıldığında "istikrar" kelimesi öne çıkmasa da kullandığı "yeni, devam, inşa, hizmet, konut, yatırım, teslim" gibi kelimeler onun geçmiş dönemde yaptığı icraatları göstermekte ve bu sayede Erdoğan'ın istikrara vurgu yaptığı söylenebilmektedir. Muhalefette olan ve Millet İttifakı'nın aday olarak seçimlere katılan Kemal Kılıçdaroğlu ise siyasal pazarlama stratejisini ve kampanya söylemini vaatleri üzerinden ve "değişim" vurgusuyla yürütmüştür. Erdoğan'da olduğu gibi Kılıçdaroğlu'nun kelime bulutlarında da "değişim" kelimesi öne çıkmamış ancak "vatanımı seven sandığa gelsin" söylemi, "referandum" ile "mücadele" gibi kelimeleri sıkça kullanması ve #KararVer hashtagi onun değişime yaptığı vurgu olarak yorumlanabilmektedir. Bu bağlamda Erdoğan, "Türkiye Yüzyılı" diyerek istikrarın sürmesi gerektiğini savunan bir kampanya yapmış ve özellikle de birinci turun sonunda meclis çoğunluğunu Cumhuriyet İttifakı'nın kazanmasından dolayı Kılıçdaroğlu'nun seçilmesi durumunda "istikrarsızlık" olacağını ve meclis süreçlerinin tıkanacağını vurgulamıştır. Değişim söylemini benimseyen Kılıçdaroğlu ise Erdoğan'ın meclis çalışmalarının tıkanacağı yönündeki söylemlerine "denge ve denetleme" kavramlarıyla karşılık vermiş ve birinci tur seçim sonuçlarını "iktidara karşı memnuniyetsizlik ve değişim mesajı" olarak yorumlamıştır. Kılıçdaroğlu ilk turda "Haydi Türkiye" ve "Sana Söz" sloganlı kampanyasıyla değişim vaat eden bir siyasal pazarlama stratejisi izlemiştir. Seçmenin kendisine verilen sözlerden etkilenme olasılığı olduğundan başarılı bir slogan seçtiği söylenebilmektedir. İkinci tura gelindiğinde Kılıçdaroğlu sloganını "Karar Ver" diye değiştirmiş ve "Vatanımı seven sandığa gelsin" çağrısında bulunmuş; böylece muhalefeti destekleyen seçmenlerin ikinci tur seçimlerini bir referandum gibi görmelerini sağlamaya çalışmıştır.

Adayların kullandıkları kelimeler de yürüttükleri siyasal pazarlama stratejileriyle uyum içerisindedir. Erdoğan'ın icraatlarına vurgu yapan kelimeleri sıkça kullanmasına istinaden, kampanyasında yararçı stratejiden ve geçmişe dönük reklamlardan yararlandığı söylenebilmektedir. Kılıçdaroğlu ilk turda vaat içeren kelimelere vurgu yaparak geleceğe dönük reklam stratejisi izlemiş, ikinci turda ise özellikle değişim istediğini vurgulayan sloganlarını ve mücadele vurgusunu ifade eden kelimelere ve dolayısıyla karar ver türü reklama odaklanmıştır. Erdoğan'dan farklı olarak Kılıçdaroğlu muhalefette olmasından dolayı medya sansürüne ve sandık güvenliğine ilişkin eleştirilerini içeren kelimelere daha sık vurgu yapmıştır.

Adayların sosyal medya kullanımları kıyaslandığında Erdoğan'ın Kılıçdaroğlu'na nazaran sosyal medyayı daha yoğun kullandığı, daha fazla paylaşımda bulunduğu ve paylaşımlarını daha fazla görsellerle desteklediği bulgulanmıştır. Görsellerde halkın kendisine olan sevgisine ve kalabalık miting görüntülerine ek olarak yaptığı icraatları infografiklerle seçmenlerine anlatmıştır. Bunun yanı sıra her iki adayın da hashtagleri dengeli oranda kullanmasına rağmen Kılıçdaroğlu'nun sloganlarını hashtag olarak seçmenlerine aktarma konusunda Erdoğan'dan daha etkin olduğu ve paylaşımlarının büyük çoğunluğunda sloganlarını hashtag olarak verdiği görülmüştür.

Bu farklılıkların yanı sıra adayların bazı konularda benzer stratejiler izledikleri de görülmüştür. Her iki aday da görünürlüklerini, kendilerine verilen desteği ve popüleritelerini artırmak için en fazla mitinglerine ağırlık vermişlerdir. Adayların kalabalık miting görüntülerini yayımlayarak bir çeşit gövde gösterisi yaptıklarını; bu yolla kararsız seçmeni etkilemeye çalıştıklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla adayların yukarıda belirtilen diğer stratejilere ek olarak kampanyalarında sembolik stratejiden de yararlandıkları görülmektedir. Seçimlerin ikinci turunda ise takvimin çok kısıtlı olmasından dolayı iki aday da miting yapmak yerine saha gezilerine odaklanmış; Erdoğan özel olarak deprem bölgesi ziyaretlerine ve televizyon programlarına ağırlık vermiştir. Buna ek olarak her iki aday da gündemlerini büyük oranda seçim üzerine konumlandırmış; dış politika konularına fazla eğilmemiş; seçimin ikinci turuna gelindiğinde icraat ve vaatlerine yönelik paylaşımlarını azaltmış, uzun zamandır siyasette olduklarından ve seçmen tarafından tanınırlıkları bulunduğundan şahsi paylaşımlarına ve kendilerini tanıtıcı paylaşımlara fazla gerek duymamış ve rakiplerine yönelik eleştirilerde benzer oranlarda paylaşım yapmışlardır. Bir diğer benzerlik adayların gündemlerini kurdukları konularda gözlemlenmiştir. Adayların ekonomik sorunlar, maaş zamları, kira, konut, deprem, temel hak ve özgürlükler gibi iç politikaya dair tüm gündemleri seçim süreci kapsamında icraatlar ve vaatler olarak ele aldıkları görülmüştür. Adayların seçmen tercihlerinde de benzerlikler bulgulanmıştır. İkinci tura gelindiğinde her iki adayın da mevcut seçmenlerini konsolide etmek istedikleri, küskün seçmenlerini sandığa götürmeye çalıştıkları, oy kullanmayan ve ilk kez oy kullanacak olan genç seçmenleri ikna etmeye çalıştıkları görülmektedir.

Sonuç olarak adayların siyasal pazarlamada izleyecekleri stratejinin belirlenmesinde adayın iktidarda mı muhalefette mi olduğunun etkili olduğu görülmüştür. Seçim kampanyasında "istikrar" vurgusunu ön plana çıkaran Erdoğan icraatlarına vurgu yaparak hem yararcı stratejiden hem de geçmişe dönük reklam stratejisinden faydalanmıştır. "Değişim" söylemini kampanyasının merkezine alan Kılıçdaroğlu ise vaatlerine vurgu yaparak geleceğe dönük reklam stratejisinden; "karar ver" sloganını kullanarak karar ver türü reklamlardan yararlanmıştır. Her iki adayın da kalabalık miting görüntülerine sıkça vurgu yapmasına istinaden sembolik stratejiden yararlandıkları söylenebilmektedir. Tüm bu pazarlama stratejileri ve kampanyalar sonucunda oy veren seçmenlerin %51,91'i tercihini Erdoğan'ın stratejisinden yani istikrardan yana kullanmıştır.

Yazar katkı oranı ve çıkar çatışması beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Agocuk, P. (2021). Filmlerde küresel siyaset ve siyasal Reklamcılık: No (2012) filmi örneği. Ö. Seçim & D. Çiftçi (Ed.), *Siyasal İletişimciler Diyor ki* içinde (ss. 473-495). Konya: Literatürk Yayınları.

Akar, E. (2010). *Sosyal medya pazarlama: Sosyal web'de pazarlama stratejileri*. Ankara: Efil Yayınları.

Akar, F. (2023). Siyasal seçim kampanyalarında siyasal reklam: 14 Mayıs 2023 seçiminde Ak Parti ve CHP reklamlarının analizi. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 8 (16), 165-182.

Akyol, M. (2015). Seçim kampanyalarında sosyal medya kullanımı: Facebook ve 2014 cumhurbaşkanlığı seçimleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (55), 98-114.

Arıcı, A. (2015). Yeni medya çağında siyasal iletişim: siyasi partilerin ve siyasi parti liderlerinin sosyal medya performansları üzerine araştırma. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 15, 49-67.

Arijeniwa, A. F. & Nwaoboli, E.P. (2023). Setting agenda for public discourse: Examining the impact of social media on political participation amongst Nigerian youths. *International Journal of Multidisciplinary Approach and Studies*, 10 (1), 36-53.

Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim* (3. Basım). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Baines, P. R. & Egan, J. (2001). Marketing and political campaigning: Mutually exclusive or exclusively mutual. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 4 (4), 25-34.

Balcı, Ş. (2007). Negatif siyasal reklamlarda ikna edici mesaj stratejisi olarak korku çekiciliği kullanımı. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17, 73-106.

Barlas, N. (2021). Siyasal iletişimde dijitalleşme: 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanlığı seçimleri üzerine karşılaştırmalı bir Twitter analizi. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 5 (3), 269-285.

Bayer, J. (2020). Double harm to voters: Data-driven micro-targeting and democratic public discourse. *Internet Policy Review*, 9 (1), 1-17.

Bilgin, N. (2006). *Sosyal bilimlerde içerik analizi: Teknikler ve örnek çalışmalar* (2. Basım). Ankara: Siyasal Kitabevi.

Bongrand, M. (1992). *Politikada pazarlama*. F. Ersoy (Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Bossetta, M. & Schmøkel, R. (2023). Cross-platform emotions and audience engagement in social media political campaigning: Comparing candidates' Facebook and Instagram images in the 2020 US election. *Political Communication*, 40 (1), 48-68.

Bostancı, M. (2014). Siyasal iletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3 (3), 84-96.

Çankaya, E. (2008). *İktidar bu kapağın altındadır: Gösteri demokrasisinde siyasal reklamcılık*. İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Çavuşoğlu, H. & Aslan, B. (2023). Sosyal medyadaki politik pazarlama faaliyetlerinin Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi öğrencileri üzerindeki etkisine yönelik bir çalışma. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 24 (3), 173-196.

Doğu Öztürk, İ. & Zeybek, B. (2020). Siyasal iletişim kampanya aracı olarak video içerik paylaşım ağı Youtube: 23 Haziran 2019 yerel seçimi üzerine bir değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 35, 92-114.

Egbulefu, C.C. & Emeke, P.N. (2023). Political digital advertising: Implications and way forward for Nigeria's 2023 general elections. *KIU Interdisciplinary Journal of Humanities and Social Sciences*, 4 (1), 331-349.

Eraslan, M. C. (2022). Siyasal reklam ve sosyal medya: siyasi partilerin sosyal medya kullanımları üzerine inceleme. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 8 (2), 191-206.

Erdoğan, R. T. [@RTErdogan]. (t.y.). Tweets & replies [Twitter profili]. Twitter. <https://x.com/RTErdogan?s=20> (Erişim Tarihi: 30.05.2023).

Güçdemir, Y. (2017). *Sosyal medya: Halkla ilişkiler, reklam ve pazarlama*. İstanbul: Derin Yayınları.

Gürbüz, G. & Bilecen, N. S. (2023). Sosyal medyada siyasal reklamcılık: 14 Mayıs 2023 seçimleri üzerine facebook içerik çözümlemesi. *Türkiye Medya Akademisi Dergisi*, 3 (6), 86-118.

Hanson, G., Haridakis, G. H., Cunningham, A. W., Sharma, R. & Ponder, J. D. (2010). The 2008 presidential campaign: Political cynicism in the age of Facebook, MySpace, and YouTube. *Mass Communication and Society*, 13 (5), 584-607.

İli, B. (2023). Dijital siyaset aracı olarak 'YouTube': 'Babala TV' 'Mevzular Açık Mikrofon' programına yönelik bir araştırma. *Etkileşim*, 12, 484-505.

Kapani, M. (2012). *Politika bilimine giriş*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.

Kaplan, E. (2013). *2011 genel seçimlerinde, adalet ve kalkınma partisi ve cumhuriyet halk partisi tarafından uygulanan politik tutundurma yöntemlerinin ankara ili seçmenleri üzerindeki oy etkisi.* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Karahan Adalı, G. (2022). Twitter paylaşımları üzerinden online rezervasyon sistemlerinin metin madenciliği yöntemleri ile incelenmesi. Y. Yıldırım (Ed.), *Disiplinlerarası boyutlarıyla hizmet işletmeleri içinde* (ss. 131-145). Konya: Eğitim Yayınevi.

Karayel Bilbil, E. & Çelikkol, N. (2015). Siyasette markalaşmak: 2014 cumhurbaşkanlığı seçimi adaylarının siyasal marka olarak konumlandırılmasının analizi. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 11 (43), 231-250.

Kellner, D. (2010). Celebrity diplomacy, spectacle and Barack Obama, *Celebrity Studies*, 1 (1), 121-123.

Kılıçdaroğlu, K. [@kilicdaroglu]. (t.y.). Tweets & replies [Twitter profili]. Twitter. <https://x.com/kilicdaroglu?s=20> (Erişim Tarihi: 30.05.2023).

Kolovos, I., & Harris, P. (2005). Political marketing and political communication: The relationship revisited. University of Otago. <http://hdl.handle.net/10523/1463> (Erişim Tarihi: 01.08.2023).

Kushin, M. J. & Yamamoto, M. (2010). Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election. *Mass Communication and Society*, 13 (5), 608-630.

Lees-Marshment, J. (2001). The marriage of politics and marketing. *Political Studies*, 49, 692-713.

Mathur, A. & Moschis, G.P. (2022). How do information sources shape voters' political views? Comparing mainstream and social-media effects on democrats, republicans, and the undecided. *Journal of Advertising Research*, 62 (2), 176-195.

Meriç, Ö. (2017). Çevrimiçi siyasal iletişim üzerine bir literatür değerlendirmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 9 (4), 25-39.

Minucci, S. & Mascheroni, G. (2010). European elections in the Italian web sphere: Campaigning 2.0. *CEU Political Science Journal*, 2, 187-201.

Mutlu, E. (2008). *İletişim sözlüğü* (5. Basım). Ankara: Ayraç Yayınları.

Newman, B. I. (2017). *Siyasette pazarlama devrimi: Son Amerikan başkanlık kampanyaları etkili pazarlamaya dair bize ne öğretebilir?*. E. T. Kocabıyık (Çev.). Ankara: Nobel Yaşam.

Okmeydan, C. K. (2013). Partiler, sosyal medyaya ilgisiz. *Bilişim Dergisi*, 41 (157), 22-23.

Onat, F. & Okmeydan, C.K. (2015). Politik halkla ilişkilerde sosyal medya kullanımı: 30 mart 2014 yerel seçimleri ve 10 ağustos 2014 cumhurbaşkanlığı seçimleri. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 23, 79-95.

Osuagwu, L. (2008). Political marketing: Conceptualisation, dimensions and research agenda. *Marketing Intelligence & Planning*, 26 (7), 793-810.

Özkan, A. (2007). *Siyasal iletişim stratejileri*. İstanbul: Tasam Yayınları.

Özkan, N. (2007). *Türkiye ve dünyadan örneklerle seçim kazandıran kampanyalar*. 3. Baskı. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Polat, C. (2015). *Siyasal pazarlama ve iletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.

Resmî Gazete. 31 Mart 2023 tarih ve 32149 sayılı Resmî Gazete, <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2023/03/20230331-24.pdf> (Erişim Tarihi: 01.07.2023).

Reveilhac, M. & Morselli, D. (2021). The impact of social media use for elected parliamentarians: Evidence from politicians' use of Twitter during the last two Swiss legislatures. *Swiss Political Science Review*, 29, 96-119.

Quintelier, E. & Vissers, S. (2008). The effect of internet use on political participation an analysis of survey results for 16-year-olds in Belgium. *Social Science Computer Review*, 26 (4), 411-427.

Scammell, M. (1999). Political marketing: Lessons from political science. *Political Studies*, 47, 718-739.

Seçim, M. Ö. (2016). Sosyal medyanın bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılması: Adnan Menderes Üniversitesi iletişim fakültesi öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 422-434.

Siyasi Partiler Kanunu (1983, 22 Nisan). *Resmî Gazete* (Sayı: 2820), <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.2820.pdf> (Erişim Tarihi: 27.11.2023).

Sönmez, M. F. & Akmeşe Demir, Z. (2023). Siyasal reklamlarda kullanılan temalara göstergebilimsel bir yaklaşım: 2023 cumhurbaşkanlığı seçiminde Cumhuriyet Halk Partisi'nin "Sana Söz" reklam filminin analizi. *RumeliDE Dil ve Edebiyat Araştırmaları Dergisi*, (36), 872-886.

Strömback, J., & Kioussis, S. (2011). *Political public relations: Principles and applications*. London: Routledge.

Şen, F.A. & Şen, Y. F. (2023). Türkiye'de dijital siyaset: Siyasal partilerin dijital demokrasi pratikleri. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10 (2), 490-509.

Taluk, Ş. (2019). *Seçim nasıl kazanılır? 101 tavsiye*. İstanbul: Kırmızı Kedi Yayınevi.

Tan, A. (2002). *İlke ve uygulamalarıyla politik pazarlama*. İstanbul: Papatya Yayıncılık.

Tanusondjaja, A., Michelon, A., Hartnett, N. & Stocchi, L. (2023). Reaching voters on social media: Planning political advertising on Snapchat. *International Journal of Market Research*, 65 (5), 566–580.

Tarhan, A. & Fidan, Z. (2016). Siyasal iletişimde sosyal medyanın kullanımı: 7 Haziran-1 Kasım 2015 genel seçimleri Twitter örneği. Ş. Balcı (Ed.), *7 Haziran'dan 1 Kasım'a Türkiye'de siyasal iletişim uygulamaları içinde* (ss. 401-440). Konya: Literatürk Academia.

Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. İstanbul: İmge Kitabevi.

Uslu, Z. K. (1996). Siyasal iletişim ve 24 aralık 1995 genel seçimleri. *Yeni Türkiye Dergisi*, 2 (11), 790-802.

Uztuğ, F. (1999). *Siyasal marka: Seçim kampanyaları ve aday imajı*. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Uztuğ, F. (2004). *Siyasal iletişim yönetimi: Siyasette marka yaratmak*. 3. Baskı. İstanbul: MediaCat Yayınları.

Ünlü, Ç. Y. (2015). Amerikanvari seçim sonu konuşmalarının milli bir örneği olarak “balkon konuşmaları”: 2014 cumhurbaşkanlığı seçimi konuşması üzerine retoriksel bir analiz. *İleti-ş-im*, 23, 67-95.

Vaccari, C. & Valeriani, A. (2021). *Outside the bubble: Social media and political participation in Western democracies*. New York: Oxford University Press.

Vankov, N. (2013). The strategic dimensions of political marketing. *Economic Alternatives*, 3, 74-80.

Yılmaz, H. S. (2013). *Siyasal nefret söylemi ve medya: Haberden söyleme kısa bir yolculuk*. Konya: Literatürk Yayınları.

Zeybek, B. (2016). *Siyasal reklam, ikna ve retorik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Yayın Geliş Tarihi: 04.08.2023
Yayına Kabul Tarihi: 12.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.0.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1337767>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 177-207
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ERKEN DÖNEM ŞEMALARIN İLETİŞİM BECERİLERİNİN GELİŞİMİNDEKİ ROLÜ: ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Neslihan ÖZMELEK TAŞ*

Ayşen TEMEL EĞİNLİ**

Öz¹

Şemalar kişilerin yaşamlarının ilk yıllarında edindikleri bilgi, tecrübe ve bir bakıma bilişsel kalıplar olarak ortaya çıkan ve kişilerin tüm yaşam deneyimleri boyunca sergileyecekleri tutum ve davranışları belirleyen unsurlardır. Bireyler henüz dünyayı yeni algılamakta kendilerine bakım veren kişi/kişilerin onlara yönelttikleri sözler, davranışlar ya da herhangi bir tutum onların gelecekte ortaya çıkacak kişiliklerini şekillendirebilmektedir. Yaşam eğrisinin başlangıcında insanlar temel ihtiyaçlarından sonra güvenli bir şekilde bağlanma ihtiyacı hissetmeye ihtiyaç duymaktadır. Bağlanmaya ilişkin temel ihtiyaçları eksik kalmış ya da hiç oluşmamış kişilerin erişkinlik dönemlerinde doğru ve sağlıklı kişilerarası ilişkiler kurmaları güçleşebilmektedir. Erken dönem uyumsuz şemalar, bireylerin ileriki yaşamlarındaki iletişim becerileri de dahil olmak üzere birçok sosyal ve bilişsel süreci üzerinde etki oluşturabilmektedir. Bu çalışma kapsamında, erken dönem uyumsuz şemalar ile iletişim becerileri arasındaki ilişki incelenmiş ve cinsiyetlere göre farklılıklarına ilişkin analizler yapılmıştır. Bu amaçla Young şema ölçeği kısa formu kullanılarak katılımcıların erken dönem uyumsuz şemaları tanımlanmış, Ersanlı ve Balcı (1998)'nin oluşturduğu iletişim becerileri ölçeği kullanılarak zihinsel, duygusal ve davranışsal boyutlardaki iletişim becerileri belirlenmiştir. Sonuçta katılımcıların erken dönem uyumsuz şemalar ile iletişim becerileri arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu, şemalar arttıkça iletişim becerilerinin azaldığı belirlenmiştir. Bu bağlamda kişilerin erken yaşam dönemlerinde edindikleri

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Özmelek Taş, N. & Temel Eginli, A. (2024). Erken dönem şemaların iletişim becerilerinin gelişimindeki rolü: üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 177-207.

*Arş. Gör. Dr., Pamukkale Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ORCID: 0000-0002-6348-2495, nozmelek@pau.edu.tr

**Prof. Dr., Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ORCID: 0000-0003-4830-4524, aysen.temel.eginli@ege.edu.tr

¹Bu makale Neslihan Özmelek Taş'ın Prof. Dr. Ayşen Temel Eginli danışmanlığında tamamlanan doktora tez çalışmasından üretilmiştir. Araştırma Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 08.04.2020 tarih 5/5 sayılı ve 566 Protokol numaralı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur.

olumsuz deneyimlerin onların ileriki yaşam süreçlerinde gerçekleştirecekleri kişilerarası ilişkilerine zarar verebileceği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Şema, Erken Dönem Uyumsuz Şemalar, İletişim becerileri, Kişilerarası İlişkiler, Kişilerarası İletişim.

THE ROLE OF EARLY SCHEMAS IN THE DEVELOPMENT OF COMMUNICATION SKILLS: A RESEARCH ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Schemas are the elements that emerge as the knowledge, experience, and cognitive patterns that people acquire in the first years of their lives and that determine the attitudes and behaviors that people will exhibit throughout their entire life experiences. While individuals are just perceiving the world, the words, behaviors, or any attitude directed to them by the person(s) who care for them can shape their future personalities. At the beginning of the life cycle, people need to feel the need to be securely attached to their basic needs. It may be difficult for people whose basic needs for attachment are missing or not formed at all to establish correct and healthy interpersonal relationships in adulthood. Early maladaptive schemas can have an impact on many social and cognitive processes, including the communication skills of individuals in later life. Within the scope of this study, the relationship between early maladaptive schemas and communication skills was examined and analyzes were made regarding differences according to gender. For this purpose, early maladaptive schemas of the participants were defined using the short form of the Young schema scale, and communication skills in mental, emotional, and behavioral dimensions were determined using the communication skills scale created by Ersanlı and Balcı (1998). As a result, it was determined that there was a negative relationship between the early maladaptive schemas of the participants and their communication skills, and as the schemas increased, their communication skills decreased. In this context, it has been revealed that the negative experiences of people in their early life periods can harm their interpersonal relationships in their later life.

Keywords: Schema, Early Maladaptive Schemas, Communication skills, Interpersonal Relations, Interpersonal Communication.

GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insan, içerisinde bulunduğu ortamda var olabilmek, diğerleriyle etkileşim kurabilmek için iletişim kurma ihtiyacı hissetmektedir. Bireyler iletişim kurmaya en yakın çevrelerinden gördükleri, öğrendikleri, bilgi ve deneyimlerinin bir birikimi sonucunda başlamaktadır. Bu yaşam örüntüleri onların kişilerarası iletişimlerinin belirleyicilerinin başında gelmektedir.

Bireylerin erken yaşam deneyimlerinin kümülatif bir sonucu olarak zihinlerinde yaşama ve ilişkilerine dair şemalar oluşmaktadır. Bunlardan bireylerin yaşamlarını olumsuz etkileyenlerine, erken dönem uyumsuz şemalar adı

verilmektedir. Dolayısıyla, uyumsuz şemalar, kişinin kendisine ve diğer insanlarla ilişkilerine ilişkin anıları, duyguları, bilgisi ve algılarından oluşan durağan bir örüntü kümesidir (Young, Klosko & Weishaar, 2003, s.7) Kişilerin yaşamlarında ortaya çıkan uyumsuz şemaların ana ayırt edici özellikleri ise şu şekilde bir yol izlemektedir; ilk olarak, bir çocuğun aile üyeleriyle iletişim sürecindeki etkileşiminin bir sonucu olarak ortaya çıkan işlevsel olmayan deneyimler; ikincisi, şemaların kendilerini çevreleyen gerçeklik hakkında olgusal bilgi olarak algılanması; üçüncüsü ise, oluşan şemaların dış etkenler tarafından aktivasyonudur (Karaush & Kupriyanova, 2022).

Young, vd. (2003, s. 10)'a göre kişilerin başkalarına güvenli bağlanma, özerklik, yeterlilik ve kimlik duygusu, ihtiyaç ve duyguları ifade etme özgürlüğü, kendiliğindenlik ve oyun, gerçekçi sınırlar ve özdenetim olmak üzere beş temel duygusal ihtiyacı tam olarak karşılanmadığında kişilerin erken dönem uyumsuz şemaları ortaya çıkabilmektedir.

Erken dönem uyumsuz şema literatüründe cinsiyetin erken dönem uyumsuz şemaların oluşumunu önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur (Irkörücü, 2016). Erken yaşam dönemlerinde ebeveynlerin kız ve erkek çocuklarına yönelik uyguladığı tutum ve davranışlar onların gelecek yaşam deneyimlerinde etkili olabilmekte ve uyumsuz şemalarının oluşmasına zemin hazırlayabilmektedir (Güler & Yüksel, 2021).

Kişilerin diğerleri ile ilişkilerinde iletişim becerileri ön plana çıkmaktadır. Duygusal, davranışsal ve zihinsel bakımdan kişilerarası iletişimi etkileyen bu faktörler çeşitli unsurlar temelinde ilişkilerin başlangıç, gelişim ve sona erme aşamalarını etkilemektedir. Doğduğu andan itibaren çevresiyle iletişim kurmaya çalışan insan sürekli olarak gelişen ve artan kişilerarası iletişime sahip olmaktadır. Ancak bireylerin yaşamlarının erken dönemlerinde edindikleri şemalar yaşamlarının ilerleyen dönemlerindeki iletişimleri üzerinde çeşitli sonuçlar oluşturabilmektedir.

Bu noktada, bu çalışmanın amacı, kişilerin sahip olduğu şemaların, onların iletişim becerilerini ne yönde etkilediğini ortaya koymak ve cinsiyetlere göre farklılıkları incelemektir.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Şemalar, etki alanı hakkında en yüksek düzeyde genellemeler veya soyutlamalar olan hiyerarşik olarak düzenlenmiş bilgi yapıları, genellemeler içinde yer alan daha spesifik bilgi kategorileri ve en düşük hiyerarşi seviyesindeki kategorinin spesifik örnekleri olarak görülürler. Şemalar, uzun süreli bellekte depolanan içeriğe özgü, bilgi organizasyonlarıdır (Cantor, 1990, s.736). Şemalar deneyimlerden türetilmiştir ve bir kişinin bir nesneyi veya olayı anlamasını yansıtır. Belleğe bir kez yerleştiklerinde, bir kişinin şunları yapmasını sağlayan çerçeveler organize ederler (Stein, 1995, s.187):

- Seçici olarak tek bir uyarana odaklanmak;

- Çıkarımlar yapmak ve uyarana anlam yüklemek;
- Daha sonra kullanmak üzere ilgili bilgileri hafızada saklamak;
- Tutarlı ve amaçlı bir tepkiyi planlamak ve uygulamak.

Erken dönem uyumsuz şemalar, gelişimin erken dönemlerinde başlayıp yaşam boyunca tekrar eden, öz-yıkıcı duygusal ve bilişsel kalıplar olarak tanımlanmakta ve bireyin ihtiyaçlarının ciddi ölçüde karşılanmadığı, zedeleyici erken dönem deneyimleri sonucunda oluşmaktadır (Rafaeli, Bernstein & Young, 2019, s. 19). Bu şemalar çocukluk deneyimleri sırasında (genellikle çocuğun yaşamı üzerinde iç etkiye sahip olan) oluşur ve bireyin çevresel olaylara vereceği yanıtı kontrol eder. Her ne kadar bu faktörler toplumla ilgili olsa da, okul ve akranlar bu şemaları şekillendirmede etkili olmakla birlikte, etkileri aile faktörlerinin etkisiyle aynı değildir (Heravi, Hashemibaghi, Kouhi & Sheikhi, 2019, s. 28). Erken dönem uyumsuz şemalar, benlik ve çevresel bilgi işlemeyi işlevsiz bir şekilde yönlendiren diğerleri hakkındaki temel inançları (koşulsuz varsayımlar) temsil eder, böylece öz algıyı etkiler ve kişilerarası ilişkileri etkiler (Pinto-Gouveia, Castilho, Galhardo & Cunha, 2006, s. 572).

“Bilişsel gelişim alanında bir şema kişilerin kavramları açıklamasına yardımcı, algılamaya aracı ve cevaplara bir kılavuz olma ya da gerçekliği açıklayan örüntü biçiminde tanımlanmaktadır (Young, Kolosko & Weishaar, 2019, s.26-27).”

Literatür incelendiğinde Jeffrey Young ve arkadaşlarının oluşturmuş olduğu toplam 18 erken dönem uyumsuz şema üzerinde durulmaktadır (Davoodi, Wen, Dobson, Noorbala, Mohammadi & Farahmand, 2018; Dozois, Martin & Faulkner, 2013; Drummond & Gatt, 2018; Gong & Chan, 2018; Haugh, Miceli & DeLorme 2017; Khosravani, Sharifi Bastan, Samimi Ardestani & Jamaati Ardakani, 2017). Bunlar aşağıdaki gibi 5 şema alanında gruplandırılmıştır (Ahmadpanah, Astinsadaf, Akhondi, Haghghi, Sadeghi Bahmani, Nazaribadie, Brand, 2017, ss. 72–73; Kavakli vd., 2017, s. 174; Young vd., 2009, s.33-43; Young, vd., 2019, ss. 35–47; Rafaeli vd., 2019, ss. 25–34):

Tablo 1. Beş Temel Şema Alanı ve On Sekiz Temel Şema

"Kopukluk, Ayrılma ve Dışlanma/Reddedilme Şema Alanı"
<ul style="list-style-type: none"> • "Terk Edilme / İstikrarsızlık" • "Güvensizlik / İstismar Edilme" • "Duygusal Yoksunluk" • "Kusurluluk / Utanç" • "Sosyal İzolasyon / Yabancılaşma"
"Zedelenmiş Özerklik ve Performans Şema Alanı"
<ul style="list-style-type: none"> • "Bağımlılık/Yetersizlik" • "Hastalıklar ve Zarar Görme Karşısında Dayanaksızlık" • "İç içe Geçme/Gelişmemiş Benlik" • "Başarısızlık"
"Zedelenmiş Sınırlar Şema Alanı"
<ul style="list-style-type: none"> • "Haklılık / Üstünlük" • "Yetersiz öz-denetim/Öz disiplin"
"Başkalarına Yönelimlilik Şema Alanı"
<ul style="list-style-type: none"> • "Boyun Eğicilik" • "Onay Arayıcılık/Kabul Arayıcılık" • "Kendini Feda"
"Aşırı Tetikte Olma ve Baskılama/Ketleme Şema Alanı"
<ul style="list-style-type: none"> • "Olumsuzluk/Karamsarlık" • "Duyguların Bastırılması" • "Yüksek Standartlar/Aşırı Eleştiricilik" • "Cezalandırıcılık"

Kaynak: Rafaeli vd. (2019, ss.25-34)'ten uyarlanmıştır.

Yukarıdaki Tablo 1'de görülen beş temel şema alanı ve bunların alt kısmında yer alan 18 şemaya ilişkin açıklamalar aşağıda yer almaktadır (Davoodi vd., 2018; Dozois, vd., 2013; Drummond & Gatt, 2018; Gong & Chan, 2018; Haugh, vd., 2017; Khosravani, vd., 2017; Rafaeli vd., 2019, ss. 25–34) :

- **Kopukluk, Ayrılma ve Dışlanma/Reddedilme Şema Alanı:** Bu alanda şemaları olan bireyler, başkalarıyla güvenli, tatmin edici bağlar kuramazlar. Bu alanda şemaları olan bireyler başkalarıyla güvenli ve tatmin edici ilişkiler oluşturamamakla birlikte, istikrar, güven, duygusal olarak tatmin edici bir ilişki, ait olma ve sevgi ihtiyaçlarının karşılanmayacağına dair inançları vardır.
- **Zedelenmiş Özerklik ve Performans Şema Alanı:** Ailelerden gelen köken, çocuğun kişilerarası etkileşimlerde bulunabileceği sosyal alanlarda yeteneklerini göstermede ona engel olabilecek durumlar tuzağa düşürmek, çocuğun güven duygusunu zedelemek, aşırı korumacı olmak veya çocuğu desteklememek olarak belirtilmektedir. Bu durumlarda, kişinin bağımsız olarak algılanan, var olma ve işlev görme ve kendini başarılı bir şekilde ortaya koyma yeteneği, kendisi ve çevresi hakkında beklentileri ile çelişmektedir.

- **Zedelenmiş Sınırlar Şema Alanı:** Bu alanda şemaları olan bireyler, içsel sınırlar, başkalarına karşı sorumluluklar veya uzun vadeli hedef yönelimleri konusunda eksikliklere sahiptir. İletişimde buldukları diğer kişilerin haklarına saygı gösterme, onlarla iş birliği yapma, vaatlerde bulunma veya rasyonel kişisel hedefler belirleme ve bunlara ulaşmada başarılı olamamaktadır.
- **Başkalarına Yönelimlilik Şema Alanı:** Bu şema alanı bulunan bireyler kendilerinin gereksinimleri olsa dahi başkalarının tutku, duygu ve tepkilerine aşırı odaklanma olarak açıklanmaktadır.
- **Aşırı Tetikte Olma ve Baskılama/Ketleme Şema Alanı:** Bireyler bu alandaki şemalara sahip olduklarında kendiliğinden ortaya çıkan duygusal ve dürtüsel durumlarını baskı altına almaktadır. Genelde bireyler, kendi yaşamlarıyla ilgili katı ve içselleştirilmiş kurallara, mutluluk, kendini ifade, gevşeme, yakın ilişkiler veya sağlık durumları pahasına uymaya çalışmaktadırlar.

İçerisinde bulunduğu toplumun bir parçası olarak insan, etkileşim sağlayarak diğerleri ile ilişkiler kurabilmekte bu sayede çevresini tanıyabilmektedir. Geçmişten günümüze gelen kültürel ve iletişimsel miras bugünün iletişim rutinlerini de etkileyebilmektedir. Laswell (1948)' e göre bireylerin toplum içerisindeki iletişim süreci üç işlevi yerine getirmektedir. Bunlar: (a) çevrenin gözetlenmesi, topluluğun içindeki bileşenlerinden tehditlerin ve fırsatların öğrenilmesi (b) çevreye tepki vermede toplumun değer bileşenlerine uygunluk ve (c) sosyal mirasın aktarımı şeklinde ortaya çıkmaktadır.

İnsanların bir arada yaşayabilmeleri için en önemli ihtiyaçlarından biri iletişimdir. İletişim kelimesi, Latince'de "*ortak*" anlamının karşılığı olan "*communis*" kelimesinden türemiştir. İletişim, diğer insanlarla farklı biçimlerde bilgi alışverişi işlemidir (De Giacomo, Craig, Terenzio, Coppola, Campa ve Passeri 2016, s. 2). İletişim tanımlarına bakıldığında, iletişim ortak bir anlayış, bilgi alış verişinden kaynaklanmadığı sürece, iletişimin gerçekleşmediğine dikkat çekilmektedir (Lunenburg, 2010, s. 1).

İletişim, günlük rutinlerimizin hayati bir parçasıdır (Worth, 1998, s. 1). İletişim, ilk insan ve insanlarla birlikte ortaya çıkan ve sürekli gelişen insani ve toplumsal olgudur (Doğan, 1998, s. 45; Dalkılıç, 2004, s. 24). Bu noktada kişiler diğerleriyle etkileşimin gerçekleşmesini sağlayacak, sosyal durumlar bakımından kabul edilebilir olan-reddedilmeye engel-davranış şekillerini ortaya koymak istemekte ve bu davranış şekilleri ise kendisini iletişim becerileri göstermektedir (Erözgen, 2005, s. 60).

İletişimde etkili olmak için, güvenilebileceğiniz birkaç beceri bulunmaktadır. Seçtiğiniz beceri, durumunuza, iletişiminizin alıcısına ve iletmeniz gereken bilgilere bağlı olacaktır. İletişim becerileri iletişimin etkili bir şekilde gerçekleşmesi ve önüne çıkabilecek engelleri kaldırmak için kullanılan araçlar olarak ifade edilebilmektedir. İletişimin önüne çıkabilecek bu engeller kültür farklılıkları, çeşitli beklentiler, kişisel

deneyimler, bakış açısına yönelik farklar veya iletişim stillerinde görülen değişkenlikler şeklinde olabilmektedir (McPheat, 2010).

İletişim becerisi; bireylerin diğerleri ile olan etkileşimleri sırasında kişilerin ihtiyaçlarını, haklarını göz ardı etmeden açık bir şekilde iletişim kurmayı amaçlamaktadır (Hargie, 2011, ss. 4–11). Gordon (1992)’a göre iletişim becerileri; edilgin sessizlik, kabul tepkileri, kapı aralayıcılar, konuşmaya çağrı ve etkin dinleme olarak açıklanmakta ve bunların iletişimi kolaylaştıran etmenler olduğu vurgulanmaktadır (akt. Korkut, 1996, s. 19).

Ersanlı ve Balcı (1998, s. 8), ise iletişimin daha verimli olmasını sağlayan becerileri etkili dinleme ve etkili tepki verme biçiminde ele almışlardır. Ceyhan (2006) etkili iletişim kurma becerilerini; “bir cevap verme, konuşmacının duygularını ve düşüncelerini yansıtmaya, yönlendirici olmayan açık sorular sorma, sözsüz ipuçlarını keşfetme, mesajlara doğru yanıt verme, dinlemeye istekli olma, göz teması kurma, anlamaya odaklanma, düzeltici geri bildirim verme, cevap verme becerisi gerektirir. ”Mesajları, kendini açıklama, empatik anlayışı gösterme, eleştiriye olumlu cevap verme, iddialı davranışlar sergileme, çatışmaları yönetme ve problemleri uygun şekilde çözme ve koşulsuz kabul gösterme” olarak ifade etmektedir (Ceyhan, 2006, s. 368). McKay, Davis & Fanning (2006) iletişim becerilerini altı kategori ve bunların alt bileşenleri şeklinde açıklamaktadır, bunları aşağıdaki Tablo 2’de görmek mümkündür:

Tablo 2. İletişim becerileri bileşenleri

Temel Beceriler	Gelişmiş Beceriler	Çatışma Becerileri	Sosyal Beceriler	Aile Becerileri	Toplumsal Beceriler
Dinleme	Beden dili	Kendini ortaya koyabilme eğitimi	Önyargı	Cinsel iletişim	İnsanları etkileme
Kendini açma	Konuşmanın sözel olmayan öğeleri ve üst iletiler	Adil kavga	İlişki kurma	Çocuklarla iletişim kurmak	Küçük gruplar
İfade etme	Gizli gündemler, karşılıklı davranışsal çözümleme, dili anlaşılır kılmak, kültür ve toplumsal cinsiyet	Pazarlık etme		Aile içi iletişim	Toplum önünde konuşma, görüşme yapma

Kaynak: McKay, vd., (2006)’dan yararlanılarak oluşturulmuştur.

Tablo 2'ye göre, iletişim becerileri altı kategoride incelenebilmektedir. Bunlar; temel beceriler, gelişmiş beceriler, çatışma becerileri, sosyal beceriler, aile becerileri ve toplumsal beceriler'dir. İletişim becerileri kişilerin ortaya koyduğu zihinsel, duygusal ve davranışsal boyutlarda incelenebilmektedir (Ersanlı & Balcı, 1998). Aşağıdaki iletişim becerileri boyutları Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilen İletişim Becerileri Ölçeği maddelerinden yararlanarak oluşturulmuştur:

- **Zihinsel (Bilişsel) Beceriler:** Anlamak, anlatmak ve anlaşmak,
- **Duygusal Beceriler:** Karşıdaki kişinin ruhsal ve duygusal durumunu hissetmek,
- **Davranışsal Beceriler:** İletişim kurulan kişilerin beklenti ve ihtiyaçlarına yönelik tutum ve davranışlar ortaya koyabilmektir.

Kişilerin iletişim kurma süreçleri boyunca sergiledikleri tutum ve davranışlar onların iletişim becerilerini ortaya koymaktadır. Kişiler, empatik iletişim, ikna edici iletişim veya sözsüz iletişimin unsurlarından (beden dili) yararlanarak kişilerarası ilişkilerini sürdürebilmektedir. Kişilerarası ilişkilerin sürdürülmesi bireylerin etkin bir kişilerarası iletişim süreci ortaya koymalarına bağlıdır. Bu noktada kişilerarası iletişim kavramını açıklamakta yarar vardır. Kişilerarası iletişim kavramında yer alan, kişilerarası "interpersonal" kelimesi Latince kökenli bir kelime olup "kişiler arasında" anlamına gelmekte, İngilizce'de "between persons" anlamında kullanılmaktadır. İletişim kelimesi de paylaşmak anlamına gelen Latince kökenli "communicate" ve İngilizce "communication" kelimeleri ile ifade edilmektedir. Bu kelimelere dayanarak ortaya çıkan kişilerarası iletişim "interpersonal communication" iki kişi arasında isteyerek veya istemeden gelişen ilişkilerin, kişisel olmayandan kişisel olana doğru hareket etmesi ile bir kişinin diğerini daha iyi tanımaya başladığı, işlevsel paylaşımların değişimi anlamına gelmektedir (Gürüz & Temel Eginli, 2008b, ss. 49-50).

Şemalar kişilerarası ilişkilerin oluşması ve sürdürülmesi sürecinde temel yapı taşları olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla erken dönem uyumsuz şemalar kişilerin bilişsel, duygusal ve davranışsal kişilerarası iletişim becerilerini adeta geçmişten gelen klavuz çizgileri gibi şekillendirebilmektedirler. Kişiler arası ilişkiler, sahip olduğunuz en önemli varlıklarla ilişkilidir, anlamlı ve tatmin edici ilişkiler kurma yeteneği büyük ölçüde kişilerarası iletişim yetkinliğine bağlıdır (DeVito, 2014, s.196). Kişiler arası ilişki ya da diğer bir deyişle bağlantı, insanların hayatta kalması için gereklidir. Diğer canlı türlerinin yavrularıyla karşılaştırıldığında, insan yavruları çok olgunlaşmamış bir halde doğarlar ve olgunlaşırken büyük bir özen isterler. Hayatta kalmayı garantilemek için, insanların gruplar oluşturma ve iş birliği yapma konusunda doğuştan gelen bir biyolojik dürtüsü vardır. Böylece grup içinde kendimizi daha güvende hissederiz (Gilbert, 2010). Grup içinde yani kişilerarası ilişkilerin bulunduğu ortamda bireyler geçmişten getirmiş oldukları bilişsel şemalarını kullanarak kişilerarası ilişkilerini düzenlemekte, yorumlamakta ve bu zihinsel şablonlara dayalı olarak kendileri ve diğerleri hakkındaki kararlarına yön vererek ilişkilerini sürdürmektedir.

Thimm (2013)'e göre kişilerarası ilişkilerde kişilerin erken dönem uyumsuz şemaları tetiklendiğinde, kişiler kendilerine acı veren duygularını yönetebilmek için uyumsuz stratejiler kullanılabilmektedir. Bu durum ise, kişilerarası iletişimlerinde ve ilişkilerinde sorunların ortaya çıkmasına sebep olabilecektir. Bu bağlamda, şemalar kişilerarası ilişkilerde olumsuz etkilere sahip olabilmekte ve kişilerin iletişim süreçlerinde erken dönem olumsuz etkileşim yapılarını yansıtmaktadır. Dolayısıyla geçmişten gelen erken dönem uyumsuz şemalar kişilerin güncel iletişim becerileri üzerinde olumlu veya olumsuz yansımalar oluşturabilecek ve bu durum onların kişilerarası iletişim becerilerini ve kişilerarası ilişki süreçlerini etkileyebilecektir.

Bu çalışma ile ortaya konulmak istenen bireylerin yaşamlarının erken dönemlerinde istemsizce edindikleri uyumsuz şemalarının onların gelecekteki kişilerarası iletişim becerileri üzerinde ne yönde rol oynadığını analizlerle görünür kılmaktır.

Bu doğrultuda oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir:

Tablo 3. Araştırmanın Hipotezleri

Hipotezler	Beklenen Etki	Sonuç
H1: Şemalar ve İletişim becerileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	-	KABUL
H2: Şemalar ile İletişim becerilerinin davranışsal boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	-	KABUL
H3: Şemalar ile İletişim becerilerinin zihinsel boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.	-	KABUL
H4: Şemalar ile İletişim becerilerinin duygusal boyutu ile anlamlı bir ilişki vardır.	+	KABUL
H5: Şema Alt Boyutları ile İletişim becerileri alt boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	-	KABUL
H6: Kadın ve Erkeklerin Şemalara yönelik algılarına ilişkin olarak cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık vardır.	+	RED

H7: Kadın ve Erkeklerin İletişim Becerilerine yönelik algılarına ilişkin olarak cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

+ KABUL

Araştırmanın amacı kapsamında oluşturulan ve Tablo 3'te yer alan hipotezler arasında negatif veya pozitif yönde ilişkinin var olduğunun ortaya çıkması beklenmektedir. Kişilerin erken dönem uyumsuz şemalarının varlığı arttıkça yani YŞÖ'den daha yüksek puan aldıkları takdirde iletişim becerilerindeki başarılarının azalacağı öngörülmektedir.

YÖNTEM

İletişim becerileri kişilerin yaşamlarında yer alan diğerleri ile olan ilişkilerini kurabilmeleri ve sürdürebilmeleri konularında onlara rehberlik etmektedir. Araştırmanın temel amacı, şemaların iletişim becerileri ile olan ilişkisini incelemektir. Araştırmada nicel bir yöntem olan anket yöntemi kullanılmıştır. Nicel araştırma, sayısal veri toplamaya ve onu insan grupları arasında genelleştirmeye veya belirli bir fenomeni açıklamaya odaklanmaktadır (Babbie, 2010). Araştırmanın desenini ilişkisel taramadır. Bu desende iki nicel değişken arasındaki ilişki, bir korelasyon katsayısı temelinde açığa çıkarılmaktadır (Fraenkel, Wallen ve Hyun, 2012).

Örnekleme

Örnekleme seçme yöntemi olarak uygun örnekleme tekniği kullanılmıştır. Uygun örnekleme yönteminde katılımcılar kolay ulaşılabilen, araştırmaya uygun ve gönüllü kişiler arasından seçilir (Gravetter ve Forzano, 2012). Dolayısıyla araştırma kapsamında hem veri bakımından uygun hem de ulaşılma imkânı olan kişiler katılımcı olarak seçilmektedir.

Anket çalışması üniversite 1. Sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Yaş aralığı olarak 17-19 yaş aralığında oldukları öngörülse de öğrencilerin üniversiteyi kazanma yılları, derslerini ilk yılda tamamlayamama durumları ile karşılaşmış, bu nedenle yaş aralığı 17-23 aralığında ortaya çıkmıştır. Bu noktada önem arz eden öğrencinin Lisans eğitiminin ilk yılında bulunmasıdır. Araştırmanın kısıtlılıkları (zaman, ulaşılma, erişim) göz önünde bulundurulduğunda ve evrenden yeterli sayıda örneklem alabilmek gerektiğinden yaklaşık 5000 öğrenciye sahip olan evrenden Alfa=.05 olarak 357-400 kişilik örnekleme ulaşmak hedeflenmekte iken, 11 Mart 2020 tarihinde ülkemizde görülen ilk Coronavirüs vakası ile araştırma online (çevrimiçi) ortamda sürdürülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla farklı fakültelerdeki öğrencilere ulaşmada Coronavirüs Pandemisi çok önemli bir kısıtlılık olarak karşımıza çıkmıştır.

Katılımcıların Demografik Analizi

Ölçekler toplam 336 öğrenci tarafından yanıtlanmış; ancak araştırmanın hedef kitlesi olan 1. sınıflar dışındaki veriler çıkarıldığında toplam 299 kişiye ilişkin veri analizi yapılmıştır.

Tablo 4. Cinsiyet ve Yaşa Göre Dağılım

		N	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	205	68,6
	Erkek	94	31,4
Yaş	17-24	290	97,0
	25-31	5	1,7
	32-38	3	1,0
	39-45	1	,3
	Toplam	299	100,0

Tablo 4'e göre katılımcıların %68,6 (205)'sının Kadın ve %31,4 (94)'ünün ise Erkek olduğu tespit edilmiştir.

Ankete katılanların yaş gruplarına göre dağılımlarını gösteren Tablo 4'e bakıldığında; katılımcıların 1. Sınıf olmaları sebebiyle yaş aralığı genellikle 17-24 yaş grubunda olup toplam 290 kişidir. 25-31 yaş aralığında sadece 5 kişi, 32-38 yaş aralığında 3 ve 39-45 yaş aralığında ise 1 katılımcı bulunmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada katılımcıların Erken Dönem Uyum Bozucu Şemaları belirlemek için Young Şema Ölçeği-Kısa Form (YŞÖ-KF3), İletişim Becerilerini belirlemek için İletişim Becerileri Envanteri uygulanmış ve bu ölçeklere ek olarak bireylerin sosyo demografik bilgilerini belirlemek için ise Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Young vd. (2003) erken dönem uyumsuz şemaların değerlendirilmesine yönelik değerlendirme araçları geliştirmişlerdir. Young Şema Ölçeği- Kısa Form (YŞÖ-KF3)'ün geçerlik ve güvenilirliği ülkemizde "Erken Dönem Uyumsuz Şemaların Değerlendirilmesi: Young Şema Ölçeği Kısa Form-3'ün Psikometrik Özelliklerine İlişkin Bir İnceleme" başlığı ile Soygüt, Karaosmanoğlu, ve Çakır (2009) tarafından yapılmıştır. Türkiye'deki üniversite öğrencileri üzerinde uyguladıkları çalışma sonucunda YŞÖ-KF3'ün Türkiye'de yürütülen klinik uygulama ve araştırma faaliyetlerinde kullanılabilirliği açısından, başlangıç aşamasında, kabul edilebilir düzeylerde geçerli ve güvenilir bir değerlendirme aracı olduğu düşünülmektedir. Analiz edilmek üzere şemaların boyutlarını inceleyen Soygüt vd., (2009) yorumlanabilir anlamda 14 faktör olduğunu ve 5 faktörlü yapı ile şema boyutlarının analizinin uygun olduğunu ifade etmektedir. Dolayısıyla YŞÖ-

KF3'ten alınan puan arttıkça kişilerin daha fazla erken dönem uyumsuz şemalara sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. İletişim becerileri ölçeği bireylerin kişilerarası ilişkilerde sahip oldukları iletişim beceri düzeylerini belirlemek için Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilmiş 45 maddeden oluşan bir ölçektir. Başlangıçta 57 maddeden oluşan taslak durumundaki bu ölçek, tekrar uygulandığında gerçekleştirilen madde analizi sonucunda anlamlılık düzeyi .05 ve üzerinde olan maddeler ile faktörler arasındaki denge göz önünde bulundurularak 3 faktörde 15'er madde olmak üzere 45 maddelik bir ölçek haline gelmiştir. Bu faktörler maddelerin içerikleri dikkate alınarak bilişsel, duygusal ve davranışsal olarak Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından isimlendirilmiştir. İletişim becerileri ölçeği likert tipi bir ölçektir. Derecelendirmede; her zaman (5), genellikle (4), bazen (3), nadiren (2), hiçbir zaman (1) anlamına gelmektedir. Test-tekrar test yöntemiyle yapılan güvenilirlik çalışması sonucunda güvenilirlik katsayısı .68, test yarılama yöntemiyle yapılan çalışmada güvenilirlik kat sayısı .64 olarak bulunmuştur. Ölçeğin iç tutarlılığını belirlemek amacıyla hesaplanan Cronbach alpha katsayısı ise .72 olarak bulunmuştur. Bu bulgular ölçeğin güvenilirliğinin kullanılabilir olduğunu göstermektedir. Yapılan geçerlik çalışmasında geçerlik kat sayısı .70 olarak bulunmuştur. Bu değer ölçeğin geçerli sayılabilmesi için yeterli olduğu düşünülmektedir. Bu ölçek doğrultusunda daha yüksek puan elde eden katılımcıların iletişim becerilerinin daha fazla gelişmiş olduğu ifade edilebilmektedir.

Veri analizi

Araştırmada veri toplamak amacı ile hazırlanan anket çalışması, Ege Üniversitesi'ndeki çeşitli fakülte ve yüksek okullarda öğrenim görmekte olan 1. sınıf öğrencilerine uygulanmıştır. Araştırmada literatürde 5 şema alanı olarak yer alan; *kopukluk/reddedilmişlik, zedelenmiş otonomi/performans, zedelenmiş sınırlar, diğerleri yönelimlilik ve aşırı tetikte olma/bastırılmışlık* yerine şemalar kavramı kullanılmıştır. İletişim becerileri ölçeğinin alt boyutları olan davranışsal, bilişsel ve duygusal boyutları ile şemalar arasındaki ilişki ölçümlenmek istenmektedir. Buna ek olarak katılımcıların şemaları ve iletişim becerileri cinsiyet bağlamındaki farklılık durumlarına göre analiz edilmiştir.

Araştırma kapsamında yapılan anket verilerinin analizi için SPSS (Statistical Programme for Social Sciences) 24 paket programı kullanılarak veriler değerlendirilmiştir. YSÖ (Young Şema Ölçeği) ve İBE (İletişim Becerileri) ölçeklerinin Güvenilirlik (Cronbach's Alpha) ve Geçerlilik (Factor) analizleri Kaiser-Meyer-Olkin Measure Adequacy (KMO and Bartlett's Test) değerleri kullanılmış ve ayrıca Kolmogrov-Simironov ve Shapiro Wilks testleri ile YSÖ ve İBE ölçek ortalamalarına dair Normallik Testleri sonucuna göre her iki ölçeğinde Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerleri incelenmiştir. Araştırma kapsamında geçerlilik, güvenilirlik ve normal dağılım testleri yapılarak sonuçlara ulaşıldıktan sonra, verilerin dağılımına göre parametrik testlerden Pearson Korelasyon ve Bağımsız Örneklem T-Testi değerlerine ilişkin analizler yapılmıştır. Her iki ölçeğinde geçerlilik düzeyleri incelendiğinde; YSÖ ölçeğinin %82 ve İBE

ölçeğinin ise %79 düzeylerinde geçerlilik değerlerine sahip olduğu, bu çıkan sonuçlar ile geçerlilik sınırlarını aştığı ve anlamlı olduğu görülmektedir (0,6'nın üzerinde). YŞÖ ve İBE ölçek ortalamalarına dair yapılan normallik testi sonucuna göre her iki ölçeğinde normal dağılım aralığında ve ayrıca Skewness (Çarpıklık) ve Kurtosis (Basıklık) değerlerine bakıldığında; verilerin $-2 < X < +2$ arasında değerlere sahip olduğu tespit edilmektedir. Ayrıca, YŞÖ Ölçeğinin Ortalama 2,74 ve Medyan 2,72 değerleri birbirlerine çok yakın olması, İBE Ölçeğinin Ortalama 3,58 ve Medyan 3,57 birbirlerine eşit veya yakın değerlerde olması da her iki ölçeğin normal dağılım gösterdiğini belirten istatistiksel bir göstergedir.

Araştırmada İBE ölçeği alt boyutları (*davranışsal, bilişsel ve duygusal boyutlar*) bağımlı değişken, kişilerin cinsiyetleri ise bağımsız değişken olarak tanımlanmış ve bu bağlamda da YŞÖ ve İBE ölçekleri arasında herhangi bir ilişki olup olmadığının analizlerinin değerlendirilmesine yönelik olarak Pearson Korelasyon Katsayısı, Bağımsız Örneklem T-Testi değerleri incelenmek üzere ilgili analizler yapılmıştır.

BULGULAR

Araştırma Bulguları

Araştırma hipotezlerinin tümü yapılan analizler sonucunda doğrulanmıştır. Aşağıda verilen Tablo 5'te araştırma bulgularına ilişkin korelasyon analizleri yer almaktadır.

Tablo 5. Araştırma Bulguları

YŞÖ Alt Boyutları	İBE Alt Boyutları		
	Zihinsel	Duygusal	Davranışsal
Duygusal Yoksunluk	İlişki yok	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,145*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,012, p<0,05)
Başarısızlık	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,204**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,254**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)
Karamsarlık	İlişki yok	Düşük seviyede, pozitif yönlü (,121*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,037, p<0,05)	İlişki yok
Sosyal İzolasyon/Güvensizlik	İlişki yok	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,258**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)
Duyguları Bastırma	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,140**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,015, p<0,05)	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,334**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)
Onay Arayıcılık	İlişki yok	Düşük seviyede, pozitif yönlü (,288*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)	İlişki yok

İç içe Geçme/Bağımlılık	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,298**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,334**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)
Ayrıcalıklılık/Yetersiz Özdenetim	İlişki yok	Düşük seviyede, pozitif yönlü (.166*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,004, p<0,01)	İlişki yok
Terk Edilme	İlişki yok	Düşük seviyede, pozitif yönlü (.137*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,018, p<0,05)	İlişki yok
Kusurluluk	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,250**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)	İlişki yok	Düşük seviyede, negatif yönlü (-,256**), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)
Yüksek Standartlar	İlişki yok	Düşük seviyede, pozitif yönlü (.225*), anlamlı bir ilişki mevcuttur (p=0,000, p<0,01)	İlişki yok

***. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).*

**. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).*

Tablo 5'te yer alan analizler aşağıda detaylı bir biçimde incelenmektedir.

Şemalar ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin Analizi

H1: Şemalar ve İletişim becerileri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 6. Şemalar ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Tablosu

		YSÖ Ölçeği	İBE Ölçeği
YSÖ Ölçeği	Pearson Korelasyon	1	-,134*
	Sig. (2-tailed)		0,020
	N	299	298
İBE Ölçeği	Pearson Korelasyon	-,134*	1
	Sig. (2-tailed)	0,020	
	N	298	298

Tablo 6'daki katılımcıların Şema Ölçeği (Ort=2,7485; SS=0,55461) ve İletişim Becerileri Ölçeği (Ort=3,5839; SS=0,22478) skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verilerine göre, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak düşük seviyede, negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r = -,134$; $p = ,02$, $p < ,05$). Bu bağlamda, H1 hipotezinde belirtilen önerme sonucuna ulaşılmaktadır. Şemalar arttıkça kişilerin iletişim becerilerindeki başarısının azalmakta olduğu belirtilebilmektedir. Araştırmanın temel hipotezi olan şemaların iletişim becerileri üzerindeki rolünün ise negatif olarak ortaya çıktığı istatistiksel anlamda doğrulanmıştır.

Şemalar ve İletişim Becerilerinin Davranışsal Alt Boyutu Arasındaki İlişkinin Analizi

H2: Şemalar ile İletişim Becerilerinin davranışsal alt boyutu arasında anlamlı

bir ilişki vardır.

Tablo 7. Şemalar ve İletişim Becerilerinin Davranışsal Alt Boyutu Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Tablosu

		YSÖ Ölçeği	İBE Ölçeği Davranışsal Alt Boyutu
YSÖ Ölçeği	Pearson Korelasyon	1	-,247**
	Sig. (2-tailed)		0
	N	299	298
İBE Ölçeği Davranışsal Alt Boyutu	Pearson Korelasyon	-,247**	1
	Sig. (2-tailed)	0	
	N	298	298

Tablo 7’deki katılımcıların Şema Ölçeği (Ort=2,7485; SS= 0,55461) ve İBE Ölçeği Davranışsal Alt Boyutu (Ort=3,5600; SS= 0,31362) skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verilerine göre, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak düşük seviyede, negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r=-,247$ $p=,00$, $p<,01$). Bu bağlamda, H2 hipotezinde belirtilen önerme sonucuna ulaşılmaktadır. Bu analiz sonucuna göre, kişilerin diğerleriyle iletişimde sergiledikleri davranışları, erken yaşam dönemlerinde edindikleri deneyimlerinin (şemaların) negatif bir biçimde etkilediği görülmektedir.

Şemalar ve İletişim Becerilerinin Zihinsel Alt Boyutu Arasındaki İlişkinin Analizi

H3: Şemalar ile İletişim Becerilerinin zihinsel alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 8. Şemalar ve İletişim Becerilerinin Zihinsel Alt Boyutu Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Tablosu

		YSÖ Ölçeği	İBE Ölçeği Zihinsel Alt Boyutu
YSÖ Ölçeği	Pearson Korelasyon	1	-,156**
	Sig. (2-tailed)		0,007
	N	299	298
İBE Ölçeği Zihinsel Alt Boyutu	Pearson Korelasyon	-,156**	1
	Sig. (2-tailed)	0,007	
	N	298	298

Tablo 8’deki katılımcıların Şema Ölçeği (Ort=2,7485; SS= 0,55461) ve İBE Ölçeği Zihinsel Alt Boyutu (Ort=3,8380; SS= 0,31465) skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verilerine göre, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak düşük seviyede, negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($p=,00$, $p<,01$). Bu bağlamda, H3 hipotezinde belirtilen önerme sonucuna ulaşılmaktadır. Bu sonuca göre, kişiler zihinsel süreçlerinde şemalarından olumsuz yönde etkilenmekte bu durum da onların bilişsel karar verme süreçlerini zedeleyebilmektedir.

Şemalar ve İletişim Becerilerinin Duygusal Alt Boyutu Arasındaki İlişkinin Analizi

H4: Şemalar ile İletişim Becerilerinin duygusal alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 9. Şemalar ve İletişim Becerilerinin Duygusal Alt Boyutu Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Tablosu

		YSÖ Ölçeği	İBE Ölçeği Duygusal Alt Boyutu
YSÖ Ölçeği	Pearson Korelasyon	1	,117*
	Sig. (2-tailed)		0,043
	N	299	298
İBE Ölçeği Duygusal Alt Boyutu	Pearson Korelasyon	,117*	1
	Sig. (2-tailed)	0,043	
	N	298	298

Tablo 9’deki katılımcıların Şema Ölçeği (Ort=2,7485; SS= 0,55461) ve İBE Ölçeği Duygusal Alt Boyutu (Ort=3,3521; SS= 0,29841) skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verilerine göre, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak düşük seviyede, pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r= ,117$; $p=,04$, $p<,05$). Bu bağlamda, H4 hipotezinde belirtilen önerme sonucuna ulaşılmaktadır. Şemalar kişilerin iletişim becerilerinin duygusal yönünü pozitif yönde etkilemekte, diğer bir deyişle kişilerin şemalarından etkilenme oranı arttıkça duygu durumlarında da doğru orantılı değişimler ortaya çıkmakta ve kişilerarası ilişkilerinde hassasiyet yaşamaktadırlar.

Şema Alt Boyutları ile İletişim Becerileri Alt Boyutları Arasındaki İlişkinin Analizi

Bu kısımda; YSÖ Ölçeğinin 5 alt boyutuna (*Kopukluk reddedilmişlik alanı, Zedelenmiş otonomi ve kendini ortaya koyma alanı, Aşırı tetikte olma ve*

bastırılmışlık alanı ve Diğerleri yönelimlilik alanı) ait 14 alt boyutun, İBE Ölçeğinin 3 Alt Boyutu “*Zihinsel, Duygusal ve Davranışsal*” ile olan ilişkileri analiz edilecektir (Tablo 10).

Her iki ölçeğin alt boyutları aşağıdaki hipotez doğrultusunda incelenecektir:

H5: Şema Alt Boyutları ile İletişim Becerileri Alt Boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 10. Şema Alt Boyutları ile İletişim Becerileri Alt Boyutları Arasındaki İlişkiye Dair Korelasyon Tablosu

YSÖ Ölçeği Alt Boyutları		İBE Ölçeği Alt Boyutları		
		Zihinsel	Duygusal	Davranışsal
Duygusal Yoksunluk	Pearson	-0,105	-0,055	-,145*
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,070	0,345	0,012
	N	298	298	298
Başarısızlık	Pearson	-,204**	0,085	-,254**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,141	0,000
	N	298	298	298
Kararsarlık	Pearson	-0,067	,121*	-0,094
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,246	0,037	0,107
	N	298	298	298
Sosyal İzolasyon/Güvensizlik	Pearson	-0,106	-0,049	-,258**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,068	0,403	0,000
	N	298	298	298
Duyguları Bastırma	Pearson	-,140*	-0,040	-,334**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,015	0,490	0,000
	N	297	297	297
Onay Arayıcılık	Pearson	0,059	,288**	0,047
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,314	0,000	0,415
	N	298	298	298
İç içe Geçme/Bağımlılık	Pearson	-,298**	0,025	-,334**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,662	0,000
	N	298	298	298
Ayrıcalıklılık/Yetersiz Özdenetim	Pearson	0,002	,166**	-0,034
	Correlation			

	Sig. (2-tailed)	0,977	0,004	0,561
	N	296	296	296
Kendini Feda	Pearson	0,026	0,081	0,074
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,655	0,165	0,203
	N	298	298	298
Terk Edilme	Pearson	-0,049	,137*	-0,031
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,397	0,018	0,595
	N	298	298	298
Cezalandırılma	Pearson	0,043	0,065	-0,094
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,460	0,264	0,107
	N	298	298	298
Kusurluluk	Pearson	-,250**	-0,051	-,256**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,384	0,000
	N	298	298	298
Tehditler Karşısında Dayanıksızlık	Pearson	-0,102	0,042	-0,079
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,079	0,468	0,177
	N	296	296	296
Yüksek Standartlar	Pearson	0,038	,225**	0,006
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	0,517	0,000	0,919
	N	297	297	297

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 10’da katılımcıların Şema Ölçeği Alt Boyutları ve İBE Ölçeği Alt Boyutları skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verileri mevcuttur. Buna göre; “Duygusal yoksunluk” şema alt boyutu ile “Davranışsal” iletişim becerileri alt boyutu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=-,145$, $p=,01$); fakat “Duygusal yoksunluk” şema alt boyutu ile “Zihinsel ve Duygusal” iletişim becerileri alt boyutları arasında hiçbir ilişki yoktur. Diğer taraftan, “Başarısızlık” şema alt boyutu ile “Zihinsel ve Davranışsal” iletişim becerileri alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=-,204$, $p=,00$ ve $r=-,254$, $p=,00$); ancak “Başarısızlık” şema alt boyutunun “Duygusal” iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki yoktur. Önemli bir nokta olarak, “Karamsarlık” şema alt boyutu ile “Duygusal” iletişim becerileri alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=,121$, $p=,03$); öte yandan “Karamsarlık” şema alt boyutunun “Zihinsel ve Davranışsal” iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki yoktur. Bir diğer alt boyut olan “Sosyal İzolasyon/Güvensizlik” şema alt boyutu ile “Davranışsal” iletişim becerileri alt boyutu arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki

bulunmaktadır ($r=-,258, p=,00$). Ancak, "Sosyal İzolasyon/Güvensizlik" şema alt boyutu ile "Zihinsel ve Duygusal" iletişim becerileri alt boyutları arasında hiçbir ilişki yoktur. Dikkat çekici bir unsur olarak, "Duyguları Bastırma" şema alt boyutu ile "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=-,140, p=,01$ ve $r=-,334, p=,00$); fakat "Duyguları Bastırma" şema alt boyutunun "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki yoktur. "Onay Arayıcılık" şema alt boyutu ile "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=,288, p=,00$); ancak "Onay Arayıcılık" şema alt boyutunun "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki bulunmamaktadır. Erken dönem uyumsuz şemaların alt boyutlarından olan "İç içe Geçme/Bağımlılık" ile "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=-,298, p=,00$ ve $r=-,334, p=,00$); fakat "İç içe Geçme/Bağımlılık" şema alt boyutunun "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki görülmemektedir. "Ayrıcalıklılık/Yetersiz Özdenetim" şema alt boyutu ile "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=,166, p=,04$); fakat "Ayrıcalıklılık/Yetersiz Özdenetim" şema alt boyutunun "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki yoktur. Diğer taraftan, "Terk Edilme" şema alt boyutu ile "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunsun da ($r=,137, p=,01$) "Terk Edilme" şema alt boyutunun "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir istatistiksel anlamda hiçbir ilişkinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. "Kusurluluk" şema alt boyutu ile "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutları arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır ($r=-,250, p=,00$ ve $r=-,256, p=,00$); fakat "Kusurluluk" şema alt boyutunun "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında hiçbir ilişki yoktur. Son olarak, "Yüksek Standartlar" şema alt boyutu ile "Duygusal" iletişim becerileri alt boyutu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($r=,225, p=,00$). Bu duruma koşut olarak, "Yüksek Standartlar" şema alt boyutunun "Zihinsel ve Davranışsal" iletişim becerileri alt boyutu ile arasında istatistiksel olarak hiçbir ilişki bulunmamaktadır.

Cinsiyete Göre Değişkenler Arasındaki Farklılıkların Analizleri

Cinsiyete göre farklılıklar aşağıdaki hipotezler doğrultusunda incelenecektir:

H6: Kadın ve Erkeklerin Şemalara yönelik algılarına ilişkin olarak cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

H7: Kadın ve Erkeklerin İletişim Becerilerine yönelik algılarına ilişkin olarak cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık vardır.

Şema ve İletişim Becerileri Ölçekleri ile bu ölçeklerin alt boyutlarının cinsiyete göre genel dağılımındaki farklılıkları, sonrasında her iki ölçeğinde alt boyutları ayrı ayrı detaylı biçimde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği incelemeye alınmıştır. Tüm bu analizler için bağımsız örneklem testi

olan “Independent Samples T-Testi” sonuçları analiz edilmiştir.

Tablo 11. YSÖ ve İBE Ölçeklerinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

		Varyansların Eşitliği İçin Levene Testi		Ortalamaların Eşitliği için t-testi						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Ortalama Fark	Std. Hata Farkı	Farkın Düşük	%95 Güven Aralığı Yüksek
YSÖ Ölçeği	Eşit varyanslar varsayıldı	.001	.978	.87	297	.385	.060	.069	-	.19612
	Eşit varyanslar varsayılmadı			.87	184.8	.381	.060	.068	-	.19524
İBE Ölçeği	Eşit varyanslar varsayıldı	2.46	.118	2.1	296	.031	.060	.027	.00556	.11549
	Eşit varyanslar varsayılmadı			2.0	156.48	.042	.060	.029	.00216	.11889

Tablo 11’deki YSÖ’den alınan skorların cinsiyetlere göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bağımsız örneklem *t* testi sonuçları incelendiğinde; kadınların YSÖ ölçeğinden aldığı puanlar (Ort=.060 Ss=.069) ile erkeklerin aldığı puanlar arasında (Ort=.060 Ss=.068) anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmektedir ($t(297)=0,870$; $p=,38$) $p>.05$.

Yine Tablo 11’deki İBE Ölçeği’den alınan skorların cinsiyetlere göre farklılık gösterip göstermediğine ilişkin bağımsız örneklem *t* testi sonuçları incelendiğinde ise; kadınların İBE ölçeğinden aldığı puanlar (Ort=.060 Ss=.027) ile erkeklerin aldığı puanlar arasında (Ort=.060 Ss=.029) anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir ($t(156,230)=2,048$; $p=,03$) $p<.05$.

YSÖ ve İBE ölçeklerinin alt boyutlarının cinsiyete göre genel durum analizi

Tablo 12. YSÖ Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Tanımlayıcı İstatistik Verileri

	Cinsiyet	N	Ort.	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
Duygusal Yoksunluk_kopukluk ve reddedilmişlik alanı	Kadın	205	2,12	1,07	,074
	Erkek	94	2,37	1,13	,117
Başarısızlık_zedelenm iş otonomi ve kendini ortaya koyma alanı	Kadın	205	2,30	1,04	,072
	Erkek	94	1,99	,942	,097

Karamsarlık_ aşırı	Kadın	205	2,93	1,23	,086
tetikte olma ve	Erkek	94	2,81	1,27	,131
bastırılmışlık alanı					
Sosyal	Kadın	205	3,05	,94	,065
İzolasyon/Güvensizlik	Erkek	94	3,00	1,01	,105
_kopukluk ve					
reddedilmişlik alanı					
Duyguları	Kadın	205	2,75	1,09	,076
Bastırma_ aşırı tetikte	Erkek	93	2,80	1,06	,110
olma ve bastırılmışlık					
alanı					
Onay	Kadın	205	3,58	,86	,060
Arayıcılık_ diğerleri	Erkek	94	3,47	1,02	,105
yönelimlilik alanı					
İç içe	Kadın	205	2,01	,81	,057
Geçme/Bağımlılık_ zed	Erkek	94	2,00	,80	,083
elenmiş otonomi ve					
kendini ortaya koyma					
alanı					
Ayrıcalıklılık/Yetersiz	Kadın	205	3,97	,84	,059
Özdenetim_ zedelenmi	Erkek	92	3,97	,93	,097
ş sınırlar alanı					
Kendini	Kadın	205	3,03	,95	,066
Feda_ diğerleri	Erkek	94	2,93	1,00	,103
yönelimlilik alanı					
Terk	Kadın	205	2,00	,96	,067
Edilme_ kopukluk ve	Erkek	94	1,73	,71	,073
reddedilmişlik alanı					
Cezalandırılma_ aşırı	Kadın	205	3,67	,93	,065
tetikte olma ve	Erkek	94	3,67	1,03	,106
bastırılmışlık alanı					
Kusurluluk_ kopukluk	Kadın	205	1,88	,86	,060
ve reddedilmişlik	Erkek	94	1,92	,75	,077
alanı					
Tehditler Karşısında	Kadın	205	2,93	,94	,06602
Dayanıksızlık_ zedelen	Erkek	92	2,58	,91	,09515
miş otonomi ve					
kendini ortaya koyma					
alanı					
Yüksek	Kadın	205	3,00	1,12	,078
Standartlar_ aşırı	Erkek	93	3,24	1,35	,140
tetikte olma ve					
bastırılmışlık alanı					

Tablo 12’deki YSÖ alt boyutları verileri genel olarak incelendiğinde, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı; fakat yalnızca “Başarısızlık, Terkedilme/Kopukluk ve Tehditler Karşısında Dayanıksızlık” alt boyutlarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve diğer alt boyutlar ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Aşağıdaki Tablo 13’de ise İBE ölçeğine ait olan “Zihinsel, Duygusal ve Davranışsal” alt boyutlarını incelemek mümkündür.

Tablo 13. İBE Alt Boyutlarının Cinsiyete Göre Tanımlayıcı İstatistik Verileri

	Cinsiyet	N	Ortalama	Std. Sapma	Std. Hata Ort.
Zihinsel	Kadın	205	3,85	,30	,021
	Erkek	93	3,79	,33	,034
Duygusal	Kadın	205	3,37	,26	,018
	Erkek	93	3,29	,34	,036
Davranışsal	Kadın	205	3,57	,31	,021
	Erkek	93	3,53	,31	,032

Tablo 13’deki İBE alt boyut verileri genel olarak incelendiğinde, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olmadığı; fakat yalnızca “Duygusal” alt boyutta istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ve diğer alt boyutlar ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı tespit edilmiştir. Bu bakımdan kadın ve erkek öğrencilerin, zihinsel ve davranışsal boyutlarında herhangi bir istatistiksel fark olmamasına rağmen cinsiyetler arasında yalnızca duygusal yönden bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Kadın öğrencilerin anket sorularından iletişim becerilerinin duygusal boyutun daha yüksek puan almış olmaları kişilerarası ilişkilerinde daha hassas olduklarını ifade etmektedir.

TARTIŞMA

Anlamlı ve yakın ilişkiler/bağlantılar insan yaşamı için temel bir unsur olarak görülmekte ve dolayısıyla insan deneyiminin yapı taşlarını oluşturmaktadır (Sundgren ve Allen, 2022). Young vd. (2003), erken uyumsuz şemaların kişinin kendisi ve diğerlerine ilişkin olarak, bilişsel süreçlerini, duygularını ve anılarını kapsadığını belirtmektedir. Bu şemalar çocukluk veya ergenlik döneminde gelişerek kişinin yaşamı boyunca süregelen, işlevsel olmayan, yaygın ve tekrarlayıcı örüntüleri kapsamaktadır.

Erken dönem uyumsuz şemaların diğer değişkenler ile ilişkisinin analiz edildiği birçok çalışmada belirtildiği üzere, bu şemalar, yaşamın ilk yıllarında oluşarak iletişim becerileri dahil olmak üzere çeşitli konularda korelasyonel olarak negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduklarında bireylerin yaşamlarının çeşitli dönemlerinde ortaya çıkabilmekte ve yaşamlarında olumsuz etkiler oluşturabilmektedir. Diğer taraftan korelasyonel olarak pozitif yönde ilişkili

olduklarında ise, karamsarlık veya olumsuz duygusal durumları arttırdıkları ifade edilebilmektedir. Çeşitli araştırmalar, bu şema alanlarının depresyon, kişilik bozuklukları ve yeme bozuklukları gibi çeşitli psikolojik bozukluklardaki rolünü ortaya koymaktadır (Hinrichsen vd., 2004, Jovev ve Jackson, 2004, Reeves ve Taylor, 2007, Riso vd., 2006).

Yılmaz ve arkadaşları (2011) çalışmalarında, üniversite öğrencilerinin erken dönem uyumsuz şemaları ve cinsiyet değişkenlerinin iletişim becerileri düzeylerine etkisi ikili varyans analizine göre anlamlı bulunmamıştır. Ancak iletişim becerileri bakımından cinsiyetin önemli bir değişken olduğunu ifade etmişlerdir. Yaptıkları araştırmada kız öğrencilerin iletişim becerileri puan ortalamaları erkek öğrencilerin ortalamalarına göre daha yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla, araştırma sonucunda iletişim becerileri duygusal alt boyutunda ortaya çıkan sonuç, kız öğrencilerin daha yüksek ortalama elde etmesiyle desteklenmektedir.

Bu çalışma sonucunda ortaya çıkan ve kadın katılımcıların daha yüksek skor aldığı, *Başarısızlık* (Sig. p değeri “.015”), *Terkedilme/Kopukluk* (Sig. p değeri “.016”) ve *Tehditler Karşısında Dayanaksızlık* (Sig. p değeri “.003”) şema alt boyutlarında cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma sonucu ile tutarlı olarak, Çelikkaya (2021) tarafından yapılan çalışmada kadın katılımcılar Başarısızlık ve Onay Arayıcılık şema alt boyutlarında erkeklere göre daha yüksek puan elde etmişlerdir.

Mohammadi ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan araştırmada ise, pediatri hemşirelerinin iletişim becerileri ile erken dönem uyumsuz şemalar arasındaki ilişki incelenerek, erken dönem uyumsuz şemalarında yüksek orana sahip olan hemşirelerin daha zayıf iletişim becerileri sergiledikleri ifade edilmiştir. Araştırmamız kapsamında ortaya çıkan şemalar bakımından daha fazla skor elde eden öğrencilerin daha düşük iletişim becerileri skoru elde etmeleri noktasındaki negatif etkiler bakımından tutarlı olarak ifade edilebilmektedir.

Benzer şekilde, Rezvani Nejad, ve diğer araştırmacı arkadaşları (2021)'nin 366 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmadaki sonuçlar, daha zayıf iletişim becerilerine sahip öğrencilerin daha fazla uyumsuz şemalara sahip olduklarını ortaya koymuştur. Dolayısıyla araştırmaları, kopukluk ve reddedilme şemalarına sahip kişilerin başkalarıyla güvenli ve tatmin edici bir bağ kuramayacağını belirten Young'ın teorisi ile de tutarlıdır. Bu bağlamda çalışmamız sonucunda elde edilen kişilerin uyumsuz şemaları arttıkça iletişim becerilerindeki başarılarının azalmakta olduğu sonucu ile uyumlu sonuçlar elde edilmiştir.

Thimm, (2017)'nin 212 üniversite öğrencisinin katılımıyla yaptığı çalışmanın sonuçları, erken dönem uyumsuz şemaların farkındalık ve öz-şefkat konuları ile olumsuz olarak ilişkili olduğunu göstermektedir. Öğrencilerde erken dönem uyumsuz şemalar ile güvenli iletişim arasındaki ilişkiyi araştıran Mahmoudi ve diğerleri (2017) erken uyumsuz şemalar ile güvenli iletişim toplam puanı arasında anlamlı bir negatif ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Panić ve diğerleri (2022)'in

138 psikoloji öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmalarında çıkan sonuca göre, şemaların uyumsuzluğa yol açan özellikler olarak kabul edildiğini göstermektedir. Yaptıkları çalışmanın bulgularına göre, tüm şema alanlarının olumsuz duyguları (öfke, hor görme, iğrenme, korku ve üzüntü) gösteren yüz ifadelerini tanıma doğruluğunu etkilediğini göstermektedir. Bağımlılık/Yetersizlik ve Hak Etme/Büyüklenmecilik şemaları, tarafsız yüzleri tespit etmede ve duygulu/duygusuz yüzler arasında ayırım yapmada önemli yordayıcılar (öngörü/kestirim) iken, Terkedilme/Kararsızlık şeması ayrıca tarafsız yüzleri ayıt etmede önemli bir unsur olarak belirtilmektedir. Bu noktada, araştırma kapsamında ortaya çıkan şemaların alt boyutları ile iletişim becerilerinin alt boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin varlığına dair istatistiksel sonuçlar bu çalışmalarla desteklenmektedir.

Erken dönem uyumsuz şemalar ile kişilerarası problemler arasındaki ilişkiyi inceleyen Janovsky ve arkadaşları (2020) ise, şemaların kişilerarası ilişki problemleri üzerinde küçük ve orta ölçekte pozitif yönde etkiye sahip olduklarını ifade etmektedir. Bu bağlamda kişilerin şemaları fazlalaştıkça, kişilerarası ilişki problemlerinin de arttığı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla, araştırma kapsamında ortaya çıkan kişilerin iletişim becerileri ile şemaları arasındaki negatif yönlü ilişki ile tutarlı bir durum ortaya koymaktadır. Bu çalışma ile benzer bir biçimde, diğerleri yönelimlilik şema alanının, kişilerarası iletişim için negatif bir unsur teşkil edebilen sosyal kaygının gelişmesinde ve sürdürülmesinde kilit bir rol oynadığı Calvete ve arkadaşları (2013) tarafından ortaya konulmuştur.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada bireylerin yaşamlarının erken dönemlerinde çok yakınlarında bulunan ve kendilerine bakım veren kişiler tarafından oluşmasına aracılık edilen, yaşama ilişkin deneyimlerinin kökenini oluşturan şemaların, üniversite yaşamlarının başlangıcında henüz iletişim/kişilerarası iletişim gibi dersleri almadan önceki süreçte sahip oldukları iletişim becerileri ile ilişkisi incelenmiştir.

Araştırmanın temel varsayımı olarak, “Şemalar ile İletişim Becerileri arasında anlamlı bir ilişki vardır” önermesi ortaya konulmuştur. Katılımcıların Şema Ölçeği (Ort=2,74; SS=0,55) ve İletişim Becerileri Ölçeği (Ort=3,58; SS=0,22) skorları arasındaki ilişkiyi gösteren Pearson Korelasyon verilerine göre, bu değişkenler arasında istatistiksel olarak düşük seviyede, negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki mevcuttur ($r(297^*) = -.134$; $p = .02$, $p < .05$). Bu bağlamda araştırmanın temel varsayımı doğrulanmış bulunmaktadır. Yüksek düzeyde erken dönem şemalara sahip kişilerin iletişim becerileri etkilenecek düşüş gösterdiği ve kişilerarası iletişim süreçlerini başarı ile sürdüremedikleri söylenebilmektedir.

Her iki ölçekte de cinsiyet bağlamında istatistiksel anlamda farkın olduğu belirtilen unsurlardaki tüm farklar incelendiğinde kadınların erkeklere oranla daha fazla puan elde ettikleri görülmektedir. Dolayısıyla kadınların, başarısız olma

korkularının erkeklere göre daha fazla, terk edilme endişelerinin ve yakınlarının ölebileceği düşüncesinin erkeklere göre daha baskın olduğu ve herhangi bir olumsuz durumdan tek başlarına çıkamayacakları fikirlerinin erkeklere göre daha ön planda olduğu belirtilebilmektedir. Buna ek olarak, duygusal iletişim becerileri de erkeklere göre baskın olduğu istatistiksel analizler ile ortaya konulmuştur.

Erken dönem uyumsuz şemaların sadece iletişim becerileri üzerinde değil, kişilerin bilişsel ve duygusal durumları gibi alanlarda da çeşitli sorunlar yarabileceği görülmektedir. Erken dönem uyumsuz şemalar bireylerin yaşamlarına dair tutum ve düşünceleri üzerinde çok fazla etkiye sahip olmaktadır. COVID-19 salgını sırasında Güney Kore'deki üniversite öğrencileri arasında intihar düşüncesi ve intihar girişimleri: kişilerarası-psikolojik teori ve erken uyumsuz şema uygulaması isimli araştırmalarında Ha ve Park (2022) üniversite öğrencilerinin kişilerarası ihtiyaçları ve erken dönem uyumsuz şemaları ile intihar düşüncesi ve intihar girişimlerini etkileme konuları arasında önemli ölçüde ilişki bulmuşlardır.

Bu çalışmaya ek olarak, erken dönem uyumsuz şemalar ile gençlerde kendine zarar verme davranışının işlevleri arasındaki ilişki üzerine 125 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada Nicol ve diğerleri, (2022) çoklu regresyon analizleri ile Terk edilme ve Haklılık şemalarının kendine zarar vermenin içsel işlevlerini önemli ölçüde yordadığını bulmuştur. Buna karşılık, Yetersiz Öz Denetim şeması kişilerarası işlevleri önemli ölçüde yordamaktadır. Ek olarak, kusurluluk ve Utanç şeması kendine zarar vermeyi yordamıştır. Toroslu ve Çırakoğlu (2022) 'nin yapmış oldukları araştırmalarında uyumsuz şemalardan olan, zedelenmiş özerklik, kopukluk ve yüksek standartlar şema alanlarının hem doğrudan hem de bilişsel faktörler aracılığıyla artış göstermesi sonucunda, bireyin kişilerarası ilişkisindeki obsesif kompulsif belirtilerinin de arttırdığı görülmüştür. Depresyon ve somatizasyon bozukluğunda erken dönem uyumsuz şemalar isimli çalışmalarında Davoodi ve arkadaşları (2018), değişkenler arasında pozitif ilişki olduğunu ortaya koymuşlardır. Olumsuz duygusal şemaların, depresyon, kaygı, risk alma, intihar riski, travma, kişilik bozukluğu ve daha birçok farklı unsur da dahil olmak üzere çok çeşitli değişkenlerle ilişkili olduğu pek çok araştırmacı tarafından ortaya konulmuştur (Batmaz vd, 2014; Leahy, 2002; Silberstein vd, 2012; Tirsch vd, 2012; Wenzel vd, 2003; Leahy, 2022).

Şemalar ve şema alanlarının bireylerin kişilerarası iletişimleri de dahil olmak üzere birçok yönden bireylerin yaşamlarını etkilediğine yönelik olarak birçok araştırma olduğu görülmektedir. Kopukluk/reddetme şema alanı, güvenilirlik, istikrar, bakım, empati veya duyguların paylaşımı, kabul ve saygı gibi temel evrensel ihtiyaçların ihmal edilmesinde önemli bir etken olduğu Kızılağaç ve Cerit (2019) tarafından belirtilmektedir. Çolakoğlu (2012) tarafından gerçekleştirilen araştırma ise, erken dönem uyumsuz şema puanlarının yüksek olmasının işlevsel olmayan ilişki tarzlarını yordadığını göstermektedir.

Bu araştırmanın kişilerin yaşamlarının erken dönemlerinde oluşan şemalarının iletişim becerileri üzerindeki olumsuz etkisini ortaya koyması

bakımından alanyazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu noktada çalışma kapsamında ortaya çıkan şema alt boyutlarından karamsarlık ve onay arayıcılık şema alanları arttıkça kişilerin duygusal iletişim becerileri de doğru orantılı olarak artış göstermektedir. Diğer bir deyişle karamsarlık ve onay arayıcılık şema alanları yüksek olan kişilerin karar süreçlerinde ve kişilerarası ilişkilerinde duygusal tutum ve davranışlarını ön plana çıkarmakta oldukları ifade edilebilmektedir.

Şemalar üzerine yapılabilecek gelecek çalışmalarda kişilerarası iletişim alanındaki etkilerinin daha detaylı bir biçimde ortaya konulmasına yönelik olarak nicel analiz yönteminin yanı sıra, derinlemesine görüşme tekniği kullanılarak nitel analiz tekniğinden de yararlanılabilir. Bu doğrultuda bireylerin farkında olarak mı yoksa bilinçsizce mi şemalarını aktive ettikleri sorusunun da cevabına ulaşılabilecektir. Ayrıca bağımlı örneklem yöntemi uygulanarak, bireylerin iletişim veya kişilerarası iletişim derslerini almadan önce ve aldıktan sonraki şemaları ve iletişim becerileri arasındaki ilişki incelenebilecektir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit katkı vermiştir ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Ahmadpanah, M., Astinsadaf, S., Akhondi, A., Haghighi, M., Sadeghi Bahmani, D., Nazaribadie, M., ... Brand, S. (2017). Early maladaptive schemas of emotional deprivation, social isolation, shame and abandonment are related to a history of suicide attempts among patients with major depressive disorders. *Comprehensive Psychiatry*, 77 (2017), 71–79. doi:10.1016/j.comppsy.2017.05.008

Babbie, E. (2010). Research design. *The practice of social research*, 12, 90-123.

Batmaz, S., Kaymak, S., Kocbiyik, S. ve Turkcapar, M. (2014). Metacognitions and emotional schemas: A new cognitive perspective for the distinction between unipolar and bipolar depression. *Comprehensive Psychiatry*, 55 (7), 1546–1555. <https://doi.org/10.1016/j.comppsy.2014.05.016>,

Calvete, E., Orue, I., & Hankin, B. L. (2013). Early maladaptive schemas and social anxiety in adolescents: The mediating role of anxious automatic thoughts. *Journal of anxiety disorders*, 27 (3), 278-288.

Cantor, N. (1990). From Thought to Behavior: “Having” and “Doing” in the Study of Personality and Cognition. *American Psychologist*, 45 (6), 735–750.

Ceyhan, A. A. (2006). An investigation of adjustment levels of Turkish university students with respect to perceived communication skill levels. *Social Behavior and Personality*, 34 (4), 367–380. doi:10.2224/sbp.2006.34.4.367

Çelikkaya, Ş. (2021). *Üniversite Öğrencilerinde Erken Dönem Uyum*

Bozucu Şemalar ile İletişim Becerileri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans). Üsküdar Üniversitesi, İstanbul.

Çolakoğlu, E. T. (2012). *Genç yetişkinlerde erken dönem uyumsuz şemalar, algılanan ebeveynlik stilleri ve kişilerarası ilişkiler*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Maltepe Üniversitesi.

Dalkılıç, A. (2004). *İletişimde iletişim*. Ankara: Elma Yayınevi.

Davoodi, E., Wen, A., Dobson, K. S., Noorbala, A. A., Mohammadi, A. ve Farahmand, Z. (2018). Early maladaptive schemas in depression and somatization disorder. *Journal of Affective Disorders*, 235 (April), 82–89. doi:10.1016/j.jad.2018.04.017

De Giacomo, A., Craig, F., Terenzio, V., Coppola, A., Campa, M. G. ve Passeri, G. (2016). Aggressive Behaviors and Verbal Communication Skills in Autism Spectrum Disorders. *Global Pediatric Health*, 3, 1–5. doi:10.1177/2333794x16644360

DeVito, J. A. (2014). *Interpersonal Messages*. Edinburgh Gate: Pearson New International Edition.

Drummond, P. D. ve Gatt, S. J. (2018). Early maladaptive schemas in people with a fear of blushing. *Clinical Psychologist*, 22 (2), 203–210. doi:10.1111/cp.12114

Doğan, İ. (1998). *İletişim ve yabancılaşma: yazılı kültürümüzde ilkler*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Dozois, D. J. A., Martin, R. A. ve Faulkner, B. (2013). Early maladaptive schemas, styles of humor and aggression. *Humor*, 26 (1), 97–116. doi:10.1515/humor-2013-0006

Erözgen, A. (2005). Üniversite öğrencilerinin iletişim becerilerini etkileyen faktörler. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22 (22), 135–149.

Ersanlı, K. ve Balcı, S. (1998). İletişim Becerileri Envanterinin Geliştirilmesi : Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikolojik Duruşma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (10), 7–12.

Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education* (7th Ed.). New York: McGraw-Hill.

Gilbert, P. (2010). *The compassionate mind: A new approach to life's challenges*. Oakland, CA: New Harbinger Publications.

Güler, K., ve Yüksel, S. (2021). The Relationship Between Gender Roles In Women And Early Maladaptive Schemas. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5 (11), 07-19.

Gürüz, D. ve Temel Eginli, A. (2008b). *Kişilerarası iletişim: Bilgiler-Etkiler-Engeller* (1.bs.). Ankara: Nobel Yayınları.

Gong, J. ve Chan, R. C. K. (2018). Early maladaptive schemas as mediators between childhood maltreatment and later psychological distress among Chinese college students. *Psychiatry Research*, 259 (November 2017), 493–500. doi:10.1016/j.psychres.2017.11.019

Gordon, T. (1992). *Etkili öğretmen eğitimi*. Çev. E. Aksoy ve B. Özkan, YA-PA Yayınları, İstanbul.

Gravetter, J. F. ve Forzano, L. B. (2012). *Research Methods for The Behavioral sciences*. USA: Linda Schreiber-Ganster.

Ha, J. ve Park, D. (2022). Suicidal ideation and suicide attempts among university students in South Korea during the COVID-19 pandemic: the application of interpersonal-psychological theory and early maladaptive schema. *PeerJ*, 10, e13830.

Hargie, O. (2011). *Skilled Interpersonal Communication: Research, Theory and Practice*. London: Routledge.

Haugh, J. A., Miceli, M. ve DeLorme, J. (2017). Maladaptive Parenting, Temperament, Early Maladaptive Schemas, and Depression: A Moderated Mediation Analysis. *Journal of Psychopathology and Behavioral Assessment*, 39 (1), 103–116. doi:10.1007/s10862-016-9559-5

Heravi, M. M., Hashemibaghi, N., Kouhi, B. ve Sheikhi, H. R. (2019). Investigating the Relationship between Early Maladaptive Schemes and Parenting Styles among Women Referring to Zabol Health Centers. *Specialty Journal of Medical Research and Health Science*, 4 (1), 27–33.

Hinrichsen, H., Waller, G., & Emanuelli, F. (2004). Social anxiety and agoraphobia in the eating disorders: associations with core beliefs. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 192, 784–787.

Irkörücü, A. (2016). Gender difference in early maladaptive schemas. *Ufuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (9), 103-119.

Janovsky, T., Rock, A. J., Thorsteinsson, E. B., Clark, G. I., & Murray, C. V. (2020). The relationship between early maladaptive schemas and interpersonal problems: A meta-analytic review. *Clinical Psychology & Psychotherapy*, 27 (3), 408-447.

Jovev, M., & Jackson, H. J. (2004). Early maladaptive schemas in personality disordered individuals. *Journal of Personality Disorders*, 18, 467–478.

Karash, I. S., Kupriyanova, I. E. (2022). Early Maladaptive Schemas as Stress and Emerging Mental Pathology “Moderators”. *Sibirskiy Psikhologicheskii Zhurnal – Siberian journal of psychology*, 83, 122–140. In Russian. English

Summary. doi: 10.17223/17267080/83/7

Kavakli, M., Kesici, S. ve Ak, M. (2017). University Students' Early Maladaptive Schemas' Prediction of Their Mindfulness Levels. *Journal of Education and Practice*, 8 (20), 174–181.

Khosravani, V., Sharifi Bastan, F., Samimi Ardestani, M. ve Jamaati Ardakani, R. (2017). Early maladaptive schemas and suicidal risk in an Iranian sample of patients with obsessive-compulsive disorder. *Psychiatry Research*, 255 (April 2018), 441–448. doi:10.1016/j.psychres.2017.06.080

Kızılağaç, F. ve Cerit, C. (2019). Assessment of early maladaptive schemas in patients with obsessive-compulsive disorder. *Dusunen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 32 (1), 14.

Korkut, F. (1996). İletişim Becerilerini Değerlendirme Ölçeğinin Geliştirilmesi: Güvenirlilik ve Geçerlik Çalışmaları. *Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (7), 18–23.

Laswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. *The communication of ideas*.

Leahy, R. L. (2002). A Model of Emotional Schemas. *Cognitive and Behavioral Practice*, (9), 177–190.

Leahy, R. L. (2022). Emotional Schemas. *Cognitive and Behavioral Practice*.

Lunenburg, F. C. (2010). Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness. *Schooling*, 1, 1–11.

McKay, M., Davis, M. ve Fanning, P. (2006). *İletişim becerileri*. Ankara: HYB Yayıncılık.

McPheat, S. (2010). *Emotional Intelligence: MDT Training*. London, UK: BookBoon.

Mohammadi G, Sheikholeslami F, Mitra Chehrzad M, Kazemnezhad Leili E. (2020). The Relationship Between Communication Skills and Early Maladaptive Schemas in Pediatric Nurses. *J Holist Nurs Midwifery*. 30 (4):240-246. <https://doi.org/10.32598/jhnm.30.4.2021>

Mahmoudi, F., Mahmoudi, A., ve Nooripour, R. (2017). Relationship between early maladaptive schemas and safe communications in married students. *Journal of Research and Health*, 7 (3), 779-787.

Nicol, A., Mak, A. S., Murray, K. ve Kavanagh, P. S. (2022). The relationship between early maladaptive schemas and the functions of self-injurious behaviour in youth. *Clinical Psychologist*, 1-13.

Panić, D., Mitrović, M., & Ćirović, N. (2022). Early Maladaptive Schemas

and the Accuracy of Facial Emotion Recognition: A Preliminary Investigation. *Psychological Reports*.

Pinto-Gouveia, J., Castilho, P., Galhardo, A. ve Cunha, M. (2006). Early maladaptive schemas and social phobia. *Cognitive Therapy and Research*, 30 (5), 571–584. doi:10.1007/s10608-006-9027-8

Rafaeli, E., Bernstein, D. P. ve Young, J. E. (2019). *Şema Terapi: Ayırıcı Özellikler/ Çev. Miray Şaşıoğlu* (8.bs.). İstanbul: Psikonet.

Reeves, M. ve Taylor, J. (2007). Specific relationships between core beliefs and per-sonality disorder symptoms in a non-clinical sample. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 14, 96–103. <http://dx.doi.org/10.1002/cpp.519>

Rezvani Nejad, K. S., Mirpour, Z. S., Azizi, A., Sheikholeslami, F., & Rahmati, F. (2021). The relationship between communication skills and early maladaptive schemas in university students. *Journal of Fundamentals of Mental Health*.

Riso, L. P., Froman, S. E., Raouf, M., Gable, P., Maddux, R. E., Turini-Santorelli, N., et al. (2006). The long-term stability of early maladaptive schemas. *Cognitive Therapy and Research*, 30, 515–529.

Silberstein, L. R., Tirch, D., Leahy, R. ve McGinn, L. (2012). Mindfulness, psychological flexibility and emotional schemas. *International Journal of Cognitive Therapy*, 5 (4), 359–361.

Soygüt, G., Karaosmanoğlu, A., & Çakır, Z. (2009). Erken Dönem Uyumsuz Şemaların Değerlendirilmesi: Young Şema Ölçeği Kısa Form-3'ün Psikometrik Özelliklerine İlişkin Bir İnceleme. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 20 (1).

Stein, K. F. (1995). Schema Model of the Self Concept. *Image: the Journal of Nursing Scholarship*, 27 (3), 187–193. doi:10.1111/j.1547-5069.1995.tb00857.x

Sundgren, M. ve Allen, A. (2022). The Role of Early Adaptive Schemas in Heterosexual Romantic Relationships. *Sexuality & Culture*, 1-25.

Thimm, J. C. (2013). Early maladaptive schemas and interpersonal problems: A circumplex analysis of the YSQ-SF. *International Journal of Psychology & Psychological Therapy*, 1 (13), 113-124.

Thimm, J.C. (2017). Relationships between Early Maladaptative Schemas, Mindfulness, Self-compassion, and Psychological distress. *International Journal of Psychology & Psychological Therapy*, 17, 1-15.

Tirch, D. D., Leahy, R., Silberstein, L. ve Melwani, P. (2012). Emotional schemas, psychological flexibility, and anxiety: The role of flexible response patterns to anxious arousal. *International Journal of Cognitive Therapy*, 5 (4), 380–391.

Toroslu, B. ve Çırakoğlu, O. C. (2022). Do perfectionism and intolerance of uncertainty mediate the relationship between early maladaptive schemas and relationship and partner related obsessive–compulsive symptoms?. *Current Psychology*, 1-17.

Wenze, S. J., Goldberg, J. F., Singer, T. M., Endick, C. J. ve Leahy, R. L. (2003). Longitudinal assessment of emotional schemas in bipolar outpatients. *American Psychiatric Association, San Francisco*.

Worth, R. (1998). *Communication Skills*. New York: Facts On File.

Yilmaz, M., Kumcagiz, H., Balci-Celik, S., ve Eren, Z. (2011). Investigating Communication Skill of University Students with respect to Early Maladaptive Schema, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, 968 – 972.

Young, J. E., Klosko, J. S. ve Weishaar, M. E. (2003). *Schema Therapy: A Practitioner's Guide*. *American Journal of Psychiatry* (C. 160). New York: The Guilford. doi:10.1176/appi.ajp.160.11.2074-a

Young, J. E., Klosko, J. S. ve Weishhar, M. E. (2019). *Şema Terapi: Terapistin Rehberi*. (T. Özakkaş, Ed.) (4.bs.). İstanbul: Litera Yayıncılık.

Young, J., Kolosko, J. ve Weishaar, M. (2009). *Şema Terapi*. (T. Özakkaş, Dü., & T. V. Soylu, Çev.) İstanbul: Litera Yayıncılık.

Yayın Geliş Tarihi: 02.09.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1354452>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 208-225
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

THE EXCHANGE RATE PASS-THROUGH EFFECT IN TÜRKİYE: FOURIER SHIN COINTEGRATION APPROACH (2006-2023)

Mustafa NAIMOĞLU*

Abstract

In this research, the relationship between currency exchange rates and inflation in the context of Türkiye is investigated, covering the period 2006:Q1-2023:Q1. To achieve this objective, unit root tests on the variables are conducted using both Fourier KPSS and Standard KPSS methods. Additionally, Fourier SHIN and Standard SHIN cointegration tests are employed to determine the presence of a long-term connection between these variables. Furthermore, DOLS, FMOLS, and CCR estimators are utilized to estimate both long-term and short-term coefficients. The findings, which are obtained through all three estimation techniques, consistently indicate that increases in the exchange rate lead to higher inflation levels, whether in the long-term or the short-term. This result underscores the significant impact of exchange rates on inflation rates within the Türkiye economy. When Türkiye's economic structure is examined, it becomes evident that there is a substantial reliance on foreign exchange. This underscores the critical importance of maintaining exchange rate stability. Ultimately, the results emphasize the necessity of not only preserving exchange rate stability but also strengthening efforts to generate foreign exchange.

Keywords: Exchange Rate Pass-Through, Inflation, Fourier Tests, Türkiye.

TÜRKİYE'DE DÖVİZ KURU GEÇİŞ ETKİSİ: FOURIER SHIN EŞBÜTÜNLEŞME YAKLAŞIMI (2006-2023)

Öz

Bu araştırmada, 2006 yılının ilk çeyreğinden 2023 yılının ilk çeyreğine kadar olan dönemi kapsayan Türkiye özelinde döviz kurları ile enflasyon arasındaki ilişki araştırılmaktadır. Bu amaca ulaşmak için değişkenler üzerinde birim kök testleri gerçekleştirilmektedir. Hem Fourier KPSS hem de Standart KPSS yöntemleri. Ayrıca bu

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Naimoğlu, M. (2024). The exchange rate pass-through effect in Türkiye: Fourier Shin Cointegration Approach (2006-2023). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 208-225.

*Assist. Prof. Bingöl University, Faculty of Economics and Administrative Sciences/ Department of Economics, ORCID: 0000-0001-9684-159X, e-mail: mustafanaimoglu@gmail.com

Ethics committee approval is not required for this article. (Bu çalışma için etik kurul onayına ihtiyaç duyulmamıştır.)

değişkenler arasında uzun dönemli bir bağlantının varlığını tespit etmek amacıyla Fourier SHIN ve Standard SHIN eşbütünleşme testleri kullanılmaktadır. Ayrıca hem uzun vadeli hem de kısa vadeli katsayıları tahmin etmek için DOLS, FMOLS ve CCR tahmincilerinden yararlanılmaktadır. Her üç tahmin tekniği kullanılarak elde edilen bulgular, döviz kurundaki artışların hem uzun hem de kısa vadede daha yüksek enflasyon seviyelerine yol açtığını tutarlı bir şekilde göstermektedir. Bu sonuç, Türkiye ekonomisinde döviz kurlarının enflasyon oranları üzerindeki önemli etkisini vurgulamaktadır. Türkiye'nin ekonomik yapısı incelendiğinde dövize büyük bir bağımlılığın olduğu görülmektedir. Bu durum döviz kuru istikrarının korunmasının kritik önemini vurgulamaktadır. Sonuç olarak, sonuçlar sadece döviz kuru istikrarının korunmasının değil, aynı zamanda döviz yaratma çabalarının da güçlendirilmesinin gerekliliğini vurgulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Döviz Kuru Geçişkenliği, Enflasyon, Fourier Testler, Türkiye.*

INTRODUCTION AND THEORETICAL FRAMEWORK

Exchange rates play a pivotal role in the economies of nations engaged in international interactions. Their significance in achieving sustainable macroeconomic objectives prompts frequent discussions due to their far-reaching effects on various economic variables. Both international trade and financial markets closely monitor exchange rate fluctuations. Excluding the Second World War, Türkiye generally experienced periods of moderate inflation from the republic until the 1970s. It is seen that inflation generally followed a high course from the mid-1970s until 2004. Thus, inflation has become one of the important macroeconomic problems in the Türkiye economy (Altınar & Sungur, 2021). During this period, devaluations were made to increase exports. Inflation, which was accelerated by the Oil Crisis in 1973, gained significant strength from the inevitable budget deficits of the public sector and the unstable political environment. The Türkiye economy experienced significant structural transformations during the 1980s, primarily driven by trade liberalization measures initiated in the early 1980s and subsequent financial deregulation, influenced by the forces of globalization (Oğul, 2022). As Türkiye responded to these shifts, the role of the exchange rate gained prominence, especially as the country transitioned from import-substitution policies to an export-driven growth strategy. Additionally, following two crises in Türkiye during the early 2000s, an implicit inflation targeting framework was introduced in 2002 (Arslan & Meçik, 2023).

In 2006, Türkiye formally embraced an explicit inflation targeting framework, which additionally broadened the CBRT's goals to include not just price steadiness but also financial stability (Allen & Wood, 2006, p.152). Another significant shift in this evolution was the move toward allowing the exchange rate to float freely, meaning that the central bank refrains from intervening in the exchange rate's determination by market forces. Intervention in foreign exchange markets occurs only during periods of extreme market turbulence (Felek & Ceylan, 2021). This stance holds particular importance in shaping the trajectory of inflation, especially in economies like Türkiye's, characterized by trade deficits, where

exchange rate movements significantly affect various macroeconomic indicators. In this context, the academic literature extensively focuses on the influence of the exchange rate(ER) on inflation(CPI), known as the Exchange Rate Pass-Through. This phenomenon can be classified as complete, partial, or nonexistent and relates to how fluctuations in the ER affect inflation.

In the scenario of a complete Exchange Rate Pass-Through, a rise in the ER aligns precisely with a parallel escalation in inflation. To illustrate, a 1% surge in the exchange rate (ER) results in an equivalent 1% rise in inflation. The Exchange Rate Pass-Through operates via two principal pathways: the immediate and the indirect consequences (Leiderman, 1993, p.124). The direct effect involves the rise in domestic prices of imported inputs that coincide with increases in the exchange rate. In contrast, the indirect effect revolves around changes in total demand. As the national currency depreciates, the demand for domestically produced substitutes for imported goods increases, while the demand for imports decreases. Simultaneously, the devaluation stimulates demand for export goods, contributing to price escalations (Çakır & Kaya, 2023).

In the Türkiye economy, inflation emerges as a crucial macroeconomic parameter. A persistent upward trajectory in inflation has been observed since the 1990s. However, when examining the past three decades, structural reforms implemented in the 2000s have yielded some degree of price stability. Instances of elevated inflation have arisen in various years due to domestic factors 1994, 2000, 2001 and global crises 2008. This investigation primarily focuses on the Exchange Rate Pass-Through, utilizing contemporary datasets from 2006 when the explicit inflation targeting regime was initiated. In traditional break tests, dummy variables are typically introduced into the model, which essentially consist of values of either 0 or 1. This setup illustrates a sharp switch between these two values, indicating suddenly and harshly structural shifts. Conversely, when employing Fourier methods that incorporate cosine and sine trigonometric functions, these structural shifts exhibit a more gradual and seamless progression. This suggests that Fourier functions align better with real-world life. Consequently, this study stands out by encompassing various time periods and employing a Fourier empirical approach, setting it apart from earlier research and offering a valuable addition to the existing body of literature.

The subsequent section of this research provides an overview of relevant literature on the Exchange Rate Pass-Through. Following that, the methodology and dataset are introduced, followed by the presentation of findings and outcomes.

LITERATURE REVIEW

Numerous investigations within both theoretical and empirical literature have explored the factors influencing exchange rates and inflation (Gülden &

Akmyrat, 2019; Demirgil, 2019; Yenisu, 2019; Torun & Yilmaztürk, 2021; Akbabay, 2022; Berke, 2023; Kolcu, 2023). Within this domain, considerable attention has been directed toward testing the theoretical constructs of purchasing power parity, uncovered interest rate parity, and the international Fisher effect (Öztürk & Bayraktar, 2010; Ceylan & Ulucan, 2014; Çeviş & Ceylan, 2015; Küçükaksoy & Akalın, 2017; Güney & Tunalı, 2017; Mike, 2018; Cengiz, 2018; Yurttagüler & Kutlu Horvâth, 2019; Koçak & Özbek, 2020; Ulusoy et al., 2022). Simultaneously, variables such as foreign trade, energy consumption, current account deficit, interest rates, budget deficits, and oil prices have frequently been employed to elucidate determinants of exchange rates and inflation. However, it becomes evident that the focus on the Exchange Rate Pass-Through remains somewhat constrained, with a relatively narrower range of studies exploring this phenomenon.

Empirical inquiries into the Exchange Rate Pass-Through commonly lean towards the utilization of time series and panel data methodologies (Yetim & Yamak, 2019; Özata, 2019; Karahan & Gencür, 2019; Duman & Sağdıç, 2019; Yıldırım et al., 2019; Göktaş, 2019; Durgun, 2019; Kılıcı, 2019; Kabundi & Mlachila, 2019; Karahan & Gencür, 2020; Alkan & Dağdır, 2020; Erdoğan, 2020; Yıldırım & Sarı, 2020; Demir & Yenipazarlı, 2020; Cheikh & Zaied, 2020; Yıldırım, 2021; Kuşkaya et al., 2021; Emek et al., 2021; Şeker, 2022; Özbek & Naimoğlu, 2022; Aytekin et al., 2022; Uysal et al., 2022; Şanlı, 2022; Camara et al., 2022; Oğul, 2022; Gereziher & Nuru, 2023; Özbek, 2023; Çakır & Kaya, 2023, Karabacak, 2023; Celkan, 2023; Geyik et al., 2022; Yanar & Berk, 2023). Within the literature, the panel Least Squares, panel Granger causality, panel first and second generation cointegration methods emerge as prominent choices for panel data analyses. Meanwhile, time series methodologies frequently involve the ARDL bounds test, Johansen cointegration, VAR analysis, Granger causality, and Toda-Yamamoto causality methods. It is discernible that the aforementioned methodologies lack provisions for structural breaks, whereas other approaches incorporate models capable of identifying sharp discontinuities. In this study, an empirical analysis employing Fourier methods is undertaken, a facet anticipated to offer a unique contribution to the existing literature in this domain.

In recent academic research, empirical techniques have been applied across diverse timeframes and regions or groups of countries to investigate the Exchange Rate Pass-Through. Valogo et al. (2023) conducted a study focusing on Ghana's economy, highlighting that the depreciation of the national currency in response to exchange rate increases leads to an increase in inflation expectations. Their investigation spanned the sample period from 2002:01 to 2018:12, employing the Threshold Autoregressive (TAR) method as the empirical approach. The empirical findings indicated that exchange rate depreciation exceeding 0.70% per month had an inflationary impact.

In the study conducted by Sheferaw & Sitotaw (2023), they explored the impact of the Exchange Rate Pass-Through on the Ethiopian economy. Their empirical approach involved employing Structural Vector Autoregression models (SVAR). Their investigation spanned from 1975 to 2020, and the outcomes of their research demonstrated that a single-unit elevation in the NER correlated with a 0.059 elevation in consumer prices. Furthermore, their study emphasized the transitory nature of the Exchange Rate Pass-Through.

Anderl & Caporale (2023) investigated the Exchange Rate Pass-Through using a Smooth Transition Regression model to assess different inflation expectation patterns across a set of nations. This group included the United Kingdom, Canada, Australia, New Zealand, and Sweden, all of which have implemented the inflation targeting framework. They also tested the USA, Eurozone, and Switzerland, which did not adopt the inflation targeting regime, using data spanning from 1993:01 to 2021:08. Their empirical findings indicated that the Exchange Rate Pass-Through exhibited different outcomes between countries that adopted the inflation targeting regime and those that did not. They concluded that the Exchange Rate Pass-Through on CPI expectations is more pronounced in countries with inflation targeting.

Aisen & Manguinhane (2021) investigated the Exchange Rate Pass-Through within Mozambique's economy, focusing on the time span of 2001-2019 and employing the ARDL bound test as their empirical approach. Their analysis revealed that approximately half of the fluctuations in exchange rates translated into price adjustments within six months.

Similarly, Teferra (2020) delved into a comparable scenario across 14 nations in Eastern and Southern Africa, employing the Nonlinear Autoregressive Distributed Lag (NARDL) technique. His findings lent support to Taylor's hypothesis, revealing that the transmission of effects was more pronounced in countries adhering to a fixed exchange rate system and experiencing high inflation, in contrast to those with a flexible exchange rate regime and lower inflation levels. Furthermore, the potency of the effect increased following minor adjustments in exchange rates.

In a similar vein, Kassi et al. (2019) scrutinized Exchange Rate Pass-Through by analyzing CPI across 40 countries in Sub-Saharan Africa (SSA) through the NARDL framework spanning from 1990Q1 to 2017Q4. Their investigation unveiled an asymmetric, incomplete, and significant ERPT phenomenon across the entire SSA region. ERPT was more pronounced in nations embracing a fixed exchange rate system, such as the CFA franc zone, and characterized by lower inflation, as opposed to those opting for a flexible exchange rate regime with higher inflation levels. Furthermore, the impact of pass-through effects was magnified following minor adjustments in exchange rates.

Nasir et al. (2020) applied the NARDL technique to the Czech Republic, which had adopted the explicit inflation targeting regime, revealing an asymmetrical impact of the real ER on CPI expectations. On a broader scale, De Mendonça & Tiberto (2017) explored the impact of the Exchange Rate Pass-Through across 114 developing economies, employing the System GMM methodology for empirical analysis. Their findings suggested that the magnitude of the Exchange Rate Pass-Through decreased in economies characterized by strong central bank credibility. Similarly, López-Villavicencio & Mignon (2017), in their examination of the Exchange Rate Pass-Through within 14 developing nations through a similar empirical method, concluded that countries embracing the inflation targeting regime experienced reduced Exchange Rate Pass-Through.

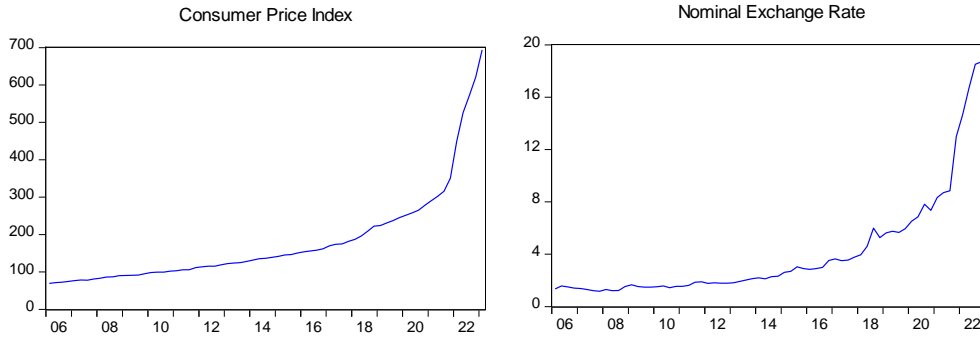
Across these studies investigating the Exchange Rate Pass-Through, it is evident that the extent of this effect varies across contexts, influenced by factors such as the analysis period, specific countries under study, and the chosen empirical methodology. In addition, it has been understood from previous studies that the regimes used by the country's economies affect the results. In this context, the study will contribute to the relevant field by making empirical predictions from the period when the explicit inflation targeting regime was used in the Türkiye economy to the present day.

METHODOLOGY

Data and model

In this section, the variables under scrutiny are introduced, and the empirical framework employed in the study is outlined. The research incorporates widely acknowledged variables commonly found in the literature, namely the CPI and the nominal exchange rate (NER), with a specific focus on their relevance to the Türkiye economy. The data for these variables spans from the first quarter of 2006 to the first quarter of 2023, sourced from the IMF database. Chart 1 belongs to the variables used in the study in the period 2006:Q1-2023:Q1. Upon analyzing both charts, it becomes evident that there is a rising pattern. Nevertheless, the particularly pronounced recent surge in the upward direction is particularly noteworthy.

Chart 1: CPI and NER charts



Subsequently, the study proceeds to assess the significance of their impact on the Türkiye economy through the initial model.

$$CPI_t = \beta_1 + \beta_2 NER_t + u_t \quad (1)$$

In Model (1), CPI, standing for Consumer Price Index (All items, Index), NER, representing the Domestic Currency per U.S. Dollar at the End of the Period, and u_t , denoting the model's residual, are included. All variables in this context are transformed by taking their natural logarithms.

Table 1: Statistical Summaries of The Variables.

	Mean	Med.	Max.	Min.	Std. Dev.	Obs.
CPI	181.020	136.456	694.051	69.430	131.050	69
NER	4.280	2.281	19.163	1.171	4.444	69

Table 1 provides an overview of the descriptive statistics concerning the quarterly data for the Consumer Price Index (CPI) and exchange rates in Türkiye spanning from 2006:Q1 to 2023:Q1.

Upon examining the descriptive statistics for CPI, it is observed that the average CPI value stands at 181,020. The minimum CPI value of 69,430 and the maximum value of 694,051 highlight substantial fluctuations in inflation around the mean. The standard deviation, which measures the extent of these deviations from the mean, is notably high at 131,050.

In contrast, the average exchange rate is recorded at 4.280. Notably, the minimum and maximum values of the exchange rate exhibit considerable dispersion. As a result, it can be inferred that the exchange rate displays significant volatility around the mean. This is further affirmed by the substantial standard deviation of 4.444.

Analysis method of the study

In this section of the research, Fourier-based unit root tests and Fourier cointegration analyses will be conducted. Additionally, long-term and short-term cointegration coefficients will be estimated by incorporating Fourier functions.

Unit root test

According to Becker et al. (2006), the Fourier KPSS unit root test not only considers abrupt shocks but also takes into account gradual changes by assessing whether shocks will unexpectedly emerge or vanish. To achieve this, the following equation is employed.

$$y_t = X'_t\beta + Z'_t + r_t + \varepsilon_t$$

$$r_t = r_{t-1} + u_t$$

In this context, ε_t represents the error term free from a unit root, and u_t is unrelated to variance but shares a similar distribution. $Z_t = \left[\sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right), \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) \right]$ is a vector comprising trigonometric functions. In this equation, 't' trend, 'T' time dimension, and 'k' frequency value. The levels of test statistics needed for the analysis of stationarity are derived as follows for stationarity assessment.

$$y_t = a_0 + \gamma_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \gamma_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + e_t$$

Trend stationarity models are executed in the following manner, leading to the acquisition of error terms and the subsequent testing of hypotheses in this fashion.

$$y_t = a_0 + \beta_t + \gamma_1 \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \gamma_2 \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + e_t$$

The test statistic is calculated as follows.

$$\tau_\mu(k) = \frac{1}{T^2} \frac{\sum_{t=1}^T \check{S}_t(k)^2}{\check{\sigma}^2}$$

Where, it is expressed as $\check{S}_t(k) = \sum_{t=1}^T \check{e}_j$. If the data generation process does not exhibit nonlinear trends, the conventional KPSS unit root analysis is the recommended approach. Hence, Becker et al. (2006) suggested employing the F test to establish the fundamental hypothesis of the absence of a linear trend, as follows.

$$F_i(k) = \frac{(SSR_0 - SSR_1)/2}{SSR_1/(T - q)}$$

Where, SSR_0 and SSR_1 represent the sum of squared residuals, and 'q' represents the independent variable. The F test's significance also indicates the importance of the trigonometric function variables incorporated into the model. Consequently, based on the F test results, if the fundamental hypothesis cannot be rejected, KPSS will generate the test statistics, and an interpretation will follow.

In the study where the relationship between exchange rates and inflation in Türkiye was investigated, firstly unit root test was performed for the variables. The significance of the trigonometric variables will serve as the basis for selecting between the Fourier KPSS and the standard KPSS unit root test. This decision will be informed by the F test statistic. If the critical values are surpassed by the F test statistic, the Fourier KPSS unit root test will be opted for; conversely, if it falls below these values, the standard KPSS unit root test will be employed.

The outcomes of both the Fourier KPSS and KPSS unit root tests for the CPI and NER are presented in Table 2.

Table 2: Unit Root Test Results

Variable	F-Testi	FKPSS	Frequency	MİNSSR	Bandwith	KPSS
CPI	1.586	0.473	1	2.104	6	1.054
NER	1.304	0.455	1	3.274	6	1.019
Δ CPI	3.066	0.308	1	0.014	4	0.596*
Δ NER	1.600	0.131	1	0.089	0	0.624*

Note: The F test's critical values are as follows: 1% = 6.730, 5% = 4.929, and 10% = 4.133. For the Fourier KPSS test, the critical values are 1% = 0.2709, 5% = 0.1696, and 10% = 0.2709. As for the KPSS test, the critical values are 1% = 0.739, 5% = 0.463%, and 10% = 0.347.

Upon a thorough examination of Table 2, the outcomes of the standard KPSS (Kwiatkowski-Phillips-Schmidt-Shin) test are proceeded to be interpreted. This interpretation arises from the observation that the F test statistic falls below the critical values, indicating a lack of significance in the trigonometric functions. As per the results of the standard KPSS test, both the inflation and exchange rate series are identified to possess a unit root. This determination is based on the fact that their test statistics at the level values exceed the critical values.

Given this finding, a unit root test was conducted for both variables in the model, confirming the presence of unit roots in their level values. Consequently, the decision was made to take the difference of both variables. Notably, since significant results were not yielded by the F test for either variable, the interpretation of the standard KPSS test results was relied upon. According to these results, both variables demonstrated stationarity. Therefore, the integrated degree for both the CPI and the NER variable was established as I(1).

Cointegration test

In their developed cointegration test, Tsong et al. (2016) incorporated Fourier functions and conducted an analysis that revealed the existence of a cointegrating relationship in the primary hypothesis, setting it apart from other

cointegration tests. Tsong et al. (2016) conducted their analysis on the model as outlined below in their Fourier cointegration test.

$$y_t = d_t + x_t' \beta + \mu_t$$

In this context, where $\mu_t = y_t + u_{1t}$, $y_t = y_{t-1} + v_t$, and $x_t = x_{t-1} + u_{2t}$. both v_t and y_t have zero mean. However, it's important to note that y_t follows a random walk process, while both y_t and x_t exhibit stationarity when considering their first differences. If d_t is introduced as part of the fixed model, the following model is represented as follows:

$$d_t = \delta_0 + f_t$$

However, the following model is used for the fixed and trend model.

$$d_t = \delta_0 + \delta_1 t + f_t$$

In this case, the function f_t is defined as a Fourier function comprising trigonometric expressions in the following manner.

$$f_t = a_k + \sin\left(\frac{2\pi kt}{T}\right) + \beta_k \cos\left(\frac{2\pi kt}{T}\right)$$

In this context, 'k' represents the frequency, 't' corresponds to the trend, and 'T' denotes the time dimension. If, through the F test, it is determined that the trigonometric functions here hold significance, the interpretation will be based on the Fourier SHIN test. Conversely, if the trigonometric functions are not deemed significant, the SHIN cointegration test will be employed for interpretation.

After applying first-order differencing to the series, our objective is to explore the potential relationship between CPI and the NER. To achieve this, both the Fourier SHIN and SHIN cointegration tests were conducted, and their outcomes are detailed in Table 3. In these tests, the initial assessment hinges on the statistical values derived from the F test, which evaluates the significance of sinus and cosinus. If the critical values are exceeded by the F test statistic, the interpretation of the Fourier SHIN results will be proceeded with; conversely, if it does not, the SHIN values will be relied upon for the interpretation process.

Table 3: Cointegration Test Results

F-Testi	Fourier SHIN	Frekans	MİN SSR	Fourier Bandwidth	Standart SHIN	Standart Bandwidth
77.688***	0.041	1	0.013	1	0.258	5

Note: The critical-values for the Fourier F test: 1% = 5.774, 5% = 4.066, and 10% = 3.352. For the Fourier SHIN test, the critical values are 1% = 0.095, 5% = 0.124, and 10% = 0.198. As for the SHIN test, the critical values are 1% = 0.553, 5% = 0.314, and 10% = 0.231.

Upon scrutinizing the table, the interpretation of the Fourier SHIN results will be undertaken due to the significant outcome of the F test. As per the test results, the primary hypothesis cannot be dismissed at a 1% level, indicating the existence of a relationship.

Estimation of cointegration coefficients

The confirmation of cointegration results signifies the presence of an established relationship among the variables, necessitating the computation of long-term coefficients. In pursuit of this objective, the estimation of these long-term coefficients will be proceeded with using a combination of econometric techniques. Specifically, the Fully Modified-Ordinary-Least-Squares (FMOLS) technique, initially proposed by Phillips & Hansen (1990), will be employed. This method is chosen to address potential issues related to endogeneity in our analysis.

Furthermore, to address concerns related to interdependencies and autocorrelation among explanatory variables and residuals, the Dynamic-Ordinary-Least-Squares (DOLS) method, developed by Stock & Watson (1993), will be incorporated.

Conversely, the Canonical-Cointegrating-Regressions (CCR) estimator, introduced by Park (1992), will also be considered. This estimator effectively addresses the challenges of endogeneity that may arise from long-term correlations in our model.

In summary, given the presence of a cointegration relationship within the model, a combination of FMOLS, DOLS, and CCR methods has been employed to estimate both long-term and short-term coefficients. The detailed outcomes of these estimations are presented in Table 4.

Table 4: Long-Short Term Coefficient Estimation Results

CPI	FMOLS		DOLS		CCR	
	Long run	Short run	Long run	Short run	Long run	Short run
NER	0.802***		0.797***		0.806***	
SIN	0.049***		0.042***		0.050***	
COS	-0.037***		-0.038***		-0.037***	
C	1.801***		1.808***		1.799***	
ECT		-0.250***		-0.249***		-0.187*
Δ NER		0.204***		0.164**		0.362***
SIN		-0.004		-0.004		-0.002
COS		0.009***		0.008**		0.008**
C		0.011***		0.012***		0.009***

Note: *(10%), **(5%) and ***(1%) are levels of significance.

After conducting a thorough analysis of Table 4, it becomes evident that estimations are accessible for both enduring and immediate coefficients regarding the influence of the NER on CPI. Remarkably, there is a notable level of consistency, both in terms of the numerical values and the directional signs of these coefficients. This consistency is observed across various methodologies, specifically FMOLS, DOLS, and CCR, which were employed to investigate this effect.

In the context of the FMOLS outcomes, it is discernible that the ER exerts a favorable impact on inflation over the specified timeframe. Expressing this influence

in coefficient terms, a 1% augmentation in the exchange rate corresponds to an almost 0.8% inflation increment. Furthermore, the coefficient associated with the Error Correction Term (ECT) in the FMOLS analysis falls within the range of -1 to 0. The statistical significance of this coefficient strengthens the assertion of a persistent relationship between the variables. Significantly, these results signify that the exchange rate affects inflation positively, not only in the near term but also over an extended duration.

Conversely, when scrutinizing the findings derived from the DOLS and CCR methodologies, they consistently reveal that an elevation in the exchange rate results in an upswing in inflation. In quantitative terms, a 1% rise in the exchange rate is associated with an approximately 0.80% to 0.81% inflation surge over the long haul. Additionally, the Error Correction Term (ECT) coefficients for both DOLS and CCR analyses fall within the range of -0.249 to -0.187, which further solidifies the evidence of a cointegration relationship. It is worth highlighting that these findings underscore the NER's favorable influence on CPI, not only in the extended term but also in the immediate term.

CONCLUSION AND RECOMMENDATIONS

The trajectory of exchange rates in open economies holds immense significance due to its far-reaching impact on various economic and societal variables. One prominent aspect of this influence is the interaction between the exchange rate and inflation, commonly known as the "Exchange Rate Pass-Through." This research investigates the dynamics of ER and CPI, using data spanning from the first quarter of 2006 to the first quarter of 2023. Initially, stationarity is assessed using both Fourier KPSS and standard KPSS Fourier tests, revealing that the variables exhibit an integrated order of I(1).

Subsequently, Fourier SHIN and standard SHIN tests are employed to determine whether the variables evolve together over the specified period, leading to the identification of a cointegration relationship. Further analysis involves the application of DOLS, FMOLS, and CCR tests to estimate long-term and short-term coefficients. The empirical results underscore the significant Exchange Rate Pass-Through, with all three estimators concurring that a 1% increase in the ER corresponds to a substantial inflationary increase ranging from +0.80% to +0.81%.

Furthermore, the statistically significant Error Correction Term(ECT) coefficients, falling within the range of -0.186 to -0.251 across all three estimators, confirm the existence of a relationship (long-term). This outcome highlights the substantial impact of ER fluctuations on the inflation rate within the Türkiye economy. Given Türkiye's production structure, which heavily relies on foreign currency, the importance of maintaining a stable exchange rate becomes evident. These findings emphasize the necessity of not only ensuring exchange rate stability but also expanding foreign exchange earning activities.

Given the findings, there are significant recommendations for Türkiye policymakers concerning the economy. Firstly, the Central Bank of Türkiye and other relevant institutions should enhance their analytical and mathematical capabilities to improve their ability to predict future exchange rate movements. This improved forecasting can enable policymakers to better prepare for fluctuations in exchange rates. The Central Bank should also consider intervening when necessary to mitigate and control exchange rate fluctuations, which can be an effective means of regulating the relationship between exchange rates and inflation. Moreover, it is advisable to offer training to both exporting and importing companies on strategies for guarding against exchange rate fluctuations. This can assist businesses in managing exchange rate risks and minimizing price hikes. To maintain macroeconomic stability and ensure balanced inflation, it is essential to effectively implement economic policies and uphold fiscal discipline. Lastly, the development of social assistance and support policies for low-income individuals and groups can help mitigate the adverse impacts of exchange rate increases on inflation, thereby alleviating the economic challenges caused by inflation. Finally, it is of great importance to restore confidence in the targets in the fight against inflation in order to prevent the inflation, exchange rate and expectation spiral from getting stronger.

Future studies will extend this analysis to assess the Exchange Rate Pass-Through in a panel dataset encompassing countries with similar economic structures to Türkiye, contributing to the existing body of literature in this field.

Conflict of Interest and Contribution Rate: Author does not declare any conflict of interest. The article has one author and the author contribution rate is 100%.

REFERENCES

Aisen, A., Simione, F. & Manguinhane, E. (2021). An empirical assessment of the exchange rate pass-through in Mozambique. *SSRN*, 1-32.

Akbakay, Z. (2022). Gelişmekte olan ülkelerde enflasyonun politik ve kurumsal belirleyicileri. *Third Sector Social Economic Review*, 57 (3), 2347-2363.

Alkan, U. & Dağdır, C. (2020). Türkiye’de döviz kuru ve enflasyon arasındaki ilişkinin çoklu yapısal kırılmalı eşbütünleşme analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 270-287.

Allen, W. A. & Wood, G. (2006). Defining and achieving financial stability. *Journal of Financial Stability*, 152-172.

Altınır, A. & Sungur, O. (2021). Türkiye’de döviz kuru ve enflasyon arasında zamanla değişen nedensellik ilişkisi: 1989-2020 dönemi için kanıtlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 3398-3420.

Anderl, C. & Caporale, G. M. (2023). Nonlinearities in the exchange rate pass-through: The role of inflation expectations. *International Economics*, 173, 86-101.

Arslan, F. & Meçik, O. (2023). Krizler çağında OECD ülkelerinde tasarruf, doğrudan yabancı sermaye yatırımları ve ekonomik büyüme: 2000-2020 dönemi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 91-115.

Aytekin, İ., Bayraktar, S. & Aksoy, E. (2022). Türkiye’de döviz kuru ile enflasyon arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkinin incelenmesi. *Journal of Economic Policy Researches*, 10 (1), 87-112.

Becker, R., Enders, W. & Lee, J. (2006). A stationarity test in the presence of an unknown number of smooth breaks. *Journal of Time Series Analysis*, 3 (5): 381-409.

Berke, B. (2023). Türkiye’de reel döviz kurunun belirleyicileri: Doğrusal ve doğrusal olmayan ARDL bulguları. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 400-424.

Camara, K., Siaw, F., Gilbert, K., Samuel, K., Emmanuel, A.A. & Anokye, M. (2022). Asymmetric exchange rate pass-through to consumer prices in Ghana: evidence from EMD-NARDL approach. *Hindawi Journal of Mathematics*, 8, 9075263.

Celkan, Ö. S. (2023). Döviz kuru ve enflasyon ilişkisi: Türkiye örneği. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 5 (1), 19-37.

Cengiz, Ç. (2018). Döviz kurunun belirlenmesine yönelik teorik yaklaşımlar. *Sakarya İktisat Dergisi*, 7 (4), 1-17.

Ceviş, I. & Ceylan, R. (2015). Kırılgan beşlide satın alma gücü paritesi (SAGP) hipotezinin test edilmesi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 10 (37), 6381-6393.

Ceylan, R. & Ulucan, H. (2014). Satın alma gücü paritesi hipotezi (SAGP)'nin OECD ülkeleri için test edilmesi. *Sosyoekonomi*, 22 (22), 193-210.

Cheikh, N. B. & Zaied, Y. B. (2020). Revisiting the pass-through of exchange rate in the transition economies: New evidence from new EU member states. *Journal of International Money and Finance*, 100, 102093.

Çakır, M. & Kaya, A. E. (2023). Türkiye’de döviz kuru geçişkenliği zamanla değişiyor mu? *İstanbul İktisat Dergisi*, 73 (1), 359-383.

De Mendonça, H. F. & Tiberto, B. P. (2017). Effect of credibility and exchange rate pass-through on inflation: An assessment for developing countries. *International Review of Economics & Finance*, 50, 196-244.

Demir, E. & Yenipazarlı, A. (2020). Döviz kurlarının enflasyon üzerindeki etkisi: Türkiye üzerine ampirik bir inceleme. *Alanya Akademik Bakış*, 4 (2), 193-204.

Demirgil, B. (2019). Türkiye’de enflasyonun belirleyicileri üzerine uygulamalı bir çalışma. *Journal of International Management Educational and Economics Perspectives*, 7 (1), 13-21.

Duman, Y. K. & Sağdıç, A. (2019). Türkiye’de döviz kuru ve enflasyon ilişkisi: Ekonometrik bir analiz (2003: 1–2017: 3). *Sakarya İktisat Dergisi*, 8 (1), 1-16.

Durgun, A. (2019). Döviz kuru dalgalanmalarının enflasyon üzerindeki geçiş etkisi: Türkiye örneği. *International Review of Economics and Management*, 6 (2), 117-137.

Emek, Ö. F., Düşünceli, F. & Doru, Ö. (2021). Türkiye’de yurt içi üretici ve tüketici fiyatları üzerindeki döviz kuru geçişkenliğinin incelenmesi. *İstanbul İktisat Dergisi*, 71 (1), 163-190.

Erdogan, S. (2020). Enflasyon ve döviz kurları arasındaki ilişki: Türkiye örneği (2005.1–2018.12). *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 6 (1), 61-78.

Felek, S. & Ceylan, R. (2021). Geleneksel olmayan para politikası araçlarının finansal istikrar üzerindeki etkisi: Türkiye uygulaması. *Business and Economics Research Journal*, 12 (3), 537-555.

Gereziher, H. Y. & Nuru, N. Y. (2023). Exchange rate pass-through to inflation in South Africa: is there nonlinearity?. *African Journal of Economic and Management Studies*, 1-15.

Geyik, O., Demir, M. & Erdoğan, H. (2022). BRICS-T ülkelerinde faiz, döviz kuru ile enflasyon ilişkisi: Panel eşbütünleşme analizi. *Journal of Life Economics*, 9 (3), 109-127.

Göktaş, P. (2019). Türkiye’de döviz kurunun tüketici fiyatları üzerindeki asimimetrik geçiş etkileri. *Sosyoekonomi*, 27 (42), 29-50.

Gülđen, Ş. & Akmyrat, A. (2019). Nominal döviz kurunun belirleyicileri. *İktisat Politikası Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 31-42.

Güney, A. & Tunalı, H. (2017). Faiz oranı paritesi yaklaşımı üzerine bir değerlendirmeye. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 9 (16), 35-48.

Kabundi, A. & Mlachila, M. (2019). The role of monetary policy credibility in explaining the decline in exchange rate pass-through in South Africa. *Economic Modelling*, 79, 173-185.

Karabacak, M. (2023). Türkiye’de enflasyonun dinamikleri ve döviz kurunun yurtiçi fiyatlara geçiş etkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 18 (1), 252-270.

Karahan, Ö. & Gencür, A. S. (2019). Döviz kuru geçişkenliği ve merkez bankası politikaları. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 381-387.

Karahan, Ö. & Gencür, A. S. (2020). Türkiye’de döviz kurundaki değişimlerin ithal girdi maliyeti üzerinden üretici fiyatlara etkisi. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15, 48-65.

Kassi, D. F., Sun, G., Ding, N., Rathnayake, D. N. & Assamoi, G. R. (2019). Asymmetry in exchange rate pass-through to consumer prices: Evidence from emerging and developing Asian countries. *Economic Analysis and Policy*, 62, 357-372.

Kılıcı, E. N. (2019). Türkiye enflasyon görünümüne ilişkin bir değerlendirme; reel efektif döviz kuru ile tüketici fiyat endeksi arasındaki ilişkinin analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (6), 219-227.

Koçak, İ. & Özbek, S. (2020). Satın alma gücü paritesinin geçerliliği: Durağanlık ve birim kök testlerinden yeni kanıtlar. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 22-31.

Kolcu, F. (2023). Türkiye’de enflasyonun belirleyicileri. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (1), 31-56.

Kuşkaya, S., Ünlü, F. & Gençoğlu, P. (2021). Döviz kuru ve üretici fiyat endeksi arasındaki ilişkinin sürekli dalgaçık uyumu modeli ile analizi: Türkiye üzerine ampirik bulgular. *İzmir İktisat Dergisi*, 36 (2), 365-378.

Küçükaksoy, İ. & Akalın, G. (2017). Fisher Hipotezi'nin panel veri analizi ile test edilmesi: OECD ülkeleri uygulaması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 35 (1), 19-40.

Leiderman, L. (1993). *Inflation and disinflation: The Israeli experiment*. ABD: University of Chicago Press.

López-Villavicencio, A. & Mignon, V. (2017). Exchange rate pass-through in emerging countries: Do the inflation environment, monetary policy regime and central bank behavior matter?. *Journal of International Money and Finance*, 79, 20-38.

Mike, F. (2018). Faiz oranı paritesi ve etkin piyasa hipotezinin gelişen piyasa ekonomileri için test edilmesi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 13 (1), 65-86.

Nasir, M.A., Huynh, T.L.D. & Vo, X. V. (2020). Exchange rate pass-through & management of inflation expectations in a small open inflation targeting economy. *Int. Rev. Econ. Finance*, 69, 178–188.

Oğul, B. (2022). BRICS-T ÷lkelerinde d÷viz kuru geçiş etkisi: panel eşbüt÷nleşme testi. *Antalya Bilim Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (1), 83-92.

Özata, E. (2019). Türkiye’de d÷viz kuru geçişkenliğinin asimetric analizi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20 (2), 213-232.

Özbek, S. (2023). D÷viz kuru yansıma etkisinin ARDL, FMOLS, DOLS ve CCR yöntemleriyle tahmini: Türkiye örneği (2006-2022). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23 (2), 517-536.

Özbek, S. & Naimoğlu, M. (2022). Türkiye’de enflasyon ve d÷viz kuru ilişkisi: saklı eşbüt÷nleşme yaklaşımı. *Journal of Management and Economics Research*, 20(3), 460-474.

Öztürk, N. & Bayraktar, Y. (2010). D÷viz kurlarını açıklamaya yönelik yeni yaklaşımlar. *Cumhuriyet Üniversitesi Journal of Economics & Administrative Sciences (JEAS)*, 11 (1), 157-191.

Park, J. Y. (1992). Canonical cointegrating regressions. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 60 (1), 119-143.

Phillips, P. & Hansen, B. (1990). Statistical inference in instrumental variables regression with I (1) processes. *Review of Economic Studies*, 57, 99-125.

Sheferaw, H. E. & Sitotaw, K. W. (2023). Empirical investigation of exchange rate transmission into general inflation level in Ethiopia–SVAR approach. *Cogent Business & Management*, 10 (2), 2243662.

Stock, J. H. & Watson, M. W. (1993). A simple estimator of cointegrating vectors in higher order integrated systems. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 783-820.

şanlı, O. (2022). D÷viz kuru dalgalanmalarının enflasyona etkisi: Türkiye örneği. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 2487-2514.

şeker, H. (2022). Türkiye’de kur-enflasyon geçişkenliği üzerine ekonometrik bir analiz. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (1), 131-142.

Teferra, M. G. (2020). College of business and economics school of graduate studies. *Addis Ababa University*, 1-91.

Torun, M. & Yılmaztürk, R. G. (2021). Enflasyon hedeflemesinin temel belirleyicileri: seçilmiş OECD ÷lkeleri için panel veri analizi. *Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi*, 2 (1), 1-8.

Tsong, C.C., Lee, C.F., Tsai, L.J. & Hu, T.C. (2016). The Fourier approximation and testing for the null of cointegration. *Empirical Economics*, 51 (3), 1085-1113.

Ulusoy A., Yılmaz H. & Ünal H. (2022). Türkiye’de Gibson paradoksunun Fisher etkisi bağlamında ele alınması (1978-2019 Dönemi). *Maliye Dergisi*, (181), 1-18.

Uysal, D., Yılmaz, K. Ç. & Kasa, H. (2022). Döviz kuru ile gıda ve alkolsüz içecek fiyatları arasındaki zamanla değişen nedensellik analizi. *Third Sector Social Economic Review*, 57 (1), 492-505.

Valogo, M. K., Duodu, E., Yusif, H. & Baidoo, S. T. (2023). Effect of exchange rate on inflation in the inflation targeting framework: Is the threshold level relevant?. *Research in Globalization*, 100119, 1-10.

Yanar, R. & Berk, E. (2023). Döviz kurundaki değişimlerin yurtiçi üretici ve tüketici fiyatlarına geçiş etkisi: Türkiye üzerine bir uygulama. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 22 (1), 223-238.

Yenisu, E. (2019). Türkiye’de enflasyonun makroekonomik belirleyicileri: Toda-Yamamoto nedensellik analizi. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 7 (1), 43-58.

Yetim, M. & Yamak, R. (2019). Türkiye’de döviz kurundan fiyatlara geçişkenlik etkisi: Hatemi-J asimetrik nedensellik testi. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (1), 203-221.

Yıldırım, K. (2021). Döviz kuru fiyat geçiş etkisi için ampirik bir analiz: Türkiye örneği. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12 (23), 15-38.

Yıldırım, K., Yıldırım, S., Kostakoğlu, S. F. & Akkuş, Ö. (2019). Türkiye’de döviz kurunun enflasyona etkisi. *Sakarya İktisat Dergisi*, 8 (1), 17-33.

Yıldırım, S. & Sarı, S. (2020). Döviz kuru ve enflasyonun faiz oranı üzerindeki etkisinin NARDL Yaklaşımı ile İncelenmesi: Türkiye Ekonomisi için Bir Örnek. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 6 (02), 147-161.

Yurttagüler, İ. M. & Kutlu Horvâth, S. (2019). Korumasız faiz paritesinin geçerliliği: Avrupa Birliği örneğinde ekonometrik bir analiz. *Journal of Financial Politic & Economic Reviews/Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 56 (648), 69-81.

Yayın Geliş Tarihi: 09.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 26.02.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1339614>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 226-250
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

HAVAYOLU PERFORMANS ANALİZİ İÇİN YENİ ENTEGRE D-CRITIC-TOPSIS YAKLAŞIMI

Umut AYDIN*

Öz¹

Diğer birçok sektör gibi rekabetin yoğun olduğu hava taşımacılığı sektöründe de birçok havayolu, operasyonlarını daha etkin ve güvenilir hale getirerek rekabetçi özelliklerini daha da güçlü hale getirmeye çalışmaktadır. Bu durum şirketler için performans değerlendirme konusunu daha da önemli bir hale getirmekte ve özellikle matematiksel modeller yardımıyla gerek objektif gerekse de uzman görüşlerinden faydalanan subjektif performans değerlendirmesinde kullanılan metodolojilere ihtiyaç günden güne artmaktadır. Bu çalışmada mesafe korelasyonu ile geleneksel CRITIC yaklaşımının gelişmiş bir versiyonu olan D-CRITIC yönteminin TOPSIS yöntemiyle entegrasyonu ile elde edilen bir performans değerlendirme metodolojisi önerilmiştir. Önerilen D-CRITIC-TOPSIS ve entegre CRITIC-TOPSIS yaklaşımlarıyla 2022 yılında en fazla yolcu taşıyan ilk 10 havayolu için müşteri görüşlerini yansıtan 8 kriter kullanılarak karşılaştırmalı bir performans analizi yapılmış ve elde edilen sıralamalar raporlanmıştır. Yapılan analiz sonucunda mesafe korelasyonu temelli D-CRITIC yöntemi ve geleneksel CRITIC yöntemiyle elde edilen objektif kriter ağırlıklarının farklılaştığı ve bu durumun havayollarının performanslarına göre hesaplanan sıralamalarında değişikliğe sebep olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: D-CRITIC, TOPSIS, Havayolu, Performans analizi, Çok Kıstaslı Karar Verme.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Aydın, U. (2024). Havayolu performans analizi için yeni entegre D-CRITIC-TOPSIS yaklaşımı. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 226-250.

*Dr. Öğr. Üyesi, Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, ORCID: 0000-0003-4802-8793, uaydin@bandirma.edu.tr

¹Bu çalışmada etik kurul onayı gerekmemektedir.

A NOVEL INTEGRATED D-CRITIC-TOPSIS APPROACH FOR AIRLINE PERFORMANCE ANALYSIS

Abstract

In the highly competitive air transportation sector, like many other sectors, many airlines are trying to make their competitive characteristics stronger by making their operations more efficient and reliable. This situation makes performance evaluation even more important for companies and the need for methodologies for both objective and subjective performance evaluation, especially with the help of mathematical models and expert opinions, is increasing day by day. In this study, a performance evaluation methodology is proposed by integrating the D-CRITIC method, which is an advanced version of the traditional CRITIC approach with distance correlation, with the TOPSIS method. With the proposed D-CRITIC-TOPSIS and integrated CRITIC-TOPSIS approaches, a comparative performance analysis is performed for the top 10 airlines carrying the highest number of passengers in 2022 using 8 criteria reflecting customer opinions and the rankings obtained are reported. As a result of the analysis, it was found that the objective criteria weights obtained with the distance correlation-based D-CRITIC method and the traditional CRITIC method differed and this caused a change in the rankings of the airlines calculated according to their performance.

Keywords: *D-CRITIC, TOPSIS, Airline, Performance Analysis, Multiple Criteria Decision Making.*

GİRİŞ

Son yıllarda küresel düzeyde yaşanan gelişmeler hava taşımacılığı sektöründe görülen büyüme ivmesini daha da arttırmış ve sektör küresel taşımacılık sisteminin hayati bir parçası haline gelmiştir. Diğer birçok sektör gibi rekabetin yoğun olduğu sektörde birçok havayolu operasyonlarını daha etkin ve güvenilir hale getirerek rekabetçi özelliklerini daha da güçlü hale getirmeye çalışmaktadır. Bu durum şirketler için performans değerlendirme konusunu daha da önemli bir hale getirmektedir ve özellikle matematiksel modeller yardımıyla gerek objektif gerekse de uzman görüşlerinden faydalanan sübjektif performans değerlendirmesinde kullanılan metodolojilere ihtiyaç günden güne artmaktadır. Şirketlerin performans analizini etkin bir şekilde gerçekleştirme ihtiyacı araştırmacıları çok kriterli karar verme (ÇKKV) yaklaşımları gibi birden çok farklı özellikteki kriteri göz önünde bulundurarak şirketlerin sistematik bir şekilde karşılaştırılmasını mümkün kılan yöntemlerin araştırılmasına sevk etmiştir.

Çalışmanın literatür taraması kısmı gösterecektir ki performans analizi yapmak için kullanılan metodolojilere göre çalışmalar birkaç farklı grupta toplanabilmektedir. Koyubenbe & Özden (2011), Tutulmaz & Şahin (2014), Bilik

vd. (2016), Öztürk & Yıldız (2016), Ekinci (2020), Aydın & Kaya (2021) ve Koca & Demir Uslu (2022) gibi parametrik yaklaşımlarla teknik etkinlik skoru hesaplayan; Peker & Birdoğan (2019), Karakaya vd. (2014), Akyüz vd. (2015), Asker (2021), Perçin & Çakır (2012), Doğan (2015) ve Keskin (2018) parametrik olmayan yöntemlere teknik etkinlik skoru hesaplayan; Bakırcı vd. (2014), Doğan & Gencan (2014), Çağlar & Öztaş (2016) ve Asker vd. (2018) gibi parametrik olmayan teknik etkinlik skoru hesaplamada kullanılan yöntemlerle ÇKKV yaklaşımlarını entegre eden ve gerek sübjektif ağırlık hesaplamasından kullanılan yaklaşımların tercih edildiği (Esen & Yiğit, 2022; Gülsün & Erdoğan, 2021; Görçün & Küçükönder, 2021) gerekse de Batır (2023), Altıntaş (2022), Bayram (2021), Apan & Öztel (2020a) gibi objektif yöntemlerle kriter ağırlıklarının hesaplandığı yaklaşımlar araştırmacılar tarafından tercih edilmektedir.

Diakoulaki vd. (1995) tarafından literatüre kazandırılan ve araştırmacılar tarafından çokça tercih ÇKKV yöntemlerinden biri olan CRITIC (CRiteria Importance Through Intercriteria Correlation) yöntemi de kriterlere ait objektif ağırlıkların bulunmasında kullanılmaktadır. CRITIC yöntemi, kriter setinde yer alan değişkenler arasındaki korelasyonu ölçen Pearson korelasyonu yardımıyla karar probleminde yer alan kriterler arasındaki ilişkiyi de göz önünde bulundurması özelliğiyle diğer objektif yaklaşımlardan pozitif olarak ayrılmaktadır. Fakat son yıllarda araştırmacıların geleneksel ÇKKV metodolojilerinin kısıtlarını geliştirme çabalarıyla yaklaşımların farklı versiyonları literatürde yer almaya başlamıştır.

Bunlardan biri de Krishnan vd. (2021) tarafından literatüre kazandırılan mesafe korelasyonu temelli D-CRITIC (Distance Correlation-based CRITIC) yöntemidir. Metodoloji bölümü gösterecektir ki D-CRITIC yöntemi geleneksel CRITIC yönteminden farklı olarak kriterler arasındaki korelasyon hesaplaması yaparken dirençli (robust) bir yaklaşım olan ve Székely vd. (2007) tarafından literatüre kazandırılan mesafe korelasyonunu kullanmaktadır. Bu modifikasyonla birlikte CRITIC yönteminde kullanılan Pearson korelasyonunun özellikle kriterler arasındaki doğrusal olmayan korelasyonu yakalamada problem yaşamasından dolayı ortaya çıkabilecek yanlış sonuçları minimuma indirmek amaçlanmıştır. D-CRITIC yönteminde hesaplanan mesafe korelasyonunun değişkenler arasındaki ilişki olmama durumunun daha etkin bir şekilde hesaplamalara yansdığı Krishnan vd. (2021) çalışmasında ortaya koyulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışmada D-CRITIC yönteminin performans analizindeki potansiyel faydalarını gözlemleyebilmek amacıyla TOPSIS yöntemiyle entegre bir şekilde kullanımı için adım adım açıklanmıştır ve devamında 2022 yılında en fazla yolcu taşıyan 10 havayolunun performans analiziyle örnek bir uygulama yapılmıştır. Uygulama esnasında kriter ağırlıklarının CRITIC ve D-CRITIC yöntemlerinde nasıl

farklılaştığını gözlemleyebilmek amacıyla kriter ağırlıkları her iki yöntemle de hesaplanmış ve TOPSIS ile havayollarının sıralanması aşamasında iki yöntemden gelen ağırlıklarla da uygulama yapılmış ve sıralamalar raporlanmıştır.

Çalışmanın devamında öncelikle performans analizi konusunda literatürde bulunan çalışmalar özelliklerine göre karşılaştırmalı şekilde özetlenmeye çalışılacaktır. Sonraki aşamada performans analizi için entegre D-CRITIC-TOPSIS yöntemi adım adım açıklanacak ve havayolu performans analizi için yapılan bir uygulamanın sonuçları da adım adım raporlanacaktır. Son olarak da elde edilen bulgular sonuç bölümünde açıklanacak ve gelecek çalışmalar için araştırma fırsatları belirtilecektir.

LİTERATÜR

Birimler için performans analizi yapan çalışmalar incelendiğinde araştırmacıların birçok farklı yaklaşımdan faydalandığı görülmektedir. Literatürdeki çalışmaların faydalandıkları yaklaşımlara göre belirli birkaç grupta sınıflandırılabilirdiği görülmektedir. İlk grupta yer alan çalışmaların birimlerin performans analizinde teknik etkinlik skorlarını hesapladıkları ve birimleri bu skorlara göre sınıflandırdıkları görülmektedir. Teknik etkinlik ölçümünde kullanılan çalışmalar incelendiğinde ilk grupta parametrik yaklaşımları kullanan çalışmaların olduğu görülmektedir. (Koyubenbe & Özden, 2011; Tutulmaz & Şahin, 2014; Bilik vd., 2016; Öztürk & Yıldız, 2016; Ekinci, 2020; Aydın & Kaya, 2021; Koca & Demir Uslu, 2022). Bu çalışmalar farklı sektörlerde yer alan birimlerin performanslarını değerlendirmek amacıyla bir teknik etkinlik sınırını stokastik sınır analizi (SSA) gibi parametrik yöntemlerle oluşturan ve bu etkinlik sınırına göre tüm birimlerin teknik etkinlik skorlarını hesaplayıp bu skorlara göre birimleri sırlamaktadır. Etkinlik sınırına veri setinde yer alan diğer birimlere göre daha yakın olan, başka bir deyişle diğer birimlere göre belirli girdi seviyesinde daha fazla çıktı elde eden birimler en iyi performansa sahip birimler olarak görülmektedir. Fakat bazı koşullarda SSA gibi parametrik yaklaşımların varsayımları sağlanmamaktadır ve hatta parametrik yöntemlerin de karar vericileri kısıtlayan bazı durumlar söz konusu olabilmektedir. Örneğin SSA yaklaşımında çıktı değişkeni olarak tek bir değişken kullanılabilir ve bu durum araştırmacıları kimi zaman kısıtlayabilmektedir. Her ne kadar Aydın & Kaya (2021) çalışmasında olduğu gibi çıktı değişkenleri temel bileşenler analizi (TBA) gibi yöntemlerle tek değişkene indirgenip bu kısıt aşılırsa da bu durum değişkenler arasındaki korelasyonun düşük olduğu durumlarda araştırmacıları kısıtlayan bir durum olabilmektedir.

Bu ve bunun gibi kısıtlayıcı durumlar sebebiyle araştırmacılar teknik etkinlik skoru ile performans analizinde veri zarflama analizi (VZA) gibi

yaklaşımlara yönelmektedir. VZA yaklaşımını kullanan çalışmalarda geleneksel VZA spesifikasyonlarından faydalanan çalışmalar olduğu gibi (Peker & Birdoğan, 2019; Karakaya vd., 2014; Akyüz vd., 2015; Asker, 2021) süper etkinlik modellemesi gibi daha gelişmiş VZA yaklaşımlarından çalışmalar da mevcuttur (Perçin & Çakır, 2012; Doğan, 2015; Keskin, 2018). Ayrıca VZA yöntemlerini ÇKKV yöntemleriyle entegre bir şekilde performans analizi için kullanan çalışmalar da literatürde yer almaktadır (Bakırcı vd., 2014; Doğan & Gencan, 2014; Çağlar & Öztaş, 2016; Asker vd., 2018).

Birimleri belirlenen kriterlere göre hesaplanan performans değerlerine göre sıralayan diğer bir gruptaki çalışmalar ise ÇKKV yöntemini kullanan çalışmalardır. Bu gruptaki çalışmalarında alt iki grup oluşturduğu görülmektedir. Bunlardan ilki kriter ağırlıklarının hesaplanmasında karar vericilerin ve/veya uzmanların subjektif görüşlerine ihtiyaç duyan ve kriter ağırlıklarının hesaplanmasında bu subjektif görüşlerden gelen bilginin kullanıldığı yaklaşımlardır (Esen & Yiğit, 2022; Gülsün & Erdoğan, 2021; Görçün & Küçükönder, 2021). Diğer alt grupta yer alan çalışmalar ise subjektif ağırlık hesaplaması yapan yaklaşımların aksine değerlendirme aşamasında uzman görüşlerine ihtiyaç duymadan oluşturulan karar matrisindeki kriterlerin sahip olduğu örüntüyü yakalayıp kriterlerin objektif ağırlıklarını hesaplayan yöntemlerdir. Objektif kriter ağırlıklarının hesaplanmasında ENTROPI, CRITIC, CILOS ve IDOCRIW gibi yöntemler kullanan çalışmalar mevcuttur. CRITIC yöntemi ve ENTROPI yöntemi bu yaklaşımlardan araştırmacılar tarafından en çok tercih edilenlerdendir (Krishnan vd., 2021). Bu çalışmada geleneksel versiyonunun gelişmiş olan D-CRITIC yöntemi kriter ağırlıklandırmasında tercih edildiği için geleneksel CRITIC yaklaşımından faydalanan çalışmalardan örnekler tablo 1 ile gösterilmektedir.

Tablo 1. Performans Analizinde ÇKKV Yaklaşımları Kullanan Çalışmalar

Yazar(lar)	Metodoloji	Uygulama Alanı
Türkoğlu & Duran (2023)	CRITIC; GIA ve WASPAS	Ülkelerin Lojistik Performansı
Ecemiş & Avcı (2023)	CRITIC; CODAS	Ülkelerin Lojistik Performansı
Eyceyurt Batır (2023)	CRITIC; EDAS	Bankaların Performansı
Keleş (2022)	CRITIC; MABAC	THY Beş Yıllık Performansı
Duran (2022)	CRITIC; GIA	Ülkelerin İnovasyon Performansı
Akgül (2021)	CRITIC; COCOSO	Bankaların Performansı
Öndeş & Özkan (2021)	CRITIC; EDAS	BIST Bilişim Sektöründeki Şirketlerin Finansal Performansı
Bayram (2021)	CRITIC; EDAS	Bankaların Performansı

Aydın (2020)	CRITIC; MAIRCA	Bankaların Performansı
Apan & Öztel (2020b)	CRITIC; PROMETHEE	Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklarının Finansal Performansı
Akbulut (2020)	CRITIC; MABAC	BIST Çimento Şirketleri Finansal Performansı
Akbulut (2019)	CRITIC; EDAS	İş Bankasının 10 Yıllık Performansı
Yalçın & Karakaş (2019)	CRITIC; EDAS	Bir Enerji Firmasının 10 Yıllık Performansı
Aydın (2019)	CRITIC; TOPSIS	Sigorta Şirketlerinin Finansal Performansı

Uzman ve/veya karar verici görüşlerinden kaynaklı olası yanlılıkların önüne geçmek amacıyla kullanılan objektif kriter ağırlığı hesaplama yöntemleri, karar matrisindeki yapıyı inceleyerek oradaki örüntüden kriter ağırlıklarını hesaplamaktadır. Literatür incelendiğinde objektif kriter ağırlıkları hesaplamada yaygın olarak kullanılan yöntemlerden biri de CRITIC yaklaşımıdır. CRITIC yaklaşımının araştırmacılar tarafından çokça tercih edilmesinin sebeplerinden biri aynı anda hem kriterlerin sahip olduğu kontrast yoğunluğunu hem de her bir kriterin birbirleriyle çelişkili şekilde olan ilişkilerini göz önünde bulundurmasıdır.

Bir kriterin kontrast yoğunluğu her bir kriterle ait lokal skorlarla ilişkilendirilen oynaklığın temsili şeklinde tanımlanabilir. Başka bir deyişle, kriter bazındaki skorlar alternatiften alternatife ciddi bir şekilde değişiyorsa bu durumda, kriterin daha anlamlı bilgi taşıdığı varsayılmaktadır ve bu sebeple ilgili kriter diğer kriterlere göre daha yüksek ağırlığa sahip olmaktadır. Geleneksel CRITIC yönteminde kontrast yoğunluğu standart sapma değeriyle ölçülmektedir.

CRITIC yöntemini pozitif anlamda ayırıştırıcı bir özelliği ise kriterler arasındaki çelişkili ilişkiyi de göz önünde bulundurmasıdır. Örneğin bir otomobil tercih edeceğimiz zaman aynı anda hem ucuz hem de yüksek performanslı bir model tercih edebilmek neredeyse imkansızdır. Örnekteki gibi durumlar kriterler arasındaki çelişen ilişki olarak isimlendirilmektedir ve bu durum CRITIC yönteminde -1 ve 1 arasında değerler alabilen Pearson korelasyon katsayısı ile göz önünde bulundurulmaktadır. Negatif korelasyon değişkenlerin zıt yönde; pozitif korelasyon ise değişkenlerin aynı yönde hareket ettiğini gösterirken, korelasyon değerinin 0 olması değişkenler arasında birlikte hareket etme durumunun olmadığını göstermektedir.

CRITIC yönteminde kontrast yoğunluğu ve çelişkili ilişkisi yüksek olan kriterlere daha yüksek ağırlık ataması yapılmaktadır fakat Krishnan vd. (2021) yaptığı çalışmada Pearson korelasyonunun kriterler arasındaki çelişkili ilişkiyi yakalamada zayıf kaldığını, başka bir deyişle Pearson korelasyon katsayısının 0 değerini almasının kriterlerin tamamen birbirinden bağımsız hareket ettiği şeklinde

yorumlanmasının yanlışlık yaratabileceğini ve bunun sebebinin de Pearson korelasyonunun değişkenler arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi yakalamada zaman zaman başarısız olmasından dolayı olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple mesafe korelasyonu kullanan D-CRITIC yönteminin, geleneksel CRITIC yöntemine göre kriter ağırlıklarının hesaplanmasında daha iyi performansa sahip olduğunu çalışmalarında ortaya koymuşlardır.

D-CRITIC yönteminin Krishnan vd. (2021) tarafından literatüre kazandırılmasının ardından, objektif ağırlık hesaplamasında araştırmacılar tarafından yaklaşım fazlasıyla tercih edilmeye başlanmıştır. Maneengam, A. (2023) yaptığı çalışmada D-CRITIC yöntemini geliştirilmiş TOPSIS (Modified TOPSIS) yöntemiyle entegre olarak kullanmıştır. Dahası, Ghaemi-Zadeh & Eghbali-Zarch (2024) ve Zhang & Wei (2023) çalışmalarında olduğu gibi D-CRITIC yaklaşımı bulanık MULTI-MOORA ve bulanık CPT-CoCoSo gibi bulanık ÇKKV yaklaşımlarıyla da entegre şekilde kullanıldığı da gözlemlenmiştir. D-CRITIC yönteminden faydalanan çalışmaların ortak özelliği ise kriter ağırlıklarının objektif olarak hesaplanmasında bu yaklaşımın doğrusal olmayan korelasyonu mesafe korelasyonu ile yakalayıp geleneksel CRITIC yönteminde göre daha iyi performansa sahip olduğu bulgusudur.

D-CRITIC yönteminin bahsedilen bu özellikleri sebebiyle bu çalışmada objektif kriter ağırlıklarının hesaplanmasında kullanılmıştır ve alternatiflerin sıralanmasında araştırmacılar tarafından en çok tercih edilen yöntemlerden biri olan TOPSIS yöntemiyle entegre edilerek havayolu performans analizi için örnek bir uygulama gerçekleştirilmiştir.

METODOLOJİ

Literatür taraması bölümü göstermektedir ki CRITIC yöntemi objektif kriter ağırlıkları hesaplamak isteyen araştırmacılar tarafından çokça kullanılan yöntemlerden biridir. ÇKKV problemlerinde kriter ağırlıklarının hesaplanmasında gerek subjektif gerekse de objektif yöntemlerin çok sayıda olmasının temel sebebi elde edilen ağırlıkların uygulama sonucunda birimler için elde edilecek sıralamaları doğrudan etkilemesidir. Özellikle de kriter sayısının arttığı karar problemlerinde ağırlıkların hesaplanması daha karmaşık bir hal alabilmektedir. Bu sebeple araştırmacılar tarafından farklı karakteristikteki karar problemleri için farklı ÇKKV yöntemleri geliştirilmeye devam etmektedir.

Subjektif ağırlık hesaplaması için kullanılan yöntemlerden biri de Krishnan vd. (2021) çalışmada önerilen D-CRITIC yöntemidir. Bu yöntem kriter ağırlıklarını hesaplarken geleneksel CRITIC yönteminden farklı olarak kriterler

arasındaki korelasyonlar için Székely vd. (2007) tarafından önerilen mesafe korelasyonunu kullanmaktadır. Mesafe korelasyonu, Pearson korelasyonunun kriter setindeki doğrusal olmayan ilişkiyi yakalama konusunda zayıf kaldığı bulgusuna dayandırılarak, CRITIC yaklaşımının geliştirilmiş bir versiyonu olan D-CRITIC yönteminin, kriter ağırlıklarını daha yansız hesaplayacağı ileri sürülmüştür.

Bu çalışmada D-CRITIC yöntemiyle kriterlere ait subjektif ağırlık değerleri hesaplanmıştır ve buradan elde edilen ağırlıklarla alternatiflerin sıralanması için TOPSIS yöntemi kullanılmıştır. Bu bölümde kullanılan yöntemlerin işlem adımları sırasıyla gösterilecektir.

D-CRITIC Yöntemi

İlk adımda karar problemine özgü olan kriterlerin ve alternatiflerin bulunduğu karar matrisi elde edilir. Matrisin matematiksel gösterim aşağıdaki gibidir:

$$E = [z_{ij}]_{m \times n} = \begin{bmatrix} z_{11} & z_{12} & \dots & z_{1n} \\ z_{21} & z_{22} & \dots & z_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ z_{m1} & z_{m2} & \dots & z_{mn} \end{bmatrix} \quad (1)$$

Sonraki adımda ise kullanılan kriterlerin fayda veya maliyet özellikli olmasına göre aşağıdaki eşitlikler kullanılarak standardizasyon işlemi yapılır. Eğer kullanılan kriter fayda temelli ise eşitlik 2; maliyet temelli bir kriter ise de eşitlik 3 kullanılarak standardize karar matrisi elde edilir.

$$r_{ij} = \frac{z_{ij} - \min_j(z_{ij})}{\max_j(z_{ij}) - \min_j(z_{ij})} \quad (2)$$

$$r_{ij} = \frac{\max_j(z_{ij}) - z_{ij}}{\max_j(z_{ij}) - \min_j(z_{ij})} \quad (3)$$

$$i = 1, \dots, m; j = 1, \dots, n$$

Burada $\max_j(z_{ij})$, j . kriterdeki en yüksek performansını; $\min_j(z_{ij})$ ise j . kriterdeki en kötü performansını temsil etmektedir. Kriter ağırlıklarının hesaplanması aşamasında sonraki adımda CRITIC yönteminde kriter setindeki ilişki varlığı ve bu ilişkinin derecesinin ölçülmesi için Pearson korelasyon katsayısı (ρ_{jk}) hesaplanmaktadır. D-CRITIC yönteminin farklılaştığı aşama bu aşamadır. Bu adımda kriterler için mesafe korelasyonu hesaplaması yapılmaktadır. Mesafe korelasyonu için katsayılar aşağıdaki eşitlik yardımıyla hesaplanır.

$$dCorr(c_j, c_{j'}) = \frac{dCov(c_j, c_{j'})}{\text{karekök}(dVar(c_j)dVar(c_{j'}))} \quad (4)$$

Burada $dCov(c_j, c_{j'})$, c_j ve $c_{j'}$ kriterleri arasındaki mesafe kovaryans değerini göstermektedir. $dVar(c_j) = dCov(c_j, c_j)$ ise c_j için mesafe varyans değerini göstermektedir. c_j ve $c_{j'}$ arasındaki mesafe korelasyonunu hesaplamak için aşağıdaki adımlar takip edilmektedir.

Adım 1: Öncelikle c_j için tüm alternatiflere ait skorlar göz önünde bulundurularak Öklid mesafe matrisi oluşturulur. Bu matris aralarında korelasyon hesaplanmaya çalışılan c_j ve $c_{j'}$ kriterlerinin her ikisi için de hesaplanır.

Adım 2: Elde edilen mesafe matrisi için satır ve sütun ortalamaları hesaplanır ve önce matrisin her elemanından bulunduğu satırın satır ortalaması çıkarılır. Sonra oluşan yeni matristeki matris elemanlarından önceki adımda elde edilen mesafe matrisinin sütun ortalaması çıkarılır. Aynı mantıkla hangi elemanla işlem yapılıyorsa bulunduğu sütunun mesafe matrisindeki sütun ortalaması çıkarılacaktır. Elde edilen bu yeni matristeki tüm elemanlara mesafe matrisinin genel ortalaması eklenir. Böylelikle bu adımda elde edilen nihai matrisin satır, sütun ve doğal olarak da matris ortalaması sıfır olur.

Adım 3: İlk iki adımda yapılan işlemler aralarındaki korelasyon hesaplanmak istenen her iki kriter için de ayrı ayrı hesaplanır. Bu adıma gelindiğinde önceki adımda ilk kriter olan c_j kriteri için elde edilen nihai matrisin her elemanı kendisiyle çarpılır ve yeni bir matris elde edilir. Elde edilen bu matrisin ortalaması alınıp, ortalamanın da karekökü alındığında c_j kriteri için mesafe varyans değeri hesaplanmış olur. Aynı işlem diğer kriter için de yapılarak diğer kritere ait varyans değeri hesaplanmış olur. Son olarak da iki kritere ait matrislerde aynı satır ve sütundaki elemanların çarpımıyla elde edilen matrisin ortalaması ve bu ortalamanın karekökü alınır. Elde edilen bu değer de iki kriterin mesafe kovaryans değeridir.

Adım 4: Son adımda da 3. adımda elde edilen değerler eşitlik 4'te yerlerine koyularak iki kriter için mesafe korelasyon değeri hesaplanmış olur.

Mesafe korelasyon matrisini elde etmek için D-CRITIC yönteminin üçüncü adımında açıklanan üç alt adım kriter setine uygulanır. Ardından kriterlerin standart sapmaları (σ_j) hesaplandıktan sonra eşitlik 5 kullanılarak kriterdeki toplam bilgi hesaplaması yapılmaktadır.

$$C_j = \sigma_j \sum_{k=1}^n (1 - dCorr(c_j, c_{j'})) \quad (5)$$

Sübjektif kriter ağırlıkları hesaplanmasında son adımda da kriterlerin ağırlıkları eşitlik 6 yardımıyla elde edilir.

$$w_j = \frac{C_j}{\sum_{j=1}^n C_j}, (j = 1, 2, \dots, n) \quad (6)$$

TOPSIS Yöntemi

TOPSIS yaklaşımı alternatifleri sıralarken öncelikle pozitif ideal çözüm ve negatif ideal çözüm olmak üzere iki farklı ideal çözüm hesaplamaktadır ve sonrasında da alternatiflerin bu ideal çözümlere uzaklıklarına göre bir sıralama yapmaktadır. Pozitif ideal çözüm oluşturulurken karar probleminde yer alan fayda temelli kriterler maksimize edilmeye çalışılırken maliyet temelli kriterler ise minimize edilmeye çalışarak çözüm elde edilmektedir. Negatif ideal çözüm ise fayda temelli ölçütleri minimize; maliyet temelli kriterleri ise maksimize etmeye çalışan bir çözümdür. Seçilecek en uygun seçenek belirlenirken de pozitif ideal çözüme en yakın aynı zamanda negatif ideal çözüme en uzak olan seçenek olarak belirlenir (Hwang & Yoon, 1981).

Bir karar probleminin TOPSIS yöntemiyle çözümü için aşağıdaki adımlar takip edilmektedir.

İlk adımda karar matrisi oluşturulur. Bu çalışmada TOPSIS yöntemi D-CRITIC yöntemiyle entegre olarak kullanıldığı için eşitlik 1 ile gösterilen karar matrisi iki yöntemde de kullanılmaktadır.

İkinci adımda ise ilk adımda muhtemel alternatifler ve bu alternatifleri değerlendirmede göz önünde bulundurulacak kriterlerle oluşturulan karar matrisi eşitlik 7 yardımıyla normalize edilir. Bu işlemde alternatiflerin her kritere ait değeri ilgili kriterdeki tüm alternatiflerin değerlerinin kareleri toplamının kareköküdür.

$$r_{ij} = \frac{X_{ij}}{\sqrt{\sum_{j=1}^n X_{ij}^2}}, (j = 1, 2, \dots, n; i = 1, 2, \dots, m) \quad (7)$$

İkinci adımda elde edilen normalize karar matrisi kriterlerin ağırlıklarıyla çarpılır. Bu çalışmada kriter ağırlıkları D-CRITIC yöntemiyle elde edilmiştir ve bu aşamada bu ağırlıklar kullanılmaktadır.

$$V = \begin{bmatrix} w_1 z_{11} & w_2 z_{12} & \dots & w_n z_{1n} \\ w_1 z_{21} & w_2 z_{22} & \dots & w_n z_{2n} \\ \vdots & \vdots & \vdots & \vdots \\ w_1 z_{m1} & w_2 z_{m2} & \dots & w_n z_{mn} \end{bmatrix} \quad (8)$$

Dördüncü adımda ise pozitif ve negatif ideal çözümler aşağıda belirtildiği şekilde oluşturulur.

$$A^* = \{(max V_{ij} | j \in J), (min V_{ij} | j \in J'), i = 1, 2, \dots, m\} \quad (8)$$

$$A^- = \{(min V_{ij} | j \in J), (max V_{ij} | j \in J'), i = 1, 2, \dots, m\} \quad (9)$$

Burada J fayda temelli kriterleri, J' ise maliyet temelli kriterleri temsil etmektedir. j, j. fayda kriteri iken j' ise maliyet kriterini temsil etmektedir.

Beşinci adımda ise her alternatifin pozitif ve negatif çözümlerden uzaklıkları öklit uzaklık denklemiyle hesaplanır ve matematiksel gösterimi aşağıdaki gibidir:

$$S_i^* = \sqrt{\sum_{i=1}^n (V_{ij} - V_i^*)^2}, I=1,2,\dots,m \quad (10)$$

$$S_i^- = \sqrt{\sum_{i=1}^n (V_{ij} - V_i^-)^2}, I=1,2,\dots,m \quad (11)$$

Son adımda ise alternatiflerin uzaklık değerleri kullanılarak ideal çözüme nispi yakınlıkları eşitlik 12 yardımıyla hesaplanır. Alternatifler bu yakınlık değerlerine göre en büyük değere sahip olan seçilebilecek ilk alternatif olmak üzere büyükten küçüğe doğru azalan sırada sıralanır.

$$C_i^* = \frac{S_i^-}{S_i^* + S_i^-}, (i = 1, 2, \dots, m) \quad (12)$$

ENTEGRE D-CRITIC-TOPSIS YÖNTEMİYLE HAVAYOLU PERFORMANS ANALİZİ

Önerilen entegre yaklaşım kullanılarak 2022 yılında dünya çapında en fazla yolcu taşıyan 10 havayolu 8 kriter göz önünde bulundurularak değerlendirilmiştir. Belirlenen kriterler sırasıyla Yiyecek & İçecek (Food&Beverages) (C1), Kabin İçi Eğlence Sistemleri (Inflight Entertainment) (C2), Koltuk Konforu (Seat Comfort) (C3), Hizmetler (Staff Service) (C4), Paranın Karşılığı (Value for Money) (C5), Zamanında Kalkış Performansı (On-time Performance) (C6), Müşteri Görüşü (Customer Opinion) (C7) ve Şikayet Süreci (Claim Processing) (C8) şeklinde havayollarının müşteri memnuniyeti performansını yansıtmaktadır. Kriterlerden ilk

beşi Skytrax şirketinin açık kaynak olarak paylaştığı portaldan elde edilmiştir (daha detaylı bilgi için: <https://www.airlinequality.com/>) ve bu kriterler en düşük 1 en yüksek 5 olacak şekilde karar matrisine eklenmiştir. C6, C7 ve C8 kriterleri ise yine havayolu şirketleriyle seyahat eden yolcuların görüşlerini kamuya açık şekilde paylaşan AirHelp kuruluşuna ait portaldan en düşük 1 en yüksek 10 olacak şekilde karar matrisine eklenmiştir (daha detaylı bilgi için: <https://www.airhelp.com/>). Kullanılan tüm kriterler fayda temelli kriterlerdir ve puanlamalar yolcu görüşlerinin ortalaması olarak paylaşılmaktadır.

Önerilen entegre metodolojinin ilk aşamasında D-CRITIC yöntemiyle karar probleminde alternatiflerin değerlendirilmesinde göz önünde bulundurulacak kriterlerin objektif ağırlıkları hesaplanmaktadır. İlk adımda performanslarına göre sıralanacak 10 havayolunun belirlenen kriterlerdeki değerleriyle eşitlik 1’de matematiksel gösterimi bulunan karar matrisi tablo 2’de görüldüğü gibi oluşturulur.

Tablo 2. Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
A1	2	2	2	2	2	7,7	8	7,5
A2	2	2	2	2	2	7,9	7,9	8,4
A3	3	3	3	3	3	6,3	8,7	4,8
A4	3	3	3	3	2	8,2	8	5,8
A5	3	3	3	4	3	6,6	8,2	3
A6	3	2	3	3	3	5,4	7,9	7,6
A7	2	3	3	3	2	5,2	8,1	3,7
A8	4	4	4	4	4	7,8	7,9	7,6
A9	3	3	3	3	3	7,2	8,1	6,8
A10	3	3	3	3	3	6,5	8,2	3,9

İkinci adımda ise standardize karar matrisi oluşturulmaktadır. Bu çalışmada kullanılan tüm kriterler fayda temelli olduğu için eşitlik 2 yardımıyla tablo 3 ile gösterilen standardize karar matrisi elde edilir.

Tablo 3. Standardize Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
A1	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,833	0,125	0,833
A2	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,900	0,000	1,000
A3	0,500	0,500	0,500	0,500	0,500	0,367	1,000	0,333
A4	0,500	0,500	0,500	0,500	0,000	1,000	0,125	0,519

A5	0,500	0,500	0,500	1,000	0,500	0,467	0,375	0,000
A6	0,500	0,000	0,500	0,500	0,500	0,067	0,000	0,852
A7	0,000	0,500	0,500	0,500	0,000	0,000	0,250	0,130
A8	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	0,867	0,000	0,852
A9	0,500	0,500	0,500	0,500	0,500	0,667	0,250	0,704
A10	0,500	0,500	0,500	0,500	0,500	0,433	0,375	0,167

CRITIC yönteminin üçüncü adımında ise kriter setinde yer alan değişkenler arasındaki Pearson korelasyon değerleri hesaplanmaktadır. CRITIC ve D-CRITIC yöntemlerindeki işlemlerin farklılaştığı aşama bu adımdır. Bu sebeple uygulama kısmının devamında hem CRITIC hem de D-CRITIC yöntemiyle yapılan hesaplamalar raporlanacaktır. Kriterler arasındaki Pearson korelasyon değerleri tablo 4 ile gösterilmektedir.

Tablo 4. Karar Değişkenleri Arasındaki Pearson Korelasyon Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
C1	1							
C2	0,722	1						
C3	0,867	0,867	1					
C4	0,791	0,791	0,881	1				
C5	0,885	0,625	0,783	0,741	1			
C6	0,127	0,093	-0,171	-0,190	-0,088	1		
C7	0,073	0,219	0,081	0,139	0,137	-0,316	1	
C8	-0,016	-0,369	-0,241	-0,455	-0,006	0,488	-0,591	1

D-CRITIC yönteminde bu aşamada eşitlik 4 ile gösterilen mesafe korelasyonu kriter setindeki değişkenler için hesaplanır. Mesafe korelasyonu için işlem adımları metodoloji bölümünde adım adım açıklanmaya çalışılmıştır. Daha ileri bilgi edinmek için Krishnan vd, (2021) çalışması incelenmelidir, ayrıca bu çalışmanın ekler kısmında yazarlar iki kriter arasındaki mesafe korelasyonunu hesapladıkları bir dosyayı makalenin tamamlayıcı dosyası olarak araştırmacılarla paylaşmaktadır. Kriterlere ait mesafe korelasyonu değerleri tablo 5 ile gösterildiği gibidir.

Tablo 5. Karar Değişkenleri Arasındaki Mesafe Korelasyonu Değerleri

C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
----	----	----	----	----	----	----	----

C1	1							
C2	0,638	1						
C3	0,820	0,820	1					
C4	0,744	0,744	0,886	1				
C5	0,839	0,840	0,709	0,671	1			
C6	0,369	0,369	0,547	0,476	0,484	1		
C7	0,343	0,344	0,412	0,343	0,455	0,572	1	
C8	0,338	0,338	0,561	0,500	0,278	0,620	0,712	1

Székely vd. (2007) tarafından literatüre kazandırılan mesafe korelasyonu, Pearson korelasyonunun iki değişken arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi yakalayamadığı ve bu sebeple Pearson korelasyonunun 0 olduğu zaman iki değişkenin aslında birbirinden tam anlamıyla bağımsız olmadığı sonucu üzerine geliştirilmiştir. Mesafe korelasyonu olarak isimlendirilen Székely vd. (2007) çalışmasındaki korelasyon ölçüsü ancak ve ancak iki değişken gerçekten tam anlamıyla ilişkisiz olduğu zaman 0 değerini almaktadır. Bu özelliği sebebiyle D-CRITIC yönteminin daha güvenilir olduğu Krishnan vd, (2021) çalışmasında ortaya koyulmuştur.

Bir sonraki adımda kriterlere ait standart sapma değerleri hesaplanır ve kriterlerin standart sapmaları tablo 6 ile gösterilmektedir.

Tablo 6. Karar Değişkenlerinin Standart Sapma Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
Standart Sapma	0,300	0,300	0,269	0,316	0,320	0,333	0,285	0,341

Hesaplanan korelasyon ve standart sapma değerleri kullanılarak değişkenlerin taşıdığı bilgi C_j değerleri eşitlik 5 yardımıyla tablo 7’de gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

Tablo 7. Karar Değişkenlerine Ait C_j Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
CRITIC	1,066	1,216	1,059	1,361	1,256	2,349	2,069	2,792
D-CRITIC	0,873	0,872	0,605	0,834	0,872	1,186	1,088	1,245

Entegre metodolojinin son aşamasında ise kriterlere ait objektif ağırlık değerleri eşitlik 6 kullanılarak tablo 8 ile gösterildiği gibi hesaplanmaktadır.

Tablo 8. Karar Değişkenlerine Ait Objektif Ağırlıklar

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
--	----	----	----	----	----	----	----	----

CRITIC	0,081	0,092	0,080	0,103	0,095	0,178	0,157	0,212
D-CRITIC	0,115	0,115	0,080	0,110	0,115	0,157	0,144	0,164

Literatür bölümü göstermektedir ki TOPSIS yöntemi alternatiflerin sıralanmasında yaygın olarak kullanılan ÇKKV yaklaşımlarından biridir. Önerilen entegre metodolojinin ikinci aşamasında ise ilk aşamada elde edilen kriter ağırlıklarından faydalanarak TOPSIS yöntemiyle havayolları belirlenen kriterlere göre sıralanmıştır. İlk aşamada tablo 2 ile gösterilen karar matrisi eşitlik 7 kullanılarak normalize edilmektedir. Normalize karar matrisi tablo 9 ile gösterilmektedir.

Tablo 9. Normalize Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
A1	0,221	0,221	0,214	0,206	0,228	0,350	0,312	0,383
A2	0,221	0,221	0,214	0,206	0,228	0,359	0,308	0,429
A3	0,331	0,331	0,322	0,309	0,342	0,287	0,340	0,245
A4	0,331	0,331	0,322	0,309	0,228	0,373	0,312	0,296
A5	0,331	0,331	0,322	0,413	0,342	0,300	0,320	0,153
A6	0,331	0,221	0,322	0,309	0,342	0,246	0,308	0,388
A7	0,221	0,331	0,322	0,309	0,228	0,237	0,316	0,189
A8	0,442	0,442	0,429	0,413	0,456	0,355	0,308	0,388
A9	0,331	0,331	0,322	0,309	0,342	0,328	0,316	0,347
A10	0,331	0,331	0,322	0,309	0,342	0,296	0,320	0,199

TOPSIS yönteminin üçüncü aşamasında ise ilk aşamada elde edilen kriter ağırlıklarıyla normalize karar matrisi çarpılarak ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi elde edilir. Bu aşamadan sonra hem CRITIC yöntemi hem de D-CRITIC yöntemiyle elde edilen ağırlıklarla TOPSIS işlem adımları için yapılan hesaplamalar raporlanacaktır. Tablo 8 ile gösterilen ağırlıklardan CRITIC yöntemiyle elde edilen ağırlıklar kullanılarak elde edilen ağırlıklandırılmış normalize matris tablo 10 ile gösterildiği gibidir.

Tablo 10. CRITIC ile Hesaplanan Ağırlıkların Kullanıldığı Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
A1	0,018	0,020	0,017	0,021	0,022	0,062	0,049	0,081
A2	0,018	0,020	0,017	0,021	0,022	0,064	0,048	0,091
A3	0,027	0,031	0,026	0,032	0,033	0,051	0,053	0,052

A4	0,027	0,031	0,026	0,032	0,022	0,067	0,049	0,063
A5	0,027	0,031	0,026	0,043	0,033	0,054	0,050	0,032
A6	0,027	0,020	0,026	0,032	0,033	0,044	0,048	0,082
A7	0,018	0,031	0,026	0,032	0,022	0,042	0,050	0,040
A8	0,036	0,041	0,034	0,043	0,043	0,063	0,048	0,082
A9	0,027	0,031	0,026	0,032	0,033	0,058	0,050	0,074
A10	0,027	0,031	0,026	0,032	0,033	0,053	0,050	0,042

Tablo 11 ise D-CRITIC yöntemiyle elde edilmiş ağırlıkların kullanıldığı ağırlıklandırılmış normalize karar matrisi değerlerini göstermektedir.

Tablo 11: D-CRITIC ile Hesaplanan Ağırlıkların Kullanıldığı Ağırlıklandırılmış Normalize Karar Matrisi

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
A1	0,025	0,025	0,017	0,023	0,026	0,055	0,045	0,063
A2	0,025	0,025	0,017	0,023	0,026	0,056	0,044	0,071
A3	0,038	0,038	0,026	0,034	0,039	0,045	0,049	0,040
A4	0,038	0,038	0,026	0,034	0,026	0,058	0,045	0,049
A5	0,038	0,038	0,026	0,045	0,039	0,047	0,046	0,025
A6	0,038	0,025	0,026	0,034	0,039	0,038	0,044	0,064
A7	0,025	0,038	0,026	0,034	0,026	0,037	0,045	0,031
A8	0,051	0,051	0,034	0,045	0,052	0,056	0,044	0,064
A9	0,038	0,038	0,026	0,034	0,039	0,051	0,045	0,057
A10	0,038	0,038	0,026	0,034	0,039	0,046	0,046	0,033

Sonraki adımda da alternatiflerin sırlanmasında referans alınacak pozitif ideal ve negatif ideal çözüm matrisi eşitlik 8 ve eşitlik 9'da gösterildiği mantıkla hesaplanmaktadır. Pozitif ideal ve negatif ideal çözüm kümeleri tablo 12 ile gösterildiği gibidir.

Tablo 12. Negatif İdeal ve Pozitif İdeal Çözüm Kümeleri

		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
CRITIC - TOPSIS	A*	0,036	0,041	0,034	0,043	0,043	0,067	0,053	0,091
	A-	0,018	0,020	0,017	0,021	0,022	0,042	0,048	0,032
D-CRITIC -TOPSIS	A*	0,051	0,051	0,034	0,045	0,052	0,058	0,049	0,071
	A-	0,025	0,025	0,017	0,023	0,026	0,037	0,044	0,025

Alternatiflerin sıralanmasında TOPSIS yöntemi daha önce de bahsedildiği gibi her bir alternatifin pozitif ve negatif ideal çözüm kümelerine uzaklıklarına göre sıralama yapmaktadır. CRITIC-TOPSIS yöntemiyle hesaplanan, alternatiflerin pozitif ve negatif çözüm kümesinden kareli uzaklık değerleri tablo 13 ve tablo 14 ile gösterildiği gibi hesaplanmıştır.

Tablo 13. D-CRITIC-TOPSIS ile Hesaplanan Pozitif İdeal Çözümünden Uzaklık Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
S1*	6,5E-04	6,5E-04	2,9E-04	5,2E-04	6,9E-04	1,3E-05	1,5E-05	5,7E-05
S2*	6,5E-04	6,5E-04	2,9E-04	5,2E-04	6,9E-04	4,6E-06	2,0E-05	0,0E+00
S3*	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	1,8E-04	0,0E+00	9,1E-04
S4*	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	6,9E-04	0,0E+00	1,5E-05	4,8E-04
S5*	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	0,0E+00	1,7E-04	1,3E-04	7,9E-06	2,1E-03
S6*	1,6E-04	6,5E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	4,0E-04	2,0E-05	4,5E-05
S7*	6,5E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	6,9E-04	4,6E-04	1,1E-05	1,6E-03
S8*	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	8,1E-06	2,0E-05	4,5E-05
S9*	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	5,1E-05	1,1E-05	1,8E-04
S10*	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	1,5E-04	7,9E-06	1,4E-03

Tablo 14: D-CRITIC-TOPSIS ile hesaplanan negatif ideal çözümünden uzaklık değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
S1-	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	3,2E-04	3,1E-07	1,4E-03
S2-	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	3,7E-04	0,0E+00	2,1E-03
S3-	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	6,1E-05	2,0E-05	2,3E-04
S4-	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	0,0E+00	4,6E-04	3,1E-07	5,5E-04
S5-	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	5,2E-04	1,7E-04	9,9E-05	2,8E-06	0,0E+00
S6-	1,6E-04	0,0E+00	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	2,0E-06	0,0E+00	1,5E-03
S7-	0,0E+00	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	0,0E+00	0,0E+00	1,3E-06	3,5E-05
S8-	6,5E-04	6,5E-04	2,9E-04	5,2E-04	6,9E-04	3,4E-04	0,0E+00	1,5E-03
S9-	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	2,0E-04	1,3E-06	1,0E-03
S10-	1,6E-04	1,6E-04	7,3E-05	1,3E-04	1,7E-04	8,6E-05	2,8E-06	5,7E-05

Benzer şekilde CRITIC-TOPSIS yöntemiyle hesaplanan ve alternatiflere ait pozitif ideal çözüm kümesinden ve negatif ideal çözüm kümesinden uzaklık değerleri tablo 15 ve tablo 16 ile gösterilmektedir.

Tablo 15. CRITIC-TOPSIS ile Hesaplanan Pozitif İdeal Çözümünden Uzaklık Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
S1*	3,2E-04	4,2E-04	3,0E-04	4,5E-04	4,7E-04	1,6E-05	1,8E-05	9,5E-05
S2*	3,2E-04	4,2E-04	3,0E-04	4,5E-04	4,7E-04	5,9E-06	2,4E-05	0,0E+00
S3*	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	2,4E-04	0,0E+00	1,5E-03
S4*	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	4,7E-04	0,0E+00	1,8E-05	7,9E-04
S5*	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	0,0E+00	1,2E-04	1,7E-04	9,4E-06	3,4E-03
S6*	8,0E-05	4,2E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	5,2E-04	2,4E-05	7,5E-05
S7*	3,2E-04	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	4,7E-04	5,9E-04	1,4E-05	2,6E-03
S8*	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	1,1E-05	2,4E-05	7,5E-05
S9*	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	6,6E-05	1,4E-05	3,0E-04
S10*	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	1,9E-04	9,4E-06	2,4E-03

Tablo 16: CRITIC-TOPSIS ile Hesaplanan Negatif İdeal Çözümünden Uzaklık Değerleri

	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8
S1-	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	4,1E-04	3,8E-07	2,4E-03
S2-	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	0,0E+00	4,8E-04	0,0E+00	3,4E-03
S3-	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	8,0E-05	2,4E-05	3,8E-04
S4-	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	0,0E+00	5,9E-04	3,8E-07	9,2E-04
S5-	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	4,5E-04	1,2E-04	1,3E-04	3,4E-06	0,0E+00
S6-	8,0E-05	0,0E+00	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	2,6E-06	0,0E+00	2,5E-03
S7-	0,0E+00	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	0,0E+00	0,0E+00	1,5E-06	5,7E-05
S8-	3,2E-04	4,2E-04	3,0E-04	4,5E-04	4,7E-04	4,5E-04	0,0E+00	2,5E-03
S9-	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	2,6E-04	1,5E-06	1,7E-03
S10-	8,0E-05	1,0E-04	7,4E-05	1,1E-04	1,2E-04	1,1E-04	3,4E-06	9,5E-05

Son olarak da eşitlik 10, eşitlik 11 ve eşitlik 12 yardımıyla sırasıyla alternatiflerin pozitif ve negatif çözüm kümelerinden uzaklıkları ve ideal çözüme nispi yakınlıkları C_i^* değerleri tabloda gösterildiği gibi hesaplanmıştır ve alternatifler bu değerler göre azalan sırada sıralanmıştır.

Tablo 17: Ayrım Ölçütleri ve Alternatiflerin Sıralanması

D-CRITIC-TOPSIS	CRITIC-TOPSIS
-----------------	---------------

	Si*	Si-	Ci*	Sıralama	Si*	Si-	Ci*	Sıralama
A1	0,054	0,042	0,438	6	0,046	0,053	0,536	5
A2	0,053	0,049	0,481	5	0,045	0,062	0,583	4
A3	0,042	0,032	0,428	7	0,047	0,031	0,397	7
A4	0,041	0,039	0,487	4	0,041	0,043	0,516	6
A5	0,053	0,034	0,396	8	0,063	0,031	0,330	8
A6	0,041	0,045	0,526	3	0,038	0,054	0,587	3
A7	0,061	0,020	0,247	10	0,065	0,019	0,223	10
A8	0,009	0,068	0,888	1	0,010	0,070	0,870	1
A9	0,031	0,044	0,588	2	0,029	0,049	0,627	2
A10	0,048	0,029	0,378	9	0,055	0,026	0,323	9

Entegre D-CRITIC-TOPSIS yöntemiyle yapılan hesaplamalar sonucunda havayollarının belirlenen kriterler göz önünde bulundurularak sıralaması A8>A9>A6>A4>A2>A1>A3>A5>A10>A7 şeklinde bulunmuştur. Geleneksel CRITIC yönteminin kriter ağırlıklarını hesaplamada kullanıldığı yaklaşımda ise A8>A9>A6>A2>A1>A4>A3>A5>A10>A7 şeklinde havayolları sıralanmıştır. Tablo 18 iki yaklaşımla da hesaplanan sıralamaları özetlemektedir.

Tablo 18: Alternatiflerin Sıralanması

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
D-CRITIC-TOPSIS	A8	A9	A6	A4	A2	A1	A3	A5	A10	A7
CRITIC-TOPSIS	A8	A9	A6	A2	A1	A4	A3	A5	A10	A7

SONUÇ VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN ÖNERİLER

Şirketlerin rekabetçi yapılarını sürdürebilmeleri için operasyonlarını daha etkin hale getirmeleri gerekmektedir. Bu sebeple belirli göstergeler kullanılarak benzer çekirdek iş yapısına sahip diğer şirketlerle karşılaştırmalı analizler şirketlerin güçlü ve zayıf oldukları yanlarını keşfetmelerinde yardımcı bir sistem olarak kullanılmaktadır. Bu yaklaşımlardan biri de ÇKKV yöntemlerinden faydalanarak belirlenen kriterleri göz önünde bulundurmak suretiyle birimlerin karşılaştırmalı analizlerinin yapılmasıdır.

ÇKKV yaklaşımlarında kriterler gerek karar verici ve/veya uzmanların görüşleri doğrultusunda gerekse de aynı alanda yapılan çalışmalar incelenerek belirlenmektedir. Öncelikle belirlenen kriterler için subjektif ve/veya objektif kriter ağırlıkları hesaplama yöntemleriyle ağırlıklar hesaplanmakta sonraki adımda ise elde

edilen ağırlıklar kullanılarak birimlerin sıralanmasında kullanılan yöntemlerden faydalanarak, belirlenen kriterlere göre birimler en yüksek performanstan en düşük performansa sahip olana doğru sıralanmaktadır. CRITIC yöntemi de objektif kriter ağırlıklarının hesaplanmasında kullanılan ve araştırmacılar tarafından sıkça tercih edilen yöntemlerden biridir.

D-CRITIC yöntemi, geleneksel CRITIC yönteminin kullandığı Pearson korelasyonu yerine Székely vd. (2007) tarafından literatüre kazandırılan mesafe korelasyonunu kullanan, CRITIC yönteminin modifiye edilmiş bir versiyonudur. Krishnan vd, (2021) tarafından literatüre kazandırılan D-CRITIC yöntemi, kullandığı mesafe korelasyonu ile karar matrisinde yer alan kriterlerin birbirleriyle olan ilişkisini Pearson korelasyonuna kıyasla daha etkin bir şekilde yakalamaktadır. Türkoğlu ve Duran (2023), Ecemiş & Avşar (2023), Eyceyurt Batır (2023), Keleş (2022), Duran (2022), Akgül (2021), Öndeş & Özkan (2021), Bayram (2021), Aydın (2020), Apan & Öztel (2020b), Akbulut (2020), Akbulut (2019), Yalçın & Karakaş (2019) ve Aydın (2019) çalışmalarında geleneksel CRITIC yöntemi farklı alanlarda performans analizi amacıyla kriterlerin ağırlıklarını bulmak için kullanılmıştır. Geleneksel CRITIC yönteminde korelasyonu yüksek olan kritere daha fazla ağırlık verilmektedir ve bu sebeple kriterler arasındaki ilişkinin yansız bir şekilde yakalanması ağırlıkların hesaplanmasını ve nihayetinde birimlerin performanslarına göre sıralanmasını da etkilemektedir. D-CRITIC yaklaşımıyla kriter ağırlıklarının hesaplanması esnasında Pearson korelasyonundan farklı olarak hesaplanan mesafe korelasyonu ile değişkenler arası doğrusal olmayan ilişkiler de yakalanabilmektedir. Literatürde yer alan diğer geleneksel CRITIC yaklaşımını kullanan çalışmalardan farklı olarak önerilen bu entegre yaklaşımda kriterlerin ağırlıkları daha yansız bir şekilde hesaplanabilmektedir.

Bu çalışmada D-CRITIC yöntemi birimlerin sıralanmasında araştırmacılar tarafından çokça tercih edilen TOPSIS yöntemiyle entegre bir şekilde kullanımı adım adım açıklanmaya çalışılmıştır ve 2022 yılında dünyada en fazla yolcu taşıyan 10 havayolu şirketinin 8 kriter bazında değerlendirildiği örnek bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Buna göre kriterler bazında müşteriler tarafından yapılan değerlendirmelere göre puanları oluşan şirketlerin performans analizinde sıralamaların değişimini göz önünde bulundurmak için hem CRITIC yöntemi hem de D-CRITIC yöntemiyle kriter ağırlıkları hesaplanmış ve TOPSIS yönteminde iki yöntemden gelen ağırlıklarda kullanılıp bulgular kısmında raporlanmıştır. Buna göre A3, A5, A6, A7, A8, A9 ve A10 ile temsil edilen havayolları her iki yaklaşımda da performanslarına göre aynı sırada yer alırken; A1 şirketi CRITIC-TOPSIS yöntemiyle yapılan analizde 5. sıradayken D-CRITIC-TOPSIS yöntemi sonuçlarına göre 6. sırada yer almıştır. Benzer şekilde A2 şirketi ilk analizde 5., ikinci analizde 4. sırada, A4 şirketi ise ilk analizde 4., ikinci analizde ise 6. sırada yer almıştır. Bu

durum da Krishnan vd, (2021) çalışmasında bahsedildiği üzere Pearson korelasyonunun değişkenler arasındaki doğrusal olmayan ilişkiyi yakalamada zayıf kalabileceği durumların mesafe korelasyonu ile geliştirilmiş D-CRITIC yöntemiyle daha etkin bir şekilde yakalanıp analize dahil edilmesinden kaynaklanmaktadır.

Gelecek çalışmalarda D-CRITIC yöntemi ve CRITIC yöntemiyle ağırlık hesaplamaları yapılarak farklı yöntemlerle entegre şekilde kullanılıp birimlerin sıralamalarındaki değişimler gözlemlenebilmektedir. Yaklaşımın dezavantaj olarak sayılabilecek bir diğer özelliği ise kriter ve alternatif sayısındaki artış, mesafe korelasyonu hesaplaması yaparken işlem sayısını çoğaltacaktır.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Çalışma tek yazarlı olup katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

AirHelp. <https://www.airhelp.com/> (Erişim Tarihi: 12.02.2023).

Akbulut, O. Y. (2019). CRITIC ve EDAS yöntemleri ile İş Bankası'nın 2009-2018 yılları arasındaki performansının analizi. *Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 249-263.

Akbulut, O. Y. (2020). Finansal Performans İle Pay Senedi Getirisi Arasındaki İlişkinin Bütünleşik CRITIC ve MABAC ÇKKV Teknikleriyle Ölçülmesi: Borsa İstanbul Çimento Sektörü Firmaları Üzerine Ampirik Bir Uygulama. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (40), 471-488.

Akgül, Y. (2021). Borsa İstanbul'da işlem gören ticari bankaların finansal performansının bütünleşik CRITIC CoCoSo modeliyle analizi. *Ekonomi ve Finansal Araştırmalar Dergisi*, 3 (2), 71-90.

Akyüz, K. C., Çamur, G., & Yıldırım, İ. (2015). Mobilya ve levha sektöründe veri zarflama analizi yardımıyla etkinlik ölçümü. *Turkish Journal of Forestry*, 16 (1), 50-59.

Altintas, F. F. (2022). Karadeniz'e kıyısı olan ülkelerin deniz sağlığı performanslarının analizi: SD tabanlı EDAS yöntemi ile bir uygulama. *Karadeniz Araştırmaları*, (74), 347-362.

Apan, M., & Öztel, A. (2020a). Bütünleşik Entropi-Edas yöntemi ile nakit akım odaklı finansal performans analizi: BIST orman, kâğıt, basım Endeksi'nde işlem gören firmaların 2011-2018 dönem verisinden kanıtlar. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 170-184.

Apan, M., & Öztel, A. (2020b). Girişim sermayesi yatırım ortaklıklarının CRITIC-PROMETHEE bütünleşik karar verme yöntemi ile finansal performans değerlendirmesi: Borsa İstanbul'da bir uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (63), 54-73.

Asker, V. (2021). Havayolu işletmelerinde iki aşamalı veri zarflama analizi ile etkinlik ölçümü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (4), 2373-2385.

Asker, V., Kiracı, K., & Yaşar, M. (2018). Entropi Temelli TOPSIS ve Veri Zarflama Analizi Yöntemleriyle Etkinlik Ölçümü: Türkiye'deki Büyük Havalimanları Üzerine Bir Uygulama.

Aydın, U., & Kaya, G. (2021). Havayollarının Pazarlama ve Finansal Etkinliklerinin Stokastik Sınır Analizi Yöntemi ile İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (42), 304-315.

Aydın, Y. (2019). Türkiye'de hayat\emeklilik sigorta sektörünün finansal performans analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4 (1), 107-118.

Aydın, Y. (2020). Bütünleşik CRITIC ve MAIRCA Yöntemleri İle Kamu Sermayeli Bankalarının Performans Analizi. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (4), 829-841.

Bakirci, F., Shiraz, S. E., & Sattary, A. (2014). BIST'da Demir, Çelik Metal Ana Sanayi Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Finansal Performans Analizi: VZA Süper Etkinlik ve TOPSIS Uygulaması. *Ege Akademik Bakis*, 14 (1), 9.

Batır, T. E. (2023). Covid-19 pandemi sürecinde bankacılık sektörü performansının çok kriterli karar verme yöntemleri ile karşılaştırmalı analizi: CRITIC-EDAS yaklaşımı kapsamında bir inceleme. *Uluslararası Muhasebe ve Finans Araştırmaları Dergisi*, 4 (2), 186-203.

Bayram, E. (2021). Türkiye'deki katılım bankalarının CRITIC TEMELLİ EDAS yöntemiyle performans değerlendirmesi. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 13 (24), 55-72. <https://doi.org/10.14784/marufacd.879171>

Bilik, M., Aydın, Ü., & Kahyaoğlu, H. (2016). Türkiye Gıda Sanayinde Kısa ve Uzun Dönemli Etkinlik: Stokastik Sınır Analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 67-84.

Çağlar, A., & Öztaş, G. Z. (2016). Veri zarflama analizi ve analitik hiyerarşi süreci ile sigorta şirketlerinin finansal oran analizi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6 (2), 221-248.

Diakoulaki, D., Mavrotas, G., & Papayannakis, L. (1995). Determining objective weights in multiple criteria problems: The critic method. *Computers & Operations Research*, 22 (7), 763-770.

Doğan, N. (2015). VZA süper etkinlik modelleri ile etkinlik ölçümü: Kapadokya'da faaliyet gösteren balon işletmeleri üzerine bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29 (1).

Doğan, N. Ö., & Gencan, S. (2014). VZA/AHP bütünleşik yöntemi ile performans ölçümü: Ankara'daki kamu hastaneleri üzerine bir uygulama. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (2), 88-112.

Duran, Z. (2022). Yeni sanayileşen ülkelerde inovasyon performansının CRITIC tabanlı GİA yöntemiyle değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 5 (1), 150-162.

Ecemiş, O., & Avşar, İ. İ. (2023). Türkiye'nin Önde Gelen Ticaret Ortaklarının Lojistik Verimliliklerinin Çok Kriterli Karar Verme Yöntemiyle Değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 142-163.

Ekinci, R. (2020). Teknik Etkinliğin Ölçümünde Mekânsal Bağımlılığın Etkisi: İmalat Sanayi için Mekânsal Stokastik Sınır Analizi Bulguları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22 (3), 995-1021.

Esen, H., & Yiğit, V. (2022). Kamu Hastanelerinde Performans Değerlendirmesi: Veri Zarflama Analitik Hiyerarşi Prosesi (VZAHP) ve Pabon Lasso Modeli (PLM) Uygulaması. *Verimlilik Dergisi*, (2), 231-250.

Ghaemi-Zadeh, N., & Eghbali-Zarch, M. (2024). Evaluation of business strategies based on the financial performance of the corporation and investors' behavior using D-CRITIC and fuzzy MULTI-MOORA techniques: A real case study. *Expert Systems with Applications*, 123183.

Görçün, Ö. F., & Küçükönder, H. (2021). Şehirlerarası taşımacılıkta kullanılan otobüslere ilişkin seçimlerin AHP ve CRITIC tabanlı EDAS yöntemi ile değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 17 (4), 1280-1303. <https://doi.org/10.17130/ijmeh.794181>

Gülsün, B., & Erdoğan, K. N. (2021). Bankacılık Sektöründe Bulanık Analitik Hiyerarşi Prosesi ve Bulanık TOPSIS Yöntemleri ile Finansal Performans Değerlendirmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 25 (1), 1-15.

Hwang, C. L., Yoon, K., Hwang, C. L., & Yoon, K. (1981). Methods for multiple attribute decision making. Multiple attribute decision making: methods and applications a state-of-the-art survey, 58-191.

Karakaya, A., Kurtaran, A., & Dağlı, H. (2014). Bireysel emeklilik şirketlerinin veri zarflama analizi ile etkinlik ölçümü: Türkiye örneği. *Journal of Management and Economics Research*, 12 (22), 1-23.

Keleş, M. K. (2022). CRITIC temelli MABAC yöntemi ile Türk Hava Yollarının yıllara göre performansının değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Dergisi*, 6 (1), 53-67.

Keskin, H. İ. (2018). Türkiye’de Aile Sağlığı Merkezlerinin Teknik Etkinliğinin Araştırılması: Veri Zarflama ve Süper Etkinlik Yaklaşımı. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (13), 173-185.

Koca, M., & Demir Uslu, Y. (2022). Sağlıkta verimlilik karne uygulamaları, hastanelerin etkinliğinin retrospektif olarak stokastik sınır yaklaşımı ile değerlendirilmesi: AI rol grubu hastaneler örneği. *Türkiye Klinikleri Sağlık Bilimleri Dergisi*.

Koyubenbe, N., & Özden, A. (2011). Süt Sığırcılığı İşletmelerinde Parametrik Etkinlik Ölçümü: İzmir İli Örneği. *Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 23-27.

Krishnan, A. R., Kasim, M. M., Hamid, R., & Ghazali, M. F. (2021). A modified CRITIC method to estimate the objective weights of decision criteria. *Symmetry*, 13 (6), 973.

Maneengam, A. (2023). Multi-Objective Optimization of the Multimodal Routing Problem Using the Adaptive ϵ -Constraint Method and Modified TOPSIS with the D-CRITIC Method. *Sustainability*, 15 (15), 12066.

Öndeş, T., & Özkan, T. (2021). Bütünleşik CRITIC-EDAS yaklaşımıyla covid-19 pandemisinin bilişim sektörü üzerindeki finansal performans etkisi. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12 (2), 506-522.

Öztürk, Z., & Yıldız, M. (2016). Hastane Etkinliklerinin Tahmininde Stokastik Sınır Analizi; Tarihi ve Amprik Uygulamaları. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1 (3), 1-12.

Peker, İ., & Birdoğan, B. (2009). Veri zarflama analizi ile Türkiye havalimanlarında bir etkinlik ölçümü uygulaması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (2), 72-88.

Perçin, S., & Çakır, S. (2012). Demiryollarında Süper Etkinlik Ölçümü: Türkiye Örneği. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27 (1), 29-45.

Skytrax. <https://www.airlinequality.com/> (Erişim Tarihi: 24.03.2023).

Székely, G.J., Rizzo, M.L.& Bakirov, N.K. (2007). Measuring and testing dependence by correlation of distances. *Ann. Stat.*, 35, 2769–2794.

Tutulmaz, O., & Şahin, H. (2014). Türk havayolu ulaştırmasının açılım dönemine yönelik teknik etkinlik analizi: Bir stokastik sınır yöntemi uygulaması. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 49-73.

Türkoğlu, M., & Duran, G. (2023). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri ile Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (Rcep) Ülkelerinin Lojistik Performanslarının Değerlendirilmesi. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 15 (1), 45-69.

Yalçın, N., & Karakaş, E. (2019). Kurumsal sürdürülebilirlik performans analizinde CRITIC-EDAS yaklaşımı. *Çukurova Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 34 (4), 147-162.

Zhang, H., & Wei, G. (2023). Location selection of electric vehicles charging stations by using the spherical fuzzy CPT–CoCoSo and D-CRITIC method. *Computational and Applied Mathematics*, 42 (1), 60.

Yayın Geliş Tarihi: 23.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1378685>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 251-274
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

KUMAR OYNAMA DAVRANIŞINI SÜRDÜRMEDEKİ POZİTİF PEKİŞTİREÇLER VE YAŞANTISAL KAÇINMANIN ROLÜNE DAİR NİTEL BİR ARAŞTIRMA

İlker AKTÜRK*

Hakan KARAMAN**

Ömer Miraç YAMAN***

Öz¹

Kumar oynama davranışı, çalışmalarda madde ve alkol gibi bağımlılık yapıcı nesnelere göre daha az ele alınmakla birlikte bireyler üzerinde benzer etkiler gözlemlenebilmekte ve bu davranış patolojik bir sorun haline gelebilmektedir. Bu noktada psikolojik, biyolojik ve sosyal açıdan olumlu ya da olumsuz birçok faktör bireylerin kumar oynama davranışının bağımlılığa dönüşmesine aracı olurken bireyin kumar oynamayı sorunlarına karşı bir çözüm yolu olarak görmesine de sebep olabilmektedir. Bu çalışmada, kumar oynama davranışı üzerinde etkili olan yaşantısal kaçınma ve pozitif pekiştirme süreçlerinin anlaşılması ve betimlenmesi amaçlanmaktadır. Nitel araştırma yöntemi kullanıldığı çalışmada, en az bir kez kumar oynama davranışı sergilenmiş 13 katılımcı ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Katılımcılardan elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi ile incelenerek “Yaşantısal Kaçınmanın Bir Aracı Olarak Kumar Oynama Davranışı” ve “Kumar Oynamayı Sürdürmede Pozitif Pekiştirme” olmak üzere iki tema altında açıklanmıştır. Araştırma sonucunda, kumarın ilk zamanlarında pozitif pekiştirme bireyin davranışları üzerinde etkili olduğu, kumar oynama davranışının süreklilik kazanmasıyla birlikte pozitif pekiştirme yerini negatif pekiştirme bıraktığı ve

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Aktürk, İ., Karaman, H. & Yaman, Ö.M. (2024). Kumar oynama davranışını sürdürmedeki pozitif pekiştirme ve yaşantısal kaçınmanın rolüne dair nitel bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 251-274.

* Doktora Öğrencisi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, Lisansüstü Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID: 0000-0001-9626-3275, illkerakturk@gmail.com

** Arş. Gör., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID: 0000-0002-5729-6012, karamannhakann@gmail.com

*** Prof. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Sağlık Bilimleri Fakültesi Sosyal Hizmet Bölümü, ORCID: 0000-0001-9989-8575, omermirac@gmail.com

¹ Bu araştırma için İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 29.09.2023 tarih 795965 sayılı karar ile etik kurul onayı alınmıştır.

pekiştireçlerin bireylerin olumsuz duygu durumu içerisindeyken kaçınma davranışı sergileyerek kumar oynama davranışına yönelmesinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kumar Oynama Davranışı, Kumar Bağımlılığı, Yaşantısal Kaçınma, Pekiştireç Değerlendirmesi.*

A QUALITATIVE RESEARCH ON THE ROLE OF POSITIVE REINFORCERS AND EXPERIENTIAL AVOIDANCE IN MAINTAINING GAMBLING BEHAVIOR

Abstract

Although gambling behavior is less addressed in studies than addictive objects such as drugs and alcohol, similar effects can be observed on individuals and this behavior can become a pathological problem. At this point, many psychological, biological and social positive or negative factors can cause individuals' gambling behavior to turn into addiction, while also causing the individual to see gambling as a solution to their problems. This research aims to understand and describe the experiential avoidance and positive reinforcement processes that affect gambling behavior. In the study using qualitative research method, in-depth interviews were conducted with 13 participants who had exhibited gambling behavior at least once. The data obtained from the participants were examined with descriptive analysis management and explained under two themes: "Gambling Behavior as a Tool of Experiential Avoidance" and "Positive Reinforcers to Continue Gambling". As a result of the research, it has been revealed that positive reinforcers are effective on the individual's behavior in the early days of gambling, and as the gambling behavior becomes more permanent, positive reinforcers are replaced by negative reinforcers, and reinforcers are effective in causing individuals to engage in gambling behavior by exhibiting avoidance behavior when they are in a negative emotional state.

Key Words: *Gambling Behavior, Gambling Addiction, Experiential Avoidance, Reinforcer Evaluation.*

GİRİŞ

Kumar, bir bireyin oyun, yarışma veya kazayla belirlenebilen ya da sonucu beklenmeyen bir olay üzerine, gösterdiği davranışın risklerini de farkındalığı içerisinde, bir kazanç elde etmek amacıyla değerli bir şey üzerine bahis oynaması olarak tanımlanmaktadır (Glimne, 2023). Kumar oynayan kişiler genellikle bu davranışı; eğlenme, sosyalleşme, para kazanma ve heyecan arama aracı olarak görmektedir (Karaaziz vd., 2019). Ek olarak, kumar oynama sıklığı artan bireyler, içerisinde bulunduğu soruna karşı bir kaçış ya da başa çıkma mekanizması olarak da kumar davranışı sergileyebilmektedir (Neophytou vd. 2023). Genel olarak bakıldığında kumar, birçok kişi için zevkli ve masum görülebilmektedir (Griffiths, 2006). Fakat bu durum, özellikle kumar bozukluğu kriterlerini karşıladığında, kişiye, ailesine veya topluma olumsuz yönde etki edecek bir soruna dönüşebilmektedir (Elmas vd. 2017; Meyer vd. 2009). Nitekim kumar oynama bozukluğu da kişinin işlevsellikte bozulmaya neden olacak şekilde, sürekli ve tekrarlayan bir davranış

modeli ile karakterize edilmektedir (APA, 2013; WHO, 2023). Bu süreçler, madde, alkol vb. diğer bağımlılıklarla benzer süreçleri içermektedir ve birbirlerini etkilemektedirler (Moreira vd. 2023). Bu noktada yapılan çalışmalarda da kumar ve madde kullanımı arasında benzerliklerin olduğu; sorunlu kumar oynama davranışı ve alkol tüketimi arasında pozitif ilişkilerin bulunduğunu tespit edilmiştir (Vitaro vd., 2001; Engwall vd., 2004; Martin vd., 2014).

Herhangi bir bireyin, davranış olarak kumar oynaması mümkündür. Ancak bu davranış, kimi birey ve gruplarda kumar oynama bozukluğuna yatkın olma riskini artırmaktadır. Özellikle kumar oynama davranışı sergileyen bireylerin sorunlu aile içi ilişkilerine, ekonomik zorluklara ve eşlik eden psikolojik rahatsızlıklara sahip olması, kumar oynama bozukluğunun ortaya çıkmasında etkili olabilmektedir (Geniş & Aksu, 2020). Kimi araştırmacılar da demografik değişkenler (29 yaş altı; erkek); suç (yasadışı davranışlar), ailede ve yakın çevrede kumar oynama bozukluğu olan bireylerin bulunması gibi faktörlerin sorunlu kumar oynama davranışının gelişmesinde temel risk faktörleri olarak tanımlamışlardır (Johansson vd., 2009; Moreira vd., 2023). Bunlara ek olarak, bireylerin kumar oynama davranışını sürdürmesinde birçok farklı etken de etkili olabilmektedir. Heyecan, sosyal bağlama uyum sağlamak, stresten kaçınmak, olumsuz ve rahatsız edici duygulardan uzaklaşmak gibi faktörler kumar oynama davranışının sürdürülmesinde etkin rol oynayabilmektedir (Gupta & Derevensky, 1998; Morasco vd., 2006; Dowling vd., 2009). Nitekim Blaszczynski ve Nower tarafından yapılan araştırmalarda da dürtüselliğin, heyecan arayışının, risk almanın ve antisosyal kişilik özelliklerinin patolojik kumar oynama davranışının pekiştirilmesinde destekleyici faktör olarak rol aldığını ortaya koymaktadır (Blaszczynski & Nower, 2002; Nower & Blaszczynski, 2006).

Kumar oynama davranışının, dürtüselliğin baskın olduğu, heyecan ve risk unsurlarının bir arada olduğu bir boyutu olması sebebiyle bireylerin işlevselliğinde ciddi bozulmalara neden olabilmektedir (Cavion vd., 2008). Nitekim kumar oynama davranışı sergileyen bireylerin kişilik özellikleri dikkate alındığında karakteristik özellikleri arasında heyecan arayışı; kolay bir şekilde uyarılma veya heyecana kapılabilme, risk almaya eğilimli olma ve dürtüyü kontrol etmede zorluk yaşama gibi özellikler yer almaktadır (Hayer & Griffiths, 2015). Bu özelliklere sahip kişilerde kumar oynama davranışına eşlik eden psikolojik rahatsızlıklar, maddi sıkıntılar, adli problemler, çalışma hayatı sorunları, düşük yaşam doyumu ve intihar girişimleri gibi birçok alanda sorun oluşturacak seviyeye gelebilmektedir (Black vd., 2003; Oei & Gordon 2008). Yine bu kişilere bakıldığında ise majör depresif epizodlar, anksiyete bozuklukları veya madde kullanım bozukluklarının başlaması ya da alevlenmesi en sık görülen psikiyatrik sonuçlar arasında yer almaktadır (Fong, 2005).

Düzenli bir şekilde kumar oynayan bireyler üzerinde yapılan bir yıllık izleme çalışmasında tespit edilen en yaygın kumar oynama nedeninin “yaşadığı sorunlardan kaçınmak” olduğu anlaşılmıştır (Wiebe vd., 2003). Benzer olarak

Calado ve arkadaşları (2017) kumar oynayan genç yetişkinler üzerinde yürüttüğü bir çalışmada 44 araştırmanın analizini yaparak genç yetişkinlerle ilgili çalışmaların daha ayrıntılı bir şekilde sunulmasını amaçlamıştır. Araştırma sonucunda araştırmalarda yer alan katılımcıların sıklıkla “sorunlardan ve stresten uzaklaşma” ve “kumar oynama isteğine karşı koyamama” gibi durumlarda kumar oynama davranışını sürdürdüğü tespit edilmiştir.

Diğer bağımlılık türlerinde olduğu gibi kumar oynayan bireylerde de görülen kaçınma davranışını, genel itibariyle yaşantısal kaçınma bağlamında da değerlendirilmektedir. Kaçınma davranışı, olumsuz bir sonuçlanan bir karşılaşma veya durumla ilişkili olarak gelişen endişe, korku veya kaygı sebebiyle belli bir durum, ortam ve kişiye karşı gösterilen uyumsuz tepki olarak da tanımlanmaktadır (Hofmann & Hay, 2018). Tedavi amaçlarını ve dolayısıyla iyileşmeyi engelleyen bir hastalık davranışı biçimi olarak da değerlendirilen kaçınma davranışının nedenleri ve etkileri üzerine yapılan çalışmaların artmasıyla birlikte yaşantısal kaçınma kavramı gelişmiştir (Chawla & Ostafin, 2007; Vögele, 2015). Olumsuz olarak değerlendirilen duygu, düşünce, anı ve bedensel hisleri deneyimleme noktasında isteksizlik yaşamakla birlikte bu olumsuz deneyimlerin sıklığını veya etkisini azaltmak için çabalamak olarak tanımlanan yaşantısal kaçınma davranışında bireyler dikkat dağıtma, baskılama, inkar ya da bastırma gibi stratejiler geliştirmektedirler (Hayes vd., 1996). Bu durum, uzun vadede kişilerin kaçındığı deneyimlerin sürdürülmesine ve buna ilişkin problemlerin şiddetlenmesine neden olmaktadır (Hayes vd., 2012). Ayrıca, Hayes’e (2004) göre yaşantısal kaçınma birçok psikolojik sorunların ortaya çıkmasında ve sürdürülmesinde önemli rol oynamaktadır. Zira gerçekte sorun olan istenmeyen içsel yaşantılar değil, bu durumdan kaçınma çabası olarak nitelendirilmektedir (Strosahl vd., 2017). Farkındalık ve kabul üzerine yoğunlaşan Kabul ve Kararlılık Terapisine (ACT) göre, biçimsel açıdan farklılık gösterse de bireylerin kumar oynama, maddeyi kötüye kullanma, kendine zarar verme, aşırı yemek yeme gibi birçok sorunlu davranışının altında kaçınma davranışı yatmaktadır (Kingston vd., 2010). Bu noktada Riley’in (2014) çalışmasında, kumar oynama davranışının sürdürülmesinde inkar etme, düşünceyi bastırma gibi faktörlerin olumlu etki ettiği, tedavi açısından ise olumsuz etkide bulunduğu sonucuna ulaşılmış olması ve tedavinin etkili olması için yaşantısal kaçınmanın rolünün anlaşılmasını gerektiğini vurgulaması bu söylemi destekler nitelik taşımaktadır.

Kumar oynama davranışını sürdürmede kaçınmaya ek olarak etkili olan bir diğer faktör ise katılımcıların heyecan, risk alma sonucu oluşan adrenalin, maddi kazanç elde etme gibi duygusal ve somut kazanımları içeren pozitif pekiştireçler olarak gösterilebilir. Kumar oynama davranışını sürdürmede yaşantısal kaçınma (negatif pekiştireçler) kadar pozitif pekiştireçler de önemli rol oynamaktadır (Sztainert vd., 2013). Buradaki pozitif pekiştireç kavramı, bireylerin kumar oynayarak elde ettikleri ödüllendirici deneyimleri veya sonuçları ifade etmekte ve kazanma veya kazanma olasılığı ile ilişkili heyecan, zevk ve öfori gibi hoş duyguların beklenmesini ve deneyimlenmesini içermektedir (Sztainert vd., 2013).

Çalışmalar, kumar oynama davranışını kaçınmadan (negatif pekiştireç) ziyade pozitif pekiştirmenin daha fazla etkilediğini öne sürmektedir (Weatherly vd., 2014). The Gambling Functional Assessment-Revised (GFA-R), kumar davranışının pozitif pekiştireç veya kaçınma yoluyla sürdürülme derecesini değerlendirmede kullanılan bir ölçüm aracıdır. GFA-R kullanılarak Japon ve Amerikalı üniversite öğrencilerinin karşılaştırıldığı bir çalışmanın sonuçları, tüm katılımcıların kumarı bir kaçıştan ziyade pozitif pekiştirme için kullandığını göstermiştir (Weatherly vd., 2014). Bu, kumarın kazanmayla ilişkili heyecan ve zevk gibi ödüllendirici unsurların, bireylerin kumar oynama davranışına girişmeleri ve bunu sürdürmeleri için güçlü motivasyon kaynağı olduğunu göstermektedir. Ayrıca, araştırmalar pozitif pekiştirme ile sürdürülen kumar oynama davranışının, kaçınma ile sürdürülenden daha sık görüldüğünü vurgulamaktadır (Weatherly vd., 2011). Dolayısıyla bu bulgulara göre, kazanmanın zevki ve heyecanı gibi pozitif pekiştireçler, kumar oynama davranışının, kaçmak veya kaçınmak için bir araç olarak kullanılmasını içeren negatif pekiştirmeye kıyasla daha yaygın bir motivasyon kaynağı olarak görülebilir (Weatherly vd., 2011).

Bu araştırmada, kumar oynama davranışında etkili olan yaşantısal kaçınma ve pozitif pekiştirme süreçlerinin anlaşılması betimlenmesi temel olarak amaçlanmaktadır. Kumar oynama davranışını etkileyen pozitif ve negatif pekiştireçlerin davranış analizi yoluyla değerlendirilmesi ve katılımcıların söylemlerinden toplu bir davranış analizi çıkartılması ise alt amaç olarak belirlenmiştir. Ayrıca, bu iki değişkenden biri olan pozitif pekiştireçlerin zevk, heyecan arama ve ödül duyarlılığının gelişmesi noktasındaki etkileri ile negatif pekiştireçlerden beslenen kaçınma davranışının kumar oynayan bireylerin bu davranışının bağımlılığa nasıl dönüştüğü ve sürdürüldüğüne dair faktörlerin ne derece kişinin davranışlarına etki ettiği gözlemlenmesiyle araştırma diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

YÖNTEM

Bu çalışmada, kumar oynama davranışında bulunmuş bireylerin davranışlarını etkileyen öncüllerin betimlenmesi amaçlanmaktadır. Bu sebeple, katılımcıların tecrübelerinde derinlemesine incelemeler yapabilmeyi mümkün kılan nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Zira nitel araştırma yöntemleri, bireylerin yaşadıkları deneyimlere ilişkin algılarını anlamlandırma konusunda oldukça işlevsel bir zemin sağlamaktadır (Güler vd., 2015).

Araştırmanın Örnekleme

Katılımcıların belirli bir gruptan olması amaçlanması sebebiyle amaçlı örneklem yöntemi kullanılmış ve katılımcı kriterlerinin belirlenmesinde ise ölçüt örnekleme tercih edilmiştir. Bu örnekleme yöntemiyle sınırlı iletişim ağına sahip olan bireylere erişmek ve pozitif-negatif pekiştireçlerin kumar oynama davranışı sergileme noktasındaki her evredeki (başlangıç, sıklık, yoğunluk, süre, sonlandırma)

etkilerini görebilmek adına en az bir kez kumar oynama davranışı sergilemiş olmak kriteri eklenmiştir (WHO, 2023). Ek olarak araştırmanın bir diğer önemli kriteri ise katılımcıların oynadığı oyun türleridir. Legal ya da illegal olarak oynanan herhangi bir kumar türünün (kazı kazan, iddia, casino, rulet vb.) bireyin kumar oynama davranışının patolojik bir hal alabilmesinde etkili olduğu için örneklem seçiminde kumar türünde herhangi bir kısıt koyulmamıştır (Öztürk ve ark., 2021). Bu bağlamda araştırmanın örneklemi daha önce en az bir defa kumar oynama davranışında bulunmuş, biri kadın, 13 kişi oluşturmaktadır. Katılımcılara ulaşma noktasında da kartopu örneklem yönteminden faydalanılmış, sosyal medyada çıkılan ilan sonucunda araştırmaya başvuran katılımcılar ile de görüşmeler yapılmıştır. Araştırmaya katılım sağlayan bireylere dair sosyodemografik bilgiler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Sosyodemografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Medeni Durum	Oynadığı Oyunlar	İlk Oynama Yaşı	Ailenin Haberi Var mı?
K1	60	E	Bekar	Okey, Barbar, Poker	17	Var
K2	35	E	Evli	Her şey	17	Var
K3	25	E	Bekar	İddaa	11	Var
K4	28	E	Evli	İddaa	15	Var
K5	28	E	Bekar	İddaa, Rulet	25	Var
K6	29	E	Bekar	İddaa	12	Var
K7	43	E	Evli	İddaa, Rulet	15	Var
K8	40	E	Bekar	Kazıkazan, İddaa	40	Var
K9	28	K	Bekar	Bitcoin	28	Yok
K10	28	E	Bekar	Slot	25	Yok
K11	28	E	Bekar	Rulet, Slot, Poker	20	Yok
K12	50	E	Evli	İddaa	18	Yok
K13	36	E	Evli	Online İddaa	36	Var

Veri Toplama Süreci

Araştırmada kapsamında veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu ve sosyodemografik soru formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formları, araştırmacının çerçevesi belirli olan sorulara ek olarak görüşmenin doğası gereğince soruların çeşitlenebildiği ve değişikliklerin yapılabildiği formlardır (Turner, 2010). Araştırmada kullanılan yarı yapılandırılmış görüşme formu sekiz sorudan oluşmaktadır. Araştırma formu “Kumar oynama

davranışını sürdürmede pozitif pekiştireçler ve yaşantısal kaçınma kendini nasıl göstermektedir?” sorusunu detaylandırarak nitelikte belirlenmiştir. Soru formunun hazırlanması aşamasında, literatürde kumar oynama davranışında etkili olduğu belirtilen pozitif ve negatif pekiştireçleri hedefleyen 30 soruluk havuz oluşturulmuştur. Bu 30 soru, kumar oynama davranışı ile ilgilenen psikoterapistlere ve akademisyenlere gönderilmiş, ardından soru sayısı 13’e düşürülmüştür. Buradaki elemanın sebebi, soruların araştırma kapsamının dışında bilgilere götürmesi, benzer yanıtlara ulaşılma potansiyeli ve anlaşılma konusundaki güçlükler olarak kendini göstermiştir. Son tahlilde 13 soru, iki katılımcı ile yapılan pilot görüşme sonucunda sekize düşürülmüştür.

Katılımcılar araştırmaya gönüllü olarak dâhil olmuş olup, tüm katılımcılardan bilgilendirilmiş onam alınmıştır. Yapılan 13 görüşmenin tamamı katılımcıların izni ile ses kaydına alınmıştır. Katılımcılar ile yapılan görüşmelerin ortalama süresi 20 dakika olarak bulunmuştur. Toplamda 267 dakikalık ses kaydının deşifre edilmesi sonucunda 123 sayfalık yazılı doküman ortaya çıkmıştır.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada verilerinin analiz edilmesinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz yöntemi, görüşme ve gözlem sonucunda oluşan verilerin araştırmacı tarafından düzenlenip yeniden yorumlanarak okuyucuya sunulan analiz yöntemidir (Yıldırım & Şimşek, 2008). Araştırmada betimsel analiz için belirlenmiş kavramsal çerçeveye uygun bir biçimde veriler önce kodlanmış ardından kodlar üzerine okumalar yapılarak 158 kod üretilmiştir. Bu aşamada betimsel analiz yöntemi içerisinde bulunan üç tür kodlama şekli olan “daha öncesinden belirlenen kavramlara göre yapılan kodlama” biçimi kullanılarak pozitif pekiştireç ve yaşantısal kaçınma kavramları üzerinden genel çerçeve oluşturularak temalandırma yapılmıştır (Yıldırım & Şimşek, 2021). Toplanan verilerden elde edilen 158 kod bu çerçeveye göre bağımlılık alanında uzmanlaşmış araştırmacılar tarafından “heyecan arama, zevk alma, öfori, kazanma vb.” betimlemelerle pozitif pekiştireçler ve “baskılama, kaçınma, dikkat dağıtma vb.” betimlemelerle negatif pekiştireçler üzerinden ortak temalarda birleştirilmiştir. Oluşturulan temalar doğrultusunda veriler tekrar değerlendirilmiş ve analiz edilmiştir.

Etik Uygunluk

Araştırmanın etik ilkelere uygun olarak yürütüldüğüne dair İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 29.09.2023 tarihinde 795965 sayılı etik onayı alınmıştır.

BULGULAR

Çalışma kapsamında elde edilen veriler *Yaşantısal Kaçınmanın Bir Aracı Olarak Kumar Oynama Davranışı* ve *Kumar Oynamayı Sürdürmede Pozitif Pekiştireçler* olmak üzere iki temada birleşmektedir.

Yaşantısal Kaçınmanın Bir Aracı Olarak Kumar Oynama Davranışı

Katılımcıların söylemleri doğrultusunda kumar oynama davranışının negatif pekiştireçleri, yaşantısal kaçınma olarak değerlendirilmiştir. Bu bağlamda katılımcıların deneyimleri çeşitli unsurları bünyesinde barındırmaktadır.

Katılımcıların genel olarak stresten, sıkıntıdan, yorgunluktan ve problemlerden uzaklaşmak için kumar oynama davranışı sergileyebildiği görülmüştür.

“Kumarı tüm dertlerimden, stresten kaçtığım bir antidepresan olarak gördüm.” (K-8)

“Masaya oturduğum an tüm streslerimi unutuyorum.” (K-2)

“Sorunlarımı belli bir süre unutuyorum kazanırsam ne yapacağımı hayal ediyorum.” (K-6)

“Problemlerimle başa çıktığım bir anahtar adeta.” (K-3)

“Depresyondaydım ve kumar oynamak, o süre zarfında beni rahatlatabiliyordu.” (K-5)

Katılımcıların ifadelerinden anlaşılabilceği üzere, kumar oynama davranışı hemen ardından rahatlama, stresten uzaklaşma ve problemlerle başa çıkmanın bir yolu işlevini taşımaktadır. Buna ek olarak katılımcıların özellikle yaşamlarındaki maddi sıkıntılar karşısında kumar oynamaya yöneldikleri görülmüştür.

“Ekonomik olarak krize girdiğim bir dönemdi. Hani hayatınızın kontrolü yavaş yavaş elinizden kayıp gitmiştir ve yavaş yavaş dengeden çıkarsınız. Kendinizi daha fazla rahatsız hissettiğinizde bir çıkış yolu ararsınız. Benim kontrolden çıkışım parayla ilgili olduğu için bende para kazanmanın yollarını başka şekilde aradım.” (K-8)

“Maddi sıkıntılarımı hemen çözmek için kumar oynuyordum. Belki bu sefer şansım döner diye düşünüyordum.” (K-3)

“...Sonraları ekonomik olarak sıkıntıya düştüğümde para kazanmak için başvurdum.” (K-13)

“Borçlarımı kapatmak için özellikle kredi günlerinin yaklaştığı günler daha çok oyuna gidiyordum.” (K-4)

“Borçlandığım zamanlar bundan kurtulmak için bir kapı arıyordum ve kumardan başka seçeneğim kalmıyordu.” (K-9)

“Borçlarımı ödeyemediğim zamanlar oluyordu. Aklımdan şöyle geçiyordu bugün maç var diyelim 40 bin liralık kupon yapsam 20 sini a borcuma versem 20 sini diğer borcuma versem diyordum.” (K-7)

“Kredi günlerim yaklaşıyordu ve benim başka çarem olmadığı için o kaybın yerine koymam gereken para için gene kupon yatırıyordum böyle bir döngüye girmiştim.” (K-6)

Ekonomik açıdan zorluklar yaşamak, borç ödeme tarihlerinin yaklaşması gibi durumların katılımcıların daha fazla kumar oynamaya ve borçlarını kapatmak için para kazanmaya yöneltmiştir. Katılımcıların “kredi” noktasındaki vurguları da oldukça önemlidir.

Yalnızca gündelik yaşamdaki maddi sıkıntıların giderilmesi amacıyla değil, katılımcıların kumar oynama sürecindeki kayıplarının da kumar oynamayı sürdürmede etkili olduğu anlaşılmıştır.

“Çünkü kaybettiğiniz zaman da bu sefer o tutarı geri almak için inat edip oynuyorsunuz.” (K-11)

“Kredi günlerim yaklaşıyordu ve benim başka çarem olmadığı için o kaybın yerine koymam gereken para için gene kupon yatırıyordum böyle bir döngüye girmiştim.” (K-6)

“Her gün oynadım kazandıkça daha çok kazanmak istedim ama öyle olmadı yavaş yavaş dibi gördüm. Bu seferde dedim ki benim tekrar artıyı görmem lazım. Bunun için ne yapmam lazım tekrar kumar oynamam lazım.” (K-10)

“Kaybettikçe daha çok hırslanıp hırçın davranıyordum ve bu da beni daha çok para bulmaya yöneltiyordu daha fazla sisteme para atıyordum.” (K-2)

“İntikam duygusu beni çok tetikledi. Borçlarımı kapatıp tekrar almalyım düşüncesi beni oyuna yöneltti.” (K-7)

Katılımcıların söylemlerinden anlaşılacağı gibi, kumar oynarken kaybedilen parayı geri kazanma çabası, kumar oynamayı sürdürmede önemli bir etken olarak görülmektedir. Katılımcıların kumardan kaybettikleri parayı kazanma arzuları, onları yeniden kumara yöneltmektedir. Bununla beraber, özellikle K-6'nın kredi vurgusu daha önce de belirtildiği gibi önem taşımaktadır. Zira katılımcılar, genellikle kumar oynama sebebiyle kredi borcu altına girmektedirler. Ancak bu borç giderek hayatın temel gündemi haline gelmekte ve bireyleri yeniden kumara yönltebilmektedir.

“Benim en büyük zaafım boşluk. Belki 9-5 işim sabit gelirim olsa ve zaman yönetimi yapabilmiş olsam hiç bu kadar bulaşmazdım.” (K-10)

“İş saatleri ve toplantılar dışında kendimi sürekli oyun oynarken buluyordum.” (K-6)

“Kumar benim için bir sosyal aktiviteydi.” (K-3)

“Boşluktan dolayı başladım.” (K-11)

“İnsanlar canı sıkılınca denize gider, spora gider ben kumara gittim.” (K-8)

“Zamanımı nasıl dolduracağımı bilemez bir haldeydim ve kendimi sürekli oyun halinde yakalıyordum.” (K-4)

Katılımcıların söylemlerine göre bu konuya ilişkin çıkan diğer tema öne ‘boş zaman ve meşguliyet eksikliğidir’. Kişilerin bu vakti nasıl değerlendireceklerini bilememeleri kumar oynamaya sevk eden önemli sebeplerdendir. Katılımcılardan bazıları ise işten kalan vakitlerini nasıl değerlendireceklerini bilmediklerini bu boşlukla ne yapacaklarını bilmeyerek kumara yöneldiklerini söylemişlerdir. İş saatleri dışının planlanmamış olması kişileri kumar oynamaya yönelten diğer bir etken olarak göze batmaktadır.

“Sonraları tabi keyif alamaz hale geldim ve oynamadan edemiyordum durduramıyordum kendimi iş dışında her anımda oradaydım hatta öyle oldu ki telefondan bile oynamaya başlamıştım.” (K-5)

“Oyun benim hayatımdı başka hiçbir şeyi düşünemez olmuştum.” (K-6)

“Diğer her şeyi kontrol edebiliyordum ama kumarı kontrol edemez hale geldim ve bu beni sarstı. İlk defa kumarın beni yaktığını hissettim ve savruldu.” (K-10)

Katılımcıların bir kısmı ise zihinlerinin her zaman kumar ile meşgul olduğunu ve kumar oynamanın hayatın neredeyse her tarafını kaplayan bir hale geldiğini belirtmektedirler. Bu yönüyle, ilgili söylemlerin craving olarak değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Kumar Oynamayı Sürdürmede Pozitif Pekiştireçler

Katılımcıların söylemlerinde, pozitif pekiştireç niteliği taşıyan unsurların, yaşantısal kaçınma niteliği taşıyanlardan çok daha fazla olduğu anlaşılmıştır. Bu yönüyle kumar oynama davranışı için bu katılımcı grubunu adına pozitif pekiştireçlerin çok daha baskın bir rol oynadığı söylenebilir. Kumar oynama davranışını pozitif olarak pekiştireç unsurlardan en önemlisi ve en çok öne çıkarılacak heyecan aramaktır.

“Kumar benim için heyecan ve adrenalin demek. Üniversitede farklı maddeler kullanmıştım hiçbiri böyle yapmamıştı.” (K-10)

“Öyle bir heyecan ki hayatımdaki diğer her şey bir gölge halini alıyor.” (K-1)

“Tek motivasyonum bu heyecan hali. Masaya oturmadan anlayamazsınız.” (K-5)

“Bir gün kahveye gel ve masadakileri izle gözlerine bakınca ne demek istediğimi anlayacaksın. O an dünyayı unutuyorlar.” (K-13)

“Kumar benim tutkum, ben yemeden içmeden uyumadan 48 saat o masada oynadığımı bilirim.” (K-9)

“Tamamen hayatımda heyecana yer açması kazanırsam güzeldi kaybedersem kötüleliyordum.” (K-3)

“Hiç kazandığım parayla şunu yaparım gibi planlarım olmadı ben oyun oynama halini sevdim. Beni oyunda tutan o heyecandı... ..o heyecan tarifsiz bir duygu.” (K-11)

“Ruletin bende uyandırdığı heyecan hissi çok hızlı para kazandırıyor oluşu ve o dopamin hissini başka hiçbir şeyde bulamıyor oluşum.” (K-7)

“Ödül, heyecan, hurs, dopamin... Sürekli motivasyonum yüksekti heyecanı yüksek şeyler arıyordum.” (K-2)

Katılımcıların söylemlerinden anlaşıldığı üzere, kumar oynama davranışını sürdürmede neredeyse katılımcıların tamamında “heyecan” önemli bir faktör olarak kendini göstermektedir. Katılımcılar, kumar oynama davranışının kendilerinde uyandırdığı heyecan hissini tecrübe etmek adına kumar oynama davranışını sürdürmektedirler. Burada dikkat çekici bir diğer unsur ise “eğlence” olarak ortaya çıkmıştır.

“Biz orada başkalarına para verirdik bizim yerimize oynarlardı. Bu şekilde başladım ve 13 yaşımdan beri oynuyorum. O zamanlar kazanmaya kaybetmeye bakmıyorduk eğlencesine oynuyorduk.” (K-6)

“Kumar hayatımın hep bir yerinde vardı. Arkadaşlarımla bir araya gelip oynardık o eğlencesine olurdu tamamen keyif için.” (K-10)

“Asıl kumarbazın yaşantısı budur. Oyununu oynar, eğlencesine gider içkisini içer. Ertesi gün tekrar devam eder.” (K-1)

“Hiçbir zaman şu kadar kaybettim şu kadar çıkarayım dememiştim. Ama slottla tanışınca işler değişti ve her gün oynamaya başladım. İnanılmaz eğleniyordum.” (K-2)

Katılımcılar için eğlencenin önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Nitekim, kumar oynama davranışını tetikleyen unsurlardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Bununla beraber, kumar oynama davranışının eğlence teması, yalnızca kumara özgü bir eğlence değil, kumar bağlamında şekillenen ve farklı, alternatif eğlence araçlarını da kapsayabilecek genel bir eğlence arayışıdır.

“Alışkanlık ve seni devamlı içine çekiyor. Ben mesela çıkmayacağım diyorum birkaç saat oyalanıyorum yalnızım zaten sonra aklıma geliyor ve çıkıyorum. Kafeye git diyeceksin tutmuyor hem orada oyun oynuyoruz hem de arkadaşlarla görüşüyoruz.” (K-1)

“Dışarı çıkıyorum ve nereye hangi kahveye gidersem gideyim o oyunu masama kuruyorlar.” (K-4)

“Arkadaşlarla dışarı çıkıyorum ve oyun niyetim olmasa bile kendimi masada buluyorum.” (K-6)

“Çevremdeki herkes oyun oynuyor ve sende kendini durduramıyorsun böyle bir şey yok.” (K-8)

“Erkek arkadaşım benim en büyük etmenim oldu onunla birlikte sanal oyun oynuyoruz.” (K-8)

“Ara ara uzak kalıyorum ama işe yaramıyor tekrar tekrar kısır döngüye giriyorum çünkü arkadaşlarla dışarı çıkıyoruz kahve içelim vs. sonra oyun oynuyoruz. Benim için sosyal aktivite gibi bir şey ve kaybettiğimizde birbirimizle bile kavga eder hale geliyoruz.” (K-11)

Katılımcıların kumar oynama davranışlarında sosyal varlık gösterme, sosyalleşmek önemli bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Nitekim katılımcıların, arkadaşlarıyla kumar oynamak için bir araya gelmeleri veya kumar oynamak için bir araya geldiklerinde sosyalleşmeleri şeklinde farklı sosyalizasyon araçları bulunduğu anlaşılmıştır. Burada katılımcıların çevreye uyum sağlamak ve sosyalliği artırma amacı güttükleri düşünülmektedir.

“3 sene önce falan laptop almak amaçlı başladım biraz para kazanayım dedim ve Twitch adlı bir yayından gördüm. Çocuklar sürekli kazanıyor demek ki bende kazanırım diye düşündüm beni cezbeden bu oldu esasen.” (K-5)

“Benim bağımlılık sürecim 8-9 sene öncesine kadar dayanıyordu. 8-9 sene önce rulette ile tanışmıştım ve beni bağımlısı yapmıştı. Bana o kadar cezbedici gelmişti ki heyecan verici ve hızlı kazanç sağlayan bir şeydi. Dakikalar içinde hızlıca çok büyük paralar kazanabileceğimi düşündüm.” (K-7)

“...Çocukluk aklıyla o yaşta ulaşamayacağımız paraların bize kolay yoldan gelme fikri ile yöneldik başka da bir şey değildi.” (K-3)

“Kazanma dürtüsüydü beni yönelten şey borçlarımı ödemek istiyordum. Bir şeyler alırım daha çok kazanırım düşüncesi beni yönleltiyordu.” (K-4)

“Pandemi zamanıydı boşluk ve kolay yoldan para kazanıldığını duyunca başlamak istedim.” (K-9)

“Başlarda keyif için başladım ama sonra para kazandığımı görmek beni bağımlı yaptı... Kolay yoldan para kazandığını görmek insanın hayatındaki anlam ve değerler sistemini de değiştiriyor. Mesela sık kumar oynadığım zamanlarda iş başvurularından olumlu dönüş aldığım zamanlar oluyordu ama ben reddediyordum. Çünkü bir bahisten 3,500 lira kazanmışken birinin sizin bir aylık emeğiniz için 10,000 lira teklif etmesi boş geliyor.” (K-10)

Katılımcıların söylemlerinde görülebileceği gibi kumar oynama davranışı sonucunda elde edilebilecek maddi kazanç ihtimali kumar oynama davranışını sürdürmede önemli bir unsur gibi durmaktadır. Buna ek olarak maddi kazancın hızlı ve kolay olması da elde edilebilecek parayı daha çekici hale getiren bir unsur olarak göze çarpmaktadır. Katılımcıların hızlı, kolay, zahmetsiz ve büyük paraları kumar oynayarak kazanma arzusu içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. Para kazanmaya eşlik eden bir diğer unsur ise meraktır.

“Erkek arkadaşım bana coinden dolayı çok para kazandığını söyledi ve bana da tavsiye etti bende meraktan başladım zaten evdeydik.” (K-9)

“21 yaşında arkadaşlarımla başladım ilk merak etmiştim. Arkadaşlarım oynuyordu bende gideyim bakayım nasılmış dedim ve başladım.” (K-13)

“İlk arkadaş çevremle başladım merak edip sonra hoşuma gitti ve devam ettim.” (K-11)

“Futbola ilgim olduğu için başlarda merakla başladım.” (K-6)

Katılımcıların kumar oynama davranışına başlamalarında önemli unsurlardan birisi merak olarak kendini göstermektedir. Merak, kumar oynama davranışını sürdürmekten ziyade, kumar oynama davranışının başlamasında özellikle hızlı ve kolay para kazanma öncülüne eşlik eder bir nitelik taşımaktadır.

TARTIŞMA

Kumar oynama davranışını etkileyen negatif ve pozitif pekiştiricileri betimleyeme odaklandığımız bu çalışmada, katılımcıların söylemleri betimsel analiz yoluyla incelenmiş ve kumar oynama hikâyelerindeki pekiştiricilerin nitelikleri anlaşılmıştır. Bu bağlamda bakıldığında katılımcıların neredeyse tamamında hep pozitif hem de negatif pekiştiricilerin bir arada bulunduğu bir süreçten bahsetmek mümkün görünmektedir. Bununla beraber katılımcıların kumar oynamaya genellikle pozitif pekiştiriciler aracılığı ile başladıkları ancak kumarı sürdürmede negatif pekiştiricilerin de kendisini göstermeye başladığı görülmüştür. Jonsson ve arkadaşlarının (2017) kumar pekiştiricilerinin kumar oynama davranışı üzerine etkisi üzerine yaptığı çalışmada pekiştiricilerin kumar oynama davranışının

arttığı ve düzenli seyrettiği noktada bu davranışın bağımlılığa dönüştüğünü tespit etmiştir. Yapılan başka bir araştırmaya göre, madde kullanımının ilk başlarında, madde kullanımının daha çok bir ödül olarak algılanması sebebiyle davranışın pozitif pekiştiricilerin etkisinde olduğu ancak ilerleyen aşamalarda bu süreç rahatlatma ve yoksunluk belirtilerinin hafifletilmesi amacını gütmeye daha çok yaklaşması sebebiyle negatif pekiştiricilerin etkisi altına girmektedir (Bujarski vd., 2018).

Bu çalışmadan elde edilen veriler doğrultusunda kumar oynama davranışının da oldukça benzer nitelikler taşıdığı söylenebilmektedir. Elde ettiğimiz bulgular, kumar oynama davranışında her iki pekiştirme süreçleri arasındaki etkileşimin kumar oynama davranışının gelişmesine, sürdürülmesine ve şiddetlenmesine katkıda bulunabilecek bir karmaşa yaratabileceğini düşündürmektedir. Zira her iki pekiştirme türünün de katılımcıların kumar oynama ile ilgili bireysel motivasyonlarını ve davranışlarını etkilediğini söylemek mümkündür. Katılımcıların söylemlerinde kendisine çok sık yer bulmayan ancak bağımlılık yapıcı davranışlarda önemli bir konumu bulunan craving (aşerme), kompleks bir içsel yaşantı olarak tanımlanabilir. Aşerme hakkında yapılan bir araştırmada, madde kullanıcısı olan bireylerin, madde kullanımlarının tetiklenmesinde öznel kaygı ve negatif duygu durumlarının etkili olduğu ve dolayısıyla aşermenin negatif pekiştiricilerle güçlü bir ilişkisi olduğu anlaşılmıştır (Sinha vd., 2000). Sanal seks davranışları bulunan bireyler üzerine yapılan bir diğer araştırmada ise, sanal seks tetikleyen pozitif pekiştiricilerin uyarılma mekanizmalarını ve aşermeyi önemli derecede etkilediği görülmüştür (Laier vd., 2013).

Bireyler, çeşitli seviyelerde pozitif ve negatif pekiştiriciler gündemleri doğrultusunda davranışlar sergileyebilmektedir. İntihar eğilimi göstermeyen kişilerde kendine zarar verme davranışı ile madde kullanımını karşılaştıran bir araştırmada, madde kullanım süreçlerinin hem pozitif hem de negatif pekiştiricilerle uyumlu olduğu, kişinin kendine zarar verme davranışlarındaki aşermenin ise yalnızca olumsuz duygular karşısında meydana geldiği görülmüştür. Bütün bunlar, katılımcıların söylemlerinde yer alan pozitif ve negatif pekiştiricilerin aslında aşerme süreçlerinin önemli bir parçası olarak değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla kendi başına, ayrı-özgün bir aşerme sürecinden bahsetmek yerine, aşermeyi bir bağlam ve kompleks bir içsel yaşantı olarak değerlendirmenin daha doğru olacağı düşünülmektedir.

Kumar oynama davranışında etkili olan negatif pekiştiriciler genel olarak; stres, kaygı, depresyon gibi olumsuz duygusal durumları ifade edebilecek süreçlerden kaçınmak veya bunları hafifletmek, ekonomik sıkıntıları gidermek, borçların tahsilat günü yaklaştıkça ortaya çıkan stresten kurtulmak, kaybedilen parayı geri kazanmak, boş zamandan kurtulmak-meşguliyet sağlamak, yalnızlık sebebiyle sosyal etkileşim kurmaya çalışmak şeklinde ifade edilebilir. Kumar alışkanlığında gözlemlenen olumsuz pekiştiriciler, çoğunlukla bireylerin olumsuz duygusal durumları tetikleyen süreçlerden kaçınmasını veya bu durumların etkisini

azaltmasını içerir. Olumsuz duygusal durumlar arasında stres, anksiyete ve depresyon gibi unsurlar bulunmaktadır. Kumar oynama eylemi, bu tür duygusal olumsuzluklardan geçici bir sığınak veya bu olumsuz duyguların hafifletilmesi amacıyla kullanılabilir (Nower & Blaszczynski, 2006; Ledgerwood & Petry, 2006).

Kumar alışkanlığındaki olumsuz pekiştireçlerden biri ekonomik sıkıntıların giderilmesi olarak gösterilmektedir. Ekonomik açıdan zor durumda olan bireyler, bu durumdan kurtulma veya kaybedilen parayı geri kazanma amacıyla kumar oynamaya yönelebilir. Kumardan elde edilecek kazancın, bu bireylerin ekonomik zorluklara bağlı olarak yaşadıkları stres ve anksiyeteyi geçici olarak hafifletmekte etkili olabileceği düşünülmektedir (Binde, 2013). Bireylerin, çeşitli borçlarını ödeme günleri yaklaştıkça stresin azaltılması işlevi de kumar davranışındaki negatif pekiştireçlerden bir tanesi olarak dikkat çekmektedir. Kumar oynamak, bireylerin borçlarından kaynaklı yaşadıkları ruminatif ve endişe içerikli süreci baskılayabilir, kişinin borçlarıyla ilgili yaşadığı olumsuz duygulardan geçici süreliğine de olsa uzaklaşma imkanı sunabilir, bu bağlamda kumar oynama davranışı önemli bir dikkat dağıtma aracı olarak da öne çıkmaktadır (Black vd., 2003). Ayrıca, kumar; can sıkıntısını gidermek ve serbest zamanı değerlendirmek doğrultusunda da kullanılmaktadır. Boş zamanlarla ilgili sorun yaşayan bireyler, bu zamanı doldurmak ve uyarıcı bir aktivite arayışı içerisinde kumara yönelmektedir. Kumar aktivitelerinin etkileşimli ve uyarıcı yapısı, bireylerin can sıkıntısını geçici olarak dindirebilme potansiyeline sahiptir bu yönüyle kumar can sıkıntısının giderilmesi ve heyecan ile eğlence kazanımının sağlanması işleviyle dikkat çekmektedir (McCormack & Griffiths, 2011). Kumar oynama, yalnızlık gibi olumsuz duygusal durumları hafifletmek için de kullanılmaktadır. Kumarın sosyal boyutu, örneğin casinolarda oynamak veya online kumar topluluklarına katılmak, kahvehanelerde oyunlara dahil olmak, sosyal etkileşim ve aidiyet hissi sağlama imkanı sunabilmektedir. Kumar aktivitelerine katılmak, sosyal bağlar kurma ve yalnızlık duygusunu azaltma işlevi sebebiyle bu bağlamda da negatif pekiştireçlerin kontrolü altındadır (Thomas & Moore, 2003).

Katılımcıların söylemlerinde kumar oynama davranışını etkileyen pozitif pekiştireçler ise genel olarak; heyecan, eğlence arayışı, para kazanma isteği, kolay ve hızlı kazanç elde etme çabası, sosyal etkileşim, keyif ve zevk almak, merak olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcılar tarafından sıklıkla kumarla ilişkilendirilen heyecan, önemli bir pozitif pekiştireç olarak belirmektedir. Belirsiz sonuç beklentisi ve kazanma ihtimali, kumar aktivitelerine devamlı katılımı destekleyen bir heyecan ve uyarılma hissine yol açmaktadır (Coventry & Norman, 1998; Binde, 2013). Bu da bireylerin kumar oynama davranışlarını sürdürmelerinde önemli bir pekiştireç işlevi görmektedir. Ayrıca, eğlence ve haz arayışı da heyecan ile birlikte görülen önemli bir pekiştireçler arasında yer almaktadır. Katılımcıların söylemlerinden anlaşılabilceği üzere, kumar oynama davranışında eğlence arayışı önemli bir pekiştirme gücüne sahiptir. Yapılan araştırmalar, katılımcıların bu ifadelerini

destekler nitelik taşımaktadır. Nitekim kumar ile ilişkilendirilebilecek faaliyetlerde bulunan katılımcıların zevk ve eğlence temalı tecrübeleri bildirdikleri bilinmektedir (Lam, 2007).

Kumar yoluyla para kazanma olasılığı, güçlü bir pozitif pekiştirme etkisi oluşturmaktadır. Yüklü miktarda para kazanma şansı veya hızlı ve kolay bir şekilde gelir elde etme imkânı, kişilerin kumar oynama davranışları sergilemelerini teşvik etmektedir (Walker, 1992). Nitekim yapılan araştırmalar, maddi kazanç arzusunun, kumar davranışını tetikleyen önemli bir motivasyon kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır (Ariyabuddhiphongs, 2011).

Kumar oynama davranışını etkileyenler faktörler arasında sosyal etkileşim de dikkate alınması gereken bir noktada durmaktadır. Kumar, birlikte geçirilen yoğun vaktin ve ortak bir bağlamın paylaşılmasının sonucunda bireylere sosyal etkileşim ve bağ kurma fırsatları sunmaktadır (McMillen, 1996). Tıpkı bu çalışmada katılımcıların sosyalleşmek ve sosyal etkileşimi artırmak amacıyla kumar oynama davranışı sergilemelerinin literatür ile de uyumlu olduğu görülmektedir. Zira başkalarıyla poker oynamak veya online kumar topluluklarına katılmak, kumarın sosyal yönlerinin pozitif pekiştireç olarak işlev görmesine katkıda bulunmaktadır (Hing vd., 2014).

Katılımcıların söylemlerinde kumar oynama davranışında pozitif pekiştireç olarak merak unsuru ön plana çıkmaktadır. Merak, ödüllendirici deneyimler ve sonuçlarla ilişkili olduğu için bir tür pozitif pekiştireç olarak değerlendirilebilmektedir. Bireylerde merak baskın bir durumda ise yeni bilgiler aramaya ve keşifsel davranışlarda bulunmaya motive olmaktadır (Gruber & Ranganath, 2019). Bilgi edinmeye ve belirsizliği azaltmaya yönelik bu içsel motivasyon, merakın arkasındaki itici güç olarak belirtilebilir (Daddaoua vd., 2016). Dolayısıyla merak, kumar davranışında bir pozitif pekiştireç olarak dikkat çekmektedir. Kumar kapsamında yeni oyunlar, stratejiler veya deneyimler keşfetme isteği, kişileri kumar aktivitelerine yönlendirmektedir (Griffiths, 1999).

Katılımcıların söylemlerinde dikkat çeken bir diğer nokta ise duygusal durumlarda hem pozitif hem de negatif pekiştireçlerin kumar oynama davranışının gelişmesinde ve sürdürülmesinde etkin rol almasıdır. Bireylerin duygu durumunu korumak veya olumsuz duygu durumunu hafifletmek için kumar oynama sıklığının ve süresinin arttığını ifade etmişlerdir. Araştırma sonuçlarına benzer olarak davranışsal bağımlılık türlerinden olan dijital oyun bağımlılığı üzerine araştırma yapan Lee ve arkadaşları (2014) çok oyunculu çevrimiçi oyunculara aşırı kullanımda pozitif ve negatif pekiştireçlerin etkisini incelemiş, olumlu ve olumsuz pekiştireçlerin algılanan zevk, geri çekilme ve kaçınma açısından bireyin oyun oynama davranışı üzerinde etkili olduğunu bulmuşlardır. İnternet bağımlılığı üzerine yapılan bir çalışmada ise olumlu ve olumsuz pekiştireçlerin bireyin kontrol mekanizması üzerinde etkili olduğu bunun da bireyin internet kullanımının artmasına neden olduğunu saptanmıştır (Brand vd. 2014).

SONUÇ

Bu çalışmada, kumar oynama davranışını etkileyen negatif ve pozitif pekiştiricilerin betimsel bir analizi gerçekleştirilmiştir. Bulgular, kumarın başlangıcında genellikle pozitif pekiştiricilerin, kumarın devamında ise negatif pekiştiricilerin etkili olduğunu göstermektedir. Pozitif pekiştiriciler arasında heyecan, eğlence arayışı, para kazanma isteği, sosyal etkileşim ve merak ön plana çıkarken; negatif pekiştiriciler ise stres, anksiyete, depresyon, ekonomik sıkıntılar, borç tahsilatı stresi, can sıkıntısı ve yalnızlık gibi olumsuz duygusal durumların hafifletilmesi veya bu durumlardan kaçınma eğilimini içermektedir.

Bu çalışma, kumar oynama davranışının karmaşık doğasını ve bu davranışın pekiştirilmesinde çeşitli faktörlerin rolünü gözler önüne sermektedir. Pozitif pekiştiriciler, kumar oynama davranışının başlangıcında önemli bir itici bir etkiye sahipken, zamanla negatif pekiştiriciler devreye girmekte ve bu da kumar davranışını sürdürmeyi ve şiddetlendirmeyi etkilemektedir. Bu, bireylerin kumar oynama davranışında bulunmalarında pozitif ve negatif pekiştiricilerin aynı anda sürecin içerisinde yer alabileceğine dair önemli bir noktaya işaret etmektedir.

Kumar oynama davranışında negatif pekiştiriciler, bireylerin mevcut stres ve endişe gibi olumsuz duygusal durumlarından kaçınma veya hafifletme arzusunu içermektedir. Kumar oynama davranışı, bu duygusal durumları geçici olarak hafifletirken, uzun vadede genellikle bu duygusal sorunları daha da kötüleştirebilmekte ve içinden çıkılmaz bir hale getirebilmektedir. Bu ironik şekilde bir paradoksa neden olabilir. Bireyler, stresli olduklarında rahatlamak adına kumar oynayabilir, kayıplar yaşaması stresi tetikleyebilir, bu da yeniden kumar oynamaya kişiyi götürebilir.

Kumar oynama davranışında pozitif pekiştiriciler ise sürecin genelinde de görünür olmakla birlikte daha çok başlangıçta etkilidir ve kumar oynama davranışını başlatıcı bir faktör olarak pozitif pekiştiricinin niteliği taşıyan unsurlar gösterilmektedir. Zira hızlı, kolay ve yüklü miktarda para kazanma umudu, eğlence, heyecan ve sosyal etkileşim arayışı, kumar oyunlarına olan ilgiyi canlandırıcı bir etki yapabilmektedir.

Bu çalışmanın bulguları, kumar oynama davranışına karşı önleyici ve tedavi faaliyetleri açısından önem taşımaktadır. Özellikle, kumar oynama davranışının tedavisinde negatif pekiştiricilerin azaltılmasına odaklanmanın yanı sıra alternatif pozitif pekiştiriciler sunmanın, etkili bir tedavi yaklaşımı olabileceği düşünülmektedir. Örneğin, kumar oynama davranışı gösteren kişilere stres ve anksiyeteyi hafifletmek için farklı stratejiler öğretmek, kumar oynamadan bu duygusal durumlarla başa çıkmalarına yardımcı olacak beceriler kazandırmak önem taşıyabilir. Bununla birlikte, kumar oynama davranışı sergileyen kişilerin, zamanlarını ve enerjilerini sosyal etkileşim, hobi ve ilgi alanlarına yönlendirmelerine yardımcı olacak plan ve programlar geliştirmek, kumar oynamak için harcadıkları zamanı ve çabayı azaltmalarına yardımcı olacak bir etki yapabilir.

Kumarın başlangıçtaki cazibesini dikkate alarak, bu süreci tetikleyen pozitif pekiştiricileri doğru değerlendirerek, bu eğilimleri azaltabilecek veya bunlara dikkat çekebilecek eğitim ve farkındalık programlarının geliştirilebileceği düşünülmektedir. Ayrıca kumar oynama bağımlılığının gelişmesinde, erken teşhisinde ve önlenmesine yönelik ölçek geliştirilmesi; uluslararası literatürde geliştirilen ölçeklerin Türkçe'ye uyarlama çalışmalarının yürütülmesi önem arz etmektedir. Zira kumar davranışını etkileyen pekiştiricilerin anlaşılması, kumar oynama eğilimini ve bağımlılığını azaltmada ve etkili tedavi yöntemlerinin kullanılmasında önemli bir role sahiptir.

Araştırma içerisinde bazı sınırlılıkların varlığı da söz konusudur. Kumar oynayan kişilerin toplum içerisinde yeterince görünür olmaması büyük ölçekli çalışmaların yürütülmesini zorlaştırmaktadır. Ek olarak, kumar bağımlılığının diğer bağımlılık alanlarına göre literatürde daha az yer alması ve kumar oynama davranışına yönelik spesifik özelliklerin (duygulanımlar, kaçınma, başarı vb.) yeterince yer bulmaması araştırmanın tartışılması noktasında sınırlı bir alan çizmektedir. Bu nedenle çalışma, kumar davranışının nasıl pekiştirildiğine dair temel bir bakış sağlamaktadır ve bu alandaki gelecekteki araştırmalara temel teşkil edebileceği düşünülmektedir.

Gelecekteki araştırmalar, kumar davranışının pekiştirilmesine katkıda bulunan özel faktörleri daha ayrıntılı olarak inceleyebilir ve bu faktörlerin, bireylerin kumar oynama eğilimlerini nasıl etkilediğine dair daha derinlemesine anlayışlar sunabilir. Ayrıca, farklı demografik gruplar ve kültürler arasında kumar oynama pekiştiricilerinin nasıl değişebileceğine odaklanmanın da önemli olabileceği öngörülmektedir. Klinisyenlerin, kumar oynama davranışı ile çalışırken negatif pekiştiricilere olduğu kadar pozitif pekiştiricilere de odaklanmaları ve bu bağlamda pozitif pekiştiricilerle çalışmanın önemli unsurları üzerine araştırmalar tasarlanmasının kıymetli olduğu düşünülmektedir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit katkı vermiştir ve yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKLAR

APA [American Psychiatric Association]. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders: DSM-5™* (5th ed.). Washington, DC: American Psychiatric Publishing, Inc.

Ariyabuddhipongs, V. (2011). Lottery gambling: A review. *Journal of Gambling Studies*, 27 (1), 15-33. <https://doi.org/10.1007/s10899-010-9194-0>.

Binde, P. (2013). Why people gamble: A model with five motivational dimensions. *International Gambling Studies*, 13 (1), 81-97. <https://doi.org/10.1080/14459795.2012.712150>.

Black, D. W., Moyer, T. & Schlosser, S. (2003). Quality of life and family history in pathological gambling. *Journal of Nervous and Mental Disease*, 191 (2), 124-126. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1097/00005053-200302000-00011>.

Blaszczynski, A. & Nower, L. (2002). A pathways model of problem and pathological gambling. *Addiction*, 97 (5), 487-499. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.2002.00015.x>.

Brand, M., Young, K. S. & Laier, C. (2014). Prefrontal control and Internet addiction: a theoretical model and review of neuropsychological and neuroimaging findings. *Frontiers in Human Neuroscience*, 8 (1), 1-13. <https://doi.org/10.3389/fnhum.2014.00375>.

Bujarski, S., Jentsch, J., Roche, D., Ramchandani, V., Miotto, K. & Ray, L. (2018). Differences in the subjective and motivational properties of alcohol across alcohol use severity: Application of a novel translational human laboratory paradigm. *Neuropsychopharmacol*, 9 (43), 1891-1899. <https://doi.org/10.1038/s41386-018-0086-9>.

Calado, F, Alexandre, J. & Griffiths, M. D. (2017). Prevalence of adolescents problem gambling: A systematic review of recent research. *Journal of Gambling Studies*, 33 (2), 397-424. <https://doi.org/10.1007/s10899-016-9627-5>.

Cavion, L., Wong, C. & Zangeneh, M. (2008). Gambling: A sociological perspective. M. Zangeneh., A. Blaszczynski, N. E Turner (eds.), *In the pursuit of winning: Problem gambling theory, research and treatment* (s. 95-117). Boston, MA, USA: Springer.

Chawla, N. & Ostafin, B. (2007). Experiential avoidance as a functional dimensional approach to psychopathology: An empirical review. *Journal of Clinic Psychology*, 63 (9), 871-90. <https://doi.org/10.1002/jclp.20400>.

Coventry, K. R. & Norman, A. C. (1998). Arousal, erroneous verbalizations and the illusion of control during a computer-generated gambling task. *British Journal of Psychology*, 89 (4), 629-645. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1111/j.2044-8295.1998.tb02707.x>.

Daddaoua, N., Lopes, M. & Gottlieb, J. (2016). Intrinsically motivated oculomotor exploration guided by uncertainty reduction and conditioned reinforcement in non-human primates. *Scientific Reports*, 1 (6). <https://doi.org/10.1038/srep20202>.

Dowling, N., Smith, D. & Thomas, T. (2009). The family functioning of female pathological gamblers. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 8 (1), 107-121. <https://doi.org/10.1007/s11469-007-9126-0>.

Elmas, H. G., Cesur, G. & Oral, E. T. (2017). Alexithymia and pathological gambling: The mediating role of difficulties in emotion regulation. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 28 (1), 1-7. <https://doi.org/10.5080/u13779>.

Engwall, D., Hunter, R & Steinberg, M. (2004). Gambling and other risk behaviors on university campuses. *Journal of American College Health*, 52 (6), 245–255. <https://doi.org/10.3200/jach.52.6.245-256>.

Fong, T. W. (2005). The biopsychosocial consequences of pathological gambling. *Psychiatry*, 2 (3), 22-30. <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC3004711>.

Geniş, B. & Aksu, H. (2020). İntihar girişimi ile acil servise başvuran kumar bağımlılığı olgusu. *Bağımlılık Dergisi*, 21 (1), 92-98. <https://dergipark.org.tr/en/download/article-file/985976>.

Glimne, D. (2023). *Gambling*. Encyclopedia Britannica. <https://www.britannica.com/topic/gambling> (Erişim Tarihi:07.12.2023).

Griffiths, M. (1999). Gambling technologies: Prospects for problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 15 (3), 265-283. <https://doi.org/10.1023/a:1023053630588>.

Griffiths, M. D. (2006). A Case Study of Binge Problem Gambling. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 4 (1), 369–376. <https://doi.org/10.1007/s11469-006-9035-7>.

Gruber, M. & Ranganath, C. (2019). How Curiosity Enhances Hippocampus-dependent Memory: the Prediction, Appraisal, Curiosity, And Exploration (Pace) Framework. *Trends in Cognitive Sciences*, 12 (23), 1014-1025. <https://doi.org/10.1016/j.tics.2019.10.003>.

Gupta, R., & Derevensky, J. L. (1998). Adolescent gambling behavior: A prevalence study and examination of the correlates associated with excessive gambling. *Journal of Gambling Studies*, 14 (4), 319-345. <https://doi.org/10.1023/a:1023068925328>.

Güler, A., Halıcıoğlu, M. B. & Taşgın, S. (2015). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma* (2. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hayer, T. & Griffiths, M. D. (2015). Gambling. Gullotta T. P., Plant, R.W., Evans, M. A. (eds.), In *Handbook of adolescent behavioral problems, Evidence-based approaches to prevention and treatment* (s. 539-558), Boston, MA, USA: Springer.

Hayes, S. C. (2004). Acceptance and commitment therapy, relational frame theory, and the third wave of behavioral and cognitive therapies. *Behavior Therapy*, 35 (4), 639-665. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2016.11.006>

Hayes, S. C., Strosahl, K. D. & Wilson, K. G. (2012). *Acceptance and Commitment Therapy: The Process And Practice Of Mindful Change* (2st ed.). New York: Guilford Press.

Hayes, S. C., Wilson, K. W., Gifford, E. V., Follette, V. M. & Strosahl, K. (1996). Experiential avoidance and behavioral disorders: A functional dimensional approach to diagnosis and treatment. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 64(6), 1152-1168. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/0022-006X.64.6.1152>.

Hing, N., Vitartas, P., & Lamont, M. (2014). Promotion of gambling and live betting odds during televised sport: Influences on gambling participation and problem gambling. *Journal of Behavioral Addictions*, 3 (3), 57-64. <http://dx.doi.org/10.13140/2.1.1643.8087>.

Hofmann, S. G. & Hay A. C. (2018). Rethinking avoidance: Toward a balanced approach to avoidance in treating anxiety disorders. *Journal of Anxiety Disorders*, 55 (1), 14-21. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2018.03.004>.

Johansson, A., Grant, J., Kim, S., Odlaug, B. & Gotestam K. (2009). Risk factors for problematic gambling: A critical literature review. *Journal of Gambling Studies*, 25 (1), 67–92. <https://doi.org/10.1007/s10899-008-9088-6>.

Jonsson, J., Abbott, M. W., Sjöberg, A. & Carlbring, P. (2017) Measuring Gambling Reinforcers, Over Consumption and Fallacies: The Psychometric Properties and Predictive Validity of the Jonsson-Abbott Scale. *Front. Psychol*, 8 (1), 1-8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01807>.

Karaaziz, M., Çakıcı, M. & Özbahadır, T. (2019). Kıbrıs ve Türkiye doğumlu kumar bağımlıları ile kumar oynama nedenlerinin karşılaştırılması. *Anatolian Journal of Pschiatry*, 20 (1), 72-75. <http://doi.org/10.5455/apd.302644863>.

Kingston, J., Clarke, S. & Remington, B. (2010). Experiential avoidance and problem behavior: A mediational analysis. *Behavior Modification*, 34 (2), 145-163. <https://doi.org/10.1177/0145445510362575>.

Laier, C., Pawlikowski, M., Pekal, J., Schulte, F. & Brand, M. (2013). Cybersex addiction: Experienced sexual arousal when watching pornography and not real-life sexual contacts makes the difference. *Journal of Behavioral Addictions*, 2 (2), 100-107. <https://doi.org/10.1556/jba.2.2013.002>.

Lam, D. (2007). An exploratory study of gambling motivations and their impact on the purchase frequencies of various gambling products. *Psychology & Marketing*, 24 (9), 815-827. <http://dx.doi.org/10.1002/mar.20185>.

Ledgerwood, D. M., & Petry, N. M. (2006). What do we know about relapse in pathological gambling? *Clinical Psychology Review*, 26 (2), 216–228. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2005.11.008>.

Lee, Z. W. Y., Cheung, C. M. K. & Chan, T. H. K. (2014). Explaining the Development of the Excessive Use of Massively Multiplayer Online Games: A Positive-Negative Reinforcement Perspective. *Hawaii International Conference on System Sciences*, 47 (1), 668-677. <https://doi.org/10.1109/HICSS.2014.89>.

Martin, R., Usdan, S., Cremeens, J. & Vail-Smith, K. (2014). Disordered gambling and co-morbidity of psychiatric disorders among college students: An examination of problem drinking, anxiety and Depression. *Journal of Gambling Studies*, 30 (2), 321–333. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9367-8>.

McCormack, A. & Griffiths, M. D. (2011). What differentiates professional poker players from recreational poker players? A qualitative interview study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 11 (3), 243-257. <http://dx.doi.org/10.1007/s11469-011-9312-y>.

McMillen, J. (1996). *Understanding gambling: History, concepts and theories*. Allcock, C. (Ed.), *Casino gaming and the community* (s. 5-39). Brisbane, Australia: National Association for Gambling Studies. <https://doi.org/10.4324/9780203993507>.

Meyer, G., Hayer, T. & Griffiths, M. (Eds.). (2009). *Problem gambling in Europe: Challenges, prevention, and interventions*. New York, NY, USA: Springer Science & Business Media.

Morasco, B. J., Pietrzak, R. H., Blanco, C., Grant, B. F., Hasin, D. & Petry, N. M. (2006). Health problems and medical utilization associated with gambling disorders: results from the National Epidemiologic Survey on Alcohol and Related Conditions. *Psychosomatic Medicine*, 68 (6), 976-984. <https://doi.org/10.1097/01.psy.0000238466.76172.cd>.

Moreira, D., Azeredo, A. & Dias, P. (2023). Risk Factors for Gambling Disorder: A Systematic Review. *Journal Of Gambling Studies*, 39 (2), 483-511. <https://doi.org/10.1007%2Fs10899-023-10195-1>.

Neophytou, K., Theodorou, M., Artemi, T. F., Theodorou, C. & Panayiotou, G. (2023). Gambling to escape: A systematic review of the relationship between avoidant emotion regulation/coping strategies and gambling severity. *Journal of Contextual Behavioral Science*, 27 (1), 126-142. <https://d0192efdd77670f7012d3fece2c7c0fc720c897f.vetisonline.com/10.1016/j.jcbs.2023.01.004>.

Nower, L., & Blaszczynski, A. (2006). Impulsivity and pathological gambling: a descriptive model. *International Gambling Studies*, 6 (1), 61-75. <https://doi.org/10.1080/14459790600644192>.

Oei, T. P. S., & Gordon, L. M. (2008). Psychosocial factors related to gambling abstinence and relapse in members of Gamblers Anonymous. *Journal of*

Gambling Studies, 24 (1), 91–105. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1007/s10899-007-9071-7>.

Öztürk, M., Ögel, K., Evren, C. & Bilici, R. (Ed.). (2021). *Bağımlılık: Tanı, Tedavi, Önleme*. İstanbul: Yeşilay Yayınları.

Riley, B. (2014). Experiential avoidance mediates the association between thought suppression and mindfulness with problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 30 (1), 163-171. <https://doi.org/10.1007/s10899-012-9342-9>.

Sinha, R., Fuse, T., Aubin, L. & O'Malley, S. (2000). Psychological Stress, Drug-related Cues and Cocaine Craving. *Psychopharmacology*, 2 (152), 140-148. <https://doi.org/10.1007/s002130000499>.

Strosahl, K., Robinson, P. A. & Gustavsson, T. (2017). *Radikal değişimler için kısa müdahaleler*. Altındal, Y. S. (çev.). İstanbul: Litera Yayınları.

Sztainert, T., Wohl, M., McManus, J. & Stead, J. (2013). On Being Attracted To the Possibility Of A Win: Reward Sensitivity (Via Gambling Motives) Undermines Treatment Seeking Among Pathological Gamblers. *Journal of Gambling Studies*, 4 (30), 901-911. <https://doi.org/10.1007/s10899-013-9394-5>.

Thomas, A. C. & Moore, S. M. (2003). The interactive effects of avoidance coping and dysphoric mood on problem gambling for female and male gamblers. *Electronic Journal of Gambling Issues*, 8 (1), 10-22. <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2003.8.16>.

Turner, D. W. (2010). Qualitative interview design: A practical guide for novice investigators. *The Qualitative Report*, 15 (1), 754-760. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2010.1178>.

Vitaro, F., Brendgen, M., Ladouceur, R. & Tremblay, R. (2001). Gambling, delinquency, and drug use during adolescence: Mutual influences and common risk factors. *Journal of Gambling Studies*, 17 (3), 171–190. <https://doi.org/10.1023/A:1012201221601>.

Vögele, C. (2015). Behavioral medicine. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 1 (1), 463-469.

Walker, M. B. (1992). *The psychology of gambling*. Pergamon Press.

Weatherly, J., Aoyama, K., Terrell, H. & Berry, J. (2014). Comparing the Japanese version of the gambling functional assessment -Revised to an american sample. *Journal of Gambling Issues*, 29 (29), 1-20. <http://dx.doi.org/10.4309/jgi.2014.29.4>.

Weatherly, J., Miller, J. & Terrell, H. (2011). Testing the construct validity of the gambling functional assessment–revised. *Behavior Modification*, 6 (35), 553-569. <https://doi.org/10.1177/0145445511416635>.

WHO [World Health Organization]. (2023). *Gambling disorder*. International Classification of Diseases-11. <https://icd.who.int/browse11/l-m/en#/http%253a%252f%252fid.who.int%252fid%252fentity%252f1041487064> (Erişim Tarihi: 07.12.2023).

Wiebe, J., Single, E. & Falkowski-Ham, A. (2003). *Exploring the evolution of problem gambling: A one year follow-up study*. Ontario: Responsible Gambling Council.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2008). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (12. Baskı), Ankara: Seçkin Yayınları.

Yayın Geliş Tarihi: 15.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 12.02.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1376044>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 275-295
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ALGILANAN BELİRSİZLİK VE PSİKOLOJİK SAĞLIK ARASINDAKİ İLİŞKİLER: KÜLTÜRLERARASI BİR İNCELEME

Aybike ÇAVDAR*

İnci BOYACIOĞLU**

Lyda LANNEGRAND***

Öz¹

Belirsizlik sosyal yaşamın kaçınılmaz bir parçası olarak her toplumun ve bireyin deneyimlediği çok boyutlu bir kavramdır. İlgili alanyazın incelendiğinde, belirsizlikle ilgili değişkenlerin depresyon, anksiyete, travma sonrası stres bozukluğu gibi psikolojik yapıların artmasıyla pozitif ilişkiler barındırdığı görülmektedir. Bu çalışmada özellikle COVID-19 pandemisi sonrası görünürlüğünün artması beklenen belirsizliğin üniversite eğitimlerine devam eden Türk ve Fransız öğrenciler tarafından ne derece algılandığı ve bu algının ilişkilendiği kimi psikolojik değişkenlerde olası kültürel farklılıklar incelenmek istenmiştir. Bu amaçla Türkiye’de (N = 421) ve Fransa’da (N = 391) eğitimine devam eden öğrencilerden veri toplaması eş zamanlı olarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler tek bir veri setinde birleştirilerek örneklem grupları iki kategorili değişken olarak kodlanmıştır. Üniversite öğrencilerinin algıladıkları belirsizlik düzeyinin, belirsizliğe tahammülsüzlükleri,

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Çavdar, A., Boyacıoğlu, İ. & Lannegrand, L. (2024). Algılanan belirsizlik ve psikolojik sağlık arasındaki ilişkiler: kültürlerarası bir inceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 275-295.

*Doktora öğrencisi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Psikoloji ABD, İzmir, Türkiye, ORCID: 0000-0001-6547-6630, aybikecavdar@hotmail.com

**Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Psikoloji bölümü, İzmir, Türkiye, ORCID: 0000-0002-1863-3792, inci.boyacioglu@deu.edu.tr

***Prof. Dr., Université de Bordeaux, Laboratoire de Psychologie, Bordeaux, France, ORCID: 0000-0002-6388-4806, lyda.lannegrand@u-bordeaux.fr

¹Bu araştırma Aybike Çavdar’ın Doç. Dr. İnci Boyacıoğlu danışmanlığında hazırladığı doktora tezinden üretilmiştir. Çalışma için Dokuz Eylül Üniversitesi Rektörlüğü’nden 10.11.2021 tarihinde (Sayı: E-87347630-659-140129), University of Bordeaux Comité Local d’Ethique (CLÉ) du Laboratoire de psychologie (EA4139)’den 15.04.2022 tarihinde (Bildirim numarası: 2022.04.CLE004) etik kurul onayları alınmıştır.

Bu araştırma TÜBİTAK 2214-A Yurt Dışı Doktora Sırası Araştırma Burs Programı tarafından desteklenmiştir. Destekleri için TÜBİTAK’a teşekkür ederiz.

yaygın psikolojik sağlık yapıları olarak değerlendirilen depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri ile ilişkisi incelenmiştir. Ayrıca algılanan belirsizlik düzeyi ve yaygın psikolojik sağlık yapıları arasındaki ilişkiye belirsizliğe tahammülsüzlük düzeyinin aracılık edip etmediği ve bu ilişkilerin iki kültürel grupta farklılaşıp farklılaşmadığı test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre belirsizliğe tahammülsüzlüğün algılanan belirsizlik ve yaygın psikolojik sağlık yapıları arasındaki ilişkiye anlamlı ve kısmi bir aracılık ettiği gözlemlenmiştir. Ancak bu aracılık modeli Türkiye ve Fransa örneklemelerinde anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Dolayısıyla belirsizliğe verilen tepkilerin kültürel olarak Türkiye ve Fransa örneklemeleri için farklılaşmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu özgün bulgular alanyazından yola çıkarak tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Belirsizlik, Belirsizliğe Tahammülsüzlük, Depresyon, Anksiyete, Stres.

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERCEIVED UNCERTAINTY AND PSYCHOLOGICAL HEALTH: A CROSS-CULTURAL STUDY

Abstract

Uncertainty is a multidimensional concept that every society and individual inevitably experiences in social life. When the relevant literature is examined, it is seen that variables related to uncertainty have positive relationships with the increase in psychological structures such as depression and anxiety. The purpose of this study is to investigate the extent to which Turkish and French university students perceive the uncertainty, which is anticipated to become more visible particularly after the COVID-19 pandemic, as well as any potential cultural differences in certain psychological variables related to this perception. For this purpose, data collection was conducted simultaneously from university students in Turkey (N = 421) and France (N = 391). The data obtained were combined in a single data set and the sample groups were coded as two categorized variables. The relationship between the level of uncertainty perceived by university students and their intolerance to uncertainty, depression, anxiety, and stress levels, which are considered as common psychological health constructs, was analyzed. In addition, it was tested whether the level of intolerance to uncertainty mediates the relationship between perceived uncertainty and common psychological health constructs and whether these relationships differ in two cultural groups. The results showed that intolerance of uncertainty partly mediated the relationship between perceived uncertainty and common psychological health constructs. However, this mediation model does not show a significant difference in Turkey and France samples. Therefore, it was concluded that reactions to uncertainty do not differ culturally for Turkish and French samples. These original findings are discussed based on the literature.

Keywords: Perceived Uncertainty, Intolerance of Uncertainty, Depression, Anxiety, Stress.

GİRİŞ

Belirsizlik, düzeyi ve niteliği büyük farklılıklar gösterse de insan varoluşunun doğal ve evrensel bir bileşenidir ve bireyler yaşamları boyunca belirsiz

durumlarla sıkça karşılaşırlar. Gelişen ve değişen dünyanın giderek daha karmaşık ve öngörülemez hale gelmesi, algılanan belirsizlik düzeyinin artmasına yol açmıştır ve bu durum psikolojik iyilik halinin önemli bir belirleyicisi haline gelmiştir. Algılanan belirsizlik ile olumsuz duygusal sonuçlar arasındaki psikolojik mekanizmaları anlamak, zihinsel sağlığın desteklenmesinde son derece önemlidir. Bu çalışma kapsamında farklı kültürlerde üniversite eğitimlerine devam eden üniversite öğrencilerinin algıladıkları belirsizlik düzeyinin yaygın psikolojik sağlık yapıları olarak değerlendirilen depresyon, anksiyete ve stres üzerindeki yordayıcı etkisi araştırılmak istenmektedir. Alanyazında söz konusu psikolojik sağlık değişkenlerinin belirsizliğe tahammülsüzlük düzeyi ile olan ilişkisinin yoğun şekilde çalışıldığı görülmektedir (bkz. Birrell vd., 2011: s.1200; Carleton vd., 2007a: s.1307; Dugas & Ladoucer, 2000: s.635). Geçmiş çalışmalardan farklı olarak, mevcut araştırmada Türkiye ve Fransa'da üniversite öğrencilerinin algıladıkları belirsizlik düzeyinin psikolojik sağlık değişkenleri üzerindeki etkisinde belirsizliğe tahammülsüzlük düzeyinin nasıl bir rolü olduğu incelenecek ve ilgili değişkenler arasındaki ilişkide kültürel farklılıklar irdelenecektir.

Tüm dünyada depresyon, anksiyete ve stres deneyimlenme sıklığı olarak oldukça yüksek seyretmektedir ve toplumsal ruh sağlığının güçlü tehditleri olarak görülmektedir (Asif vd., 2020: s.972; World Health Organization, 2008: s.36; 2012: s.9; Salari vd., 2020: s.1). Klinik alanda pek çok çalışmanın konusu olan bu değişkenler mevcut çalışmada sosyal psikolojik açıdan ele alınacaktır. Belirsizlikle ilgili yapılardan ne kadar etkilendikleri araştırılmak istenen bu değişkenlerin ayrıntılı bir incelemesini yapmak yerine, farklı kültürlerde eğitimlerinin son yılındaki üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres seviyelerine odaklanılacaktır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde depresyon, anksiyete ve stresin üniversite öğrencilerinin psikolojik sağlığı için önemli bir tehdit olabileceği (Asif vd., 2020: s. 971; Auerbach vd., 2018: s.4; Buchanan, 2012: s.21; Karing, 2021: s.1; Stallman, 2010: s.249; Tosevski, vd., 2010: s.48; Wong vd., 2023: s.2), psikolojik esenliğin belirsizliğe tahammülsüzlükten olumsuz şekilde etkilendiği (Bkz. Andrews vd., 2023: s.4; Birrel vd., 2011: s. 1205; Carleton vd., 2012: s.478; Dugas vd., 2005: s.329; Mishel, 1984: s.163; Voitsidis vd., 2021: s.884) görülmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak COVID-19 bağlamında algılanan belirsizlik ve belirsizliğe tahammülsüzlüğün yaygın psikolojik sağlık yapılarını nasıl etkilediği önem arz etmektedir.

Alanyazın incelendiğinde belirsizliğe tahammülsüzlük sıklıkla ele alınan bir değişken olsa da var olan durumların ne kadar belirsiz algılandığına dair ölçümler ve çalışmalar oldukça sınırlıdır. Alanyazındaki bu eksiği gidermek amacıyla, mevcut çalışmada öncelikle bireyin içinde bulunduğu dönemi belirsiz olarak algılama seviyeleri farklı iki kültürden örneklemeler üzerinde ölçülmüştür. Araştırma verilerinin toplandığı dönem, belirsizliğin tüm dünyada psikolojik sağlık açısından önemini açık şekilde arttığı bir zaman dilimine denk düşmektedir. COVID-19 pandemisi ve sonrasında yaşadığımız dönemin özellikleri araştırma değişkenlerini sağlıklı değerlendirebilmek açısından değerli bilgiler taşımaktadır.

Çin’de başlayan ve daha sonra tüm dünyaya yayılarak pandemi statüsüne geçen COVID-19 salgını sonrası, modern dönemde yaşayan insanlık daha önce hiç deneyimlemediği ve hakkında sınırlı bilgi sahibi olduğu bu pandemi ile yeni dünya düzeni ile tanışmıştır. Yeni çalışma ve eğitim modelleri, değişen ev içi rol dağılımları, değişen evler ve hayatlar gibi pek çok yenilik hayatlarımıza girmiş ve beraberinde de belirsizlikler getirmiştir. Ne kadar böyle devam edeceği, eğitim ve iş modellerinin sorgulanması, gelecekte insanlığı nelerin beklediği, salgının ne zaman son bulacağı veya bir tedavisinin bulunup bulunamayacağı soruları zihinleri meşgul ederken salgının hafiflediği dönemlerden sonra büyük ekonomik krizler baş göstermiştir. Bu ekonomik krizlerin etkileri devam ederken iklim krizinin görünürlüğü artmış ve orman yangınları, beklenmeyen hava olayları, mevsim normallerinin dışında seyreden hava sıcaklıkları gibi reddedilemez sonuçları ortaya çıkmıştır. Öte yandan Rusya ve Ukrayna arasında çıkan savaş, var olan ülkeler arası çatışmalara bir yenisi olarak eklenmiştir. Küresel dünya düzeni düşünüldüğünde bu süreçlerin özellikle coğrafi olarak yakınlığı olan ülkelerden başlayarak neredeyse tüm ülkeleri etkilediği söylenebilir. Kısaca özetlenmeye çalışılan son dönemin özellikleri düşünüldüğünde bireylerde belirsizlik algısını tetikleyebilecek bir bağlamın güçlü şekilde ortaya çıktığı görülmektedir.

Belirsizliğin anlamsal doğası gereği belirsizlik ve ilgili kavramlar arasındaki ayrımlar görgül araştırmalarda net bir şekilde ortaya konulmalıdır. Bu nedenle algılanan belirsizlik ve belirsizliğe tahammülsüzlük arasında bir ayrım yapmak faydalı olacaktır. Ani toplumsal değişimler ve salgın hastalıkların bireylerin belirsizliğe tahammülsüzlüğü ile ilişkili olduğu, aynı zamanda depresyon, anksiyete ve stres üzerinde artırıcı bir etkisinin olduğu bilinmektedir (Bueno-Notivol vd., 2021: s.2; de la Sablonnière, 2017: s.15; del Valle vd., 2020: s.9; Gu et al., 2020: s.1; Kim & Ng, 2008: s.233; Parlapani vd., 2020: s.6; Satıcı vd., 2022: s.2731; Smith vd., 2020: s.162). Belirsizliğe tahammülsüzlük var olan durumu belirsiz algılama sonucu oluşan bilinmeyene yönelik korkunun yarattığı, gelecek belirsizliği tolere etmede yetersizlik, stres ve kaygı ile karakterize edilirken (Carleton, 2016: s.39), algılanan belirsizlik var olan duruma yönelik bilmeyiş, öznel bir cehalet deneyimi (Anderson vd., 2019: s.2) olarak yorumlanır. Dolayısıyla algılanan belirsizlik içinde bulunan dönem veya duruma yönelik öznel bir yargı iken, belirsizliğe tahammülsüzlük bu algısal durumun yarattığı kaygı ile ilgilidir. Belirsizliğe yüksek düzeyde tahammülsüzlük gösteren bireyler, belirsiz olaylarla karşılaştıklarında veya gelecekteki sonuçları tahmin edemediklerinde daha yoğun sıkıntı yaşayabilirler. Araştırmalar, tahammülsüzlükten kaynaklanan kaygı bozuklukları arasında yaygın anksiyete bozukluğu (Dugas vd., 1998: s.223), sosyal anksiyete bozukluğu (Carleton vd., 2007c: s.138) ve obsesif-kompulsif bozukluğun (OKB) (Koerner & Dugas, 2008: s.621) bulunduğunu göstermiştir. Mevcut çalışma, her iki yapının da değerlendirilmesi ve depresyon, kaygı ve stres üzerinde nasıl bir etki oluşturduğunun incelenmesini içermektedir. Ayrıca kültürel farkların psikolojik olguların incelenmesinde dikkate alınmasının önemi giderek artmaktadır. Kültürel faktörler, bireylerin belirsizlik algılarını, başa çıkma stratejilerini ve duygusal tepkilerini

etkileyebilir. Dolayısıyla, algılanan belirsizlik, belirsizliğe tahammülsüzlük ve duygusal sonuçlar arasındaki ilişkilerin farklı kültürel bağlamlarda değişip değişmediğinin incelenmesi önemli görülmektedir. Mevcut çalışmanın verileri Türk ve Fransız öğrencilerden toplanmıştır. Fransa bireyci kültürlerin özellikleri ile karakterize edilirken Türkiye toplulukçu kültürler arasında gösterilmektedir (Schwartz, 2004: s.14; 2006: s.156; Hofstede, 1980: s.52). Ayrıca bireyci kültürlerin belirsizlik karşısında toleranslarının toplulukçu kültürler göre daha yüksek olduğu öne sürülebilir (bkz. Hofstede, 2001: s. 218; Jang vd., 2018: s. 515; Lim vd., 2004: s. 553). Dolayısıyla farklı kültürlerden toplanan veriler ile ele alınacak olan bu çalışmanın hipotezleri ise şu şekilde oluşturulmuştur:

H1: Algılanan belirsizlik arttıkça belirsizliğe tahammülsüzlük, depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri de artar.

H2: Algılanan belirsizlik ve depresyon arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı rolü vardır.

H3: Algılanan belirsizlik ve anksiyete arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı rolü vardır.

H4: Algılanan belirsizlik ve stres arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı rolü vardır.

H5: Algılanan belirsizliğin depresyon üzerindeki etkisine belirsizliğe tahammülsüzlük aracılık etmekte ve bu aracılık kültürel grup (Türkiye - Fransa) tarafından düzenlenmektedir

H6: Algılanan belirsizliğin anksiyete üzerindeki etkisine belirsizliğe tahammülsüzlük aracılık etmekte ve bu aracılık kültürel grup (Türkiye - Fransa) tarafından düzenlenmektedir.

H7: Algılanan belirsizliğin stres üzerindeki etkisine belirsizliğe tahammülsüzlük aracılık etmekte ve bu aracılık kültürel grup (Türkiye - Fransa) tarafından düzenlenmektedir.

YÖNTEM

Araştırma amaçları doğrultusunda katılımcılar Türkiye’de ve Fransa’da eğitime devam eden üniversite öğrencileri olarak belirlenmiştir. Çalışmayla ilgili gerekli etik kurul izni Türkiye için Dokuz Eylül Üniversitesi tarafından 10.11.2021 tarihinde sağlanmıştır (Sayı: E-87347630-659-140129). Fransız örneklemini için ise etik kurul izni 15.04.2022 tarihinde Bordeaux Üniversitesi’ne bağlı Comité Local d’Ethique (CLÉ) du Laboratoire de psychologie (EA4139) tarafından verilmiştir (Bildirim numarası: 2022.04.CLE004). Araştırma örneklemine ulaşmak için araştırma veri toplama seti Türkçe ve Fransızca olarak sosyal medya hesapları ve öğrenci elektronik postaları aracılığıyla öğrencilere ulaştırılmıştır. Veriler

LimeSurvey sistemi aracılığıyla 2022’de Mayıs – Kasım ayları arasında toplanmıştır.

Katılımcılar

Araştırmanın örneklemini Türkiye ve Fransa’dan toplam 812 üniversite öğrencisi oluşturmaktadır (M = 21.8; SS = 1.46). Araştırma örneklemi ayrı ayrı ele alındığında Türkiye örneklemini 421 üniversite öğrencisi oluştururken (M = 21.9; SS = 1.05) Fransa örneklemini 391 üniversite öğrencisi oluşturmuştur (M = 21.08; SS = 1.80). Türkiye örnekleminin %72.1’i kadın (N = 303) %27.9’u erkek (N = 117), Fransa örnekleminin ise %65’i kadın (N = 291), %23.5’i erkek (N = 91) ve %1.5’i cinsiyetini belirtmek istemeyen (N = 6) katılımcıdan oluşmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın veri toplama seti Türkçe ve Fransızca olarak hazırlanmıştır. Her iki örnekleme de geçerli ve güvenilir ölçekler olarak seçilen “Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği”, “Algılanan Belirsizlik Ölçeği” ve “Depresyon, Anksiyete, Stres 21 Ölçeği” kullanılarak araştırma değişkenlerine ilişkin veriler toplanmıştır. Ayrıca katılımcılardan ilk olarak “Bilgilendirilmiş Onam Formu”nu doldurmaları istenmiştir ve veri setlerinin sonuna demografik bilgi formu eklenmiştir.

Belirsizliğe tahammülsüzlük ölçeği- kısa form: Carleton ve meslektaşları (2007b: s.105) tarafından geliştirilmiş olan ölçek, Freestone ve arkadaşlarının (1994: s. 799) Fransa’da yaptıkları çalışmaya dayanmaktadır. Ölçeğin Buhr ve Dugas (2002: s. 942) tarafından İngilizcesi oluşturulmuş ve bu versiyonda 27 maddelik Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği’nin kısa formu elde edilmiştir. Kısa form 5’li likert tipindeki 12 maddeden (Örn. “İnsan beklenmedik olaylardan (sürprizlerden) kaçınmak için daima ileriye bakmalıdır.”, “Bir duruma hazırlıksız yakalanmaya katlanamam.”) oluşmaktadır. Ölçeğin “İleriye yönelik kaygı” ve “Engelleyici kaygı” olmak üzere iki alt boyutu bulunmaktadır. Ölçeğin Türkçe formunun iç tutarlılık katsayısı .88 olarak hesaplanmıştır (Sarıçam vd., 2014: s. 154). Bu çalışma için Fransa örnekleminde iç tutarlılık katsayısı .88 olarak, Türkiye örneklemini için ise .90 olarak hesaplanmıştır. Ölçekten alınan yüksek puanlar bireylerin belirsizliğe tahammülsüzlük düzeylerinin yüksek olduğunu belirtmektedir.

Depresyon, anksiyete, stres – kısa form (DASS-21): Depresyon, anksiyete ve stres düzeyini klinik ve sağlıklı örnekleme ölçmeyi sağlayan DASS-21 Lovibond ve Lovibond tarafından geliştirilmiş (1995: s. 340) Sarıçam tarafından (2018: s. 27) Türkçe, Ramasaway tarafından (2015: s. 154) Fransızca uyarlaması yapılmıştır. 21 maddeden oluşan ölçek 4’lü Likert formatındadır (0 = Hiçbir zaman; 3 = Her zaman) ve depresyon (Örn. “Hiç olumlu duygu yaşayamadığımı fark ettim.”) , anksiyete (Örn. “Ağzımda kuruluk olduğunu fark ettim.”) ve stres (Örn. “Gevşeyip rahatlamakta zorluk çektim.”) olmak üzere üç alt boyuttan oluşmaktadır. Türkçe form için elde edilen iç tutarlılık değeri depresyon alt boyutu için .87 anksiyete alt boyutu için .85 ve stres alt boyutu için .81 olarak hesaplanmıştır (Sarıçam, 2018: s.

27). Fransızca form için elde edilen Cronbach alfa katsayıları ise depresyon için .79, anksiyete için .72 ve stres için .78 olarak hesaplanmıştır (Ramasaway, 2015: s. 97). Bu çalışma için Fransa örnekleminde elde edilen iç tutarlılık katsayısı depresyon için .89, anksiyete için .85 ve stres için .83 olarak hesaplanmıştır. Türkiye örneklemini için ise depresyon .88, anksiyete .84 ve stres .84 Cronbach alfa iç tutarlılık değerine sahiptir. Ölçekten alınan yüksek puanlar depresyon, anksiyete ve stres düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Algılanan belirsizlik ölçeği: Katılımcıların içinde buldukları dönemi ne derece belirsiz olarak algıladıklarını ölçmek amacıyla Çavdar, Konukoğlu ve Boyacıoğlu tarafından geliştirilen (yayına hazırlanmakta) 13 maddelik 5'li likert formattaki (1: Kesinlikle katılmıyorum; 5: Kesinlikle katılıyorum) ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin kişisel hayatta algılanan belirsizlik (örn. "İçinde bulunduğumuz ekonomik durum yüzünden nasıl bir geleceğim olacağından emin değilim."), sağlık alanında algılanan belirsizlik (Örn. "İhtiyaç duyduğumda sağlık hizmetlerine ulaşabileceğime eminim.") ve entelektüel belirsizlik (Örn. "Bugünkü iklim ve çevre koşullarına baktığımda, tüm insanlık adına korkuyorum.") olmak üzere 3 alt boyutu vardır. Kişisel hayatın belirsizliğiyle ilgili ilk boyutun Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .82, sağlık alanındaki belirsizlikle ilgili alt boyut için .75 ve entelektüel belirsizlik için .77 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin genel iç tutarlılık katsayısı ise .84 olarak elde edilmiştir. Mevcut çalışmada katılımcıların genel olarak algıladıkları belirsizlik düzeyinin etkisi incelenmek istenmektedir. Bu amaçla ölçeğin toplam puanı kullanılacak, alt boyutlar incelenmeyecektir. Bu çalışmada bütün ölçek için Fransa örnekleminde hesaplanan iç tutarlılık katsayısı .83, Türkiye örneklemini için ise .85 olarak elde edilmiştir. Yapı geçerliğine dair her iki örnekleme de Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği ile korelasyonu incelenmiştir. Buna göre Fransa ve Türkiye örneklemlerinde algılanan belirsizlik ve belirsizliğe tahammülsüzlük arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler ($.213 \leq r \leq .263$) olduğu görülerek ölçeğin geçerliğine dair bir bilgi elde edilmiştir. Ölçekten alınan yüksek puanlar kişinin algıladığı belirsizlik seviyesinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

Analiz Yöntemi

Her iki kültürde de web tabanlı olarak toplanan verilerin demografik incelemeleri, korelasyon ve aracı değişken analizleri JAMOVI 2.3 paket programı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Türkiye'den ve Fransa'dan toplanan veriler tek bir veri setinde birleştirilmiştir. Birleştirilmiş veri setinde Fransa örneklemine ait veriler "0", Türkiye örneklemine ait veriler ise "1" olarak kodlanarak iki kategorili kültürel grup değişkeni elde edilmiştir. Toplanan verilerin birleştirilmesinin ardından araştırma hipotezlerine ilişkin aracılık modeli ve korelasyon analizi test edilmiştir. Daha sonra aracılık analizinin kültürel gruplarda farklılaşp farklılaşmadığını görmek amacıyla veri setlerine ilişkin ülke kodları analize düzenleyici değişken olarak dahil edilmiştir ve düzenleyicili aracılık analizleri yapılmıştır. Düzenleyicili aracılık analizleri, bir diğer deyişle koşullu etki analizleri Process Macro 3.5

kullanılarak analiz edilmiştir. Analiz sürecine ilişkin ayrıntılı bilgi bir sonraki bölümde ele alınmıştır.

BULGULAR

Araştırma Örneklemine İlişkin Korelasyon Analizi Sonuçları

Her iki örnekleme de araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiler aracılık analizi öncesi incelenmiştir. Buna göre belirsizliğe tahammülsüzlük, algılanan belirsizlik, depresyon, anksiyete ve stres ölçümleri sırasıyla korelasyon analizine dahil edilmiştir (Bkz. Tablo 1). Analiz sonuçlarına göre değişkenler arası ilişkiler alanyazınla uyumlu bir şekilde anlamlı çıkmıştır.

Tablo 1: Araştırma Değişkenlerine İlişkin Pearson Korelasyon Katsayıları

Grup		1	2	3	4	5
Fr.	1. ABÖ	1				
	2. BTÖ-12	.263**	1			
	3. Depresyon	.323**	.374**	1		
	4. Anksiyete	.316**	.360**	.557**	1	
	5. Stres	.390**	.398**	.618**	.721**	1
Tr.	1. ABÖ	1				
	2. BTÖ-12	.213**	1			
	3. Depresyon	.271**	.332**	1		
	4. Anksiyete	.179**	.367**	.653**	1	
	5. Stres	.301**	.461**	.728**	.754**	1

Not. ** p < .01

ABÖ: Algılanan Belirsizlik Ölçeği; **BTÖ-12:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük ölçeği; **Fr.:** Fransa; **Tr.:** Türkiye

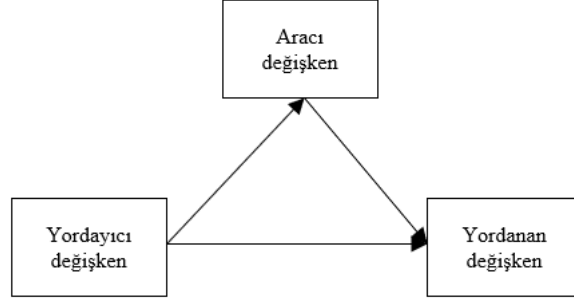
Tablo 1’de de görüleceği üzere, her iki örnekleme de algılanan belirsizlik ile belirsizliğe tahammülsüzlük ($.213 \leq r \leq .263$), depresyon ($.332 \leq r \leq .374$), anksiyete ($.360 \leq r \leq .367$) ve stres ($.398 \leq r \leq .461$) arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler olduğu gözlemlenmektedir. Buna göre araştırmanın ilk hipotezi için destekleyici sonuçlar elde ettiğimizi söylemek mümkündür. Korelasyon analizi sonuçlarının anlamlı çıkması, aracılık analizi için de gerekli şartların sağlandığını gösterdiği için araştırmanın diğer hipotezlerini test etmek amacıyla aracı değişken analizleri gerçekleştirilmiştir.

Aracı Değişken Analizi Sonuçları

Depresyon, anksiyete ve stres üzerinde algılanan belirsizliğin etkisine belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı değişken olarak eşlik edip etmediğini araştırmak için sırasıyla depresyon, anksiyete ve stresin bağımlı değişken olarak

dahil edildiği ayrı aracılık analizleri yapılmıştır. Analizlere ilişkin model Şekil 1’de gösterilmiştir. Aracılık analizleri araştırmanın toplam örneklemini ($N = 812$) üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Şekil 1: Aracı Değişken Analizlerine İlişkin Araştırma Modeli



Not. **Yordayıcı değişken:** Algılanan Belirsizlik, **Aracı değişken:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük, **Yordanan değişken:** sırasıyla depresyon, anksiyete, stres

Depresyon modeline ilişkin aracılık analizi sonuçları

Bu analiz algılanan belirsizlik düzeyinin depresyon üzerindeki etkisine belirsizliğe tahammülsüzlük tarafından aracılık edilip edilmediğini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar (Tablo 2), algılanan belirsizliğin depresyonu pozitif olarak yordadığını göstermektedir ($B = .337, z = 8.45, p < .001, \%95 G.A. [.255, .414]$). Dolaylı etkileri incelendiğinde, belirsizliğe tahammülsüzlüğün algılanan belirsizlik ve depresyon arasındaki ilişkide anlamlı bir aracılık rolü üstlendiği görülmektedir ($B = .118, z = 5.90, p < .001, \%95 G.A. [.080, .160]$). Ayrıca, belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı olarak dahil edilmesinden sonra da algılanan belirsizliğin depresyon üzerindeki pozitif ve anlamlı etkisi korunmaktadır ($B = .219, z = 5.41, p < .001, \%95 G.A. [.136, .299]$). Bu bulgular, belirsizliğe tahammülsüzlüğün depresyon ve algılanan belirsizlik arasındaki ilişkide kısmi aracılık rolü olduğunu göstermektedir. Bir diğer deyişle, bireylerin algıladıkları belirsizlik düzeyi artıkça belirsizliğe tahammülsüzlük düzeyleri de artmaktadır ve sonuç olarak depresyon düzeylerinde bir artış gözlemlenmektedir. Ancak depresyon düzeyinin açıklanmasında bu değişkenler tek başına yeterli değildir.

Tablo 2: Depresyon ve Algılanan Belirsizlik Arasında Belirsizliğe Tahammülsüzlüğün Aracılık Rolü

Aracılık katsayıları		% 95 Güven Aralığı					
Etki		B	SH	LLCI	ULCI	Z	p
Dolaylı	a*b	0.118	0.020	0.0799	0.160	5.90	<.001
Doğrudan	c'	0.219	0.040	0.1365	0.299	5.41	<.001
Toplam	c'+a*b	0.337	0.040	0.2554	0.414	8.45	<.001

Yol katsayıları		% 95 Güven aralığı					
	Yol	B	SH	LLCI	ULCI	Z	p
IV→MED	a	0.480	0.046	0.386	0.570	10.39	<.001
MED → DV	b	0.246	0.033	0.180	0.309	7.42	<.001
IV → DV	c	0.219	0.040	0.137	0.299	5.41	<.001

Not. IV: Algılanan Belirsizlik; **DV:** Depresyon; **MED:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük

Anksiyete modeline ilişkin aracılık analizi sonuçları

Algılanan belirsizlik ve anksiyete arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı rolünü değerlendirmek için aracılık analizi yapılmıştır. Sonuçlar (Tablo 3), algılanan belirsizliğin anksiyete üzerindeki toplam etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymuştur ($B = .262, z = 6.86, p < .001, \%95 G.A. [.189, .334]$). Belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı değişken olarak dahil edilmesiyle, algılanan belirsizliğin anksiyete üzerindeki etkisi anlamlılığını korumuştur ($B = .146, z = 3.72, p < .001, \%95 G.A. [.066, .223]$). Algılanan belirsizliğin belirsizliğe tahammülsüzlük aracılığıyla anksiyete üzerindeki dolaylı etkisi de anlamlı bulunmuştur ($B = .116, z = 6.39, p < .001, \%95 G.A. [.083, .154]$). Bu, algılanan belirsizlik ve anksiyete arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün kısmi aracı rol üstlendiğini göstermektedir. Depresyon modeliyle benzer şekilde bu modelde de anksiyete düzeyinin artmasında algılanan belirsizlik düzeyinin artmasının etkili olduğu ve bu ilişkiye belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracılık ettiği görülmüştür.

Tablo 3: Anksiyete ve Algılanan Belirsizlik Arasında Belirsizliğe Tahammülsüzlüğün Aracılık Rolü

Aracılık katsayıları							
Etki		B	SH	% 95 Güven Aralığı		Z	p
				LLCI	ULCI		
Dolaylı	a*b	0.116	0.0182	0.0832	0.154	6.39	< .001
Doğrudan	c'	0.146	0.0392	0.0659	0.223	3.72	< .001
Toplam	c'+a*b	0.262	0.0382	0.1887	0.334	6.86	< .001

Yol katsayıları							
	Yol	B	SH	% 95 Güven aralığı		Z	p
				LLCI	ULCI		
IV→MED	a	0.480	0.0465	0.3948	0.568	10.33	< .001
MED → DV	b	0.242	0.0282	0.1857	0.296	8.56	< .001
IV → DV	c	0.146	0.0392	0.0659	0.223	3.72	< .001

Not. IV: Algılanan Belirsizlik; **DV:** Anksiyete; **MED:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük

Stres modeline ilişkin aracılık analizi sonuçları

Depresyon ve anksiyete benzer şekilde stres modelinde de belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı rolü olup olmadığı incelenmiştir. Sonuçlar (Tablo 4), algılanan belirsizliğin stres üzerindeki toplam etkisinin anlamlı olduğunu ortaya koymuştur ($B = .363$, $z = 9.66$, $p < .001$, %95 G.A. [.290, .437]). Belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı değişken olarak dahil edilmesiyle, algılanan belirsizliğin stres üzerindeki etkisi anlamlılığını korumuştur ($B = .231$, $z = 6.09$, $p < .001$, %95 G.A. [.159, .301]). Algılanan belirsizliğin belirsizliğe tahammülsüzlük aracılığıyla stres üzerindeki dolaylı etkisi de anlamlı bulunmuştur ($B = .133$, $z = 6.94$, $p < .001$, %95 G.A. [.099, .170]). Bu, algılanan belirsizlik ve stres arasındaki ilişkide belirsizliğe tahammülsüzlüğün kısmi aracı rol üstlendiğini göstermektedir.

Tablo 4: Stres ve Algılanan Belirsizlik Arasında Belirsizliğe Tahammülsüzlüğün Aracılık Rolü

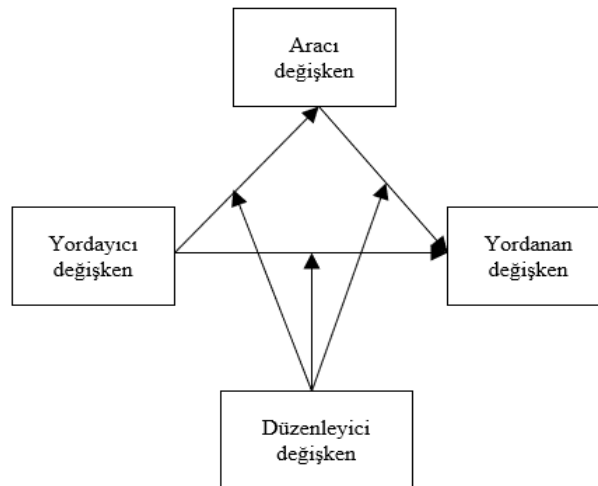
Aracılık katsayıları							
Etki		B	SH	% 95 Güven Aralığı		Z	p
				LLCI	ULCI		
Dolaylı	a*b	0.133	0.0191	0.0986	0.170	6.94	< .001
Doğrudan	c'	0.231	0.0379	0.1587	0.301	6.09	< .001
Toplam	c'+a*b	0.363	0.0376	0.2905	0.437	9.66	< .001

Yol katsayıları							
	Yol	B	SH	% 95 Güven aralığı		Z	p
				LLCI	ULCI		
IV→MED	a	0.480	0.0458	0.394	0.573	10.48	< .001
MED → DV	b	0.276	0.0285	0.219	0.331	9.66	< .001
IV → DV	c	0.231	0.0379	0.159	0.301	6.09	< .001

Not. IV: Algılanan Belirsizlik; **DV:** Stres; **MED:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük

Aracılık analizlerinden görüldüğü üzere depresyon, anksiyete ve stres düzeyleri belirsizliğe tahammülsüzlüğün aracı olarak dahil edilmesiyle algılanan belirsizlik tarafından pozitif ve anlamlı şekilde yordanmaktadır. Türkiye ve Fransa örneklemelerine ait verilerle yapılan bu analizlerde alanyazınla tutarlı olarak yaygın psikolojik sağlık yapıları üzerinde belirsizlikle ilgili yapıların bozucu bir etkisi olduğunu söylemek mümkündür. Bir diğer deyişle, depresyon, anksiyete ve stres seviyeleri algılanan belirsizliğin ve belirsizliğe tahammülsüzlüğün artmasıyla artmaktadır. Ancak farklı kültür gruplarının belirsizliğe verdiği tepkiler göz önünde bulundurulduğunda bu modelin iki kültür grubunda da benzer şekilde çalışıp çalışmadığı, yani kültür grubunun düzenleyici bir değişken olarak anlamlı bir rol üstlenip üstlenmeyeceği de incelenmek istenmektedir. Bu ilişkileri incelemek için koşullu etki analizleri yapılmıştır.

Şekil 2: Koşullu Etki Analizlerine İlişkin Araştırma Modeli



Not. Yordayıcı değişken: Algılanan Belirsizlik, **Aracı değişken:** Belirsizliğe Tahammülsüzlük, **Yordanan değişken:** sırasıyla depresyon, anksiyete, stres, **Düzenleyici değişken:** Örneklem grupları (Türkiye; Fransa)

Önerilen aracılık modellerinin iki grup arasında farklılaşıp farklılaşmadığını test edebilmek amacıyla örneklem grupları iki kategorili değişken olarak kodlanmış ve aracılık modeline düzenleyici değişken olarak dahil edilmişlerdir. Daha açık bir ifadeyle sırasıyla depresyon, anksiyete ve stres için oluşturulan aracı değişken analizlerinin her birine grup değişkeni düzenleyici değişken olarak alınmıştır. Process Macro ile Model 59 (Hayes, 2018) kullanılarak analizler gerçekleştirilmiştir. Analizlere ilişkin model Şekil 2’de gösterilmektedir. Yapılan düzenleyici etki analizlerinde depresyon (Endeks = -.005 %95 G.A.[-.082, .066]), anksiyete (Endeks = .014 %95 G.A.[-.055, .080]) ve stres (Endeks = .028 %95 G.A.[-.047, .105]) düzeylerinin belirsizliğe tahammülsüzlük aracılığında algılanan belirsizlikten etkilenme düzeylerinin farklı kültürel gruplar tarafından anlamlı şekilde düzenlenmediği görülmektedir. Daha açık bir ifadeyle, farklı kültürel gruplara ait olmak depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin belirsizlikle ilgili değişkenler tarafından etkilenmesi karşısında koruyucu veya artırıcı, yani farklılaştırıcı bir etki göstermemektedir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Belirsizlik doğası gereği herkesin deneyimlediği ve bireyin psikolojik sağlığı üzerinde çeşitli etkileri olan çok katmanlı bir yapıyı temsil etmektedir. İçinde bulunduğumuz dönem düşünüldüğünde ise belirsizliğin etkilerinin dikkate değer bir artış göstermesi oldukça olasıdır. Özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında olmakla birlikte, bireylerin belirsizliğe tahammülsüzlükleri arttıkça depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin de arttığını gösteren çeşitli araştırmalar mevcuttur (Boelen & Reijntjes, 2009: s. 130; Ferreira vd., 2020: s. 62; Fiorenzeta & Cona, 2022: s. 422; Jensen vd., 2016: s. 431; Şentürk & Bakır, 2021: s. 97). Alanyazındaki bilgilerden yola çıkarak bu çalışmada da depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin algılanan belirsizlik ile pozitif bir ilişki göstermesi beklenmiştir ve elde edilen sonuçlar da bu beklentiyi doğrulamıştır. Her iki kültürde de üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres ortalamalarının yüksek olduğu göze çarpmaktadır. Türkiye’de yapılan bir çalışmada üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres seviyeleri incelenmiş, araştırma sonuçları çeşitli yaşam alanlarında deneyimlenen sorunlarla depresyon, anksiyete ve stres arasında pozitif ve anlamlı korelasyonlara işaret etmiştir (Köksal & Topkaya, 2021, ss.931). Benzer şekilde Fransa’da yapılan bir çalışmada da üniversite öğrencilerin depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin COVID-19 ile artan belirsizlik ortamından negatif etkilendiği ve bu psikolojik sağlık sorunlarını deneyimleme düzeylerinin arttığı görülmüştür (Zerhouni vd.,2021, ss.110). Mevcut araştırmanın bu açıdan alanyazınla tutarlı sonuçlar ürettiği görülmektedir.

Öte yandan mevcut çalışma farklı kültürlerden veri toplandığı için kültürlerarası karşılaştırma yapmaya da olanak tanıyan bir yapıya sahiptir. Türkiye’de ve Fransa’da yaşayan üniversite öğrencilerinden toplanan veriler ile farklı kültürlerde yaşayan bireylerde araştırma değişkenleri arasındaki ilişkilerin benzer olup olmadığını incelemek de mümkün olmuştur. Araştırma değişkenlerinin korelasyonları incelendiğinde algılanan belirsizlik, belirsizliğe tahammülsüzlük, depresyon, anksiyete ve stres değişkenlerinin tümünün birbiriyle anlamlı ve pozitif bir korelasyona sahip olduğu görülmüştür. Ancak korelasyon katsayıları incelendiğinde özellikle Türkiye örneklemindeki katsayıların anlamlı olmakla birlikte daha düşük seviyede olduğu görülmektedir. Bunun nedeni toplulukçu bir kültür olarak değerlendirilen Türkiye’de üniversite öğrencilerinin depresyon, anksiyete ve stres seviyelerine karşı koruyucu bir etki gösteren farklı değişkenlerin söz konusu olması olabilir. Toplulukçu kültürlerde bireylerin karşılıklı bağımlı benlik kurgularına sahip olması (Markus & Kitayama, 1991: s. 227), ilişkisellik ihtiyaçlarının tatmin edilmesine yardımcı olduğu için (Church vd., 2013, s.526) bireylerin yaygın psikolojik sağlık yapılarının korunmasına hizmet ediyor olabilir. Öte yandan bireyci ve toplulukçu kültürlerle ilgili olarak bireylerin belirsizliğe yönelik tepkilerinin de farklı olduğu çeşitli çalışmalarda tartışılmıştır. Örneğin Hofstede’nin kültürel boyutlarından olan belirsizlikten kaçınma ve toplulukçuluk değerlerinin pozitif ve anlamlı ilişkiler gösterdiğini tartışan çalışmalar mevcuttur (Bkz., Adair & Xiong, 2018: s. 229; Hofstede, 2001: s. 218; Xiong, 2015: s. 47). Bu ilişkinin etkisinin mevcut çalışmada da gözlenip gözlenmeyeceği merak edilmiştir. Dolayısıyla iki farklı kültürel gruptan toplanan verilerin bu açıdan farklılaşıp farklılaşmadığı incelenmek istenmiştir. Bu amaçla koşullu etki analizleri gerçekleştirilmiştir.

Depresyon, anksiyete ve stresin sırasıyla bağımlı değişken, algılanan belirsizliğin bağımsız, belirsizliğe tahammülsüzlüğün ise aracı değişken olduğu koşullu etki analizlerinde gruplar arasında anlamlı bir fark görülemez. Alanyazından farklı olarak her iki kültürel grupta da katılımcıların algıladıkları belirsizlik düzeyi ve belirsizliğe tahammülsüzlükleri depresyon, anksiyete ve stres düzeylerini artırıcı bir etki gösterirken bireyci veya toplulukçu bir kültürün üyesi olmak bu ilişkide farklılaştırıcı bir rol üstlenmemiştir. Dolayısıyla üniversite öğrencilerinin pek çok stresli olayla karşılaştıkları hayatın en kritik döneminden geçmekte olan benzersiz bir grubu temsil etmeleri (Buchanan, 2012, ss.27), kültürün rolünün elimine edilmesini sağlamış olabilir.

Fransız ve Türk grupları arasında bir fark olmamasından yola çıkarak belirsizlik yapılarının kültür grubundan bağımsız şekilde yaygın psikolojik sağlık yapılarını etkilediğini söylemek mümkündür. Ancak bu bulguyu dikkatli yorumlamakta fayda vardır. İlk olarak bu araştırmanın deneysel bir müdahale içermediği için nedensellik bilgisi vermediği, ilişkisel bir bilgi verdiği not edilmelidir. Öte yandan çalışmada algılanan belirsizliği ölçmek amacıyla kullanılan ölçme aracı üniversite öğrencilerinin genel olarak algıladıkları belirsizliği ölçmeye odaklanmaktadır. Özel bir grup olan bu örneklemin algıladıkları belirsizlik

genel çerçeveden ziyade özel olarak incelenmesi gereken belirsizlik boyutlarını içeriyor olabilir. Türkiye’de yapılan bir çalışmada öğrencilerin sorun alanları olarak tanımladıkları yapılar arasında ilk sırada sınav kaygısı ve takip eden faktör olarak uyku sorunları belirlenmiştir (Köksal & Topkaya, 2021, ss.931). Sorun alanları incelendiğinde ise genel olarak ebeveyn korkusu, kilo kontrolü, flört sorunları, yalnızlık gibi sorunlar listelenmiştir. Benzer şekilde Fransa’da yapılan bir çalışmada da öğrencilerin ekonomik koşullarının akademik başarı ve iyi oluşları ile ilişkili olduğu görülmüştür (Lassarre vd., 2003, ss.669). Bu açıdan bakıldığında genel olarak belirsizliğe yönelik algılarından ziyade özel hayatlarına yönelik sorunlara daha fazla önem verdikleri düşünülebilir. Bunun yanı sıra yöntem açısından bakıldığında mevcut araştırmada Türkiye ve Fransa örneklemi alanyazında yer alan bilgilerden yola çıkılarak bireyci ve toplulukçu olarak değerlendirilmiştir. Ancak gelecek çalışmalarda kültürel grupların sınıflandırılması veri toplama setine eklenecek bir ölçme aracıyla da değerlendirilerek daha detaylı incelemeler yapılabilir. Ayrıca araştırma değişkenlerinin aracı ve düzenleyici rollerinin test edilmesinde Process Macro eklentisi kullanılmıştır. Ancak değişkenlerin aynı anda modele alınmasını mümkün kılan ve daha ileri düzey analizlerin gerçekleştirilebileceği yapısal eşitlik modellemesine bu makalenin kapsam ve sınırları içinde başvurulamamıştır. İncelenen değişkenler nezdinde daha odaklı amaçlara ve yapılandırılmış hipotezlere sahip gelecek araştırmalar için yapısal eşitlik modellerinin daha işlevsel olacağı not edilmelidir.

Araştırmanın yönteminden bağımsız olarak depresyon, anksiyete ve stres yapılarının toplumsal ruh sağlığının önemli belirleyicileri olması, yapılacak müdahalelerin ve altta yatan mekanizmaların açıklanmasının önemini de vurgulamaktadır. Mevcut çalışmada araştırma amaçlarının dışında olduğu için yaygın psikolojik sağlık yapılarına karşı koruyucu olabilecek, bir diğer deyişle algılanan belirsizlik ve belirsizliğe tahammülsüzlüğün etkisini azaltabilecek herhangi bir değişken incelenmemiştir. Ancak koruyucu yapıların tespit edilmesi, başta kırılğan bir grubu temsil eden üniversite öğrencileri olmak üzere genel popülasyonun depresyon, anksiyete ve stres seviyelerinin kontrol edilmesi ve sürdürülebilir iyi oluşu desteklemek için önemli görülmektedir (Bkz. Moeller vd., 2022, ss.1). Belirsizliği ortadan kaldırmanın mümkün olmadığı ve yaşadığımız dünyadaki hızlı değişimlerin bu algıyı giderek arttıracakını düşündüğümüzde gelecek araştırmalarda algılanan belirsizliğin olumsuz etkilerine karşı koruyucu yapıları keşfetmek kültürel ve kültürlerarası çalışmalara önemli ve anlamlı katkılar sunabilir.

Sonuç olarak özel bir grup olarak üniversite öğrencilerini değerlendiren bu çalışmada kültürel gruptan bağımsız olarak depresyon, anksiyete ve stres düzeylerinin algılanan belirsizlik ve belirsizliğe tahammülsüzlük boyutları karşısında kırılğan olduğu görülmüştür ve koruyucu yapıların keşfedilmesinin önemi tekrar karşımıza çıkmıştır. Bu noktadan hareketle yapılacak çalışmaların alanyazına önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Adair, W. L., & Xiong, T. X. (2018). How Chinese and Caucasian Canadians Conceptualize Creativity: The Mediating Role of Uncertainty Avoidance. *Journal of Cross-Cultural Psychology, 49* (2), 223–238. <https://doi.org/10.1177/0022022117713153>

Anderson, E. C., Carleton, R. N., Diefenbach, M., & Han, P. K. J. (2019). The Relationship Between Uncertainty and Affect. *Frontiers in Psychology, 10* (2504). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02504>

Andrews, J. L., Li, M., Minihan, S., Songco, A., Fox, E., Ladouceur, C. D., ... Schweizer, S. (2023). The effect of intolerance of uncertainty on anxiety and depression, and their symptom networks, during the COVID-19 pandemic. *BMC Psychiatry, 23* (1). <https://doi.org/10.1186/s12888-023-04734-8>

Asif, S., Mudassar, A., Shahzad, T. Z., Raouf, M., & Pervaiz, T. (2020). Frequency of depression, anxiety and stress among university students. *Pakistan Journal of Medical Sciences, 36* (5), 971-976. <https://doi.org/10.12669/pjms.36.5.1873>

Auerbach, R. P., Mortier, P., Bruffaerts, R., Alonso, J., Benjet, C., Cuijpers, P., Demyttenaere, K., Ebert, D. D., Green, J. G., Hasking, P., Murray, E., Nock, M. K., Pinder-Amaker, S., Sampson, N. A., Stein, D. J., Vilagut, G., Zaslavsky, A. M., Kessler, R. C., & WHO WMH-ICS Collaborators (2018). WHO World Mental Health Surveys International College Student Project: Prevalence and distribution of mental disorders. *Journal of abnormal psychology, 127* (7), 623–638. <https://doi.org/10.1037/abn0000362>

Birrell, J., Meares, K., Wilkinson, A., & Freeston, M. (2011). Toward a definition of intolerance of uncertainty: a review of factor analytical studies of the Intolerance of Uncertainty Scale. *Clinical psychology review, 31* (7), 1198–1208. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2011.07.009>

Boelen PA, Reijntjes A. (2009). Intolerance of uncertainty and social anxiety. *Journal of Anxiety Disorders; 23*, 130–135. doi: 10.1016/j.janxdis.2008.04.007

Buchanan J. L. (2012). Prevention of depression in the college student population: a review of the literature. *Archives of psychiatric nursing, 26* (1), 21–42. <https://doi.org/10.1016/j.apnu.2011.03.003>

Bueno-Notivol, J., Gracia-García, P., Olaya, B., Lasheras, I., López-Antón, R., & Santabárbara, J. (2021). Prevalence of depression during the COVID-19 outbreak: A meta-analysis of community-based studies. *International Journal of*

Clinical and Health Psychology, 21 (1), 100196.
<https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.07.007>

Buhr, K., & Dugas, M. (2002). The intolerance of uncertainty scale: psychometric properties of the English version. *Behaviour Research and Therapy*, 40(8), 931–945. [https://doi.org/10.1016/S0005-7967\(01\)00092-4](https://doi.org/10.1016/S0005-7967(01)00092-4)

Carleton, R. N. (2016). Into the unknown: A review and synthesis of contemporary models involving uncertainty. *Journal of Anxiety Disorders*, 39, 30–43. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2016.02.007>

Carleton, R. N., Collimore, K. C., & Asmundson, G. J. G. (2007c). Social anxiety and fear of negative evaluation: Construct validity of the BFNE-II. *Journal of Anxiety Disorders*, 21, 131–141. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2006.03.010>

Carleton, R. N., Mulvogue, M. K., Thibodeau, M. A., McCabe, R. E., Antony, M. M., & Asmundson, G. J. (2012). Increasingly certain about uncertainty: Intolerance of uncertainty across anxiety and depression. *Journal of Anxiety Disorders*, 26(3), 468–479. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2012.01.011>

Carleton, R. N., Norton, M. A. P. J., & Asmundson, G. J. G. (2007b). Fearing the unknown: A short version of the Intolerance of Uncertainty Scale. *Journal of Anxiety Disorders*, 21(1), 105–117. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2006.03.014>

Carleton, R. N., Sharpe, D., & Asmundson, G. J. G. (2007a). Anxiety sensitivity and intolerance of uncertainty: requisites of the fundamental fears? *Behaviour Research and Therapy* 45(10), 2307–2316. <https://doi.org/10.1016/j.brat.2007.04.006>

Church, A.T., Katigbak, M.S., Locke, K.D., Zhang, H., Shen, J., Vargas-Flores, J.J., Ibáñez-Reyes, J., Tanaka-Matsumi, J., Curtis, G.J., Cabrera, H.F., Mastor, K.A., Alvarez, J.M., Ortiz, F.A., Simon, J.Y.R., & Ching, C.M. (2013). Need satisfaction and well-being: Testing self-determination theory in eight cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 44, 507–534. DOI: 10.1177/0022022112466590

de la Sablonnière, R. (2017). Toward a Psychology of Social Change: A Typology of Social Change. *Frontiers in Psychology*, 8, 397. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00397>

del Valle, M. V., Andrés, M. L., Urquijo, S., Yerro-Avincetto, M., López-Morales, H., & Canet-Juric, L. (2020). Intolerance of uncertainty over COVID-19 pandemic and its effect on anxiety and depressive symptoms. *Revista Interamericana de Psicología*, 54 (2), 1–17. <https://doi.org/10.30849/ripijp.v54i2.1335>

Dugas, M. J., & Ladouceur, R. (2000). Treatment of GAD: Targeting intolerance of uncertainty in two types of worry. *Behavior Modification*, 24 (5), 635–657. <https://doi.org/10.1177/0145445500245002>

Dugas, M. J., Gagnon, F., Ladouceur, R., & Freeston, M. H. (1998). Generalized anxiety disorder: a preliminary test of a conceptual model. *Behaviour research and therapy*, *36* (2), 215–226. [https://doi.org/10.1016/s0005-7967\(97\)00070-3](https://doi.org/10.1016/s0005-7967(97)00070-3)

Dugas, M. J., Marchand, A., & Ladouceur, R. (2005). Further validation of a cognitive-behavioral model of generalized anxiety disorder: diagnostic and symptom specificity. *Journal of Anxiety Disorders*, *19* (3), 329–343. <https://doi.org/10.1016/j.janxdis.2004.02.002>

Fiorenzato, E., & Cona, G. (2022). One-year into COVID-19 pandemic: Decision-making and mental-health outcomes and their risk factors. *Journal of affective disorders*, *309*, 418–427. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2022.04.144>

Freeston, M. H., Rhéaume, J., Letarte, H., Dugas, M. J., & Ladouceur, R. (1994). Why do people worry? *Personality and Individual Differences*, *17* (6), 791–802. [https://doi.org/10.1016/0191-8869\(94\)90048-5](https://doi.org/10.1016/0191-8869(94)90048-5)

Gu, Y., Gu, S., Lei, Y., & Li, H. (2020). From Uncertainty to Anxiety: How Uncertainty Fuels Anxiety in a Process Mediated by Intolerance of Uncertainty. *Neural plasticity*, 2020, 8866386. <https://doi.org/10.1155/2020/8866386>

Hayes, A. F. (2018). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. (2nd ed.). Guilford Publications.

Hofstede, G. (1980). Motivation, leadership, and organization: Do American theories apply abroad? *Organizational Dynamics*, *9* (1), 42–63. [https://doi.org/10.1016/0090-2616\(80\)90013-3](https://doi.org/10.1016/0090-2616(80)90013-3)

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions, and Organizations Across Nations*, 2nd ed. Sage, Thousand Oaks, CA.

Jang, S., Shen, W., Allen, T. D., & Zhang, H. (2018). Societal individualism–collectivism and uncertainty avoidance as cultural moderators of relationships between job resources and strain. *Journal of Organizational Behavior*, *39* (4), 507–524. <https://doi.org/10.1002/job.2253>

Jensen, D., Cohen, J. N., Mennin, D. S., Fresco, D. M., & Heimberg, R. G. (2016). Clarifying the Unique Associations among Intolerance of Uncertainty, Anxiety, and Depression. *Cognitive behaviour therapy*, *45* (6), 431. <https://doi.org/10.1080/16506073.2016.1197308>

Karing C. (2021). Prevalence and predictors of anxiety, depression and stress among university students during the period of the first lockdown in Germany. *Journal of affective disorders reports*, *5*, 100174. <https://doi.org/10.1016/j.jadr.2021.100174>

Kim, J., & Ng, S. H. (2008). Perceptions of social changes and social identity: Study focusing on Hong Kong society after reunification. *Asian Journal of Social Psychology*, *11* (3), 232–240. <https://doi.org/10.1111/j.1467-839X.2008.00262.x>

Koerner, N., & Dugas, M. J. (2008). An investigation of appraisals in individuals vulnerable to excessive worry: the role of intolerance of uncertainty. *Cognitive Therapy and Research*, *32*(5), 619-638. doi: 10.1007/s10608-007-9125-2

Köksal, B., & Topkaya, N. (2021). Üniversite öğrencilerinin yaşadığı sorunlar ve sorun alanlarının depresyon, anksiyete ve stresle ilişkisi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, *19*(2), 926-949. <https://doi.org/10.37217/tebd.933931>

Lassarre, D., Giron, C., & Paty, B. (2003). Stress des étudiants et réussite universitaire: les conditions économiques, pédagogiques et psychologiques du succès. *L'orientation scolaire et professionnelle*, *(32/4)*, 669-691.

Lim, K. H., Leung, K., Sia, C. L., & Lee, M. K. (2004). Is eCommerce boundary-less? Effects of individualism–collectivism and uncertainty avoidance on Internet shopping. *Journal of International Business Studies*, *35*, 545-559.

Lovibond, P. F., & Lovibond, S. H. (1995). The structure of negative emotional states: Comparison of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS) with the Beck Depression and Anxiety Inventories. *Behaviour Research and Therapy*, *33* (3), 335–343. [https://doi.org/10.1016/0005-7967\(94\)00075-U](https://doi.org/10.1016/0005-7967(94)00075-U)

Markus, H. R., & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, *98* (2), 224–253. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.98.2.224>

Mishel, M. H. (1984). Perceived Uncertainty and Stress in Illness. *Research in Nursing & Health*, *7* (3), 163-171. <https://doi.org/10.1002/nur.4770070304>

Moeller, J., von Keyserlingk, L., Spengler, M., Gaspard, H., Lee, H. R., Yamaguchi-Pedroza, K., ... & Arum, R. (2022). Risk and protective factors of college students' psychological well-being during the COVID-19 pandemic: emotional stability, mental health, and household resources. *Aera Open*, *8*, 23328584211065725.

Parlapani, E., Holeva, V., Nikopoulou, V. A., Sereslis, K., Athanasiadou, M., Godosidis, A., Stephanou, T., & Diakogiannis, I. (2020). Intolerance of Uncertainty and Loneliness in Older Adults During the COVID-19 Pandemic. *Frontiers in psychiatry*, *11*, 842. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2020.00842>

Ramasaway, S. (2015). Validation of the French Depression Anxiety Stress Scales (DASS-21) and predictors of depression in an adolescent Mauritian population (PhD Thesis) [UNIVERSITÉ AIX-MARSEILLE]. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1757.1367>

Salari, N., Hosseinian-Far, A., Jalali, R., Vaisi-Raygani, A., Rasoulpoor, S., Mohammadi, M., Rasoulpoor, S., & Khaledi-Paveh, B. (2020). Prevalence of stress, anxiety, depression among the general population during the COVID-19 pandemic: a systematic review and meta-analysis. *Globalization and health*, *16* (1), 57. <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00589-w>

Sarıçam, H. (2018). The Psychometric Properties of Turkish Version of Depression Anxiety Stress Scale-21 (DASS-21) in Community and Clinical Samples. *Journal of Cognitive-Behavioral Psychotherapy and Research*, *7* (1), 19–30. <https://doi.org/10.5455/JCBPR.274847>

Sarıçam, H., Erguvan, F. mine, Akın, A., & Akça, M. Ş. (2014). Belirsizliğe Tahammülsüzlük Ölçeği (Btö-12) Türkçe Formu: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Route Educational and Social Science Journal*, *1* (3), 148–157. <https://doi.org/10.17121/ressjournal.109>

Satıcı, B., Sarıçalı, M., Satıcı, S. A., & Griffiths, M. D. (2022). Intolerance of Uncertainty and Mental Wellbeing: Serial Mediation by Rumination and Fear of COVID-19. *International journal of mental health and addiction*, *20* (5), 2731–2742. <https://doi.org/10.1007/s11469-020-00305-0>

Schwartz, S. H. (2004). Mapping and interpreting cultural differences around the world. In H. Vinken, J. Soeters, & P Ester (Ed.), *Comparing cultures, Dimensions of culture in a comparative perspective* (pp.43-73). Leiden, The Netherlands: Brill.

Schwartz, S. H. (2006). A Theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications. *Comparative Sociology*, *5* (2-3), 137–182. <https://doi.org/10.1163/156913306778667357>

Seco Ferreira, D. C., Oliveira, W. L., Costa Delabrida, Z. N., Faro, A., & Cerqueira-Santos, E. (2020). Intolerance of uncertainty and mental health in Brazil during the Covid-19 pandemic. *Suma Psicológica*, *27*(1), 62–69. <https://doi.org/10.14349/sumapsi.2020.v27.n1.8>

Smith, B. M., Twohy, A. J., & Smith, G. S. (2020). Psychological inflexibility and intolerance of uncertainty moderate the relationship between social isolation and mental health outcomes during COVID-19. *Journal of Contextual Behavioral Science*, *18*, 162-174. <https://doi.org/10.1016/j.jcbs.2020.09.005>

Stallman, H. M. (2010). Psychological distress in university students: A comparison with general population data. *Australian Psychologist*, *45* (4), 249-257. <https://doi.org/10.1080/00050067.2010.482109>

Şentürk, S., Bakır, N. (2021). The Relationship between Intolerance of Uncertainty and the Depression, Anxiety and Stress Levels of Nursing Students during the Covid-19 Outbreak, *Cyprus Turkish Journal of Psychiatry & Psychology*, *3* (2): 97-105. Doi: 10.35365/ctjpp.21.2.12

Tosevski, D. L., Milovancevic, M. P., & Gajic, S. D. (2010). Personality and psychopathology of university students. *Current opinion in psychiatry*, 23 (1), 48–52. <https://doi.org/10.1097/YCO.0b013e328333d625>

Voitsidis, P., Nikopoulou, V. A., Holeva, V., Parlapani, E., Sereslis, K., Tsipropoulou, V., Karamouzi, P., Giaskoulidou, A., Tsopaneli, N., & Diakogiannis, I. (2021). The mediating role of fear of COVID-19 in the relationship between intolerance of uncertainty and depression. *Psychology and psychotherapy*, 94 (3), 884–893. <https://doi.org/10.1111/papt.12315>

Wong, S. S., Wong, C. C., Ng, K. W., Bostanudin, M. F., & Tan, S. F. (2023). Depression, anxiety, and stress among university students in Selangor, Malaysia during COVID-19 pandemics and their associated factors. *PloS one*, 18 (1), e0280680. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0280680>

World Health Organization. (2008). The global burden of disease : 2004 update. World Health Organization. <https://apps.who.int/iris/handle/10665/43942>

World Federation for Mental Health. (2012). Depression: A global crisis. Retrieved August 10, 2023, from <https://www.wfmh.org/2012DOCS/WMHDay%202012%20SMALL%20FILE%20FINAL.pdf>

Xiong, T. (2015). Culture and Creativity: Understanding the Role of Uncertainty Avoidance and Multicultural Experience. [uwspace.uwaterloo.ca](https://uwspace.uwaterloo.ca/handle/10012/9322). <https://uwspace.uwaterloo.ca/handle/10012/9322>

Zerhouni, O., Flaudias, V., Brousse, G. & Naassila, M. (2021). L’impact de la Covid-19 sur la santé mentale des étudiants : mini-synthèse de la littérature actuelle. *Revue de neuropsychologie*, 13, 108-110. <https://doi.org/10.1684/nrp.2021.0664>

Yayın Geliş Tarihi: 20.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1379193>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 296-320
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

SOCIOLOGICAL NEXUS BETWEEN CULTURE AND TERRORISM IN TERMS OF HOFSTEDÉ'S DIMENSIONS

Oğuzhan PEHLİVAN*

Yunus GÖKMEN**

Yavuz ERCİL***

Abstract¹

This study aims to indicate the cultural factors nexus terrorism in terms of Bourdieusian terminology's conceptual framework, which synthesizes social, economic, and cultural explanations and thus proves useful for studying political and religious radicalization, extremism, and recruitment to terrorism. This analysis can be used to comparatively assess the countries' cultural tendencies relevant to terrorism. In this study, Hofstede's culture scale, which is regarded as a paradigm and towering figure by most scholars was used. The research endeavors to illustrate the effects of Hofstede's cultural dimensions (widely known model of national culture) on Global Terrorism Index scores via a multiple linear regression model. Terrorists marginalized others and created their discourse to commit rhetoric narrated by fairy tales and protagonists. The findings expressed that whereas the power distance has an increasing effect on terrorism (while increasing terrorism), the long-term orientation has a mitigating effect (reduces terrorism). On the other

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Pehlivan, O., Gökmen, Y., & Ercil, Y. (2024). Sociological nexus between culture and terrorism in terms of hofstede's dimensions. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 296-320.

*PhD, Turkish General Staff, Ankara 06582, Türkiye, ORCID: 0000-0002-6779-4699, ozipehlivan@yahoo.com.

**Prof., Lecturer at the Faculty of Communication, Başkent University, Ankara 06790, Türkiye, ORCID: 0000-0002-6107-0577, yunusgokmen@gmail.com.

***Prof., Lecturer in Faculty of Communication, Başkent University, Ankara 06790, Türkiye, ORCID: 0000-0003-2016-7329, yncil@gmail.com.

¹ This research is among the studies that do not require ethic committee permission.

Bu çalışma etik kurulu onayı gerektiren bir çalışma değildir.

The ideas and opinions expressed in this study belong solely to the authors and do not reflect any institutions which the authors are affiliated.

Bu çalışmada ifade edilen fikir ve görüşler sadece yazarlara ait olup, yazarların bağlı olduğu herhangi bir kurumun resmî görüşünü yansıtmamaktadır.

hand, no significant results were obtained from the dimension of individualism versus collectivism, femininity versus masculinity, avoidance of uncertainty, and indulgence versus restraint. However; we evaluate that social media usage has a centralizing and affiliating effect between collectivism and individualism.

Keywords: Culture, Sociology of Culture, Terrorism, Hofstede's Cultural Dimensions, Global Terrorism Index, Multiple Linear Regression.

HOFSTEDE'NİN BOYUTLARI KAPSAMINDA KÜLTÜR VE TERÖRİZMİN SOSYOLOJİK BAĞINTISI

Öz

Bu çalışma, sosyal, ekonomik ve kültürel açıklamaları sentezleyen ve dolayısıyla siyasi ve dini radikalleşme, aşırılık ve terörizme birey temin etme konularına yönelik çalışmada yararlı olduğunu kanıtlayan Bourdieu terminolojisinin kavramsal çerçevesi açısından terörle bağlantılı kültürel faktörleri göstermeyi amaçlamaktadır. Bu analiz, ülkelerin terörizmle ilgili kültürel eğilimlerini karşılaştırmalı olarak değerlendirmek için kullanılabilir. Bu çalışmada, çoğu bilim insanı tarafından bir paradigma ve önemli bir figür olarak kabul edilen Hofstede'nin kültür ölçeği kullanılmıştır. Araştırma, Hofstede'nin kültürel boyutlarının (yaygın olarak bilinen ulusal kültür modeli) Küresel Terörizm Endeksi puanları üzerindeki etkilerini çoklu doğrusal regresyon modeliyle göstermeye çalışmaktadır. Teröristler diğerlerini ötekileştirerek anlatılarını hayata geçirmek için elebaşları ve hikâyeleri ile kendi söylemlerini oluşturmaktadırlar. Bulgular, güç mesafesinin terörizmi artırıcı, uzun vadeli yönelimin ise hafifletici bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Öte yandan bireyciliğe karşı kolektivism, kadınlığa karşı erkeksilik, belirsizlikten kaçınma ve hoşgörüye karşı kısıtlama boyutunda anlamlı bir sonuç elde edilememiştir. Fakat sosyal medya kullanımının kolektivism ile bireycilik arasında merkezileştirici ve bağlayıcı bir etkisinin olduğu değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Kültür Sosyolojisi, Terörizm, Hofstede'nin Kültürel Boyutları, Küresel Terörizm İndeksi, Çoklu Doğrusal Regresyon.

INTRODUCTION

Terrorism, which is one of the most devastating security problems in the world, bizarrely affected the different aspects of the social world. Culture, as a main basis for the community, impacts the formation of terrorism. Many kinds of studies focus on the nexus between culture and terrorism in terms of distinct perspectives.

Bourdieu (1977, 1984, 1990) developed habitus and social capital theories to reveal how individuals respond to social structures in becoming agents. According to Bourdieu (2004), habitus is a deep structure generative of all thought and behavior, one that orients practice without producing it. The cultural frameworks imposed by habitus are ingrained as fundamental attitudes or orientations from an early age. His metaphor states that these "maps" of a person's social environments produce ideas, perceptions, expressions, and behaviors that are constrained by the social and

historical contexts in which they are created. "The aggregate of the actual potential resources which are linked to possession of a durable network of more or less institutionalized relationships of mutual acquaintance or recognition" is the definition of social capital given by Bourdieu (1986, p. 248). Therefore, culture, which is the surrounding framework of social structure, has a relationship with the terrorists as agents.

In Bourdieusian terminology, the outer field is conceptualized as heterodox, which indicates the opinions that differ from official teaching, a social space where notions of worth, value, and legitimacy deviate from those found in more traditional settings. In conventional spheres of socioeconomic life, an individual's advantages on the outside frequently invalidate their position (Sandberg, 2008, p. 157). Interpersonal aggression, the tendency to violence, and a tough exterior might be praised in the outer world to stand and stay alive, however; they may also be detrimental in the real world. Importantly, areas where specific demographic groups might be more excluded (through criminalization and marginalization) or included (through inclusion) are defined by the operation of state law-enforcement mechanisms and the regular operation of the society/economy (Shammas and Sandberg, 2016).

The operation of social fields intersects with individual habitus, which is the result of a person's lifelong habits and dispositions that influence how they read their circumstances and respond to them. Although the habit is replicated "without any deliberate pursuit of coherence" or "without any conscious concentration" (Bourdieu 1984, p. 170), habit is established by the interaction of strategic agency and structures.

How the habitus orients people to see their traits and what they encounter around them differently such as advantageous and harmful is its fundamental operational element. The characteristics and assets that enable a person to succeed in the outer field are what Sandberg and Pedersen (2009) referred to as "*street capital*": a propensity for using violence against others. Bourdieu's framework synthesizes social, economic, and cultural explanations and thus proves useful for studying political and religious radicalization, extremism, and recruitment to terrorism (Bourdieu 1990). Furthermore, Bourdieu's framework provides a way to understand the interplay of cultures, ideologies, and socioeconomics in a way that can explain both broader trends and individual careers in contemporary terrorism. This goes beyond existing terrorism theories (Agnew, 2010) that operate at the macro geopolitical level, with ideology playing a more central role in explaining motivation.

In the conceptualization of Bourdieu (1990), terrorism is used as a social adapting instrument to create a "psycho-social habitat" for itself. In this case, an important question emerges clearly; "How effective are socio-cultural features in gaining social adaptation to terrorism?".

To answer this question, we try to understand which elements of culture can be associated with adaptation to terrorism to create the basic axis of the fight against terrorism in the global sense. Although it has been a long time since the emergence of international terrorism, the worldwide fight against terrorism has begun to increase after 9/11 (Rapoport, 2013; Mutua, 2002; Jackson, 2007; Altheide, 2010). Understanding the cultural characteristics of different societies may bring an integrated and comprehensive approach to the efforts in the fight against terrorism. Albeit there is a tremendous literature on the distinct aspects of terrorism, few mentioned the sociocultural perspective, e.g., Noricks (2009), Kumar et.al. (2012), and David (2013). We believe that this study will be a humble remedy to fulfill the gap in the scientific literature.

Culture theories are differentiated and use various types of indicators (Malinowski, 1936; Cavalli-Sforza & Feldman, 1973; Pacanowsky, 1982; Schein, 1990; Hofstede, 2003). In literature, there have been many articles and analysis methods to define and understand the culture (Cooke & Rousseau, 1988; Schein, 1990; Grönlund et al., 2011; Sassen, 2013). Also, in some of these researches, the levels change according to the target group - organizational/individual/strategic, etc. - and social stratification differences are considered according to the aim and view of the certain scholar.

In this study, Hofstede's culture scale (see Annex 1), which is regarded as a paradigm and towering figure by most scholars (Fernandez et. al., 1997; Wu, 2006; Javidan et al., 2006; Borum, 2007; Yoo et. al., 2011; Gerlach, 2021), is used as a cultural dimension indicator. This scale was first illustrated in 1984 in over 50 countries with four cultural dimensions (Hofstede, 2011), and in the 2000s, two extra dimensions were added and the range of research was extended to detain special cultural alterations over time (Hofstede et. al., 2010). The first reason to choose Hofstede's cultural dimensions is the extent of the study. Secondly, the availability of finding data in almost every country makes it applicable, attractive, and useful. And lastly, the data collection of Hofstede's study began in 1984. When we consider the historical genesis of the culture, Hofstede's research is the oldest one that provides data on an international base.

Besides these reasons that underpin and ease the usage of the scale in cross-cultural studies, the theoretical background of Hofstede's cultural model also provides a scientific base when compared with other cultural models. To construct his modeling, Hofstede made use of Parsons and Shils' (1951) ideas about human action. According to Parsons and Shils (1951), there are distinct pattern variables in all human actions and each time people choose between a pair of alternatives. They also claimed that these choices are actualized on three different levels: individual, group, and culture. However; they were not able to define whether the level of the analysis belongs to individual or group culture, and this ambiguity caused a methodological weakness (frailty) in their study.

These frailties are tackled by Inkeles and Levinson's article that was published in 1969. Inkeles and Levinson (1969) initially analyzed the literature mainly in the sociology and anthropology domains, scope themselves at the national level, and defined the natural character that they comment as "natural culture" later. At the end of their study, they found three separate analytic issues, which are related to authority, the way of handling conflicts and dilemmas, and masculinity versus femininity, and these analytic issues had been empirically supported by Hofstede's cultural dimension modeling for many years.

According to Hofstede (2011), there are six cultural dimensions, and "*the dimensions are statistically distinct and do occur in all possible combinations, although some combinations are more frequent than others*". These six dimensions are sequenced as; power distance, collectivism versus individualism, masculinity versus femininity, uncertainty avoidance, long-term versus short-term orientation, and indulge versus restraint.

Within this framework, this study strives to contribute to this void as an analysis effort to understand the cultural characteristics of societies that create sympathy for violence and terrorism. The study reveals the creation of the theoretical framework in the sections following this effort, analysis, findings, and conclusion.

THEORETICAL FRAMEWORK

Terrorism, which has devastating effects on the security of countries, is a global problem. While there is no consensus about the definition of terrorism, plentiful articles and rich literature submit humanity to discuss and consider it. Many scholars have worked on the issue of terrorism since the French Revolution, which is accepted as the beginning of terrorism (Tilly, 2004; Erlenbusch, 2015; Law, 2016), and tried to reveal the reasons that create terrorists. On the other hand, culture, in literature, has been counted as one of the causes of terrorism by many scholars (Mamdani, 2002; Lewis, 2005; Mythen & Walklate, 2006).

Hofstede et al. (2010) articulated that besides global human nature, culture can be differentiated from the sui generis characteristic of individuals. Hofstede (1994a) explained culture as a learned activity instead of regarding it as heritage. The environment that people live in plays an important role from birth to death in shaping cognitive skills. From this perspective, it can be concluded that if the environmental and social impacts that emerge in the lives of members of terrorist organizations should be made known, then there might be some possibilities to mitigate these effects. So, it is very crucial to examine the environmental and social impacts on individuals and groups in terrorism nexus culture studies.

The collective programming of the mind has some impacts on the community, and this is called national culture (Hofstede, 1994b). When the nations are discussed, every country has a significant moral investment in the members of society, and the diversity among them can be triggered by ethnicity, religion, and

language besides culture. But culture, which is a protective and covering layer that includes all historical and sociological backgrounds of people, has been transferred from generation to generation with minor changes. The relations between Hofstede Culture Model dimensions and terrorism were analyzed by different scholars previously and the findings are presented below.

Power Distance (PDI)

PDI is a process that specifies cultural norms or beliefs in which the distribution of power is queried either in an equal or unequal way. Wiedenhaefer et. al. (2007) found that there was no significant junction between terrorism and power distance. Kluch and Vaux (2017) concluded that there is no relationship between PDI and terrorism.

Opposite to scholars mentioned above, Razzaq (2018) articulated that culture is a challenging factor for counter-terrorism, and power distance is one of these factors that both increases the effect of terror attacks in the eyes of people and encourages people who are prone to radicalization to engage in terror activities. In the group or societal context, Lawal (2002) indicated that the features of high-power distance and collectivist cultures compromise with terrorism.

When the power distance score is high, it refers to the meaning that members of the community tend to obey the rules and regulations that are put into effect by the leaders and directors. Xenophobia is regarded as the dominant impact on society. It is generally expected that these characteristics create an environment that is abused by terrorist organizations. Borum (2007) also stated that the presence of charismatic and ideological leaders can convert grievances into ideological and violent movements. In addition, Lemu (2016) explained the pillars of the ideology of violent extremist terrorists and stated that their policy depends on “loyalty”. So, it can be frankly articulated that a positive relationship between power distance and terrorism might have a high possibility.

Two of the factors that cause power distance are fear and anxiety. McBride (2011) studied the relations between terrorist ideologies and the logic of terrorism, and she found out that terrorist ideology has been used as a narrative to instill fear and anxiety among people including its followers, which reinforces its original ideology. The concept of PDI has been used as a rhetorical tool to create an identity for terrorist organizations like Al-Qaeda and Daesh. Also, she utilized the science of psychology to explain the effect of fear and anxiety and she offers the concept of Terror Management Theory (TMT), which explicates emotions like fear of death and existential anxiety as a natural consequence of human consciousness. These two phenomena augment the PDI and aid terrorist ideologies and leaders to spread their views on others. As a result, it is estimated that both the organizational and the national culture of any group or country that has a high PDI will probably correlate with high terrorist incidents.

Individualism Versus Collectivism (IDV)

This dimension has spread into two edge points, while individualism expresses that people are dependent on their thoughts, especially in decision-making, collectivism emphasizes that social norms and collective mind mechanisms are at the forefront rather than individuals. On the other way, while the collectivist framework allows people to construct strong ties with groups, such as family, school, or organization, individualists have some intrinsic motivational resources and are less attracted by group affiliations.

Collectivism refers to showing great respect and regard for common interests when compared with individual ones. Weinberg and Eubank (1994) expressed that culture is more predominant when compared with religion, and collectivist cultures were more prone to terrorism than individualist cultures.

According to Davis (2009), collectivist culture is one of the needed instruments that lead to suicide terrorism campaigns. He concluded that terrorist groups, which emerged in countries that have collectivist cultures are accountable for approximately 98 percent (2,149 or 2,202) of all suicide attacks from 1981 through 2006. In addition, he claimed that suicide terror campaigns have never arisen in countries that have individualist cultures.

Braun and Genkin (2014) found similar results to Davis (2009). According to them, the members of terrorist organizations, who carry the properties of collectivist culture, are prone to suicide bombing. Ramakhrisna (2013) stated that societies, which are considered collectivist according to the scales of Hofstede's cultural dimensions, are significantly susceptible to violent intergroup strife which is one of the main triggering effects of terrorism. Peterka-Benton and Benton (2014) hypothesize that acts of terrorism have been more common in collectivist countries. According to their correlation analysis, they found that collective cultures are more appropriate for terrorism strategies in creating programs.

Milla et al. (2020) studied the effect of terrorist leaders and their impacts on culture. According to their research, while some personal characteristics of the leaders of terrorist organizations and cells, such as ability, benevolence, and integrity have important effects on the members of the terrorist groups both operationally and ideologically, the collectivist culture of Indonesia has an additional impact in an augmenting way.

In their research, Maheswaran and Agrawal (2004) worked on the terrorists' motivations for immortality and concluded that in individualistic cultures life is accepted as a privileged phenomenon while death is regarded as the very last end of existence, therefore in individualistic countries the recruitment and participation of people to terrorist organizations is less. Mortality binds the people robustly to secure their lives and this style of living mitigates and reduces terror. Even though collectivist people are more dependent on their families and groups, they can also devote their lives to the sake of their relatives and friends without considering their

presence (Zelin, 2016). Contrary to many researchers, Do Rosario (2018), found a positive relationship between individualism and terrorism in the duration of staying in a terrorist group.

From the results obtained by previous studies, collectivism seems to have created a more prone habitat for terrorist organizations, and the relationship between individualism and terrorism can be expected to be negative.

Masculinity Versus Femininity (MAS)

While masculinity refers to material assets, achievements, and money, femininity refers to relationships, spiritual earnings, and quality of life. For example, cultural masculinity and femininity might affect the media communication choices people make, with people from masculine cultures favoring nonfiction and those from feminine cultures favoring fiction (de Mooij, 1998).

Wiedenhaefer et al. (2007) found there was no significant junction between terrorism and masculinity. Do Rosario (2018), who was studying the impact of these phenomena in the duration of staying in a terrorist group, concluded that neither masculinity nor femininity has a significant relationship with terrorism.

According to Qirko (2009), altruism, which is one of the main features of femininity, is the most cited factor of terrorism. Especially, suicide bombers, who plan and execute violent use of suicide to further their organizational goals, show great altruism, and even dare to die. When we consider rational choice theory, simply which articulates that all human beings are rational creatures and they make their own choices according to their benefits, terrorists also need some materials or spiritual targets to motivate themselves. Helmus (2009) claimed that terrorists' perceived rewards are religious, social status, financial, friendship, and excitement. From this perspective, both material and spiritual assets can be motivating factors in terrorism.

The members of terrorist organizations are generally radicalized individuals. In their previous lives, they are commonly neglected by their parents, friends, etc. Furthermore, they generally conceptualized in their minds that they are subjected to social injustice (Kruglansky & Webber, 2014). According to Borum (2007), "*The experience of social injustice is a main motivating cause behind social revolutionary terrorism*". Even though some scholars mentioned that poverty can force one to radicalize and be a member of a terrorist organization, a huge amount of data reveals the opposite (Gaibulloev & Sandler, 2023). Unlike, the results of the International Expert Meeting in Oslo in 2007, Borum (2007) stated that "*Terrorism occurs in wealthy countries as well as in poor countries*". But, in the light of the last cases especially in Syria, the members of religiously motivated terror organizations both have ideological ideas and financial motivations even though material assets have some weight.

Uncertainty Avoidance (UAI)

UAI is a cross-cultural phenomenon that defines the different approaches of communities when they meet with ambiguity. It also describes whether people decide to struggle when they meet difficulties in life or prefer to escape from them. In this indicator, a high score means that society is not in favor of vagueness, and on the contrary whenever people come across some difficulties, they tend to get away.

According to Wiedenhaefer et. al. (2007), uncertainty avoidance arises as the only cultural value that has a connection with terrorism. They also found that there is a strong relationship between rates of terrorism and UAI. Ramakhrisna (2013) articulated that in societies that have strong un-avoidance, there is a great tendency toward xenophobia and ethnic prejudice that causes radicalization, extremism, and terrorism.

Peter et. al. (2014) studied New Zealand's preparation for terrorist attacks and understood the level of readiness for the risk management system and resilience. According to the authors, New Zealand, because of having a low level of uncertainty, has insufficient protection against terrorist attacks.

Gommans (2019) made a comparative analysis of Flemish and Dutch newspapers after the 2016 Brussel bombings to analyze the cultural differences and expressed that even two countries that speak the same languages and have parallel characteristics are prone to terrorism because of the similarities that stem from high UAI. Contrary to the previous results that are obtained by different scholars, Do Rosario (2018) found an insignificant relation between UAI and staying in a terror organization.

High uncertainty avoidance refers to the formal relations between people, refraining from taking risks and showing powerful resistance to change. Terrorism has a conflicting and undefined nature. Terrorism has ideological, political, and religiously motivated targets (Drake, 1998). Terrorism does not take into account human life. In a nutshell, the expected relationship between terrorism and UAI is in the reverse direction.

Long-Term Orientation Versus Short-Term Normative Orientation (LTO)

Long-term versus short-term orientation has a direct relationship with the focal point of people. If members of the community have long-range plans, futuristic views, and a horizon mentality, this situation is generally called a long-term orientation. If the individuals of a society have short-range plans and concentrate on the present and past, this is generally regarded as the indicator of short-term orientation. In long-term orientation, relationships are ordered by status, while short-term orientation is not important to define mutual and bilateral affairs.

Because of the relative newness of this indicator when compared with other ones, there was limited literature about long versus short orientation. For example, Do Rosario (2018) articulated a positive correlation between long-term orientation and the long-range of staying in a terrorist group.

Helmus (2009) stated that some terrorists and terror organizations may have high-level motivations to institute changes in their environments. Abrams (2006) argues that the organizational goals of terrorist groups are seldom firm and consistent. He articulated that even al-Qaeda's goals have been shifted from a defensive strategy in Afghanistan against Soviet Russia to an aggressor strategy to offense the USA.

Besides these factors, sociological alienation and social identification processes are not immediate and short-term ones. When we consider the radicalization processes of terrorist members to recruit, before socializing with terror groups, people mostly suffer from alienation, and this situation gradually creates a cognitive opening (Wiktowicz, 2004, p. 7). Apart from this, Silke (2008) noted that terrorists can feel a strong connection with some identities, and just to make the connection robust, they are eager to live long-term social identification. These two items, "alienation" and "identification" can also affect the terrorism recruiters to adopt long-term goals more easily.

Blomberg et. al. (2010) indicated that there are two types of terrorist organizations: recidivists and one hit wonderers. Recidivists attack consistently without considering the long-range impact and are less probably to survive and sustain. However, hit wonderers are not affected by external conditions and are more focused on their goals. Therefore, they are not easily deterred by socioeconomic factors.

Young and Dugan (2010) and Blomberg et. al. (2011) concluded that two factors prolong the life expectancy of terrorist groups: The first one is the diversification of the targets, and the second one is to choose more populous targets. Both articulate the importance of large-scale planning to increase the life span of terrorist organizations. In terrorist organizations, even though terrorist organizations themselves have long-term plans, generally members have short-term targets because of their vulnerability to being subjected to death in terms of the potentially hazardous environment of terrorism. Sudden and unexpected small assaults on their targets are the operational framework of terrorism. Hence, we expect a correlation between short-term orientation and terrorism.

Indulgence Versus Restraint (IVR)

This cultural dimension elucidates the distinctions between the depth of gratifications' approach versus control of imperative human needs related to enjoying life. In indulgent societies, freedom of speech is really important. Even though high crime rates occurred, a small police force was constituted. The birthrate percentage is generally high, even in the educated population. On the contrary, in restraint countries even though lower crime rates occurred, there was a prone to keep a strong police force. The birthrate percentage was low, even in the educated population. Additionally, maintaining order is frankly significant (Newton, 2018; Yamen et. al., 2019).

This indicator was annexed to Hofstede's Cultural Dimension in 2010. For the same reason as long versus short-term orientation, the academic literature and studies for indulgence versus restraint indicators are very limited. For instance, Do Rosario (2018) detected a significant relationship between restraint and terror organization failure.

While Silke (2008) highlights the importance of the radicalization process, he also articulated that terrorist organizations put some real and perceived rewards, as in the carrot-stick model, according to the identities of recruiters. These rewards can be financial, exciting, social, religious, or ideological. He claims that the devotion of terrorists to reach their personal and organizational goals gives them additional hedonism to taste different flavors in their own lives, for instance in Assassins of Sabbah.

The factor of indulgence is the newest and least studied of Hofstede's six cultural dimensions. This dimension is defined by leisure and pleasure; people who score poorly have a more negative attitude and place less importance on enjoying one's activities. This interpretation's extension would define this dimension as the capacity of a culture's members to put up with bad circumstances. According to Janis (1968), divisions form when victims of abuse feel ignored. Somaraju and Dallas (2010) indicated a connection between pleasure and grievance in terrorist organizations.

According to the knowledge that was obtained from the relationships with the indulgence versus restraint indicator and societal characteristics that are mentioned above, it has been estimated that there can be a positive correlation between indulgence and terrorism while there may be a negative conjunction in restraint.

Short Description of Global Terrorism Index (GTI)

GTI is constituted as a composite index (a scale of 0-10) for assuring the ranking of countries concerning the influences of terrorism. When we scrutinize the methodology of GTI, there are four leading indicators and this index ultimately ranks 163 countries all over the world. Each score of the country is established in an unsurpassed methodology to explain the relative effect of the terror events of that year. The score includes terror incidents, and additionally the number of fatalities, injuries, and hostages that originated from these events, and finally a complete figure of hostages that is created by terrorists in the related year. To give a weight coefficient, each dimension is multiplied by weight scores (e.g. terror incidents multiplied by 1).

To clarify the post impacts of shock caused by terror incidents on society and focus on the historical background of happenings - even if it includes a relatively small duration -, the GTI takes into account the cases of previous years as having an including on a country's current score (e.g. prevailing year's weight is 16 and covers 52% of the score) that emphasizes the weight coefficients of the duration.

HYPOTHESES

According to consideration of the results of the theoretical framework previously discussed, six hypotheses are constructed below. All the hypotheses are concerned with the noticing issue concerning GTI, which is accepted as an indicator of terrorism respectively.

H₁: Power distance affects terrorism in a positive direction (increases terrorism).

H₂: Collectivism affects terrorism in a positive direction (increases terrorism) while individualism affects terrorism in a negative direction (decreases terrorism).

H₃: Masculinity affects terrorism in a positive direction (increases terrorism) while femininity affects terrorism in a negative direction (reduces terrorism).

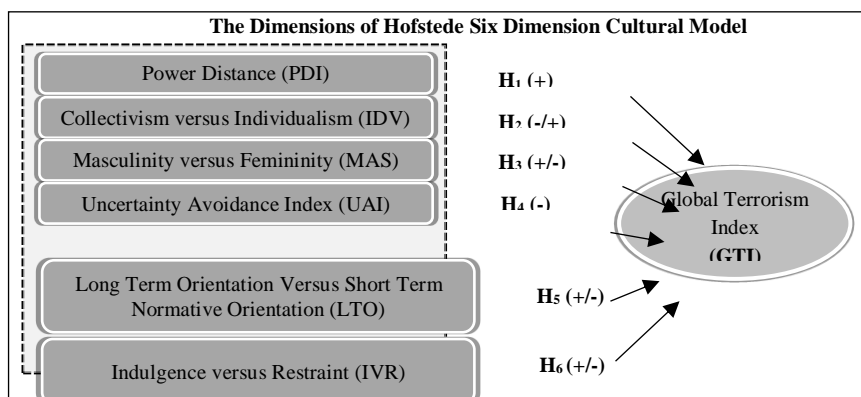
H₄: Uncertainty avoidance affects terrorism in a negative direction (reduces terrorism).

H₅: Long-term orientation affects terrorism in a negative direction (reduces terrorism) while short-term normative orientation affects terrorism in a positive direction (increases terrorism).

H₆: Indulgence affects terrorism in a positive direction (increases terrorism) while restraint affects terrorism in a negative direction (reduces terrorism).

The outline of the model and hypotheses related to Hofstede's Six Dimension Cultural Model is illustrated in Figure 1.

Figure 1. The Model and Hypotheses*



(*): Created by Authors

In our model, the scores of GTI are compared with the dimensions of Hofstede's Cultural Model. Albeit the terror incidents in one country can also stem

from the members that immigrate or move to that country, the immigrants and foreign terrorist fighters are neglected, because currently there is no scientific data to submit the existence and ratio of foreign terrorist fighters in terror organizations, and no information related with immigrants' impact on terrorism. Gaibullov and Sandler (2023) enumerated the immigrants causing terrorism as a myth in their latest study. These kinds of assertions have no scientific base and are skeptical. Additionally, Bauman (2016) articulates that the immigration problem cannot be defined as a personnel and national security issue. Claims like the above will only serve especially three goals. First, it triggers hate against some populations like Muslims in Europe, and transforms the behaviors of society as in the "Pygmalion Effect". Second, it constructs a socially polarized environment and hinders the relationships among different groups. And finally, it causes "Stigmatization" and enlarges the depth between people that have distinct cultural backgrounds.

According to the GTI report (2022), nearly four of five terror incidents happen within the range of 50 km of the conflict zone. This means that conflict is one of the main catalysts of terrorism. In addition, the fact that the top ten countries most affected by terrorism in 2021 were also in the conflict in the previous year supports this finding. Nevertheless; even the social mobility of people among countries and regions can enhance the number of terror incidents, and have a positive correlation with terrorism; when it is compared with other factors such as conflict, these impacts can be neglected statistically. Therefore, we do not consider the effect of mitigation and foreign terrorist fighters in our model.

DATA COLLECTION AND METHOD

The GTI data consisting of the period of 2002-2019 is first collected from the official website of the Institute for Economics & Peace (IEP, 2022). Then, the mean of the GTI score related to each country is computed, consisting of the same period. On the other side, the data of the National Culture Dimensions (NCD) relevant to each country is obtained from the Hofstede-Insights Centre website (HIC, 2022), which publishes vast data related to countries. Owing to the lack of data on GTI and NCD concerning some countries, we performed an analysis on the intersection of valid data from 88 countries. Since the data of NCD is not longitudinal because of its structure and has the same value over the years of the analysis period, we decided to perform a cross-sectional analysis used for finding possible effects of the independent variables on the dependent variable (GTI) rather than causality instead of a panel data analysis. Thus, we include the GTI score in the analysis by calculating the mean of its data for the 2002-2019 term. The data specification and descriptive statistics of the research are illustrated in Table 1.

Table 1. The Data Specification and Descriptive Statistics

Variable	Abbr.	Source	Unit of Measurement	Descriptive Statistics			
				Min.	Max.	Mean	Std. Deviation
The Mean of Global Terrorism Index	MGTI	IEP, 2022	Mean of Index Score (2002-2019) (0-10)	0.00	8.80	2.08	2.07
National Culture Dimensions (NCD)	Power Distance	PDI	Dimension Score (0-100)	11	100	65.34	21.01
	Individualism	IDV		10	91	39.80	22.43
	Masculinity	MAS		5	100	47.99	18.80
	Uncertainty Avoidance	UAI		8	100	68.50	20.98
	Long-Term Orientation	LTO		4	100	45.63	24.67
	Indulgence	IVR		4	100	45.22	22.30
Countries (N=88)	Albania, Algeria, Angola, Argentina, Armenia, Australia, Austria, Azerbaijan, Bangladesh, Belarus, Belgium, Bolivia, Bosnia and Herzegovina, Brazil, Bulgaria, Burkina Faso, Canada, Chile, China, Colombia, Croatia, Czech Republic, Denmark, Dominican Republic, Egypt, El Salvador, Estonia, Finland, France, Georgia, Germany, Ghana, Greece, Hungary, Iceland, India, Indonesia, Iran, Iraq, Ireland, Italy, Japan, Jordan, Kazakhstan, Latvia, Lebanon, Libya, Lithuania, Macedonia (FYR), Malaysia, Mexico, Moldova, Montenegro, Morocco, Mozambique, Netherlands, New Zealand, Nigeria, Norway, Paraguay, Peru, Philippines, Poland, Portugal, Romania, Russia, Saudi Arabia, Serbia, Singapore, Slovakia, Slovenia, South Africa, South Korea, Spain, Sweden, Switzerland, Taiwan, Tanzania, Thailand, Trinidad and Tobago, Turkey, Ukraine, UK, US, Uruguay, Venezuela, Vietnam, and Zambia.						

Note: Created by Authors

In the research, for checking our hypotheses and releasing the relationship between these variables, firstly, the dimensions of NCD (*PDI*, *IDV*, *MAS*, *UAI*, *LTO*, and *IVR*) are determined as independent variables and *MGTI* are described as the dependent variable for the data of 88 countries as specified in Table 1. Secondly, a multiple linear regression model is performed to find the effects of NCD on the *MGTI* by defining explanatory modeling, which focuses on reducing bias to get the most proper presentation of the underlying theory, as proposed by Shmueli (2010). To success our goal, we recommended a multiple linear regression model, which is a statistical method utilizing numerous explanatory variables to explore the effects of independent variables on a defined dependent variable and to provide research to specify the variability of the model and the proportional contribution of each explanatory variable in the overall variance and it is presented in Equation 1.

$$MGTI_i = \beta_0 + \beta_1 PDI_i + \beta_2 IDV_i + \beta_3 MAS_i + \beta_4 UAI_i + \beta_5 LTO + \beta_6 IVR_i + u_i \quad (1)$$

MGTI_i : The *MGTI* score of *i*th country covering 2008-2019.

PDI_i : The *PDI* score of *i*th country.

IDV_i : The *IDV* score of *i*th country.

MAS_i : The *MAS* score of *i*th country.

UAI_i : The *UAI* score of *i*th country.

LTO_i : The *LTO* score of *i*th country.

IVR_i : The *IVR* score of *i*th country.

u_i : The error term of the multiple linear model.

MODEL ESTIMATION AND RESULTS

To investigate the hypotheses relevant to our study, we perform multiple linear regression analysis and also check whether there are violations from assumptions of the regression, and the outline of this analysis is shown in Table 2.

Table 2: The Outline of Multiple Linear Regression Analysis*

R^2	SE	F	p	IDV	b_i	t	p	Collinearity Statistics		Hypothesis	
								Tolerance	VIF	ID	Results
0.1883	1.9336	3.1325	0.0082 ^b	(Constant)	-0.0300	-0.0159	0.9873	-	-	-	-
				PDI	0.0420	2.6497	0.0097 ^c	0.3884 ^d	2.5749 ^d	H ₁	Accepted
				IDV	0.0238	1.7019	0.0926	0.4352 ^d	2.2978 ^d	H ₂	Rejected
				MAS	0.0130	1.1380	0.2585	0.9328 ^d	1.0720 ^d	H ₃	Rejected
				UAI	-0.0104	-0.9626	0.3386	0.8431 ^d	1.1861 ^d	H ₄	Rejected
				LTO	-0.0260	-2.6327	0.0101 ^c	0.7263 ^d	1.3769 ^d	H ₅	Accepted
				IVR	-0.0069	-0.5955	0.5531	0.6363 ^d	1.5715 ^d	H ₆	Rejected

IDV: Independent Variable. SE: Standard Error.

(a): Dependent Variable: MGTI.

(b): The regression model is overall significant at =0.05 level. α

(c): The coefficients of the regression are significant at the significance level of =0.05 level. α

(d): The values of Tolerance and VIF of the independent variables are proper for the limit values (≥ 0.1 and ≤ 10 successively), which indicate that there is no multi-collinearity in the regression model (Hair et al., 2014).

(*): Created by Authors.

As dissecting the results in Table 2, one can infer that the multiple linear regression model is overall statistically significant at the significance level of $\alpha=0.05$. The coefficients of independent variables (*PDI* and *LTO*) of the multiple linear regression model are also significant at the significance level of $\alpha=0.05$. These findings promote the hypotheses (*H₁* and *H₅*) defining NCD (*PDI* and *LTO*) as having an influence on *MGTI* and the signs of the coefficients of these variables match with our relevance hypothesis. Nonetheless, different from our expectations, the coefficients of other independent variables (*IDV*, *MAS*, *UAI*, and *IVR*) are not statistically significant at the 95% confidence interval. Meanwhile, the R^2 of the multiple linear regression model is 0.1883, defining that the 18.83% variance for the dependent variable (*MGTI*) is clarified by the exogenous variables. On the other hand, whereas one unit change in *PDI* leads to a 0.0420 unit change in the same (positive) direction, one unit change in *LTO* leads to a 0.0260 unit change in *MGTI* in the reverse (negative) direction at the %5 significance level under ceteris paribus conditions. Consequently, the outputs obtained from the analysis motivate us to interpret these findings in the next section.

DISCUSSION AND CONCLUSION

Culture, which can be described as an umbrella term for the social values and norms of people, is the main characteristic property of communities (Schein, 1991). It has evolved since the beginning of mankind's history, shaped by traditions and customs, and has not changed easily. The effects of culture on all other social

phenomena have been inevitable, furthermore analyzing and understanding these impacts have added great value to social science studies.

According to the first hypothesis of the study, PDI affects terrorism in a positive direction. The results of the analysis have concluded the same findings. PDI is a cultural specification, which emphasizes the status of relationships in the community. Terrorism has been naturally constructed on fear and violence. In both power distance and terrorism, domination of power is on the front stage. If the power is in the right hands, power can turn into irresistible leverage to bring peace and balance; if it is vice versa, it can change into an indispensable force to cause turmoil and struggle. In another theory, "*Hubris Syndrome*", this term was used to define the acts of powerful people while over-weening pride and self-confidence and treating others in a non-tolerable, impatient, arrogant, and humiliating way (Owen, 2008). According to Owen and Davidson (2009), the power used by people can change their attitudes toward people over time. Power is defined as having the freedom of choice and the means to asymmetrically impose one's will on others.

Gottschalk and Gottschalk (2004), executed a study, in which they interviewed 57 Middle Eastern terrorists and applied the Minnesota Multiphasic Personality Inventory (MMPI) test to 90 jailed Middle Eastern terrorists, and found that terrorists were vulnerable to powerful figures. In a nutshell, terrorists marginalized others and created their discourse to commit rhetoric narrated by fairy tales and protagonists. In accordance with the conclusions of Owen and Davidson (2009) and Gottschalk and Gottschalk (2004), the members of terrorist organizations culturally are prone to power. We also found that power distance is the most significant predictor and indicator of terrorism.

The second hypothesis is statistically meaningless about collectivism versus individualism (although it is significant at the 90% confidence level). Albeit some other researches abovementioned in the theoretical framework part emphasized that collectivism triggers the recruitment of terrorists, we found no relationship. From our perspective, the lack of GTI's architecture to include incidents where the nationality of perpetrators is the main reason to reach no conclusion.

By increasing movement, technology, and communication capabilities, people can grow social contact with each other quickly. Post-Fordism and Globalization are two social phenomena, which are the main global characteristics causing these perceptions. While globalization occurs, at the same time localization also actualizes. Besides these impacts most importantly, the usage of social media has increased especially among young people (Lenhart et al., 2010). Teens have been spending time for a long while with the internet and cell phones and sharing less time with their parents, friends, and elders. According to Acar (2013), there is a subtle and complicated relationship between culture and social media and he found that Japanese students sent more self-related messages compared to American students, even though they belong to the collectivist culture. In another study, Sheldon et al.

(2020) concluded that collectivist users of social media prefer artistic hashtags instead of entertaining ones. These two examples reveal that the members of collectivist countries are more susceptible to showing their individualistic characteristics on social media. We assume that social media usage has a centralizing and affiliating effect between collectivism and individualism. However, this proposition also needs future and further analysis.

The third hypothesis on masculinity versus femininity indicates the same conclusion similar to Wiedenhaefer et al. (2007) and Do Rosario (2018). We assume that terrorists' different motivation sources like material and intangible mitigated the gap between both dimensions.

Uncertainty avoidance in our fourth hypothesis highlighted similar results to Do Rosario (2018). Hypothetically speaking, we expected to find a meaningful conclusion from this dimension. Generally, most of the terrorists are regarded as adventure seekers. However, we witnessed well-decorated and educated people's participation in terror organizations in the past decades. Therefore, we evaluate that both cultural dimensions pave the way to perpetrate terrorism.

In the fifth hypothesis, long-term orientation affects terrorism in a negative direction (reduces terrorism) while short-term normative orientation affects terrorism in a positive direction (increases terrorism). In this study, the findings illustrated that long-term orientation and terrorism have opposite relationships. Long-term orientation refers to rational intelligence and requires planning and programming step by step. Short-term orientation uses emotional intelligence and response to actions simultaneously. Even though all terrorist organizations have some ideological, political, and long-term targets, they are generally under the control of a few people, who are generally egocentric, authoritarian, uneducated, and devoid of vision.

Two factors increase the lifespan of terrorist groups. One of them is the diversification of goals. A second variation is to choose a more populous target. Both stress the importance of long-term planning to extend the life of terrorist organizations. Terrorist organizations themselves have long-term plans, but members of terrorist organizations usually have short-term goals, as they can die in a potentially dangerous terrorist environment. A sudden, unexpected, small-scale attack on a target forms the operational framework of terrorism. Finally, we found that when long-term orientation mitigates, terrorism augments.

There are no significant results obtained from the sixth hypothesis, which includes indulgence versus restraint at the 95% confidence level. As expressed, before in the literature review section, indulgence versus restraint is a relatively new dimension when it is compared with other ones. For this reason, further researches are needed to be executed in this area to find the additional alibis.

The significance of this study is the usage of GTI. While the other studies on terrorism nexus culture prefer the numbers of terrorism incidents, types of attacks,

and targets that are assaulted by terrorists, in this research we use GTI to provide a comprehensive and holistic understanding.

It has to be clarified that there are some limitations to the data sets. As explained in the introduction and theoretical framework part, the intersection of valid data from 88 countries concerning the Hofstede Cultural Dimension and the GTI (2002-2019 term) is analyzed.

Additionally, because of the absence of data related to Hofstede's Cultural Dimension that may have a low score (referring to the extent of terrorism is high) of terrorism (such as Afghanistan, Syria, Niger, Tunisia, Myanmar, and Sri Lanka), unfortunately, some nations are not included in this study. It should be better to scrutinize these countries that have high incidents of radicalization and terrorism to understand the global cultural impacts of terrorism. In the future, regional studies may be executed with different data sets, to understand territorial and sub-regional diversities. Differing from our explanatory modeling, it can be designed as predictive modeling as proposed by Shmueli (2010) by adding more determinants (such as demographic, economic, political, etc.) and examining the predictive power of these determinants. Furthermore, different cultural indexes can be used to define related and unrelated relationships between terrorism and culture.

Authors' Contribution and Conflict of Interest Declaration: The first author, contributed to the all chapters. The second and third authors contributed to the third, fourth, and fifth chapters. First author's contribution rate: 60%, second author's contribution rate: 25%, third author's contribution rate: %15. There is no conflict of interest among authors within the scope of the study or with any institution or person.

REFERENCES

- Abrams, M. (2006). Why terrorism does not work. *International Security*, 31 (2), 42-78.
- Acar, A. (2013). Culture and social media usage: Analysis of Japanese Twitter users. *International Journal of Electronic Commerce Studies*, 4 (1), 21-32.
- Agnew, R. (2010). A general strain theory of terrorism, *Theoretical Criminology*, 14 (2), 131-153.
- Altheide, D. L. (2010). Fear, terrorism, and popular culture. Reframing 9/11: Film, Popular Culture and the "War on Terror" Edt. (Birkenstein, J., Froula, A. & Randell, K.), Bloomsbury Publishing, 11-22.
- Bauman, Z. (2016). *Strangers at our door*. John Wiley & Sons, London.
- Blomberg, S. B., Engel, R. C., & Sawyer, R. (2010). On the duration and sustainability of transnational terrorist organizations. *Journal of Conflict Resolution*, 54 (2), 303-330.

Blomberg, S. B., Gaibulloev, K., & Sandler, T. (2011). Terrorist group survival: Ideology, tactics, and base of operations. *Public Choice, 149*, 441-463.

Borum, R. (2007). *Psychology of Terrorism*. University of South Florida, Tampa Dept of Mental Health Law and Policy.

Bourdieu, P (1977). *Outline of a Theory of Practice*, Cambridge, Cambridge University Press.

Bourdieu, P (1984). *Distinction. A social critique of the judgment of taste*, London, Routledge.

Bourdieu, P. (1986). 'The forms of capital' in J.G. Richardson (ed) *Handbook of theory and research for the sociology of education*, New York: Greenwood Press, pp. 241-258.

Bourdieu, P (1990). *The Logic of Practice*, Stanford, Stanford University Press.

Bourdieu, P. (2004). Structures and the habitus. *Material culture: Critical concepts in the social sciences, 1* (part 1), 116-77.

Braun, R., & Genkin, M. (2014). Cultural resonance and the diffusion of suicide bombings: The role of collectivism, *Journal of Conflict Resolution, 58* (7), 1258-1284.

Cavalli-Sforza, L. L., & Feldman, M. W. (1973). Cultural versus biological inheritance: phenotypic transmission from parents to children. (A theory of the effect of parental phenotypes on children's phenotypes). *American Journal of Human Genetics, 25* (6), 618.

Cooke, R. A., & Rousseau, D. M. (1988). Behavioral norms and expectations: A quantitative approach to the assessment of organizational culture, *Group & Organization Studies, 13* (3), 245-273.

David, J. O. (2013). *The root causes of terrorism: an appraisal of the socio-economic determinants of Boko Haram terrorism in Nigeria* (Doctoral dissertation).

Davis, R. D. (2009). *Community value above individualism: A common cultural element in modern suicide bombers*. Air Command and Staff Coll Maxwell Afb Al, <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/ADA539970.pdf> (Accessed February 16, 2022).

De Mooij, M. (1998). *Masculinity and Femininity and Consumer Behavior*, In *Masculinity and Femininity: The Taboo Dimension of National Cultures*, G. Hofstede, ed. Thousand Oaks, CA, Sage.

Do Rosario, M. A. (2018). *The Character of Terrorism: A Cultural Perspective* (Doctoral dissertation), Oklahoma State University.

Drake, C. J. M. (1998). The Role of Ideology in Terrorists' Target Selection, *Terrorism and Political Violence*, 10 (2), 53-85. doi:10.1080/09546559808427457.

Erlenbusch, V. (2015). Terrorism and revolutionary violence: The emergence of terrorism in the French Revolution, *Critical Studies on Terrorism*, 8 (2), 193-210.

Fernandez, D. R., Carlson, D. S., Stepina, L. P., & Nicholson, J. D. (1997). Hofstede's country classification 25 years later, *The Journal of Social Psychology*, 137 (1), 43-54.

Gaibulloev, K., & Sandler, T. (2023). Common myths of terrorism. *Journal of Economic Surveys*, 37 (2), 271-301.

Gerlach, P., & Eriksson, K. (2021). Measuring cultural dimensions: External validity and internal consistency of Hofstede's VSM 2013 Scales, *Frontiers in Psychology*, 12, 1-9, Doi: 10.3389/fpsyg.2021.662604.

Gommans, F. E. Y. (2019). *Belgium as a victim or a culprit? A comparative analysis of framing the 2016 Brussels bombings in Flemish and Dutch newspapers* (Doctoral dissertation), <https://theses.uibn.ru.nl/bitstream/handle/123456789/7718/Gommans,%20Freya%204788575-Bachelor's%20thesis.pdf?sequence=1> (Accessed February 16, 2022).

Gottschalk, M., & Gottschalk, S. (2004). Authoritarianism and pathological hatred: A social psychological profile of the Middle Eastern terrorist. *The American Sociologist*, 35 (2), 38-59.

Grönlund, H., Holmes, K., Kang, C., Cnaan, R. A., Handy, F., Brudney, J. L., & Zrinščak, S. (2011). Cultural values and volunteering: A cross-cultural comparison of students' motivation to volunteer in 13 countries, *Journal of Academic Ethics*, 9 (2), 87-106.

GTI (2022). <https://www.visionofhumanity.org/wp-content/uploads/2022/03/GTI-2022-web-09062022.pdf> (Accessed August 15, 2022).

Hair, J.F., William C.B., Barry J.B., & Rolph, E.A. (2014). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.

Helmus, T. C. (2009). Why and how some people become terrorists. *Social Science For Counterterrorism*, 74 (06-C), 71.

HIC, Hofstede-Insights Centre (2022). Country Comparison, <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/>, (Accessed February 18, 2022).

Hofstede, G. (1994a). The business of international business is culture", *International Business Review*, 3 (1), 1-14.

Hofstede, G. (1994b). Management scientists are human, *Management Science*, 40 (1), 4-13.

Hofstede, G. (2003). What is culture? A reply to Baskerville, *Accounting, Organizations and Society*, 28 (7-8), 811-813.

Hofstede, G., Hofstede, G. J., & Minkov, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (Rev. 3rd ed.). New York, McGraw-Hill.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model in Context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2 (1), 1-26.

IEP. Institute for Economics & Peace (2022). Global Peace Index 2021, <https://www.economicsandpeace.org/wp-content/uploads/2021/06/GPI-2021-web.pdf>, (Accessed February 20, 2022).

Inkeles, A. & Levinson, D. J. (1969). *National character: The study of modal personality and sociocultural systems*. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology IV* (pp. 418-506). New York, McGraw-Hill.

Jackson, R. (2007). Language, Policy and the Construction of a Torture Culture in the War on Terrorism, *Review of International Studies*, 33 (3), 353-371.

Janis, I. L. (1968). *Group Identification under Conditions of Extreme Danger*. Group Dynamics, New York, Free Press, 80-90.

Javidan, M., House, R. J., Dorfman, P. W., Hanges, P. J., & Sully de Luque, M. (2006). Conceptualizing and measuring cultures and their consequences: a comparative review of GLOBE's and Hofstede's approaches, *Journal of International Business Studies*, 37 (6), 897-914.

Kluch, S. P., & Vaux, A. (2017). Culture and terrorism: The role of cultural factors in worldwide terrorism (1970–2013), *Terrorism and Political Violence*, 29 (2), 323-341.

Kruglansky, W. A., & Webber, D. (2014). The psychology of radicalization, https://www.zis-online.com/dat/artikel/2014_9_843.pdf (Accessed August 12, 2022).

Kumar, U., Mukherjee, S., & Parkash, V. (2012). Sociocultural aspects of terrorism, *Countering terrorism: Psychosocial strategies*, 47-73.

Law, R. D. (2016). *Terrorism: A history*. Cambridge, Polity Press.

Lawal, O. A. (2002). Social-psychological considerations in the emergence and growth of terrorism. *The psychology of terrorism: Programs and practices in response and prevention*, 1, 23-31.

Lemu, M.N. (2016). Notes on Religion and Countering Violent Extremism, Countering Daesh Propaganda: Action-Oriented Research for Practical Policy Outcomes, The Carter Center.

https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf (Accessed February 22, 2022).

Lenhart, A., Purcell, K., Smith, A., & Zickuhr, K. (2010). Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults. Millennials, Pew internet & American life project, An initiative of the Pew Research Center, <http://samaritanbehavioralhealth.net/files/social-media-young-adults.pdf>, (Accessed March 01, 2022).

Lewis, J. (2005). *Language wars: The role of media and culture in global terror and political violence*. London, Pluto Press.

Maheswaran, D., & Agrawal, N. (2004). Motivational and cultural variations in mortality salience effects: Contemplations on terror management theory and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology, 14* (3), 213-218.

Malinowski, B. (1936). Culture as a Determinant of Behavior. *The Scientific Monthly, 43* (5), 440-449.

Mamdani, M. (2002). Good Muslim, bad Muslim: A political perspective on culture and terrorism, *American Anthropologist, 104* (3), 766-775.

McBride, M. K. (2011). The Logic of Terrorism: Existential Anxiety, the Search for Meaning, and Terrorist Ideologies, *Terrorism and Political Violence, 23* (4), 561-566.

Milla, M. N., Hudiyana, J., Cahyono, W., & Muluk, H. (2020). Is the role of ideologists central in terrorist networks? A social network analysis of Indonesian terrorist groups, *Frontiers in Psychology, 333* (11), 1-11, <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00333>.

Mutua, M. (2002). Terrorism and Human Rights: Power, Culture, and Subordination, *Buffalo Human Rights Law Review, 8*, 1-14.

Mythen, G., & Walklate, S. (2006). Communicating the terrorist risk: Harnessing a culture of fear?, *Crime, Media, Culture, 2* (2), 123-142.

Newton, M. E. (2018). *Gender Diversity around the World: The Role of Country Legal Regulations and Culture*. Economics Undergraduate Honors Theses, <https://scholarworks.uark.edu/econuht/26>, (Accessed February 22, 2022).

Noricks, D. M. (2009). The root causes of terrorism. *Social Science for Counterterrorism, 74* (06-C), 11.

Owen, D. (2008). Hubris syndrome. *Clinical Medicine, 8* (4), 428-432.

Owen, D., & Davidson, J. (2009). Hubris syndrome: An acquired personality disorder? A study of US Presidents and UK Prime Ministers over the last 100 years, *Brain, 132* (5), 1396-1406.

Pacanowsky, M. E., & O'Donnell-Trujillo, N. (1982). Communication and organizational cultures, *Western Journal of Communication (includes Communication Reports)*, 46 (2), 115-130.

Parsons, T. & Shils, E. A. (1951). *Toward a general theory of action*. Cambridge, MA, Harvard University Press.

Peter, C., Poulston, J., & Losekoot, E. (2014). Terrorism, rugby, and hospitality: She' ll be right, *Journal of Destination Marketing & Management*, 3 (4), 253-261.

Peterka-Benton, D., & Benton, B. (2014). Effects of cultural collectivism on terrorism favorability, *Journal of Applied Security Research*, 9 (1), 17-40.

Qirko, H. N. (2009). Altruism in suicide terror organizations. *Zygon*, 44 (2), 289-322.

Ramakhrisna, K. (2013). A Theoretical Framework for Understanding Radicalisation into Violent Extremism. *Searcct's Selection Of Articles*, 1, 1.

Rapoport, D. C. (2013). The four waves of modern terrorism: David C. Rapoport. In *Terrorism Studies* (63-82). Routledge.

Razzaq, N.Z. (2018). *The Cultural Challenge in Countering Violent Extremism and Counterterrorism*, Homeland Security Cultures: Enhancing Values While Fostering Resilience Edt. (Siedschlag, A. and Jerkovic A.), London, Rowman & Littlefield International Ltd.

Sandberg, S. (2008). Black drug dealers in a white welfare state, Cannabis dealing and street capital in Norway, *British Journal of Criminology*, 48 (5), 604-619.

Sandberg, S. & Pedersen, W. (2009). *Street Capital: Black Cannabis Dealers in a White Welfare State*, Bristol, Policy Press.

Sassen, S. (Ed.). (2013). *Deciphering the global: its scales, spaces and subjects*. New York, Routledge.

Schein, E. H. (1990). Organizational culture, *American Psychologist*, 45 (2), 109-119. doi:10.1037/0003-066X.45.2.109.

Schein, E. H. (1991). *What is culture*. Newbury Park, C, Sage, 243-253.

Shammas, V. L. & Sandberg, S. (2016). Habitus, capital, and conflict: Bringing Bourdieu to criminology, *Criminology and Criminal Justice*, 16 (2), 195–213.

Sheldon, P., Herzfeldt, E., & Rauschnabel, P. A. (2020). Culture and social media: the relationship between cultural values and hashtagging styles, *Behaviour & Information Technology*, 39 (7), 758-770.

Shmueli, G. (2010). To explain or to predict?, *Statistical Science*, 25 (3), 289-310.

Silke, A. (2008). Holy Warriors: Exploring the Psychological Processes of Jihadi Radicalization, *European Journal of Criminology*, 5 (1), 99–123.

Somaraju, A., & Dallas, V. M. U. (2010). Applying Cultural Models to Hierarchies in Terrorist. file:///C:/Users/admin/Downloads/Applying%20Cultural%20Models%20to%20Terrorist%20Organizations.pdf (Accessed July 8, 2023).

Tilly, C. (2004). Terror, terrorism, terrorists, *Sociological Theory*, 22 (1), 5-13.

Weinberg, L., & Eubank, W. L. (1994). Cultural differences in the behavior of terrorists, *Terrorism and Political Violence*, 6 (1), 1-18.

Wiedenhaefer, R. M., Dastoor, B. R., Balloun, J., & Sosa-Fey, J. (2007). Ethno-psychological characteristics and terror-producing countries: Linking uncertainty avoidance to terrorist acts in the 1970s, *Studies in Conflict & Terrorism*, 30 (9), 801-823.

Wiktowicz, Q. (2004). *Joining the Cause: Al-Muhajiroun and Radical Islam*, Memphis, Tenn.: Rhodes College, Department of International Studies, <http://www.cis.yale.edu/polisci/info/conferences/Islamic%20Radicalism/papers/wiktowicz-paper.pdf> (Accessed August 14, 2022).

Wu, M. (2006). Hofstede's cultural dimensions 30 years later: A study of Taiwan and the United States, *Intercultural Communication Studies*, 15 (1), 33-42.

Yamen, A., Al Qudah, A., Badawi, A., & Bani-Mustafa, A. (2019). The impact of national culture on financial crime, *Journal of Money Laundering Control*, 22 (2), 373-387.

Yoo, B., Donthu, N., & Lenartowicz, T. (2011). Measuring Hofstede's five dimensions of cultural values at the individual level: Development and validation of CVSCALE, *Journal Of International Consumer Marketing*, 23 (3-4), 193-210.

Young, J. K., & Dugan, L. (2010). Why do terrorist groups endure? Paper presented at the International Studies Association Meetings, New Orleans, LA.

Zelin, A.Y. (2016). Filtering Meta-Narratives: From Global to Local, Countering Daesh Propaganda: Action-Oriented Research for Practical Policy Outcomes, The Carter Center. https://www.cartercenter.org/resources/pdfs/peace/conflict_resolution/countering-isis/counteringdaeshpropaganda-feb2016.pdf (Accessed February 22, 2022).

ANNEX 1. Explanations of Hofstede’s Six-Dimension Model

Dimension	Explanation
Power Distance (PDI)	This indicator states the extent to which the less powerful members of a community admit and anticipate that power is delivered unequally. The main subject here is how society approaches inequality among people. A high-power Distance score is referring to meaning that people of that society accept a hierarchical order and have no additional needs for justification. When the score is low, it means that people struggle to balance the dispersion of power and they request justification for the unequal distribution of power.
Individualism versus Collectivism (IDV)	This indicator has two opposite edges. While Individualism refers to individuals who are looking forward to paying attention to only themselves and their close families, Collectivism represents individuals, who can expect their relatives or members of a specific group to take care of them in exchange for unquestioning loyalty.
Masculinity versus femininity (MAS)	At the Masculinity edge of this indicator, achievements like heroism, assertiveness, and material rewards are accepted for success. On the opposite side, femininity stands for a preference for cooperation, humility, caring for the weak, and quality of life.
Uncertainty Avoidance Index (UAI)	The Uncertainty Avoidance indicator states the extent to which the individuals feel troubled with limbo and ambiguity. The main subject here is how a community deals with the obscurity of the future. This refers to whether people struggle to change their faith, or accept and keep away from scrambling.
Long Term Orientation Versus Short Term Normative Orientation (LTO)	These two opposite edge indicators mainly show resistance to change. If the people are very bound to traditional affairs, it is very hard to direct the members of it for long-term projects. On the opposite side, individuals are more volunteer for new projects and modifications.
Indulgence versus Restraint (IVR)	Indulgence refers to the community that permits satisfaction for main and innate requirements such as taking pleasure. Restraint refers to the society that suppresses enjoying life and gratification of needs and arranges it via tight social norms.

Yayın Geliş Tarihi: 02.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1384963>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 321-339
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

Xİ JİNPİNG DÖNEMİ ÇİN'İN LATİN AMERİKA POLİTİKASI

Fazlı DOĞAN*

Nabire NABIJİANG**

Öz¹

Bu çalışmada Xi Jinping dönemi Çin'in Latin Amerika politikası Karayipler ve Orta Amerika bölgesini de kapsayacak şekilde "Çin-LAC ilişkileri" kavramsallaştırması üzerinden değerlendirilmektedir. Genel yaklaşım olarak bölgedeki ülkelerle tek tek ilişkisini tartışmak yerine Çin'in genel yaklaşımı ve öncelikleri üzerinden bir değerlendirme yapılmaktadır. Çin'de dış politika yapımında Çin Komünist Partisi'nin (ÇKP) belirleyici bir rolü olduğu kabul edilir. Bu bakımdan kolektif liderlik de ÇKP'yi yöneten az sayıdaki önemli kişiye işaret eden bir anlayış olarak kabul edilir. Bu yüzden ÇKP içindeki fraksiyonlar gibi konular göz ardı edilip liderlik üzerinden analizler yapılmıştır. Çin-LAC ilişkilerinin seyri, güçlü tarihsel bağları olmasa da 1990'lar özellikle de 2000'li yıllarda, bir sıçrama olarak nitelendirilebilir. Bütüncül ve kapsamlı bir yaklaşım geliştirilmesi ise Xi döneminde gerçekleşmiştir. Çin dış politikasında sıkça kullanılan program ve retorikler LAC ile ilişkilere de uyarlanmıştır. Gerek harmonik dünya politikası gerekse de Kuşak ve Yol İnisiyatifi (BRI) olsun kısa sürede Çin-LAC ilişkilerinin merkezine yerleşmiştir. Bu çalışmanın konuya ilişkin kısmı stratejik kapsam ve ticari-ekonomik kapsam bakımından iki boyutta ele alınmıştır. Çin'in LAC bölgesindeki etkinliği ve yükselişi ile Çin-ABD ilişkileri arasında bir bağlantı kurulmaktadır. Her iki ilişkinin niteliği birbirini derinden etkileme kapasitesine sahiptir. Bu çalışmanın alana ilişkin Türkçe literatüre katkı sunması umulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: BRI, Harmonik Dünya, Karşılıklı Fayda, Üçüncü Dünya Politikası, Kolektif Liderlik.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Doğan, F. & Nabijiang, N. (2024). Xi Jinping Dönemi Çin'in Latin Amerika Politikası. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 321-339.

*Doçent Doktor, Selçuk Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, ORCID: 0000-0003-3221-7944, fdogan@selcuk.edu.tr; fazli07@gamil.com.

**Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Bölümü, ORCID: 0000-0003-0718-1978, nebirenebican@gmail.com.

¹ Bu makale etik kurul onayı gerektirmemektedir.

CHINA'S LATIN AMERICA POLICY IN THE XI JINPING ERA

Abstract

In this study, China's Latin America policy during the Xi Jinping period is evaluated through the conceptualization of "China-LAC relations", including the Caribbean and Central America region. As a general approach the study, instead of discussing China's relationship with the countries in the region one by one, it is focused on China's general approach and priorities. It is accepted that the Chinese Communist Party (CCP) has a decisive role in foreign policy making and establishments in China. In this respect, collective leadership (in CCP) is also considered an understanding that refers to the few important people who lead the CCP and the country. Therefore, issues such as factions within the CCP were ignored and analyzes were made on leadership. The course of Sino-LAC relations, despite not having strong historical ties, can be described as a leap forward in the 1990s, especially in the 2000s. The development of a holistic and comprehensive approach to LAC took place during the Xi period. Programs and rhetoric frequently used in Chinese foreign policy have also been adapted to relations with the LAC. Whether it's the harmonious world policy or the Belt and Road Initiative (BRI), all of them quickly settled at the center of China-LAC relations. The relevant part of this study is handled in two dimensions in terms of strategic scope and commercial-economic scope. An interconnection is established between China's activity and rise in the LAC region and China-US relations. The nature of both relationships has the capacity to affect each other deeply. It is expected that this study will contribute to Turkish literature in the field.

Keywords: *BRI, Harmonious World, Mutual Benefits, Third World policy, Collective Leadership.*

GİRİŞ

Bu çalışmada Çin'in beşinci lideri olan Xi Jinping döneminde Çin'in Latin Amerika politikası analiz edilmektedir. Çalışmada, literatürde yaygın kullanımına da uyumlu olacak şekilde Latin Amerika ve Karayipler bir bütün olarak görülüp "LAC" şeklinde kısaltılmış ve Çin'in bölge ile ilişkileri Çin-LAC ilişkileri olarak ifade edilmiştir. Xi dönemi Çin'deki beşinci liderlik değişimi ile 2012'de başlamıştır. Ancak Çin dış politikasında (ÇDP), ülkede yaşanan liderlik değişimi, Çin Komünist Partisi'nin (ÇKP) sistemin müesses nizamını oluşturduğu gerçeğinden hareketle, otomatik olarak bir değişiklik olduğu anlamına gelmemektedir. Dolayısı ile ÇDP analiz edilirken dikkate alınması gereken konuların başında, ÇDP'nin iki boyutlu olduğu ve dönem ve liderlerden bağımsız olarak süreklilik özelliğinin öne çıktığı gerçeği gelmektedir. Bu iki boyut sosyal ve strateji olarak karşımıza çıkar. Sosyal boyut Çin'in dış ilişkilerinin içerdeki toplumsal, ekonomik ve politik yapıdan/değişimlerden doğrudan etkilenmesine işaret etmektedir. Stratejik boyut veya ilişkiler ise Çin'in bölgesel ve küresel güç dengeleri ile de ilişkilendirilen ulusal güvenlik çıkarlarını anlatmaktadır. Bu iki boyut da birbirleri ile ilişkili ve bağımlıdır. Aynı şekilde ÇDP'nin ani kopuş veya değişimlerden ziyade bir süreklilik arz ettiği de dikkate alınmalıdır. Özellikle büyük güç rütbesi elde etmek; sınır sorunları ve toprak bütünlüğü meselelerini çözmek; askerî, kültürel ve ekonomik bağımsızlığın

korumak ve ekonomik kalkınma ve sosyalist toplumun inşa edilmesi için bir dış çevre oluşturmak gibi öncelikler süreklilik arz etmektedir (Eder, 2014; Liqun 2010). Bu bakımdan, bu çalışmada, Xi Jinping dönemi 2012 sonrasına tekabül etse de 2000’li yıllar üzerinden bir değerlendirme yapılması çalışmadan umulan katkıyı ve özgün değeri daha iyi sağlayacaktır.

Xi, "stratejik düşünceyi güçlendirme" vurgusu yaparak bir dizi stratejik kavram ortaya koymuştur, bunlar arasında "insanlık kader ortaklığı" ve "İpek Yolu Ekonomik Kuşağı" gibi kavramlar yer almaktadır. Bu stratejik fikirler, Çin-LAC ilişkilerinin stratejik ve öncü rolünü vurgulamaktadır. Bu sayede "gelişim inşa etme" sloganı ile Çin-LAC ilişkileri yeni bir gelişim aşamasına girmiştir (赵 & 谏, 2017). Xi’nin ilk yılı olarak da görülebilecek olan 2013 yılı, özellikle de Çinli yazarlar tarafından, ÇDP için sadece “başarılı bir başlangıç yılı” değil aynı zamanda "yenilikçi bir yıl" ve "bereketli bir yıl" olarak da değerlendirilmektedir (毅, 2013).

Xi döneminin en öne çıkan başlığı hiç şüphe yok ki “Kuşak ve Yol İnisiyatifi” (BRI) olarak önümüze çıkar. Hatta BRI, ÇDP’deki her konuya entegre edilen bir başlık haline gelmiştir. Dolayısıyla BRI, Çin-LAC ilişkileri bakımından da önemli bir değişken olarak görülmektedir. BRI en azından Çinlilerin kendi söylemleri ile "kalkınma" ve "barış" olmak üzere iki temel tema üzerine inşa edilmiştir. Aynı zamanda, Çin'in dış politikasına yeni bir içerik sunmaktadır. Ayrıca diğer ülkelerin iç işlerine saygıyı öncelik olarak benimseyen ve ülkeler arasında karşılıklı saygı temelinde yürüyen bir yaklaşımı vurgulamaktadır. Bu girişimin uygulanmasında, "Marshall Planı" gibi ABD'nin öncülüğünde yürütülen ekonomik yardım projelerinden farklılıklar bulunmaktadır. İlk olarak, BRI açık bir girişimdir ve diğer ülkeler gönüllü olarak katılmakta ve ek olarak stratejik bir düşman belirlememektedir. İkinci olarak, Çin bu girişimde ekonomik kalkınmayı merkeze almakta ve ideoloji veya güvenlik gibi ek şartlar koymamaktadır. Üçüncü olarak, bu iş birliği ekonomik politikalara müdahale etmek için krediye dayalı koşullar kullanmamakta, Çin'in barışçıl kalkınma modelini yaymayı hedeflemektedir ve yerel toplumun gerçek ve sürdürülebilir şekilde faydalanmasını sağlamaktadır. Son olarak, "kuşak yol" ülkeleri eşitlik ve kurallara saygı temelinde anlaşmazlıkları müzakere yoluyla çözme (金 & 金, 2018: 1-8) iradesi vurgulanmaktadır.

Bu çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Çin-LAC ilişkilerini etkileyen temel faktörler üzerinde durulmaktadır. Aslında burada ele alınan konular genel olarak ÇDP’yi de etkileyen unsurlar olarak görülebilir. Xi dönemi bağlamında Çin’in müesses nizamını temsil eden ÇKP’nin ağırlığı, dış ve iç politika ayrımının veya ideolojinin Çin’deki anlamı, üçüncü dünya politikası ve ABD ile ilişkiler gibi konular özet olarak ve ana hatlarıyla ele alınmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümünde Çin-LAC ilişkilerinin tarihsel gelişimi incelenmektedir. Bu başlıkta 2000’li yıllara kadar olan dönemdeki temel gelişmeler ve önemli dönüm noktaları vurgulanmaktadır. Çalışmanın üçüncü bölümünde ise Xi dönemine özellikle odaklanarak Çin-LAC ilişkilerinin içeriği ve kapsamı tartışılmaktadır.

ÇİN-LAC İLİŞKİLERİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

ÇKP ve özellikle de Mao sonrası ÇKP içinde kabul edilen kolektif liderlik (Saich, 2004: 91-119), hiç kuşkusuz, ÇDP'yi etkileyen veya belirleyen en temel değişken olarak kabul edilebilir. ÇKP ise liderlikler üzerinden analiz edilebilmektedir ki bu bağlamda beş liderlik değişimi (苏, 2017) yaşanmıştır. Komünist devrim sonrası (ÇHC kurulduktan sonrası) Çin tarihi için genel bir dönemsel sınıflama yapılacak olsaydı bu, *Mao dönemi ve Mao sonrası dönem* olurdu. Mao dönemi ideolojik ağırlığın olduğu dönem, ondan sonra gelen Deng Xiaoping, Jiang Zemin, Hu Jintao ve beşinci jenerasyon olan Xi Jinping dönemi ideolojinin ikincil ve ülke çıkarlarının dış politikada daha etkin olduğu süreç olarak görülmektedir. ÇDP için Harmoni politikasının söylem ve pratiğe döküldüğü son iki liderliği birlikte değerlendirmek de yaygındır (夏, 2020). Dönemsel sınıflama ne olursa olsun ÇKP her türlü analizin merkezini oluşturmaktadır. Dolayısı ile ÇKP'nin yapısı ve ÇDP arasında bütüncül bir ilişki söz konusudur. Ülkeyi ve partiyi Kolektif Liderlik yönetmektedir.

ÇKP; Ulusal Parti Kongresi, Genel Sekreterlik, Merkezî Komite, Politbüro ve Daimî Komite şeklinde teşkilatlanmıştır. Politbüro Daimi Komitesi kolektif liderliğin vücut bulduğu yapı olarak (Liu, 2009: 105-125; Pieke, 2009) Çin'e dair her şeyi belirlemektedir. Kolektif liderlik veya genel anlamda Çin'i yönetenlerin demokratik ülkelerde olduğu gibi bir seçim baskısı ile karşılaşmadıkları için dış politikada karar alma ve uygulama sürecinde mümkün olan en ileri düzeyde pragmatist davrandığı kabul edilmektedir (Hao & Hou, 2009: 136-141).

Çin-LAC ilişkilerini etkileyen önemli konulardan birisi de başlangıçta ideolojik yönü güçlü olsa da İki Kamp politikası (Liqun, 2010) ve ABD ve SSCB'ye karşı bir birleşik cephe öngören Üçüncü Dünya Politikası (Yu, 1977: 1036-1048; Wang, 2000: 478-48; 中华人民共和国外交部, 2020) olarak ele alınabilir. Özellikle de Bandung Konferansı sonrasında üçüncü dünya ile başlatılan diplomatik ilişkiler ÇDP için önemli bir çıkış yolu sunmuştur (Chou, 1955: 137-157). 1953 yılında Çin'in kabul ettiği ve ÇDP için en önemli retoriklerden birisi haline gelen ve günümüzde de her türlü dış politika için katalizör olarak kabul edilen "Barış içinde bir arada Yaşamın Beş Prensipleri"¹ anayasal olarak da rehber olarak kabul görmektedir (Deng, 1998: 308-329; 辛, 2020). Çin-LAC ilişkilerinde bu prensipler, en azından söylem düzeyinde, başlangıç zemini olarak ele alınmaktadır.

² "Barış İçinde Birlikte Yaşamın Beş Prensipleri" 1950'li yılların başında Çin hükümeti tarafından özellikle komşu bağımsız uluslarla ilişkileri geliştirmek amacıyla ortaya konulan beş temel dış politika ilkesidir. İlkelerin ifadesi bir süreliğine dikkatlice düşünüldükten sonra son olarak şu şekilde belirlenmiştir: birbirlerinin egemenliği ve toprak bütünlüğüne saygı göstermek; saldırmazlık; birbirlerinin iç işlerine karışmamak; eşitlik ve karşılıklı yarar; barışçıl birlikte yaşama.

Çin'in hızlı büyümesi ve buna mukabil ihtiyaç duyduğu enerji kaynakları, hammadde ve pazar arayışı Çin-LAC ilişkilerinin gelişiminde çarpan etkisi yapmıştır. Çin, gerek Afrika (Bräutigam, 2003: 448) ve gerekse de LAC bölgesinde (陶, 2008: 6) 2008 sonrası kendi ekonomik pozisyonunu/başarısını bir model olarak sunarak etkinliğini arttırmış ve iki bölgenin de kalkınmasına destek olmuştur. Kapitalist dünyanın karşılaştığı ekonomik/finansal krizlere karşı Çin modelinin yani devletin müdahaleci olduğu ekonomik sistemin meşruiyetinin artması da Çin'in imaj ve ticari/ekonomik olarak LAC bölgesine nüfuz etmesine kolaylaştırmaktadır.

Çin'in önemli iç ve dış politik hedeflerinden birisi Tek Çin prensibini kabul etmiş dost ülke edinmek ve sayısını arttırmaktır. Tek Çin Politikası (中国政府网, 2020) olarak adlandırılan bu anlayış Çin'in ABD ile ilişkilerinden iç politikadaki azınlık politikası ve insan hakları anlayışına kadar her alanda etkin olmakta ve diğer iç-dış politika konularına da içselleştirilmektedir. Çin'in toprak bütünlüğü, ekonomik birliği, etnik azınlık farklılıklarına takılmadan sosyal-ekonomik-ulusal bütünlüğünü de anlatan Tek Çin prensibi LAC ile ilişkilerde de stratejik bir anlam kazanmaktadır. Çoğunlukla Tayvan meselesine indirgenen Tek Çin ilkesi (Sung, 2005: 1-17) konusunda Çin'in LAC ile ilişkilerde kendi tezini destekleyen ve Tayvan'ı izole etmeye destek olan ülkelere daha kolay kredi ve yatırım yaptığı da vakadır.

Hem Tek Çin politikası ile hem de ABD ve dolayısı ile dünyanın geri kalanı ile ilişkilerinin gelişimini anlatan Çin'in dünya ile entegrasyon politikası da LAC ile ilişkilerini doğrudan etkilemektedir. ABD ile diplomatik ilişkilerin (Brown, 1976: 3-23) başladığı 1970'ler aynı zamanda Çin'in BM Güvenlik Konseyi üyesi sıfatını aldığı ve diğer uluslararası örgütlere hızla üye olmaya başladığı dönem bu entegrasyon dönemini ifade eder. ABD'nin de desteği ile ticari anlamda Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) üyeliğinin 2001 yılında gerçekleşmiş (Sally, 2006: 179-210) olması aslında Çin'in izolasyondan ne kadar geç kurtulduğunu da gösterir.

Çin-ABD ilişkileri Çin-LAC ilişkilerindeki belki de en önemli değişken olarak ele alınabilir. Zira ikisi arasında bölge üzerinde ciddi bir rekabet olduğu kabul edilmektedir. ABD ile Çin arasında resmî ilişkiler 1972'de başlamış; ABD, 1993'te Çin'e en çok kayırlan ülke statüsü vermiş ve Çin'in yükselişinde bir bakıma en önemli etken olmuştur (Dittmer, 2007: 527). Çin-ABD ilişkileri geliştikçe ÇDP'deki ideolojik ağırlık azalmıştır (O'Leary, 1979: 49-67). Çin'in hızlı yükselişi Ticaret savaşları (Chong & Li, 2019: 2; Kapustina vd, 2020: 1-2) gibi konuları da öne çıkarsa da ABD ile ticaret hacmi ABD'nin Çin'in en büyük müşterisi (Mann, 2013: 927-945) olduğu gerçeğini değiştirmemiştir. LAC üzerinde rekabet konusunda genel bir eğilim olarak Amerikan ağırlığının veya hegemonik etkisinin azaldığı (Fernandes, 2006; Sanchez, 2002: 57-89) yerini Çin'in almaya başladığı dile getirilmektedir.

Hem ÇKP etkisi hem de Çin'in stratejik önceliklerini güncellemesi anlamında *harmoni politikası* da ÇDP analiz edilirken dikkate alınmalıdır. ÇKP üstünlüğü Tiananmen vakasında ciddi şekilde test edilmiş ve tekrar sadakat sorunu

olmaması için Konfüçyüs yeniden keşfedilmiş ve onun üzerinden Harmoni Politikası geliştirilmiştir (Benedikter & Nowotny, 2014: 27-44). BRI veya ipek yolu (海, 2017) projesi bir bakıma harmoni politikasının bir uygulaması olarak görülebilir. Xi dönemini Çin'in dış politikada daha girişken olduğu dönem olarak görmek de mümkündür. Dolayısı ile hem harmoni söylemi hem de proaktif dış politika anlayışı ile LAC bölgesinde daha girişken bir dönem söz konusudur (Men & Tsaang, 2016: 12). Xi başta BRI olmak üzere LAC ve diğer bölgelerle ilişkilerinde dünya düzeninin adil olmadığı ve uyumlu bir dünya için daha çok çalışılması (Benedikter, 2014: 97), Çin tarzının (张, 2012: 87) daha etkin kılınması gerektiğini sürekli vurgulamaktadır.

ÇİN-LAC İLİŞKİLERİNİN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu başlık altında belirtilmesi gereken ilk detay Çin-LAC ilişkilerinin 1990'lar ve hatta 2000'li yıllarda anlamlı bir zemine oturmaya başladığı gerçeğidir. Kaldı ki ÇHC'yi 1970'lere kadar SSCB ve bazı Afrika devletleri dışında diplomatik olarak tanıyan devlet de yoktu. Mao'nun İki Kamp ve Üçüncü Dünya Politikası aslında Afrika ve LAC bölgesinde sömürülmüş ve sömürülmekte olan halklar/devletlerle ortak cephe oluşturma gayretine işaret eder. Mao döneminde bir ideolojik taassup olarak da görülebilecek tarzda bölge ülkelerinin kendi koşulları, özgün tecrübeleri ve farklı ihtiyaçları göz ardı edilerek bir yaklaşım geliştirilmiştir. Oysa Çin'in daha kendi izolasyonunu aşacak veya LAC ve Afrika'daki temel ihtiyaçları tespit etse bile bunlara cevap verecek gücü yoktu. Mao sonrası dönemde ise ekonomi-ticaret ve diplomatik ilişkilerin tesis edilmesine öncelik verilmiştir.

1949 sonrası Çin'in temel amacı ve adımları zamanla bir çeşit küresel düzeni revize etme gayreti (Holslag, 2008: 325-352) olarak ele alınsa da nihayetinde yeni pazarlar ve kendi stratejik hedefleri için dostlarını çoğaltması üzerinden okunabilir. Daha da ötesi başlangıçta içerde yeni kurulan siyasi rejimin konsolidasyonunun öne alındığı da söylenebilir. Dolayısı ile 1950'lerin ortalarına kadar Çin-LAC ilişkilerinin komünist partilerin delegasyonları arasındaki ilişkiler ve ziyaretler (沙 & 杨, 1983: 30) düzeyinde kaldığı görülmektedir. Bandung Konferansı sonrası Çin için açılan yeni yolun da katkısı ile LAC ile ilişkilerde de gelişmeler yaşanmıştır. İlk kurumsal mekanizma olarak 1960 yılında kurulan "Çin-Latin Amerika Dostluk Kurumu" üzerinden ilişkiler geliştirilmeye çalışılmıştır (Zhang & Xie, 2019: 208-2013).

1960 yılında Çin'i diplomatik olarak tanıyan ilk LAC ülkesi Küba olmuştur. Şili ile 1952 yılında bölge ile yapılan ilk ticari anlaşma imzalanırsa da Şili'nin Diplomatik tanınması 1970 yılında gerçekleşmiştir. BM Güvenlik Konseyi daimi üyesi unvanını aldıktan sonra ise, özellikle de 1980'lerde, LAC bölgesi ile diplomatik ilişkiler hızla tesis edilmiştir (Cheng, 2006: 500-501). Görüldüğü gibi Çin-LAC ilişkilerinde 1990 öncesinde önemli denebilecek gelişmeler söz konusu değildir. Hatta günümüzde bile hâlâ tam diplomatik ilişkinin kurulmadığı örnekler söz konudur.

Tayvan konusu Çin-LAC ilişkilerinin tarihsel gelişiminde önemli değişkenlerden biridir. Zira Tek Çin prensibi ve Tayvan'ın olası bağımsızlık talebi konusunda LAC üzerinde para diplomasisi yoluyla Çin ve Tayvan arasında bir rekabet vardır. Dolayısı ile ilişkilerde hangi ülkenin kredi ve parasal kaynaklar sağladığı veya bunun etkinliği (Ellis, 2014: 42-44) LAC ülkeleri için önemli olmaktadır. 2011'de kurulan CELAC (Latin Amerika ve Karayip Devletleri Topluluğu) üzerinden ilişkileri bütüncül olarak geliştirmek için 2014'te Çin-CELAC Forumu hayata geçmiştir (Cheng, 2017: 535-538). Bu Forum, Çin-LAC ilişkilerinin en önemli kurumsal mekanizması haline gelmiş ve toplantılarında atılacak adımlar özellikle de iş birliği yapılacak alanlar planlanıp Çin-LAC ilişkilerinin her yönüyle geliştirilmesi (Harris & Arias, 2016: 517-522) için çalışmaktadır.

2019 verileri ile Çin, LAC ülkelerinden 24'ü ile diplomatik ilişkilerini kurabilmiştir (崔, 2019: 95-103). Uzun bir tarihî geçmiş analizine gerek olmadan Çin-LAC ilişkileri ele alınabilir. Zira Maele'ye (2017: 35-60) göre, Çin-LAC ilişkileri ekonomik aşama, yumuşak güç aşaması ve kapsamlı aşama diye üç döneme ayrılabilir. Bu aşamalar, ticari ve ekonomik ilişkilerin yoğunlaştığı, barışçıl yükselişe vurgu yapılan ve Xi dönemindeki proaktif süreci işaret eden 2000'li yıllardadır. Çin'in DTÖ üyesi olması ile Çin-LAC ilişkileri, özellikle de ekonomik-ticari ilişkileri, "sıçrama" olarak ele alınabilecek şekilde hızlı bir gelişme kaydetmiştir. Tabii ki bu sıçrama ile ilişkilerin gelişimi ve gündemi sadece siyasi ve ekonomik ilişkilerle sınırlı kalmamış aynı zamanda siyasi, ekonomik, sosyal, kültürel, uluslararası iş birliği, güvenlik gibi alanlar da kapsamlı bir şekilde gelişmeye devam etmektedir(谌, 2019: 23).

ÇİN-LAC İLİŞKİLERİNİN TEMEL GÜNDEMLERİ

Bu başlık altında Çin-LAC ilişkilerinin temel gündemleri iki boyutta ele alınsa da bu bölümün giriş kısmında kısaca belirtildiği üzere, ÇDP'deki gündemleri ekonomi veya strateji öncelikli olarak ayırmanın derin anlamları yoktur. Zira ÇDP analiz edilirken Çin'in devlet destekli iş dünyasının gidip bir başka ülkede yatırım yapması ile diplomatik misyonların faaliyetleri arasında büyük farklılıkların olmadığı söylenebilir. Dolayısı ile farklı boyutlar veya ilişkileri sosyal, ekonomik, güvenlik gibi ayrımları ÇDP analizinde bir çeşit iş bölümü ve ÇDP'nin çalışılmasını kolaylaştırıcı metotlar olarak görmek anlamlı olabilir. Zaten Xi döneminde "1+3+6" inisiyatifi adı ile Çin-LAC ilişkilerinin kapsamlı evresi (Maele, 2017: 35-60) tatbik edilmeye başlanmıştır. Söz konusu "1+3+6" inisiyatifindeki rakamlar; 1 plana, 3 ticaret, yatırım ve finansal iş birliğine, 6 ise enerji ve kaynaklar, altyapı inşası, tarım, imalat, bilimsel ve teknik yenilik ve bilgi teknolojileri şeklindeki öncelikli alanlara işaret etmektedir.

Çin-LAC İlişkilerinin Ekonomik-Ticari Boyutu

Çin-LAC ilişkilerinde 2000'li yıllarda giderek artan ekonomik-ticari bağlantılar ve dolayısı ile bir karşılıklı bağımlılık ortaya çıkmaktadır (Vadell, 2019: 111). Çin kendisini bir başarıyan ve model ülke olarak sunmakta ve bu, bölgede bir

karşılık bulmaktadır. Çin'in küresel ticaretten aldığı payın artışı ve LAC ile ilişkilerinin gelişimi arasında korelasyonlar kurulabilir. Ancak yine de Çin bütün LAC ülkeleri ile aynı derecede ilişki geliştirebilmiş değildir. Brezilya, Arjantin, Şili ve Ekvador Çin-LAC ilişkilerinin en etkili olduğu ülkeler olarak görülebilir. Özellikle Brezilya diğerlerinden gerek BRICS oluşumu gerekse potansiyel olarak LAC içindeki en önemli partner olarak öne çıkması (Christensen & Becard, 2016) dolayısı ile özel bir konumdadır. Çin, Üçüncü Dünya Politikasının güncel yansıması olarak küresel güneyi, üretim gücü ve ihracat odaklı yükselme için temel olarak görmektedir. Çin lehine bir ticaret açığı küresel güney için de geçerlidir. Kazan-kazan ilişkisi şeklinde anlatılsa da bu açığın bazı negatif etkileri de dikkate alınmalıdır. Dolayısı ile LAC ülkelerindeki sürdürülebilir kazanç ilişkisi için Çin tercihli krediler ve altyapı yatırımlarını gittikçe arttırmaktadır (Wadell, 2019: 111-116). Xi döneminin başında Çin sürdürülebilir ve akılcı büyüme gibi nosyonlarla bilinçli olarak büyüme hedeflerini aşağı çekmiş ve çevreci kalkınmaya ağırlık vermeye başlamıştır. Bu anlayış değişikliğinin kısa süredeki etkisi LAC ülkelerindeki ihraç ürünlerinden elde edilen kârlılığın düşmesi olmuştur. Çin bahsi geçen yatırımlarla bu ticari daralmada LAC ülkelerini destekleme (Harris & Arias, 2016: 513-516) yoluna gitmiştir. Bu bağlamda Xi'nin 2013'teki Kosta Rika ve Meksika ziyareti ve Çin-LAC arasındaki ticaret hacminin artışına dair veriler sembolik olarak işlenmektedir (Feng vd, 2018: 93).

Günümüzde Çin-Brezilya ilişkilerinin bir bakıma Çin-LAC ilişkilerinin kalbini oluşturduğu söylenebilir. Xi'nin daveti üzerine Brezilya Devlet Başkanı Luiz Inácio Lula da Silva, 12-15 Nisan 2023 tarihleri arasında Çin'e resmî bir ziyaret gerçekleştirmiştir. İki taraf siyasi güveni daha da derinleştirme, işbirliğini genişletme, geleneksel dostluğu güçlendirme ve uluslararası ve bölgesel konularda stratejik iletişimi ve koordinasyonu güçlendirme konusunda anlaşmaya varmıştır. Xi, Çin-Brezilya ilişkilerini "gelişmekte olan büyük ülkeler arasındaki bir model ilişki" olarak tanımlayarak ikili ilişkilere verdiği değeri göstermiştir. Bu değer bir yansıması olarak yoksulluğun azaltılması, teknoloji ve yenilik, uzay, bilgi iletişimi, yatırım, gümrük denetimi, finans, dijital ekonomi, ticaret kolaylaştırma, televizyon yapımı, medya gibi alanlarda toplamda 15 iş birliği belgesine törenle imza atılmıştır. Çin son 14 yıldır (2023 yılı itibari ile) kesintisiz şekilde Brezilya'nın en büyük ticaret partneri olmayı başarmıştır. Brezilya, Çin'e yönelik ticaret hacminin 100 milyar doları aşan ilk Latin Amerika ülkesi olmuştur. Ayrıca 2023'ün başlarında, Çin ve Brezilya, Brezilya'da Yuan'ın (Çin para birimi) takas düzenlemesi kurulması konusunda bir iş birliği anlaşması imzalamıştır (Xinhua, 2023).

Çin'in barışçıl kalkınma olarak formüle ettiği modelin dayanağı güvenilir hammadde ve ihracat pazarlarının varlığı olarak ele alınmaktadır. Bu bakımdan LAC ile ilişkiler daha değerli hale gelmektedir. Çin'in altyapı, inşaat, demir-çelik, enerji gibi sektörlere sağladığı finansal destekler (Kaplan, 2016: 644-645) söz konusu pazarı kurma hedefine hizmet eder. BRI Xi Jinping Düşüncesi ile birlikte 2018 anayasa değişikliği çalışmasında Çin anayasasına eklenmiştir. BRI ilk ilan

edildiğinde doğrudan LAC hedefe konmasa da zamanla BRI'deki yöntemler kullanılarak farklı isimlerle de olsa LAC bölgesi dâhil edilmiştir (Brown, 2018: 90-93). Xi'nin hem BRI kapsamında hem de genel olarak sürekli dünyanın adil olmadığını ve bir şeyler yapılması gerektiği vurgusu hiç kuşkusuz LAC ülkelerinde de değer görmektedir. BRI özünde barışçıl yükseliş ve harmonik dünya söylem veya politikalarına (张, 2012: 126) bağlanabilir. Kapsamı ve içeriği Xi iktidarı boyunca gelişen BRI bir ölçüde Çin'in ekonomik ve ticari olarak büyük güç olması için rasyonel bir proje olarak görülmektedir (Dian & Menegazzi, 2018: 67-73). 2017'de BRI için kapsam bütün dünya olarak revize edilmiş ve 2018 verileri ile 900'den fazla proje hayata geçirilmiştir (Economy, 2018: 14, 190-196). Böylece Çin-LAC ilişkilerine katkı sağladığı gerçeğini dikkate alarak BRI, Çin'in küresel ekonomi ve ticaretteki paylarını arttıracak bir girişim olarak görülebilir.

2013 yılında Xi, Trinidad ve Tobago, Kosta Rika ve Meksika'ya yaptığı ziyaretler öncesinde üç ülkenin ortak medya röportajına katılarak, yüzyıllar önce Çin ve Latin Amerika arasında ticaret elçileri tarafından "Deniz İpek Yolu"nun açıldığını ve Doğu ile Batı yarımküre arasında önemli bir ticaret yolunun oluştuğunu belirtmiştir. 2017 yılında Xi "Bir Kuşak, Bir Yol Uluslararası İşbirliği Zirvesi'ne" katılmak üzere gelen Arjantin Cumhurbaşkanı Macri ile görüşmesinde "Latin Amerika'nın 21. yüzyıl Deniz İpek Yolu'nun doğal bir uzantısı olduğunu" vurgulamıştır. 2018 yılında, Çin-Latin Amerika ve Karayipler Topluluğu'nun ikinci bakanlar düzeyi toplantısı Şili'nin başkenti Santiago'da gerçekleştirilmiştir. Toplantıda kabul edilen "Bir Kuşak, Bir Yol Özel Bildirisi"nde, Çin'in LAC ülkelerini "BRI uluslararası işbirliğinin" ayrılmaz bir parçası olarak gördüğü ve bu girişime gönüllü olarak katılmaya davet ettiği özellikle belirtilmiştir (FMPRC, 2023).

2000'li yıllarda ticaret hacmindeki sıçrama Çin-LAC ilişkilerinin ticari-ekonomik yönünü ortaya koymaktadır. Bu bakımdan, 2001 yılındaki 14,6 milyar dolarlık ticaret hacmi 2021 yılında 451,6 milyar dolara yükselmiştir. Bu miktar, Latin Amerika ile Avrupa Birliği arasındaki ticaret hacmini aşmıştır ve Çin, Latin Amerika'nın ABD'den sonra ikinci büyük ticaret ortağı olmuştur. Finansal açıdan, Çin ve Latin Amerika arasındaki etkileşim de giderek artmaktadır. 2005 yılından bu yana, Çin Ulusal Kalkınma Bankası ve Çin İthalat ve İhracat Bankası LAC ülkelerine 141 milyar dolardan fazla kredi taahhüdü sağlamıştır. Bu miktar Dünya Bankası, Inter-American Development Bank ve Latin Amerika Kalkınma Bankası'nın sağladığı kredi miktarını aşmaktadır. Özellikle Arjantin, Brezilya, Ekvador ve Venezuela gibi ülkeler Çin kredilerinden önemli ölçüde faydalanmaktadır ve bu ülkeler toplam kredi taahhüdünün neredeyse %93'ünü almaktadır. Bu kredilerin çoğu enerji (%69) ve altyapı (%19) projelerinde kullanılmaktadır. Diğer uluslararası finans kuruluşlarından farklı olarak, Pekin yönetimi kredilerine yönetim ve proje uygunluk standartları gibi ek gereklilikler koymamakta, sadece kredinin teminat mekanizmasını içermesini talep etmektedir (晖, 2023).

"Çin'in Latin Amerika ve Karayip Bölgesi'nde Altyapı Projeleri Raporu"na göre, 2021 yılı itibarıyla Çin şirketleri bu bölgede 192 altyapı projesi gerçekleştirmiş ve toplamda yaklaşık 98 milyar dolarlık bir yatırım yapmıştır. Bu projeler yerel ekonomilere 673 binden fazla istihdam sağlamıştır. Enerji projelerinden telekomünikasyon, ulaşım ve sağlık alanlarına kadar LAC ve Çin arasındaki BRI işbirliği giderek daha fazla alanda genişlemektedir. Ayrıca, Yuan takasının Latin Amerika ve Çin arasındaki yeni eğilimlerin de (郑 & 拜, 2023) sürdürülebilir işbirliğine katkı sağlayacağı dile getirilmektedir.

Çin-LAC İlişkilerinin Stratejik Boyutu

Çin-LAC ilişkilerinin önceki başlıkta ele alınan ticari ve ekonomik boyutları da stratejik niteliklere haizdir. Bu başlık altında daha çok Çin'in siyasi hedefleri ve dünya düzeninin işleyişine ilişkin olarak LAC ile ilişkileri ele alınmaktadır. Tek Çin politikası bu bağlamda ele alınabilecek ilk konu olarak görülmelidir. *Tek Çin Politikası* veya *Tek Çin Prensibi* Çin adını kimin kullanabileceğinden başlayıp Tayvan'ın statüsü, ABD ile ilişkiler veya içeride azınlıklara veya özerk bölgelere ilişkin geliştirilen yaklaşımlara kadar geniş bir içeriğe sahiptir. Söz konusu ilke, Çin için temel güvenlik ve ülkesel bütünlüğü anlattığı için bir beka meselesi olarak ele alınmaktadır (Friedman, 2008: 147-157). LAC bölgesi, Tayvan'ın pozisyonunun hâlâ canlı olduğu bir bölge olarak hem Çin'in hem de Tayvan'ın kendilerinin tezleri için alan arayışı ve rekabetinin (Alexander, 2014: 1-5) sürdürüldüğü bir yerdir. LAC üzerinde bir Amerikan üstünlüğü olduğu kabul edilmektedir. Amerikan etkisi ile LAC ülkeleri özellikle de Soğuk Savaş döneminde Tayvan'ı bütün Çin halkının yasal ve meşru temsilcisi olarak tanımaktaydı. Dolayısı ile Çin'in LAC politikası öncelikle diplomatik açıdan "Tek Çin" olarak ÇHC'nin tanınmasını sağlamak ve ilerde Tayvan ile yeniden birleşme sırasında yandaş toplamak hedefi ile hareket etmektedir. Özellikle de Xi döneminde Çin-LAC ilişkilerinde Çin tezlerinin kabul edilmesi, Tek Çin prensibinin kabulü gibi konular ekonomik ve ticari konularda da öne çıkarılarak (Choo, 2009: 74-77) bir bakıma Çin'in açık ve/veya gizli şartları olarak görülebilir.

Çin'in dünyayla entegrasyon politikasında belli bir aşamaya gelmeden önce özellikle de Soğuk Savaş döneminde LAC ile ilişkileri, halklar arası ilişkiler veya özel sektör vasıtasıyla ve dolaylı yollardan ticari ilişkiler düzeyinde kalmıştır. Bu durumun temel sebebi Çin'e yönelik Amerikan ambargosu ve LAC üzerindeki Amerikan hegemonyası olarak görülebilir. Çin'in anti-hegemonyacılık, güç politikası karşıtlığı, self-determinasyon ve beş prensip konusunda LAC ile dayanışma çabası ile ilişkilerin tesisi kolaylaşmaktadır. Çin'in sorunlarından biri olan ideolojik taassup sorunu bölge ile diplomatik ilişkiler kuruldukça azalmış ve 1989 Tiananmen vakası sonrası devrimci retorikler yerini kazan-kazan ve karşılıklı fayda ve kazanca bırakmaya başlamıştır. Böylece LAC bölgesi aynı zamanda Çin için zarar gören imajını düzeltmek adına da önemli bir alan haline gelmiştir (Wise & Ching, 2018: 556). Başlangıçta ideolojik yönü güçlü olan Üçüncü Dünya Politikası da aynı minvalde gelişim göstermiştir. Çin, LAC'ta yerel komünist gerillaların desteklenmesine son vererek sadece Küresel Güney değil aynı zamanda Küresel

Kuzey ile de ilişkileri geliştirmeye çalışmaktadır. LAC ülkeleri için ise, Çin'in yaklaşımı ve bölgeye olan ilgisi ve geliştirdiği etkinliği, Amerikan üstünlüğünü dengeleme olanağı sunduğu (Li, 2007: 836) için pozitif olarak algılanmakta ve BM gibi yapılarda da bu olanak kullanılmaktadır.

Son dönemlerde LAC üzerinde Amerikan ağırlığının azalmaya başladığı ve Çin etkisinin yükselişte olduğu, bölge üzerindeki Çin-Amerikan rekabetinde Çin'in nispi pozisyonunun geliştiği üzerinde önemli veriler işlenmektedir (Hakim, 2011: 63; Li, 2007). ABD'nin 1823 İzolasyonizm'ini ilan ettiği Monroe Doktrini ile başlayan bir hakimiyeti olduğunu ve Çin'in ise tabiri caizse 2000'li yıllarda bölgede varlık göstermeye başladığını, hatta Xi dönemi ile kapsamlı ilişki geliştirilmeye çalışıldığı göz önüne alındığında mevcut durum ve olası gelecek daha kolay analiz edilebilir.

Söz konusu rekabette Çin'in çok-taraflılık ilkesini (Garcia vd, 2011: 427) merkeze alması ve Xi'nin LAC ülkelerine yaptığı ziyaretler ile avantajlar elde ettiği kabul edilmektedir (Levy & Rose, 2019: 898-921). Sadece ABD ile değil aynı zamanda Japonya ve AB ile de rekabet olduğuna dair çalışmalar vardır. Çin'in bu rekabetlerdeki pozisyonu için dünyanın ekonomik merkezinin değişimi, Kuzey-Güney ve Güney-Güney'in küresel ticarete aldığı pay ve ticari eksenlerin merkezinde olduğu vurgulanmaktadır. Çin'in LAC'ta ihtiyaç duyulan yüksek teknoloji alanında da etkin ve belirleyici olmaya başladığı, Çin'in pozisyonunun nicelik ve nitelik olarak da geliştiği vurgulanmaktadır (Narins, 2018: 219-229). Üstelik Çin'in avantajlarından belki de en önemlisi harmoni politikası ile vurgulanan farklı sosyal-siyasal düzenlere saygı ilkesi gereği LAC ülkelerinin siyasi rejimlerinin tipleri ile ilgilenmiyor olmasıdır. Çin, Brezilya başta olmak üzere LAC ülkelerinin önemli bir kısmında bu yaklaşımının da katkısı ile en büyük ticaret partneri haline gelmiştir (Santibañes, 2009: 17-18). ABD'nin müdahaleci tavrı, bu bakımdan, Çin için avantaj olarak kullanılmaktadır. Çin'in yaklaşımı ise, Batılı yazarlarca otoriter rejimlerin desteklenmesi olarak eleştiri olsa da "iş yapmayı" kolaylaştırmaktadır.

Stratejik ilişkilerin bir başka önemli ayağı ise halklar arası veya medeniyetler arası ilişkilerin geliştirilmesi olmuştur. Bu bağlamda, öğrenci değişimi gibi nispeten kolay başlıklardan daha karmaşık alanlara kadar işbirliği arayışı göze çarpmaktadır. 2018 yılında Latin Amerika'dan Çin'e gelen öğrenci sayısı 10.241'e ulaşarak 2002 yılına göre 18 kat artmıştır. Çincenin yaygınlaştırılmasında önemli başarılar elde edilmiştir. 2020 itibarıyla, Latin Amerika'da 43 Konfüçyüs Enstitüsü ve 12 Konfüçyüs Sınıfı bulunmaktadır. Latin Amerika insan kaynakları eğitim programları da önemli sonuçlar elde etmiştir. 2012'den sonra her yıl düzenlenen "Latin Amerika Ülkeleri Kamu Görevlileri ve Kamu Yönetimi Eğitimi Programı", Latin Amerika kamu görevlilerinin Çin'in ulusal koşullarını ve kamu yönetim sistemini anlamalarına yardımcı olmuştur. 2015 yılından itibaren, "Geleceğin Köprüsü" projesi, her yıl 1000 Latin Amerikalı genç liderin Çin'e gelerek eğitim ve öğretim programlarına katılmalarını sağlayarak, Çin'in ulusal koşullarını ve

kültürünü anlamalarına yardımcı olmaktadır. Çin'e gelip, çalışan veya çeşitli iletişim ve eğitim programlarına katılan Latin Amerikalılar, Çin hakkında seminerler, forumlar veya kültürel etkinlikler düzenleyen sivil toplum grupları oluşturarak, Çin-LAC kültürel değişiminin önemli bir gücü haline gelmiştir. 2021 itibari ile Çin-Latin Amerika Think Tank Forumu beş kez düzenlenmiş ve Çin-LAC arasındaki düşünce kuruluşları arasındaki iletişimi ve iş birliğini teşvik etmiştir. 2017 yılında Pekin'de kurulan "Çin-Latin Amerika Haberleşme Merkezi", Latin Amerika gazetecilerini Çin'i bizzat deneyimlemeye ve Çin'i anlatmaya davet ederek iyi bir iletişim etkisi yaratmıştır. Bunun yanı sıra Kültür ve Turizm Bakanlığı 2016 yılında "Çin-Latin Amerika Düşünce ve Kültür Klasiklerinin Karşılıklı Çeviri Projesi"ni başlatmış ve Çin-Latin Amerika arasındaki edebiyat, sinema, akademik alanlarda klasik eserlerin çevirilerinin yayınlanmasına mali destek sağlamıştır (晓, 2021).

SONUÇ VE GENEL DEĞERLENDİRME

Sonuç bağlamında Çin-LAC ilişkilerini Zhang Fan'ın (凡, 2019) Çin-LAC ilişkilerini ele aldığı altı değişken veya konu üzerinden kısaca değerlendirmek mümkündür. Öncelikle ona göre pragmatik iş birliği, genellikle ekonomik ve ticari iş birliğini ifade eder. Günümüzde bu pragmatik iş birliği, Çin-LAC ilişkilerinin en önemli içeriği olarak kabul edilir. Çeşitli söylem ve rakamlarla formüle edilen bu işbirliği BRI kapsamına da giren konular ile finanstan altyapı yatırımlarına kadar iş birliği alanlarını kapsamaktadır. İkinci sırada siyaset, egemenlik ve bağımsızlıkla doğrudan ilgili konular gelmektedir. Burada özellikle yukarıda da ele alınan Tek Çin politikası ile ilişkilendirilen Tayvan sorunu öne çıkmaktadır. Aslında bu mesele, LAC ülkeleri açısından belli oranda çek defteri diplomasisi ya da para diplomasisi şeklinde ifade edilen daha fazla fayda elde etmek için ABD, Çin ve Tayvan'ı birbirlerine karşı kullanmaya çalışmak olarak da görülebilir.

Üçüncüsü Jeopolitik konuları kapsayan ancak özünde kısaca "ABD faktörü" denebilecek konudur. Çin-LAC ilişkilerinin gelişim sürecinde her iki taraf da bu faktörün etkisi ve kısıtlaması altında kalmaktadır. Çin, ABD ve LAC arasında bir şekilde karmaşık bir etkileşim ilişkisi oluşturulmuştur. Bu durumda, Çin-LAC ilişkileri, tamamen Çin-ABD ve ABD-Latin Amerika ilişkilerine bağımlı olmaktan çok diğer iki ilişki dengesini etkileyebilen bir faktör haline gelmiştir. Bu özellikle LAC ülkelerinin "Çin faktörü" gerçeğini algılama ve dış politika karar alma süreçlerine yansımada görülmektedir. Dördüncüsü çok taraflı platformlar ve küresel yönetim konusudur. Çin ve bazı LAC ülkeleri arasındaki ilişkiler, her iki tarafın da birbirlerinin tarihlerine, kalkınma düzeylerine ve uluslararası sistemdeki benzer statülerine olan farkındalıkları nedeniyle, diplomatik ilişkilerin başlangıcından itibaren uluslararası platformlarda birbirlerini desteklemekte ve birbirlerinden yararlanma şeklinde cereyan etmektedir. İkili ilişkilerin gelişimi sürecinde, Çin ve LAC tarafları sadece ikili ilişkilere odaklanmakla kalmayıp aynı zamanda kendi çıkarlarına ilişkin alanlarda küresel ve bölgesel yönetişime dikkat etmiştir. Özellikle 21. yüzyılda BM ve özel kuruluşlarının reformu, uluslararası

ticaret ve finans yönetimi sistemi, iklim değişikliği müzakereleri gibi konular üzerinde iş birliği arayışları gözlenmektedir.

Beşincisi, kalkınma deneyimleri ve modelleri konusudur. LAC'ın kalkınma süreci sadece Çin ile kalmayıp küresel düzeyde dikkat çeken bir konudur. Aynı şekilde, Çin'in son birkaç on yılda gösterdiği gelişim ve karşılaştığı sorunları da LAC tarafından ilgiyle takip edilen konular arasındadır. İki taraf arasındaki ekonomik ve ticari işbirliği, "maddi" karşılıklı bağımlılık durumunu oluşturmaktadır. Bu, sadece iki tarafın ekonomik ve sosyal gelişimi ve kalkınmasıyla sınırlı olmayan, aynı zamanda kendi ülkelerinin sosyal yönetimi ve siyasi süreçlerine de etkisi olan küresel kalkınmayı da her yönüyle etkileyebilecek bir durum olarak görülebilir. Altıncı olarak ise medeniyetler arası diyalog ve karşılıklı etkileşim öne çıkarılmaktadır. Çin ile LAC arasındaki siyasi ve ekonomik ilişkiler, aslında Çin ve Latin Amerika medeniyetleri arasındaki diyalogun bir parçasıdır. Aynı zamanda medeniyetler arası iletişimi ve karşılıklı etkileşimi başlatmanın kritik bir unsuru olarak görülmektedir. Bir bakıma, Çin-LAC ilişkilerinin, coğrafi ve psikolojik olarak birbirinden uzak kıtalar arasındaki insanî ve fiziksel engelleri aşarak, medeniyetlerin maddi, kurumsal ve kültürel düzeylerde sürekli temas ve etkileşim içinde olmasını sağladığı imajı işlenmektedir.

Sonuç olarak Çin-LAC ilişkilerinin en gelişmiş aşamasına Xi döneminde erişmiş olduğu söylenebilir. Yukarıda bahsi geçtiği üzere Xi dönemi Çin-LAC ilişkilerine *kapsamlı aşama* denmektedir. Sonuç bağlamında ele alınan altı değişken dışında da Çin'in önemli pozisyonlar elde ettiği söylenebilir. Çin'in ekonomik olarak büyümeye ve güçlenmeye devam edebilmesi için dünyaya ürünlerini satmaya devam edebilmesi gerekir. Bu hedef sadece dış politika değil aynı zamanda Çin'in kendi politik istikrarı için de elzem bir konudur. Bu bakımdan Çin'in LAC politikaları LAC bölgesini zenginleştirip ihtiyaç duyduğu hammadde ve üretilmiş malları/hizmetleri için istikrarlı bir pazar inşa etme stratejini yansıtmaktadır. Çin'in başarısının sadece stratejinin ve politikalarının kalitesi ve yerindeliğine değil aynı zamanda ABD ile ilişkilerinin geleceğine de bağlı olduğu söylenebilir.

Extended Abstract

In this study, China's LAC policy during the Xi Jinping period is evaluated. As a general approach the study, instead of discussing China's relationship with the countries in the region one by one, is focused on China's general approach and priorities. It is accepted that the Chinese Communist Party (CCP) has a decisive role in foreign policy-making and establishments in China. In this respect, collective leadership (in CCP) is also considered an understanding that refers to the few important people who lead the CCP and the country. Therefore, issues such as factions within the CCP were ignored and analyses were made on leadership. The course of Sino-LAC relations, despite not having strong historical ties, can be described as a leap forward in the 1990s, especially in the 2000s. The development of a holistic and comprehensive approach to LAC took place during the Xi period. Programs and rhetoric frequently used in Chinese foreign policy have also been

adapted to relations with the LAC. Whether it's the harmonious world policy or the Belt and Road Initiative (BRI), all of them quickly settled at the center of Sino-LAC relations. The relevant part of this study is handled in two dimensions in terms of strategic scope and commercial-economic scope. An interconnection is established between China's activity and the rise in the LAC region and China-US relations. The nature of both relationships can affect each other deeply.

The Xi era began in 2012 with the fifth leadership change in China and has continued for unlimited terms after amendments to the constitution in 2018. In China, changing leadership does not mean an automatic change in Chinese foreign policy (CFP). Because of CCP, the CFP is two-dimensional mostly regardless of periods and leaders. These two dimensions appear as social and strategy. The social dimension indicates that China's foreign relations are directly affected by the internal social, economic, and political structure/changes. The strategic dimension describes China's national security interests, which are also associated with the regional and global balance of power.

This study focuses on China's policy toward LAC. However, every country in the LAC region is not in the same category for CFP. Today, it can be said that China-Brazil relations, in a way, form the heart of Sino-LAC relations. Brazil and some other countries are accepted as engines of China's policy toward LAC. China's rhetoric or policy, "peaceful development", depends on the existence of reliable raw materials and export markets. In this regard, relations with LAC become more valuable. The financial support that China provides to sectors such as infrastructure, construction, iron and steel, and energy serves the goal of establishing those markets in LAC. The jump in trade volume in the 2000s reveals the commercial-economic aspect of Sino-LAC relations. Recently, important data have been processed that the American weight over the LAC has started to decrease, the Chinese influence is on the rise, and China's relative position in the Sino-American competition in the region has improved. It is accepted that China has gained advantages in this competition by focusing on the principle of multilateralism and by Xi's visits to LAC countries.

As a result, it can be said that Sino-LAC relations have reached their most developed stage during the Xi period. Sino-LAC relations in the Xi period are called the comprehensive phase. Apart from the six variables discussed in the Conclusion chapter of this study, it can be said that China has achieved important positions. For China to continue to develop and become stronger economically, it must be able to continue to export to the greater markets. This goal is essential not only for foreign policy but also for China's political stability. In this respect, China's LAC policies reflect its strategy to enrich the LAC region and build a stable market for the raw materials and manufactured goods/services it needs. It can be said that China's success depends not only on the quality and appropriateness of its strategy and policies but also on the future of its relations with the USA.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Alexander, C. R. (2014). *China and Taiwan in Central America: Engaging Foreign Publics in Diplomacy*. New York: Palgrave Macmillan.

Benedikter, R. (2014). "China: The Road Ahead", Roland Benedikter, Verena Nowotny (ed.), *China's Road Ahead: Problems, Questions, Perspectives*, New York: Springer, 2014.

Benedikter, R. & Nowotny V. (2014). "The 2012–2013 Generational Power Transfer and Its Perspectives: The Rule of Law or Democracy?", Roland Benedikter ve Verena Nowotny (ed.). *China's Road Ahead: Problems, Questions, Perspectives*, New York: Springer.

Bräutigam, D. (2003). Close Encounters: Chinese Business Networks As Industrial Catalysts in Sub-Saharan Africa. *African Affairs*, 102.

Brown, K. (2018). *The World According To Xi: Everything You Need to Know About the New China*. London: I.B.Tauris & Co. Ltd.

Brown, R. G. (1976). Chinese Politics and American Policy: A New Look at the Triangle, *Foreign Policy*, 23.

Cheng, J. Y. (2017). *Multilateral Approach in China's Foreign Policy*. Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.

Cheng, J. Y.S (2006). Latin America in China's Contemporary Foreign Policy. *Journal of Contemporary Asia*, 36 (4).

Chong, T. T & Li, X. (2019). Understanding China-US Trade War: Causes, Economic Impact, and the Worst-Case Scenario. *The Chinese University of Hong Kong Working Paper*, 71.

Choo, J. (2009). China's Relations with Latin America: Issues, Policy, Strategies, and Implications. *Journal of International and Area Studies*, 16 (2).

Chou, I. (1955). Communist China's Foreign Policy. *The American Scholar*, 24 (2).

Christensen, S. F. & Becard, D. S. R. (2016). China-Latin America Relations: Main Themes, Main Problems. *JCIR*, Special Issue.

Deng, Y. (1998). The Chinese Conception of National Interests in International Relations. *The China Quarterly*, 154.

Dian, M. & Menegazzi, S. (2018). *New Regional Initiatives in China's Foreign Policy: The Incoming Pluralism of Global Governance*. Palgrave Macmillan.

- Dittmer, L. (2007). Assessing American Asia Policy. *Asian Survey*, 47 (4).
- Eder, T. S. (2014). *China-Russia Relations in Central Asia: Energy Policy, Beijing's New Assertiveness and 21st Century Geopolitics*. Wien: Springer.
- Economy, E. (2018), *The Third Revolution: Xi Jinping and the New Chinese State*. New York: Oxford University Press.
- Ellis, R. E. (2014). Latin America's Foreign Policy as the Region Engages China. *Security and Defense Studies Review*, 15.
- Feng, Y., Gao, Z. & Jiang W. (2018). What Attracts China's Contracts to Latin America and the Caribbean? An Empirical Study of the Determinants of Chinese Contracts. *Economic and Political Studies*, 6 (1).
- Fernandes, S. (2006). Trade Treaties and US Hegemony in the Americas. *Economic and Political Weekly*, 41 (20).
- FMPRC (2023). https://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao_674904/1179_674909/201802/t20180202_9868930.shtml.
- Friedman, E. (2008). An End to Europe's "One China" Policy?, Peter C. Y. Chow (ed.), *The "One China" Dilemma*. New York: Palgrave Macmillan.
- Garcia B.C., Chen, M. & Goodman, D.S.G. (2011) Beyond asymmetry: cooperation, conflict and globalisation in Mexico-China relations. *The Pacific Review*, 24 (4), 421-438.
- Hakim, P. (2011). The United States and Latin America: The Neighbourhood has Changed. *The International Spectator*, 46 (4).
- Hao, Y. & Hou, Y. (2009). Chinese Foreign Policy Making: A Comparative Perspective, *Public Administration Review*, 69.
- Harris, R. L. & Arias A. A. (2016). China's South-South Cooperation with Latin America and the Caribbean. *Journal of Developing Societies*, 32 (4).
- Holslag, J. (2008). Commerce and Prudence: Revising China's Evolving Africa Policy. *International Relations of the Asia-Pacific*, 8.
- Kaplan, S. B. (2016). Banking Unconditionally: the Political Economy of Chinese Finance in Latin America, *Review of International Political Economy*, 23 (4).
- Kapustina L., Lipková L., Silin Y. & Drevalev A. (2020). US-China Trade War: Causes and Outcomes", *SHS Web of Conferences*, 73.
- Levy, K. & Rose C. (2019). Are China and Japan Rivals in Latin America? A Rivalry Perception Analysis. *The Pacific Review*, 32 (5).

Li, H. (2007). China's growing interest in Latin America and its implications. *Journal of Strategic Studies*, 30 (4-5).

Liqun, Z. (2010). *China's Foreign Policy Debates*. Chaillot Papers.

Liu, A. P. L. (2009). Rebirth and Secularization of the Central Party School in China, *The China Journal*, 62.

Maele, D. L. V. (2017). Xi Jinping and The Sino – Latin American Relations in The 21st Century: Facing The Beginning of A New Phase?, *JCIR*, 5 (1).

Mann, M. (2013). The End of Capitalism?. *Análise Social*, 48 (209).

Men, H. & Tsang, S. (2016). Genesis of a Pivotal Decade, Steve Tsang ve Honghua Men (ed.), *China in the Xi Jinping Era*. Palgrave Macmillan.

Narins, T. P. (2018). Chinese Trade in Latin America Compared to the European Union and the United States: The Case of Technology-Intensive Exports, *The Professional Geographer*, 70 (2)

O'Leary, G. (1979). Chinese Foreign Policy under Attack: Has China Abandoned Revolution?. *The Australian Journal of Chinese Affairs*, (1).

Pieke F. N. (2009). *The Good Communist: Elite Training and State Building in Today's China*. Cambridge: Cambridge University Press.

Saich, T. (2004). *Governance and politics of China*. New York: Palgrave Macmillan.

Sally, R. (2006). China's Trade Policies in Wider Asian Perspective, Yang Yao, Linda Yueh (ed.), *Globalisation and Economic Growth in China*. Singapore: World Scientific Publishing.

Sanchez, P. M. (2002). The End of Hegemony? Panama and the United States, *International Journal on World Peace*, 19 (3).

Santibañes, F. (2009). An End to U.S. Hegemony? The Strategic Implications of China's Growing Presence in Latin America. *Comparative Strategy*, 28 (1).

Sung, Y. (2005). *The Emergence of Greater China: The Economic Integration of Mainland China, Taiwan and Hong Kong*. New York: Palgrave Macmillan.

Vadell, J. A (2019). China in Latin America: South-South Cooperation with Chinese Characteristics. *Latin American Perspectives*, 46 (2).

Wang, H. (2000). Multilateralism in Chinese Foreign Policy: The Limits of Socialization. *Asian Survey*, 40 (3).

Wise, C. & Ching, V. C. (2018). Conceptualizing China–Latin America Relations in the Twenty-first Century: the Boom, the Bust, and the Aftermath. *The Pacific Review*, 31 (5).

Yu, G. T (1977). China and the Third World, *Asian Survey*, 17 (11).

Zhang, K. & Xie, X. (2019). “Call me Comrade not Mister”: Vicente Rovetta and the Spread of Maoism in Latin America’s Global Sixties, *The Sixties*, 12 (2).

中华人民共和国外交部 (2023). 毛泽东主席关于三个世界的理论和一条线战略, https://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao_674904/wjs_674919/2159_674923/t8972.shtml

夏 焯 (2023). 习近平对和平外交政策的新发展. *改革开放刊*. <https://www.ixueshu.com/document/814a23b6b51168d4bb36ceacffc1dc9a318947a18e7f9386.html>

崔 守军 (2023). 中国和拉美关系转型的特征, 动因与挑战. *中国人民大学学报*. http://www.cssn.cn/gjgxx/gj_lmjj/201910/t20191031_5024195.shtml

左 晓园 (2023). 加强中拉文化外交 塑造中拉命运共同体. *中国社会科学网* http://cn.chinadiplomacy.org.cn/2021-05/19/content_77508989.shtml.)

常 晖 (2023). 面对中拉经贸合作, 欧盟为何忧心忡忡, 东方财经杂志官方澎湃号. https://m.thepaper.cn/newsDetail_forward_22731555.

张 凡 (2019). 中拉关系的问题领域及其阶段性特征——再议中国在拉美的软实力构建. *拉丁美洲研究*. 第 3 期.

张 可 (2012). 和谐世界理论研究. *经济视角刊*. 第四期, 第 125-126 页. <https://www.ixueshu.com/document/2824c82399116b7642d0b24f1b0ca67c318947a18e7f9386.html>

张 峰 (2012). 中国列外轮台议. *世界经济与政治*. 第三期、87 页 <https://www.ixueshu.com/document/3750cf6b88dc8b121d69c2936d67752c318947a18e7f9386.html>

沙 丁 & 杨 典求 (1983). 中国与拉丁美洲关系的历史演变. *历史教学*, 第七期, 第三十页. <https://www.ixueshu.com/document/cf576742b2e4e935c95988ac1ddb4671318947a18e7f9386.html>

海 尔 (2023). 一带一路的真实含义. *小康杂志*. 三百零五期, <https://www.ixueshu.com/download/99b122264be0bceef1ead50ead989a0c318947a18e7f9386.html>.

王 毅 (2013). 中国外交最鲜明特点是主动进取 . <http://news.takungpao.com/2014lh/article/2014-03/2334615.html>.

苏 格 (2017). 中国外交的伟大历史进程. *国际问题研究*. 第五期, (Su Ge, “Çin Diplomasisinin Tarihsel Gelişimi”), http://www.ciis.org.cn/gyzz/2017-09/28/content_40031950.htm.

谌 园庭 (2019). 中拉关系 70 年回顾与前瞻:从无足轻重到不可或缺. *拉丁美洲研究* 第 41 卷, 第 6 期.

赵 重阳 & 谌 园庭 (2017). 进入“构建发展”阶段的中拉关系. *拉丁美洲研究*. 第 5 期.

辛 尚 (2023). “和平共处的五项原则诞生末”. *时事报告大学生版*. 第一百零八页 <https://www.ixueshu.com/document/1a0a1ff99ddccf84eb1faaf1c1b968c5318947a18e7f9386.html>.

阎 博 (2008). *新世纪中国和拉丁美洲关系演进中的美国因素探析*. 暨南大学硕士学位论文, 第六页.

郑 亚丽 & 拜 喆喆 (2023). 洪都拉斯总统将访华 拉美国家为何纷纷“向东看”. https://tianmunews.com/news.html?id=2491381&from_channel=5d8b4d25cf8dfd0001a4143c&top_id=2491383.

Xinhua Haber Ajansı (2023). 15.04.2023, https://www.gov.cn/yaowen/2023-04/15/content_5751706.htm.)

中国政府网. “一个中国原则”. http://www.gov.cn/test/2005-07/29/content_18293.htm

金 灿荣 & 金 君达 (2018). “改革开放四十年的中国外交”, *太平洋学报*, 第 10 期, 第 1-8 页.

Yayın Geliş Tarihi: 25.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 09.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1380906>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 340-371
E-ISSN: 1308-0911

Derleme Makalesi

YENİLENMİŞ ÜRÜNLERİN YÜKSELİŞİ: SÜRDÜRÜLEBİLİR EKONOMİYE YÖNELİK ÜRETİM VE TÜKETİM ÜZERİNE ÇÖZÜM ARAYIŞLARI

Nilay SAYAN*

Tuncay TAŞKIN**

Öz

Covid-19 pandemisi sonrası dünyada yaşanan ham madde, üretim ve enerji krizi ekonomik krizi de tetikleyerek ve geniş bir kesimi etkisi altına alarak dünya nüfusunun büyük bir kısmını yoksullaştırmıştır. Gerek iklim değişikliği gerekse de ham madde kaynaklarında yaşanan ciddi sıkıntılar sebebiyle işletmeler ve tüketiciler sürdürülebilir çözümlerde çare aramaya başlamıştır. Döngüsel ekonomi, kullanılmış ürünlerin yeniden kullanılmasını ve geri dönüştürülmesini teşvik ederek, kaynakların korunmasına ve çevresel sorunların azaltılmasına yardımcı olur. Döngüsel ekonominin önemli bir parçası olan yenilenmiş ürünler, daha az kaynak kullanımı ve daha az atık üretimi ile daha sürdürülebilir bir tüketim şeklidir. Sürdürülebilir tüketim ve yeniden kullanım, yoksullaşma sorunlarına alternatif çözümler sunarak, ekonomik kaynakların daha etkin kullanılmasını sağlayabilir. Özellikle son yıllarda, tanınmış bazı markaların yenilenmiş ürünler geliştirmesi ve pazara öncülük etmesi ile birlikte, yenilenmiş ürün pazarının daha da büyüyeceği öngörülmektedir. Bu sebeplerle, bu çalışmada; yoksullaşma, iklim değişikliği, sürdürülebilirlik ve döngüsel ekonomi çerçevesinden yenilenmiş ürünlere ihtiyacın doğuşu ve bu ürünlerin üretim ve tüketimi literatür açısından ele alınarak incelenmiştir. Teorik bulguları sektörel örneklerle desteklemek amacıyla çalışmanın sonunda, yenilenmiş ürün sektörüne yönelik gelişmeler ürün bazında detaylıca paylaşılmıştır. Bu çalışmayla yenilenmiş ürünlerin pratikteki uygulamaları teorik olarak değerlendirilerek uygulayıcılar ve araştırmacılar için yeni ve farklı bakış açıları geliştirilmesine katkı sağlamak, yeni çalışmalara temel oluşturmak ve ilham vermek hedeflenmiştir.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Sayan, N. & Taşkın, T. (2024). Yenilenmiş ürünlerin yükselişi: sürdürülebilir ekonomiye yönelik üretim ve tüketim üzerine çözüm arayışları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 340-371.

*Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi, SBE, ORCID: 0000-0002-3539-4359, nilaysyn@gmail.com

**Bağımsız Araştırmacı, ORCID:0000-0002-7730-6652, tuncaytaskin@gmail.com
Bu çalışma, etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

Anahtar Kelimeler: *Döngüsel Ekonomi, Sürdürülebilirlik, Yoksullaşma, Yenilenmiş Ürünler, Sürdürülebilir Üretim ve Tüketim.*

Jel Sınıflandırması: *A10, Q5, M10.*

THE RISE OF REFURBISHED PRODUCTS: THE SEARCH FOR SOLUTIONS ON PRODUCTION AND CONSUMPTION FOR A SUSTAINABLE ECONOMY

Abstract

The raw material, production and energy crisis experienced in the world after the Covid-19 pandemic has impoverished a large part of the world population by triggering the economic crisis and affecting a large segment. Due to both climate change and serious shortages in raw material resources, businesses and consumers have started to look for sustainable solutions. Especially in recent years, with some well-known brands developing refurbished products and leading the market, it is predicted that the refurbished product market will grow further. By encouraging the reuse and recycling of used products, the circular economy helps conserve resources and reduce environmental problems. Refurbished products, which are an important part of the circular economy, are a more sustainable form of consumption with less resource use and less waste production. Sustainable consumption and reuse can provide more effective use of economic resources by providing alternative solutions to the problems of impoverishment. For these reasons, this study analyses the emergence of the need for refurbished products and the production and consumption of these products from the perspective of impoverishment, climate change, sustainability and circular economy. In order to support the theoretical findings with sectoral examples, at the end of the study, developments in the refurbished products sector are shared in detail on a product basis. This study aims to contribute to the development of new and different perspectives for practitioners and researchers by theoretically evaluating the practical applications of refurbished products, and to provide a basis and inspiration for new studies.

Keywords: *Circular Economy, Sustainability, Poverty, Refurbished Products, Sustainable Production and Consumption.*

Jel Codes: *A10, Q5, M10.*

GİRİŞ

1960'larda dünyanın sınırlı kaynaklarının; ekonomik büyümeyi sınırlayacağına dair erken endişelerle başlayan sürdürülebilirlik düşüncesi, ekonomik ve yönetim faaliyetlerini, toplumsal konuları, ekolojik ve çevresel hususları kapsayacak şekilde genişlemiştir (H., Meadows, Randers, & Behrens III, 1972, s. 25). İklim değişikliği, kirlilik, çevresel bozulma, tükenen kaynaklar ve dünyadaki sürekli açlık ve yoksulluk gibi birçok küresel sorunla mücadele etmek için hükümetler ve işletmelerin birlikte hareket etmesi gereği gitgide daha yaygın biçimde kabul görmeye başlamıştır. Ancak bugüne kadar, pazar odaklı ticari faaliyetlerin bir sonucu olarak ortaya çıkan sürdürülemez üretim ve tüketimi durdurmak veya geri çevirmek oldukça zor olacaktır. Pazarlama, piyasaya yönelik

tüketim odaklı uygulamalarıyla, bilinçli ya da bilinçsizce bu sürdürülemez üretim-tüketim pratiklerini teşvik etmiş olabilir (J. N. Sheth & Parvatiyar, 2021, s. 149). Bu nedenle, pazarlamanın, yalnızca tüketici ve Pazar ihtiyaçlarına cevap vermekten ziyade, pazarları sürdürülebilir ürün ve hizmetlere yönlendiren ve sürdürülebilir toplumlar oluşturan daha sorumlu bir yaklaşıma dönüşmesi gerekmektedir. (J. N. Sheth & Parvatiyar, 2021, s. 150).

Bireyler hayatlarına devam ederken ve işletmeler rutin faaliyetlerini sürdürürken kaynakların sonsuz olmadığı bilinciyle davranmaları gerekir. Bu gerekliliği Çoban (2016) iklim meselesine odaklanarak şöyle açıklamıştır: “Toplumsal adaletsizlik iklim adaletsizliğine yol açmakta ve iklim adaletsizliği ise toplumsal adaletsizliği derinleştirmekte” (Çoban, 2016, s. 14) ve dahası Çoban “iklim adaletsizliği, iklimdeki değişimin oluşmasında en az sorumluluğu olanların değişen iklimin etkilerinden en çok etkilenenler yani iklim değişimine en az katkıda bulunanlar” (Çoban, 2016, s. 22) olduğuna dikkat çekmektedir İklim değişikliği ve buna paralel olarak savurganca kullanılan doğal kaynaklar, çevreye saçılan atıklar, hızlı sanayileşme vb. birçok etken biyoçeşitlilik kaybı, kaynakların tükenmesi, çevre kirliliği, kıtlık gibi birçok probleme ortam hazırlamaktadır. Dünyanın bugün ve gelecekte yaşanılır bir yer olarak kalabilmesi için sadece bireylerin değil, işletmelerin de ürün ve hizmet üretimlerinde sorumlu davranışlar sergileyerek sürdürülebilirlik konusunda etkin rol almaları gerekmektedir (Dönmez & Taşkın, 2023, s. 223). Kaynakların sınırlılığı, iklim değişikliği ve çevresel sorunlar gibi önemli zorluklarla karşı karşıya kalan dünya, sürdürülebilir bir geleceğe doğru ilerlemek için yenilikçi yaklaşımları benimsemek ve dönüşmek zorundadır.

Bilinçli tüketici sayısındaki artış; tüketim çağının eski popülaritesini yitirmesinde etkili olmakla birlikte, Y ve Z kuşağının çevre sorunlarına karşı duyarlı oldukları ve çalışanlar olarak iş dünyasında geniş bir kesimi oluşturmaya başladıkları da bilinen bir gerçektir (Keşgin, 2022, s. 90). Bu gerçekler, insanların dünyaya bakışını değiştirerek üretim ve tüketimde daha sorumlu davranmalarına yol açmaktadır. Bununla paralel olarak; markalar, çevreye duyarlı veya aktivist tüketicilerin çevre ve sürdürülebilirlik konusundaki hassasiyetlerini dikkate alarak ve kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerinin bir parçası olarak geri dönüştürülmüş, yenilenmiş ürünler üretmeye başladılar. Buradan hareketle, sürdürülebilirliğin ürün geliştirmenin itici güçlerinden biri haline geldiğini söylemek mümkündür. Ayrıca, dünyada ikinci el pazarına talepte de ciddi bir artış yaşanmaktadır (Liu, Lei, Huang, & Leong, 2018, s. 199). Haliyle tüm bunlar kaynakları mümkün olduğunca verimli bir şekilde kullanarak atık ve kaynak tüketimini minimize etmeyi amaçlayan bir ekonomi modeli olan döngüsel ekonomiye de katkıda bulunmaktadır. Özetle hem hedef kitle hem de sürdürülebilirlik açısından bu pazarın daha da büyüyeceği aşikârdır (Sayan, 2022b, s. 53).

Döngüsel ekonomi, kullanılmış ürünlerin yeniden kullanılmasını ve geri dönüştürülmesini teşvik ederek, kaynakların korunmasına ve çevresel sorunların azaltılmasına yardımcı olmaktadır. Sürdürülebilir tüketim modellerini teşvik etmede

önemli bir yaklaşım sunan döngüsel ekonomi modeli, ürünleri yenileyerek temel değerlerini korumayı amaçlamaktadır. Yenilenmiş ürün kullanımı, daha az kaynak kullanımı ve daha az atık üretimi ile daha sürdürülebilir bir tüketim şeklidir. Özellikle kaynakların azalması, çevresel sorunlar ve artan yoksullaşma göz önüne alındığında, ürünlerin geri dönüşümü ve yeniden kullanımı giderek daha önemli hale gelmiştir (Tuncer & Alaeddinoğlu, 2023, s. 114). Yenilenmiş ürünler; kullanılmış/eski ürünleri alıp onları yenilemeyi ve sonrasında ise neredeyse yeni bir ürünle aynı garanti haklarını sunarak tekrar satmayı kapsayan operasyonel bir süreçtir. Başka bir ifadeyle, “yenileme (veya yeniden üretim); kullanılmış bir ürünü, arızalı, hasarlı veya bozulmaya yakın ana bileşenleri temizleyerek, değiştirerek ve/veya onararak ve bir ürünün görünümünü güncellemek için kozmetik değişiklikler yaparak iyi çalışır duruma getirme işlemidir” (Mugge, Jockin, & Bocken, 2017, s. 284). Sürdürülebilir tüketim ve yeniden kullanım, ekonomik kaynakların daha etkin kullanılmasını sağlayabilir. Bu şekilde hem çevreye daha az zarar verirken hem de ekonomik sürdürülebilirliği destekleyerek yoksullaşma ile mücadeleye katkıda bulunabilir. Yenilenmiş ürünler, daha düşük gelirli kesimler için daha erişilebilir ve sürdürülebilir bir çözüm yolu olabilecektir (Philip Kotler, 2020; Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 57-59). Bu sayede, hem çevresel hem de insani perspektifte refah yaratımı ve refah bölüşümünü destekleyerek adil dağılıma katkı sağlayacaktır (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 65, 66).

Dijital dönüşüm, üretimde farklı değer yaratmaya yönelik inovasyon modellerini yeniden şekillendirdi. Teknolojik yenilikler ve gelişmelerdeki değişimlere işaret eden dönüşüm çağı (Gao, Zhang, Guan, Feng, & Mardani, 2023, s. 113387); aynı zamanda toplumsal (farkındalık ve sorumluluk bilinci), ekonomik (ekonomik kriz), çevresel (iklim değişikliği, kaynak kıtlığı) değişimlere de sirayet etmektedir. Birçok alanda, eski sistemler, düzenler ve alışkanlıklar özellikle Covid-19 pandemisi ile birlikte gözden geçirilerek değişime uğrayarak hala dönüşmektedir (Ali, Ullah, Ahmad, Cheok, & Alenezi, 2023, s. 23335,23336). Bu dönem, sürdürülebilir bir ekonomiye doğru ilerlemenin önemli bir adımı olan yenilenmiş ürünlerin yükseldiği bir çağı temsil etmektedir. Yenilenmiş ürünlerin refah kaybı ve adaletsiz refah dağılımını azaltmada da önemli bir rol oynayacağı varsayımından hareketle gerek üretici gerekse de tüketici tarafında yenilenmiş ürünlere duyulan ihtiyacı, sürdürülebilirlik ve yoksullaşma açısından ele aldığımız bu çalışmada; literatür taraması sonucu elde ettiğimiz bilgileri derleyerek alana katkı sunmayı ve hem refah yaratımı ile refah bölüşümü hem de sürdürülebilirliğe farklı bir perspektiften bakılması gerektiği konusunda farkındalık oluşturarak yeni çalışmalara temel oluşturmayı amaçladık.

DÖNGÜSEL EKONOMİ

Döngüsel ekonomi, doğrusal ekonomideki üretim modeline ait al-üret-at anlayışının çevre ve ekonomi üzerindeki olumsuz etkilerini bertaraf etmek gayesiyle tasarlanmıştır. Literatürde döngüsel ekonominin çeşitli tanımlarıyla karşılaşılmakla

beraber bu anlayışın temelinde üç ilke yattığı söylenebilir (Balbay, Sarıhan, & Avşar, 2021, s. 558): 1) Ham madde kullanımını ve atıkları azaltmak, 2) Ürünlerin kullanım ömrünü uzatmak, ürün veya ürünü oluşturan bileşenlerin yeniden kullanımını sağlamak ve 3) Geri dönüştürmek.

Murray, Skene, & Haynes (2017)'e göre döngüsel ekonomi terimi hem sözel hem de tanımlayıcı bir anlama sahiptir ve doğrusal bir ekonominin zıt anlamını ifade etmektedir. Doğrusal bir ekonomi, doğal kaynakları üretim yoluyla atığa dönüştürdüğünden iki şekilde bozulmaya yol açmaktadır. Birincisi, ham madde alımı sonucunda doğal sermayenin çevreden uzaklaştırılmasının yanı sıra, bu alım sürecinde meydana gelen kirlenme; ayrıca, kaynakların kendini yenileyemeyen bir hızda tüketilmesi gibi durumları içermektedir. Bu noktada belirtmek önemlidir ki, tahribat sadece kirlenme ile sınırlı değildir, aynı zamanda kaynakların sürdürülebilir bir şekilde kullanılmaması nedeniyle geniş bir etkiyi de içermektedir; ikincisi üretim ve tüketim aşamalarında atıklar nedeniyle kaynakların ve çevrenin kirlenmesi. Döngüsel ekonomi; yavaş malzeme akışıyla başarılı döngüler oluşturmayı, tüketici olmaktan kullanıcı olmaya geçişi sağlamayı ve döngüsellik yoluyla büyümeyi hedeflemektedir (Lazarevic & Valve, 2017, s. 60). Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE)'na göre döngüsel ekonomi; kirliliği ve israfı en aza indirmeyi, ürün yaşam döngülerini uzatmayı ve fiziksel ve doğal varlıkların geniş paylaşımını sağlamayı amaçlayan yeni ve kapsayıcı bir ekonomik paradigmadır (UNECE, 2022). Geissdoerfer, Savaget, Bocken, & Hultink (2017), döngüsel ekonomiyi; malzeme ve enerji döngülerini yavaşlatarak, kapatarak ve daraltarak kaynak girişinin ve atıkların, emisyon ya da enerji sızıntısının en aza indirildiği yenileyici bir sistem olarak; sürdürülebilirliği ise ekonomik performans, sosyal kapsayıcılık ve çevresel esnekliğin dengeli entegrasyonu olarak tanımlamaktadır. Her ne kadar bu iki tanımda kavramlar birbirinden farklı olarak ifade edilmiş olsa da, her iki kavramın da ulaşmak istediği nokta açısından ortak bir paydada birleştiği görülmektedir: Kaynakların kıtlığının gözetilerek üretime dahil edilmesi, ürünlerin kullanımı/yeniden kullanımı ve atıkların azaltılması/geri dönüştürülmesiyle bugünkü ekonomiye katkı sağlayarak, gelecek nesillere daha yaşanılabilir bir dünya bırakma amacını taşımaktadır. Yüksek düzeyde döngüsel ekonomi, bir ekonomiyi yeniden düşünmek ve onarmak için zorlayıcı bir çerçeve sağlamaktadır. Döngüsel ekonomi, sistemde değişimi temsil etmektedir. Bu değişiklik, üreticilerin sunacakları ürünlerin üretim, tüketim hatta tüketim sonrasındaki tüm ekonomik ve çevresel etkilerini hesaplayarak üretim aşamalarında yapacakları değişimdir. Günümüzde bilinçlenen tüketici, ürünlerin içerik ve kaynaklarını ürün üzerindeki etiketler vasıtasıyla öğrenerek tüketimini tercihlerine uygun şekilde yapmaktadır. Birçok yerde ve birçok üründe üretim süreçleri üreticiler tarafından işletmeye ait hassas bilgi olarak değerlendirildiğinden şeffaflık içermesi gereken veriyi kamusal bilgi olmaktan çıkarsa da gün geçtikçe çevre ve sürdürülebilirlik açısından bilinçlenen tüketici ürün üzerindeki etiket ve açıklamaları arar hale gelmiştir. Bununla birlikte; çevreye duyarlı üretim tek başına bu tercihlerde yeterli olmamaktadır. Tüketici, daralan ekonominin etkisiyle ürünlerin kullanım sırasındaki enerji, su gibi

kaynakları ne kadar etkilediğini, çevreye verdiği zararın ne kadar az olduğunu dikkate almanın yanı sıra ekonomik olarak da hem uygun fiyatlı ürünleri hem de kullanım sonrasında nasıl yeniden kullanılabilirliğini hesaba katmaktadır. Tüketicilerin bu hassasiyetleri yatırımcıları da bu yönde duyarlı davranışlara itmektedir. Döngüsellik ve/veya sürdürülebilirlik için iş modeli inovasyonu, şirketlerin rekabet avantajını sürdürme yarışında temel hale gelmektedir. Büyük ölçüde bağımsız olarak iki farklı bilgi alanı olarak ele alınsalar da her iki akışın kesişiminden geleni yakalama fırsatı oluşmaktadır (Pieroni, McAlloone, & Pigosso, 2019, s. 198).

Diğer bir önemli nokta ise, döngüsel ekonominin, finansal getiriler konusundaki yönlendirmesidir. Üretim /tüketim ve tüketim sonrası aşamalarda döngüsel ekonomi uygulamaları yatırımcıları da cezbetmektedir. İşletmelerin çevresel ve sosyal konulardaki fırsat ve tehditleri yönetmedeki performansları da işletmelerin değerlemesi açısından önemli bir ölçüt haline geldiğinden yatırımcılar artık sadece finansal göstergelere bakmayıp sosyal ve çevresel performansları da dikkate almaktadır (BIST, 2014, s. 19; Dönmez & Taşkın, 2023, s. 223) . Bu tip bilgi boşluklarını kapatmak, aynı zamanda yatırımcıların değerlendirme aşamasında işletmelerin değerine olumlu katkı sağlamaktadır. Aynı zamanda döngüsel ekonomi uygulamalarının getireceği sistemsel sonuç zamanla işletmelerin kârlılığın da katkı sağladığından yatırımcıların değerlendirdiği bir kriter haline gelmektedir. Paydaşlara ilerlemeyi göstermek ve katılımı sürdürmek için önemlidir (Watt, 2022).

Döngüsel ekonomi uygulaması için üretim ve tüketim alışkanlıklarını değiştirmek gerekmektedir. Ticaretin çoğunun son derece küreselleşmiş değer zincirlerindeki parça ve bileşenlerde gerçekleştiği bir dünyada, küresel kaynak döngüsellikini teşvik etmek, uluslararası kurallar ve iş birliğinin yanı sıra eğitimle yetkilendirilmiş bireyler ve tüketicilerden geçmektedir (UNCTAD, 2022). Üretim aşamaları yeniden tasarlanarak kullanılan ham maddelerin yeniden seçimiyle çevreye ve ekonomiye en az zararlı ve geri dönüştürülebilir ürünlerin daha dayanıklı üretilmesi/ kullanım ömrünün uzatılması mümkün olabilmektedir. Ayrıca tüketicinin de yeni ürün satın almaya başvurma yerine onararak tamir etme ya da ikinci el satın alma hatta kiralarak kullanma tercihlerinin artırılması ile tasarruflu bir kullanım zemini oluşturulabilmektedir. Son olarak kullanım sonrası geri dönüşüm de doğrudan çevreye ve ekolojiye verilen zararı minimize etmektedir (Gedik, 2020, s. 28).

Hükümetler, şirketler ve toplumlar israfı ortadan kaldırmanın yanı sıra atıkların toplum üzerindeki olumsuz etkilerini de azaltmak amacıyla döngüsel ekonomiye başvurmaktadır (Balbay, Sarıhan, & Avşar, 2021, s. 561). Yılda 100 milyar tonu aşkın kaynak ekonomiye aktarılmaktadır. Aktarılan kaynakların yaklaşık %60'ı ise çevresel atık haline geldiğinden iklim krizini tetiklemektedir (Balbay, Sarıhan, & Avşar, 2021, s. 557). UNECE'nin Ekonomik İş Birliği ve Ticaret Bölümü (ECTD)'nin döngüsel ekonomiye destekleyen çözümleri şu şekilde belirtilmektedir:

• *The sustainability pledge*: BM’de hazır giyim ve ayakkabı sektöründe sürdürülebilirliği sağlamanın uygulanabilir bir yolunu bulmak için hazırlanan bir taahhüt.

• *FeedUP@UN*: UNECE tarafından kaybolan veya başka bir şekilde israf edilen gıdaları kaydetmek için tasarlanmış yenilikçi bir dijital çözümdür.

• *Standards for the SDGs*: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri için Standartlar (UNECE, 2022).

Döngüsel ekonominin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için Avrupa Komisyonu tarafından yayımlanan Döngüsel Ekonomi Eylem Planı (European Commission, 2015), Avrupa Komisyonu Yeşil Mutabakat Eylem Planı (European Commission, 2019), Yeni Döngüsel Ekonomi Eylem Planı (European Commission, 2020) ile 2050 yılında karbon-nötr hedeflenmektedir. Türkiye’de ise bu konuda atılan adımlar Sıfır Atık Projesi (T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2017), Türkiye Depozito İade Sistemi Projesi (T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, 2023), Yeşil Mutabakat Eylem Planı (European Commission, 2019), Paris Anlaşması (United Nations Climate Change, 2015) şeklindedir (Mısır & Arıkan, 2022).

İşletmeler açısından bakıldığında hazırlanan iş modelleri teknolojinin gelişmesi ve kullanımının artması sayesinde yeniden şekillendirilmelidir Tablo 1’de Osterwalder Alexander & Yves (2009. s. 44) tarafından hazırlanan iş modeli, döngüsel ekonomiye göre yeniden yorumlanmıştır.

Tablo 1. Döngüsel Ekonomiye Göre Yeniden Yorumlanan İş Modeli

<p>Ortaklıklar</p> <p>Kurulabilecek ortaklıklar ve iş birlikleriyle döngüsel ekonomi desteklenebilir</p>	<p>Kilit kaynaklar</p> <p>Hammadde / ürün bileşenlerinde doğaya dönüşümü kolay, çevre kirliliği oluşturmayacak onarıma uygun, kaynakların seçilmesi - Fiziksel, finansal ve insan kaynakları</p> <p>Kilit aktiviteler</p> <p>Her türlü teknolojik değişim, yeniden üretim veya geri dönüşüm</p>	<p>Değer öneriler</p> <p>Ürünlerin müşteri ihtiyaçlarına göre üretilmesi ve fayda oluşturması- Çevreye atık oluşturmaması /geri dönüştürülebilir ve tekrar kullanılabilir olması</p>	<p>Müşteri ilişkileri</p> <p>Üretim ve tüketim aşamasındaki çevre dostu uygulamalar hakkında müşteriler bilgilendirilebilir. Satış sonrası servis hizmetleri artırılabilir. Geri dönüşüme iade teşvik kampanyaları oluşturulabilir.</p> <p>Kanallar</p> <p>İletişim, satış ve dağıtım kanalları ile müşteri ilişkilerinin pratikliği ve dijital yolların kullanımı</p>	<p>Müşteri segmentleri</p> <p>Segmentlere göre üretim yapılarak israfın önlenmesi</p>
---	---	---	--	--

Maliyet Yapısı: Muhasebe ilkelerine uyarak işletmeye ve müşteriye ekonomik anlamda uygun fiyat çıkarılması/ müşterinin kullanılmış ürünü iade etmesinin teşvik edilmesi	Gelir Akışı: Başarılı değer önerilerinin karşılığı
--	--

Kaynak: (Osterwalder Alexander & Yves, 2009, s. 44).

Teknolojik değişim, rekabet güçleri, müşteri talebindeki değişim ve sosyal veya yasal çevredeki değişimler iş modelini doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen baskılardır. İşletmeler bu baskılar çerçevesinde iş modellerini şekillendirmektedir. Teknoloji, işin her yönüne giderek daha fazla uygulanmaktadır. İşletmeler teknoloji nedeniyle düşen iletişim ve koordinasyon maliyetleri sayesinde daha verimli çalışmaya başladılar. Tüketim kalıplarındaki değişiklikler, gelir artış veya azalışları yahut değişen modalar da iş modellerinin şekillenmesine katkı sağlamaktadır. Ayrıca belirli bir teknolojinin geniş bir çoğunluk tarafından kullanılması ve sosyal kabulü, tamamen yeni pazarlar ve yeni müşteri talepleri açabilmektedir (Osterwalder, 2004, s. 18,19).

Günümüzde çevre kirliliği ve iklim değişikliği gibi unsurlar da iş modellerinin şekillenmesine etki etmektedir. Bu sadece işletmelerin bir duyarlılığı olarak değil; yasalar, sivil toplum kuruluşları ve müşterilerin duyarlılığı hatta yatırımcıların ya da iş ortaklarının duyarlılığı ile de gerçekleşmektedir. Hükümetler çevre, iklim ve sürdürülebilirlik konusunda hedefler koymakta ve bu yönde uygulamalar geliştirmektedir. Sivil toplum kuruluşları toplumu bilinçlendirme yolunda aktiviteler düzenlemektedir. Müşteriler daha bilinçli ve duyarlı davranışlarla tüketim tercihleri yapmaktadır. Yatırımcılar yatırım yapacakları işletmelerin sadece finansal durumları ile değil sosyal ve çevre konularındaki önlem ve faaliyetleri ile de ilgilenmektedir. İş ortakları da bu konularda duyarlı işletmelerle ortaklığa gitmektedir (BIST, 2014, s. 1; Dönmez & Taşkın, 2023, s. 223). İlâveten; Covid-19 sonrası daralan ekonomi, Rusya-Ukrayna Savaşının tetiklediği enerji krizleri ve ülkelerdeki yüksek enflasyon gibi sorunlar satın alma davranışlarını etkilemektedir. Tüm bu gidişatta işletmeler için maliyeti düşürmek ve kârlılığını artırmak ve de müşterilere değer sunmak gibi hedeflere ulaşmalarında dönüşüm ekonomisi çözüm olarak görülmektedir. Döngüsel ekonomi; iklim değişikliği, biyolojik çeşitlilik kaybı, atık ve kirlilik gibi küresel zorluklarla mücadele eden bir sistem çözümü çerçevesi (Ellen Macarthur Foundation, 2022) olması nedeniyle de hem ekonomi açısından tasarruf getirecek hem de gelecek nesillere mirasımızı iyileştirerek sürdürülebilirlik kapsamında fayda sağlayacaktır. Kullanılıp atılan ekonomiyi; atıkların ortadan kaldırıldığı, kaynakların dolaşıma girdiği ve doğanın yeniden canlandırıldığı bir ekonomiye dönüştürmek için işletmeler bu dönüşüme hız ve önem vermelidir.

Aşağıda bahsettiğimiz dört örnek üzerinden yapacağımız değerlendirmeye göre bakıldığında da döngüsel ekonomi uygulayan işletmelerin ekonomik, sosyal ve çevresel katkıları olduğu görülmektedir:

Thredup (Kuruluş 2009, Menşei: ABD): İkinci el giysi alıp satmanın daha akıllı ve daha kolay bir yolunu oluşturmuştur. Tüketicilerden posta yoluyla gelen kullanılmış/markalı giysiler yırtık, eski vb. aşınmalarına göre ayrıştırıldıktan sonra fiyatlandırılarak ve fotoğraflanarak çevrim içi satışa sunulmaktadır. Thredup'ın web sitesinde belirttiğine göre; ABD'deki herkesin 2020'de yeni ürün yerine kullanılmış bir ürün satın alması durumunda çevresel kirlilik açısından 18.700 dolu çöp kamyonuna denk 200 milyon kilo çevresel atık azalmış olacak, doğal kaynakların kullanımı açısından 1,25 milyar duşa denk 100 milyar litre sudan tasarruf edilecek ve 3,6 milyon değerindeki karbon ayak izini karşılayacak 66 milyon dikili ağacın yok olması engellenebilecektir (Thredup Inc.).

Vestiaire Collective (Kuruluş 2009, Menşei: Fransa): Bireylerin ikinci el moda ürünleri alıp satmalarını sağlamak için kurulmuştur. Şu anda 80 ülkede 11 milyon üyesi bulunmaktadır. Ortalama bir ikinci el satın alma 1 kg atık, 3.040 litre su, 22 kg CO2 tasarruf sağlamaktadır. Böylece daha az kaynak kullanılmakta ve daha az atık oluşumu sağlanmaktadır (Vestiaire Collection, 2022).

Kaer (Menşei: Singapur): İşletme, soğuma için klima vb. cihaz satışı yerine soğutmayı bir hizmet olarak sunmaktadır. Sorunları çok yönlü ele alarak bina sahiplerinden klima sisteminin tasarımını, kurulumunu ve çalışmasını Kaer'e bırakmasını sağlayarak soğutmada bina ekipmanı sermaye maliyetlerini değiştirmektedir. Bina soğutma sistemlerinin çalışmasını optimize etmek için akıllı yapay zeka ve IoT teknolojisiyle, gerektiği gibi klima üniteleri eklemek veya çıkarmak için modüler bir tasarım yaklaşımı kullanmakta ve tüketime dayalı sabit bir kullandıkça öde oranı önermektedir (Kaer, 2022).

H&M (Kuruluş 1947, Menşei: İsveç): H&M Group, mağazalarının çoğunda giyim ve tekstil toplama sistemi kurmuştur. Buna göre; tüketiciler, toplama noktalarına bıraktıkları eski kıyafetlerin karşılığında alışverişte kullanabilecekleri indirim kuponu kazanılabilmektedir. Toplama kutularına bırakılan eski kıyafetler üç kategoriye ayrılarak değerlendirilmektedir. 1) Tekrar giyilebilir 2) Tekrar kullanılabilir 3) Diğer. Birinci gruptaki tekrar giyilebilir eski kıyafetler ikinci el kıyafet olarak satışa sunulmaktadır. Tekrar kullanılabilir olanlar yalıtım veya temizlik bezleri gibi daha düşük değerli malzemelere dönüştürülmektedir. Diğer grubuna ayrılanlar ise kumaş lifi olacak şekilde makinelerde parçalanmaktadır (H&M, 2022, 2023).

Tekstil endüstrisinde üretim fazlası ve kaynak kullanımı, döngüsel ekonominin vurgulandığı önemli konular arasında yer almaktadır. Bu konudaki literatür, atık yönetimi, geri dönüşüm ve inovasyonun tekstil endüstrisinde nasıl ele alındığını incelemektedir. Sakthivel ve diğ. (2020) giysi atıklarından geri dönüştürülmüş pamuk/polyester ile geliştirilen ısı ve ses yalıtım malzemelerinin inşaat sektörü uygulamalarında kullanılabilmeleri üzerine yaptıkları çalışmada geri dönüştürülmüş pamuklu giysi atığı dokunmamış parçaların ses direncini %70'ten fazla emdiğini ve geri dönüştürülmüş dokunmamış parçaların en iyi yalıtım, akustik, nem emme ve lif özelliklerini sağladığını ortaya çıkarmıştır. Wang (2022) giysi

tasarımının tüm sürecini ve tasarım veri bilgilerini yönetmek için tekstil endüstrisinde bilgisayar destekli çalışmaların faydaları üzerine çalışmıştır. Sanal gerçeklik modeli ile giysinin parçalarını kesmeden fazla kumaşın çıkarılması ve yeniden kullanılmasının işletmelerde kaynakların etkili bir şekilde geri dönüştürülmesine olanak tanıyan bir teknoloji olduğunu savunmaktadır. Kırkhan & Salihoğlu (2023) çalışmasında tekstil üretimi ve tüketiminin çevre üzerindeki etkilerini incelemiştir. Üretim aşamasında kullanılan kaynakların yanı sıra yıkama, ağartma, renklendirme, boyama vb. işlemlerin ve bu işlemler esnasında kullanılan su ve enerji kullanımının çevreye etkilerine değinmiştir.

SÜRDÜRÜLEBİLİR ÜRETİM VE TÜKETİM ANLAYIŞININ ÖNE ÇIKMASI

Sürdürülebilir Üretim

Sürdürülebilir üretim ve tüketim, temelde sınırlı kaynaklarla karşılanması gereken sınırsız insan ihtiyaçları sorusu üzerine odaklanmaktadır. Tüketim ve üretim ilişkisi, sürdürülebilir bir bakış açısıyla ele alınarak, 20. yüzyılın sonlarından itibaren daha fazla önem kazanmıştır. Bu bakış açısı, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma gibi kavramların, yaşamsal önem taşıyan ihtiyaçların karşılanabilirliğini sürdürmek adına giderek daha kritik hale geldiği gerçeğine dayanmaktadır (Söylemez, Şahin, & Koç, 2017, s. 193)

Literatürde oldukça ilgi gören bir kavram olarak literatürde yerini alan sürdürülebilir üretim; doğayı kirletmeyen, doğal kaynakların korunmasına önem veren, işletmelerde maliyet etkinliği sağlayan, çalışanlar, toplum ve tüketiciler için güvenli ve sağlıklı, tüm çalışanlar için sosyal, yaratıcı ve yararlı bir şekilde sistem ve süreçler kullanarak mal ve hizmetlerin üretilmesi olarak tanımlanabilir (E. Turhan, Kartum, & Özdemir, 2018, s. 3).

Sürdürülebilir üretimin amacı, mal üretiminin doğal kaynakları korumasını ve çevrenin rejeneratif kapasitesini korumasını sağlamaktır. Sürdürülebilir ürünler, gelecek nesiller için yaşamın doğal temellerini diğer bir ifadeyle temiz su, sağlıklı toprak, biyoçeşitlilik, iklim dengelemesi ve ekosistem stabilitesi gibi ekosistem hizmetlerini güvence altına alır (ipoint, 2022).

COVID-19 salgını, küresel ve ulusal üretim sistemlerini ve ticareti büyük ölçekte etkilemiştir. Bu dönemde gıda, tekstil, otomotiv ve farmasötik ürünler gibi birçok temel öğenin mevcudiyeti ve üretimi büyük ölçüde azalarak arz ile talep arasında büyük bir uyumsuzluğa yol açmıştır. Aynı dönemde birçok üretim biriminin kapatılması ve lojistik ve dağıtım operasyonlarında önemli aksaklıklar yaşanması nedeniyle pandemi, üretimin çevresel yönü üzerinde olumlu bir etkiye sahip olmuştur. Bununla birlikte, tedarik zinciri ağı bu salgına karşı zayıf bir direnç göstermiş ve üreticilerin yaklaşık %35'i küresel koronavirüs pandemisi nedeniyle

tedarik zinciri ağının başarısız olduğunu bildirmiştir (Kumar, Luthra, Mangla, & Kazançoğlu, 2020, s. 2).

Küresel üretim-tüketim zincirleri ve yerel/bölgesel üretim-tüketim ağlarının çevresel ve kaynak kullanımı açısından karşılaştırılması önemlidir. Küresel zincirler, uzun taşıma mesafeleri ve karmaşık lojistik süreçleri beraberinde getirerek yüksek enerji tüketimine ve çevresel etkilere neden olabilir. Buna karşılık, yerel ve bölgesel üretim-tüketim ağları, daha kısa tedarik zincirleri ve yerel kaynak kullanımıyla çevresel etkileri azaltabilir. Ancak, yerel yaklaşımın bazı dezavantajları, özellikle özel ürünlerin ve kaynakların sınırlı olduğu durumlarda küresel uzmanlaşma avantajlarını kaybetme riskini içerir. Sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak için optimal bir denge bulunması, küresel ve yerel üretim-tüketim modellerinin dikkatlice değerlendirilmesini gerektirir (Yükselen, 2020, s. 64).

Sürdürülebilir Üretimin Bazı Boyutları

E. Turhan, Kartum, & Özdemir (2018)'e göre sürdürülebilir üretim; enerji ve doğal kaynakları kirlilikten korumak, ekonomik uyum ve tutarlılık, çalışanların, tüketicilerin ve toplumun güvenliği ve sağlığı, tüm çalışanlar için sosyal ve yaratıcı açıdan ödüllendirici mal ve hizmet üretmektir. Rauch, Dallinger, Dallasega, & Matt (2015)'e göre sürdürülebilir üretim sosyal, ekonomik, çevresel ekolojik ve kurumsal kavramları kapsar ve bu kavramların birbiriyle uyumlu ve dengeli olması son derece önemlidir.

Sürdürülebilirlik; işletmelerin, ürünlerin ve süreçlerin genel verimliliğinin optimizasyonunun bir parçasıdır. Tablo 2'de verilen sürdürülebilir üretimin boyutlarına bakıldığında genel olarak sürdürülebilirlik ekonomik, ekolojik ve sosyal olarak üç boyuta sahiptir. Enerji veya malzeme maliyetlerinin ekonomik etkinlik üzerinde etkisi vardır. Kaynakların azaltılması, ekonomik ve ekolojik etkinliğe bir katkıdır. Sosyal boyut ise çalışma koşulları, eğitim koşulları, beceriler ve diğerleri tarafından temsil edilmektedir. Bu model, dördüncü bir boyut olan politik-kurumsal boyut eklenerek genişletilebilir (Rauch, Dallinger, Dallasega, & Matt, 2015).

Tablo 2. Sürdürülebilir Üretimin Boyutları

Boyut	Özellikler
Ekonomik	Ekonomik büyüme, kâr, tasarruf, pazar genişletme, maliyetleri yansıtırma
Ekolojik	Taşıma kapasitesini aşmama, kaynakların korunması, sürdürülebilir verim, biyoçeşitliliğin korunması
Sosyal	Yerel özgüven, temel insan gereksinimleri, eşitlik, katılım, sosyal hesap verebilirlik, uygun teknoloji
Kurumsal	Sürdürülebilirliğin kurumsal boyutta hedefini gerçekleştirebilmek için kurumların ekonomik, sosyal ve çevresel sermaye temellerini korumaları ve güçlendirmeleri gerekmektedir (G. D. Turhan, Özen, & Albavrak, 2018).

Kaynak: (Rauch, Dallinger, Dallasega, & Matt, 2015, s. 547,548).

Sürdürülebilir Tüketim

Sürdürülebilir tüketimin tanımı konusunda araştırmacılar fikir birliğine varmakta zorlanmışlardır. Bazı araştırmacı ve uzmanlar bu konuyu bir üretim sorunu olarak gördüklerini ve çevresel kaygıları azaltmak için üretim sürecinin iyileştirilmesini/üretim verimliliğinin artırılmasını önerdiklerini belirtmişlerdir. Bazı araştırmacılar ise sürdürülebilir tüketimi; pazarların yeşillenmesine veya basitleştirilmiş yaşam tarzlarına geçişe bağlama eğiliminde olarak değerlendirmişlerdir. Günümüz küresel kapitalist ekonomi koşulları değerlendirildiğinde sürdürülebilir bir yaşam tarzını benimsemek, tüketicilerin kendi ekonomik koşullarına göre karşılayabileceği veya karşılayamayacağı bir seçimdir. Diğer bir ifadeyle sürdürülebilir bir yaşam tarzını benimsemek, bireylerin gelir seviyeleri ve finansal olanakları gibi faktörlere bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Bazı tüketiciler için sürdürülebilir ürün ve hizmetlere erişim ekonomik açıdan kolay olabilirken, diğerleri için zorlayıcı olabilmektedir. Bu durum, sürdürülebilir tüketim tercihlerinin bireyler arasında farklılık gösterdiği gerçeğini ortaya koymaktadır ve toplumsal eşitsizliklerin de görünür hal geldiği bir konudur. Belirli tüketim kalıplarını takip etmeleri için tüketicileri yönlendirmek ve eğitmek mümkündür, ancak onları sürdürülebilir tüketim davranışlarını benimsemeye zorlamak çoğu zaman mümkün olmamaktadır (Leal Filho ve diğ., 2022, s. 2).

Sürdürülebilir tüketim kavramı genellikle insan ihtiyaçları, eşitlik, yaşam kalitesi, kaynak verimliliği, israfın azaltılması, yaşam döngüsü düşüncesi, tüketici sağlığı ve güvenliği, tüketici hakları gibi konuları kapsayan geniş bir perspektifi ifade etmektedir (Mont & Plepys, 2008, s. 2).

Bu konuda devletlerin, sermaye sahiplerinin ve sivil toplumun pozisyonu ve görevi şu şekilde değerlendirilebilir (T.C. Bilim Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı, 2018):

1. **Devletlerin Rolü:** Devletler, sürdürülebilir tüketimi teşvik etmek ve yönlendirmek için ekonomik politikalar, düzenlemeler, vergi politikaları ve teşvikler gibi araçları kullanabilirler. Ayrıca, çevresel standartları belirleyerek ve sürdürülebilirlikle ilgili eğitimleri destekleyerek tüketicileri bilinçlendirebilirler (Ağcakaya & Işıl, 2022, s. 515).

2. **Sermaye Sahiplerinin Rolü:** İş dünyası, sürdürülebilir tüketimi benimseyerek üretim süreçlerini ve ürünleri çevre dostu hale getirebilir. Sermaye sahipleri, sürdürülebilirlik ilkelerini benimseyen şirketlere yatırım yaparak bu alanda etkilerini artırabilirler (Karadeniz, 2021, s. 47).

3. **Sivil Toplumun Rolü:** Sivil toplum kuruluşları, bilinçlendirme kampanyaları düzenleyerek ve sürdürülebilir tüketim konusunda toplumsal farkındalığı artırarak önemli bir rol oynar. Ayrıca, politika yapıcılar ve şirketler üzerinde baskı oluşturarak sürdürülebilirlik konusunda değişim talep edebilirler (Çalış & Özlü, 2006, s. 10).

Buğday & Babaoğul (2016), Dal (2017), Örtün (2010) ve Taş (2020) çalışmalarında değinildiği gibi sürdürülebilir tüketimde farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bu noktada, bazıları bireysel tüketim tercihlerinin ön planda olduğunu savunabilirken, diğerleri sistemsel değişikliklerin ve kolektif çabaların gerekliliğini vurgularlar. Farklı bakış açıları şunları içerebilir:

- **Bireysel Sorumluluk:** Bireysel tüketicilerin, sürdürülebilir tüketim tercihleriyle çevre üzerindeki etkilerini azaltmaları gerektiğini savunan bir perspektif.
- **Sistemsel Değişim:** Sürdürülebilir tüketimin sadece bireysel tercihlerle değil, aynı zamanda sistemsel değişikliklerle, politika düzenlemeleri ve endüstri standardizasyonu ile desteklenmesi gerektiğini savunan bir görüş.
- **Toplumsal Adalet:** Sürdürülebilir tüketimde eşitlik ve toplumsal adaletin sağlanması gerektiğini vurgulayan bir bakış açısı.

Sonuç olarak, sürdürülebilir tüketimde devletler, sermaye sahipleri ve sivil toplum arasında işbirliği ve denge önemlidir ve farklı bakış açıları bu konuda çok yönlü bir tartışma ortamı yaratır.

Sürdürülebilir Tüketimin Bazı Boyutları

Sürdürülebilir tüketim; sosyal, ekonomik, çevresel, etik, siyasal ve teknolojik kavramları kapsar. Sürdürülebilir tüketimin doğru anlaşılması için bu kavramların birbiriyle uyumlu ve dengeli olması gerekir. Sürdürülebilir tüketimin boyutları Tablo 3'te belirtilmiştir.

Tablo 3. Sürdürülebilir Tüketimin Boyutları

Boyut	Özellikler
Sosyal	Ürünlerin üretim süreçlerinde çalışanların iş güvenliği ve sosyal hakları, Adil ücret ve çalışma koşulları, Toplulukları ve yerel ekonomileri destekleme
Çevresel	Ürünlerin üretim, kullanım ve atılma aşamalarının çevreye olan etkisi, Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı, Karbon ayak izi ve enerji tüketimi
Etik	Etik standartlara uyan ürünlerin satın alınması (Örneğin; çocuk işçiliği olmaması)
Ekonomik	Adil bir fiyatı olan ürünlerin satın alınması (Örneğin; adil ticaret)
Siyasi	Varlıklı ulusların bazı kaynakları aşırı tüketmediği demokratik bir tüketim vizyonu
Teknolojik	Karmaşık ihtiyaçları karşılamak için gelişmiş ürünlerin tüketimi

Kaynak: (Leal Filho vd., 2022, s. 2).

1992'de Rio'da düzenlenen Dünya Zirvesi'nde sunulan Gündem 21 Belgesi'nin 4. bölümünde, sürdürülebilir tüketim kavramı, "Sürdürülebilir gelişmeyi

sağlamak ve insan faaliyetlerinin ekolojik çevreye olan olumsuz etkilerini en aza indirmek için tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesi, insanlığın karşı karşıya olduğu en büyük mücadelelerden biridir" şeklinde vurgulanmıştır. Norveç Çevre Bakanlığı tarafından 1994 yılında geliştirilen ve 2002'de OECD tarafından yayınlanan raporda (OECD, 2002) sürdürülebilir tüketim, "Gelecek kuşakların ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak, yaşam döngüsü bakış açısıyla doğal kaynakların, toksik maddelerin, atık salınımının ve çevreyi kirleten maddelerin kullanımının en aza indirilmesi, temel ihtiyaçları karşılayan ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan mal ve hizmetlerin kullanımı" olarak tanımlanmaktadır (Leal Filho ve diğ., 2022, s. 28).

Kayıkçı, Armağan, & Dal (2019) makalesi, sürdürülebilir tüketimin gerçekleştirilmesi için beş temel ögenin önemine vurgu yapmaktadır. Bu ögeler; yerel ürün kullanımı, tüketim sonrası atıkların tekrar üretime dahil edilmesi, sürdürülebilir toplulukların oluşturulması, tüketim sorunlarına yönelik kurumsal örgütlenme ve çevrenin korunmasına dair bireysel ve toplumsal davranışların teşvik edilmesidir.

Sürdürülebilirlik bağlamında, üreticilerin ve tüketicilerin kaynak yönetiminde bilinçli hareket etmeleri için literatürde üç kavram ön plana çıkmaktadır (Kayıkçı, Armağan, & Dal, 2019).). Bu kavramlar şunlardır:

- **Azaltma:** Ürünlerin kullanımı ve üretimi sırasında atık miktarının azaltılmasına ek olarak, kullanılan kaynak ve enerji miktarının da düşürülmesine odaklanılmalıdır.
- **Yeniden Kullanma:** Ürünlerin tamamen veya kısmen tekrar kullanılması.
- **Geri Dönüşüm:** Atığın yeni bir ürüne dönüştürülmesi.

Bu prensipler doğrultusunda, ürünlerin üretim ve tüketim süreçlerinde azaltma, yeniden kullanma ve geri dönüşüm yaklaşımı benimsenerek daha az atık, daha az yeniden kullanım ve daha az geri dönüşüm ihtiyacıyla daha duyarlı bir üretim ve tüketim sistemine geçiş sağlanabilir (Kayıkçı, Armağan, & Dal, 2019).

Sürdürülebilir üretim ve tüketim, geniş anlamda, ürünlerin ve malzemelerin temin edilme, üretim ve pazarlama süreçlerinin yanı sıra ürünlerin satın alınma, kullanılma ve atılma şeklinin iyileştirilmesini hedefleyen her türlü konuyu kapsayan bir kavramdır. Bu kavram, temel ihtiyaçlara cevap veren ve daha iyi bir yaşam kalitesi sunan, aynı zamanda doğal kaynakların, zararlı maddelerin ve atık emisyonlarının azaltılmasını amaçlayan hizmetler ve ilgili ürünlerin kullanımını içerir. Sürdürülebilir üretim ve tüketim, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını riske atmadan, çevresel kaliteye katkıda bulunan işletmeleri, hükümetleri, toplulukları ve bireyleri yaşam döngüsü boyunca kapsar (Idowu, Capaldi, Zu, & Gupta, 2013, s. 1).

Sürdürülebilir üretim ve tüketim birbiriyle etkileşim içinde olan iki önemli konudur. Üretim üzerinde çok az doğrudan etkisi olsa da bireyler, tüketim üzerinde kilit bir rol oynayabilirler. Son yıllarda çevreci yaklaşımların odak noktası; kirlilik

kontrolü, daha temiz üretim ve üretim sonunda kaynak verimliliğinin iyileştirilmesi olmuştur. 1990'ların sonlarında ise; üreticiler tarafından tüketim sonrası atık toplama ve ömrünü tamamlamış ürünlerin yönetimini içerecek şekilde kapsam genişletilmiştir. Sonuç olarak; birincil kaynak tüketimini azaltmada bazı somut ilerlemeler kaydedilmiştir. Bununla birlikte; nüfus ve refah arttıkça, nihai tüketim de arttığından ürün bazında üretkenlik ve sürdürülebilirlik kazanımları, toplam tüketimdeki artışlara sebep olduğundan küresel ekonominin sosyal metabolizmasına bakıldığında pek çok alanda sürdürülebilir sonuçlar elde edilemediği görülmektedir. Sosyal metabolizma, “toplum ve doğa arasındaki alışverişi belirleyen belirli bir sosyal metabolik düzeni” ifade etmektedir (Özüğurlu, 2023, s. 542). Buradan hareketle, tüketim kalıpları ve tüketim seviyeleri ele alınmadan sürdürülebilir kalkınma vizyonunun gerçekleştirilemeyeceği ortaya çıkmaktadır (Mont & Plepys, 2008, s. 1,2).

Covid-19 salgını, ülkelerin mevcut eğilimlerini dönüştürme ve tüketim ile üretim modellerini sürdürülebilir bir geleceğe doğru değiştirmeye yönelik iyileştirme planları oluşturma fırsatı sunmuştur. Örneğin, pandeminin etkisiyle birçok şirket ve endüstri, uzaktan çalışma modellerine geçerek seyahat taleplerini azaltmış ve bu da karbon emisyonlarını düşürmüştür. Aynı zamanda, salgın sürecinde yerel tedarik zincirlerinin güçlendirilmesi, sürdürülebilir üretim ve tüketim modellerine olan ilgiyi artırmıştır. Bu noktada, McKinsey ve Company tarafından yapılan bir rapor, salgın sonrası dönemde bu olumlu eğilimlerin devam edip etmeyeceğini değerlendirmek için güvenilir bir kaynak olabilir (McKinsey, "COVID-19: İleriye Dönük 2021 Küresel İş Trendleri Araştırması"). Bu örnek, pandeminin etkileriyle sürdürülebilir tüketim ve üretim modellerine geçişte gerçekleşen bazı olumlu değişiklikleri göstermektedir (McKinsey&Company, 2021). Sürdürülebilir tüketim ve üretim, daha azla daha fazlasını ve daha iyisini yapma fikriyle ilişkilidir. Ayrıca ekonomik büyümeyi çevresel bozulmadan ayırtmayı, kaynak verimliliğini artırmayı ve sürdürülebilir yaşam tarzlarını teşvik etmeyi hedefler. Sürdürülebilir tüketim ve üretim, yoksulluğun azaltılmasına ve düşük karbonlu, yeşil ekonomilere geçişin sağlanmasına da önemli ölçüde katkı sağlayabilir (United Nations, 2022).

Ekonominin sürdürülebilirliği konusunda farklı yaklaşımlar mevcuttur. Sürdürülebilir büyüme, ekonomik genişleme ile çevresel ve sosyal sorumlulukların uyumlu hale getirilmesini getirilmesini amaçlar. Ekonomik büyümeye karşı durağan durum ekonomisi (*Steady State Economy*), ekonominin durağan olmasını ve doğal kaynakların sürdürülebilir bir seviyede kullanılmasını hedefler. Döngüsel ekonomi, atıkları minimuma indirerek ve kaynakları geri dönüştürerek sürdürülebilirliği artırmayı amaçlar. Sürdürülebilir ekonomik küçülme ise ekonominin büyümesini durdurmayı veya yavaşlatmayı ve kaynak kullanımını azaltmayı savunur. Örneğin, durağan ekonomi kaynakları daha etkili bir şekilde kullanmaya odaklanırken, sürdürülebilir ekonomik küçülme ekonominin mutlak büyümesine karşı çıkarak çevresel sürdürülebilirliği vurgular (Daly, 2014, s. 4). M. C. Yıldırım (2020) yazısında “küçülmenin insana, çevreye, yaşama, çalışmaya, paraya, üretime,

değişime, zenginliğe, katılıma ve mutluluğa dair yeni ve bütüncül bir bakış açısı sunduğunu; günümüz krizinin çözümünün küçülme ile mümkün olabileceğini” ileri sürerek dünya ülkeleri için planlı küçülmenin artık bir zorunluluk haline geldiğini ifade eder. Bu farklı yaklaşımlar, sürdürülebilirlik hedeflerini farklı perspektiflerden ele alır ve çeşitli koşullara bağlı olarak tercih edilebilir.

YOKSULLAŞMA

Yoksulluk, tarihin her döneminde var olan ancak kapitalizmin gelişimiyle birlikte kitlesel bir sorun haline gelen bir olgudur. Eski çağlarda yoksulluk, yalnızca maddi yetersizlik olarak tanımlanırken günümüzdeki kapitalist sistemde bu tanım; eğitim, sağlık, güvenlik gibi temel hak ve hizmetlere erişimin kısıtlanmasını da kapsayan sosyo-psikolojik boyutlar kazanmıştır. Bu durum, toplumlarda derin ayrışmalara ve çatışmalara yol açarak toplumsal huzuru ve güvenliği olumsuz etmektedir (Köroğlu, 2022, s. 100).

Yoksulluk, genellikle geliri belirli bir sınırın altında olan bireyler olarak tanımlanır. Ancak bu, yalnızca maddi yetersizliği ifade eden gelir yoksulluğudur. Kişilerin temel ihtiyaçlarını karşılayamamalarına veya toplumdaki aktivitelere katılamamasına bağlı olarak ortaya çıkan maddi yoksullukta ise, kişilerin fiziksel ve ruhsal sağlıkları da olumsuz yönde etkilenmektedir. Bu durum, yoksulluğun sadece ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal bir sorun olduğunu göstermektedir (Uğur, 2023, s. 236). Yoksullaşma, kişinin temel ihtiyaçlarını karşılayamamasına, eksik ve yetersiz hissetmesine, yaşam standartlarının ve yaşamdan beklentisinin düşmesine, sosyal yaşamdan dışlanmasına ve toplumda dezavantajlı bir konuma düşmesine neden olur (Köroğlu, 2022, s. 101).

Covid-19 Pandemisi küresel ekonomik yavaşlamayı daha da durgunlaştırarak ticaret hareketlerini olumsuz etkilediği gibi, dünyada gelişen olumsuz olaylar da artan işsizlik, mülteci sorunu, finansal, jeopolitik ve iklim riskleri de dahil olmak üzere dünya nüfusunu etkisi altında bırakan pek çok risk ve belirsizlik ile yaşamamıza sebep oldu (Eriçok, 2020, s. 35; Sayan, 2023, s. 18-19). Salgın, küresel eşitsizlikleri daha da görünür hale getiren, derinleştiren ve yenilerini yaratan bir döngüde dünya düzeninin adaletsizliğini gözler önüne sermiştir. Küresel ekonomik faaliyetlerde yaşanan sıkıntılar; kaynakların adil bir şekilde bölüşülmediğini göstermekle kalmayıp adaletin, uluslararası boyutta sorgulanması gerekliliğini de ortaya koymuştur (Özgültekin, 2022, s. 33; Tülüce & Şafak, 2023, s. 5). Tüm bunlar, dünya piyasalarını olumsuz etkileyerek enflasyonda yukarı yönlü dalgalanmalara yol açtı ve bu da üretim maliyetlerinin artmasına yol açarak nihai tüketicinin ürün ve hizmetlere daha yüksek bedeller ödemesine sebep oldu (J. Sheth, Uslay, & Sisodia, 2020, s. 215). Bir diğer deyişle, dünya çapında “ekonomik şiddet” yaşanmasına neden oldu (OXFAM, 2022, s. 2). Bu durum, adaletsiz refah bölüşümü sonucu oluşan sosyoekonomik sınıflar arasındaki uçurumun giderek büyümesini ve orta sınıfın ya yoksullaşarak ya da zenginleşerek ortadan kaybolmasını beraberinde getirdi (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 68). Bu gerçek, tüketici tutum

ve davranışlarının değişmesine sebep olarak bugünün kapitalizminin doğasının değişmesi gerekliliğini gözler önüne serdi (Philip Kotler, 2020, s. 12). Yoksulların düşük gelire bağlı olarak tüketim güçlerinin sınırlı oluşu ise pazarlama zorluğu olarak karşımıza çıkmaktadır (R. Achrol & Kotler, 2016).

Yaşam standartları, refah düzeyi ve ekonomik gelişmişlik açısından yoksulluk her toplumda farklı algılanabileceği için, yoksulluk kavramı ile ilgili literatürde fikir birliğine dayalı, herkes tarafından kabul görmüş net bir tanım bulunmamaktadır. Bu sebeple en basit tanımıyla yoksulluk, “maddi imkânsızlıklar sebebiyle asgari yaşam düzeyine erişememe durumudur” (Yaşar & Taşar, 2019, s. 140). Ancak burada yer alan ‘asgari yaşam düzeyi’ nin kapsamı toplumdaki farklılıklar göstermektedir; bu kimi toplumlarda sağlık, eğitim, barınma, fizyolojik ve temel ihtiyaçları karşılama düzeyi ile ilgili olabileceği gibi kimi toplumlarda da çok daha dar ya da çok daha geniş kapsamda anlaşılmaktadır. Günümüzde ise, küreselleşmenin de etkisiyle tüketim kültüründe benzer alışkanlıkların yaygınlaşmaya başlaması ve bu yaygınlaşmanın yoksullar üzerinde yarattığı yoksulluk etkisinin anlaşılması açısından yoksulluk kavramının farklı bir açıdan ele alınmasına ihtiyaç vardır.

Yurdakul, Atik, & Dholakia (2017); yoksulluğun biyojenik ve katı faydacı ihtiyaçların ötesinde yeniden tanımlanmasını ve bu tanımın, tüketimin sosyokültürel boyutlarını da içermesi gerektiğini ileri sürerek yoksulluğu yeniden sınıflandırdıkları çalışmalarında “hissedilen yoksulluk” ve “yoksulluk sınırı” olmak üzere yoksulluğu iki şekilde ele almışlardır (Yurdakul, Atik, & Dholakia, 2017, s. 289). Buna göre, asgari derecede nezih bir hayattan yoksun olmanın yoksulluk sınırını ifade ettiğini ve bu yoksunluktan ötürü üzüntü hisseden herkesin Piramidin Alt Tabanı (BOP)'na ait olduğunu savunmaktadırlar. Öte yandan, insana yakışır bir yaşam sürmenin, temel ihtiyaçların karşılanması ile sınırlı kalmayıp küresel tüketim kültürüne göre tüketme yeteneği ile ilişkili olduğunu ve bu durumun yoksulluğun yeni ve nispeten daha az tartışılan bir boyutu olarak kabul edilebileceğini ileri sürerek hissedilen yoksulluğun, kendini fakir veya sosyal olarak dışlanmış hissetmek anlamına geldiğini ifade etmişlerdir (Yurdakul, Atik, & Dholakia, 2017, s. 298-300). Buradan hareketle, hissedilen yoksulluk kavramı; kişinin markalı ürünleri satın alamaması, alıştığı tüketim davranışını sürdürememesi, temel ihtiyaçlarının dışında kalan ihtiyaçlarını karşılamakta zorlanması karşısında hissettiği yetersizlik duygusu şeklinde tanımlanabilir.

Pels & Sheth (2021) de yoksulluğa geniş bir perspektiften bakılması gerektiğini ve geleneksel yoksulluğun yanı sıra ‘görünmez yoksul’ yani düşük gelirli orta sınıf tüketicilerin de yoksul kategorisinde ele alınmasını; yoksulluğun bugün normalde yoksul olarak görmediğimiz nüfusun çok daha büyük bir bölümünü etkilediğini savunmaktadır. Düzgün yaşam koşullarına sahip ancak savunmasız ve dünya nüfusunun %56'sını temsil eden bu yeni yoksulların (hissedilen yoksulluk ve sosyal dışlanma), 'görülmedikleri, duyulmadıkları veya incelenmedikleri' için Pels & Sheth (2021) yoksulluğu yeniden sınıflandırdıkları çalışmalarında, görünmez

yoksulların hiçbir varlığı (örneğin; evi, birikimi, sigortası) olmayan ve yalnızca üç veya dört aylık birikimi olan kişiler olduğunu ve bu nedenle de şoklara karşı son derece savunmasız olduklarını ifade etmektedirler. Ayrıca, birçoğunun, gelişmiş ülkelerdeki kentsel ortamlarda eğitilmiş insanlar olduklarını, marka bilincine sahip olduklarını, bilinirliği ve kabul edilebilirliği yüksek markalı ürünleri tercih ettiklerini ancak düşük harcanabilir gelire sahip olmaları sebebiyle ‘uygunluk’ ve ‘ödeme gücü’ açısından yeterli olanaklara sahip olmadıklarını vurgulamaktadırlar (Pels & Sheth, 2021).

YENİLENMİŞ ÜRÜN

Kaynakların kıtlaşmaya başlaması günümüzün en büyük sorunlarından biridir. Bu durum, dünya ticaretinde üretim arzı ve tüketim talebi arasında dengesizliğe yol açmakla birlikte ülkelerin gerek pandemi koşullarını gözeterek gerekse de siyasi sebeplerle sınırlarını ticarete kapatmaları tedarik zincirinde yerleşmeye ve rekabet dengelerinde değişmeye neden olmaktadır (Sayan, 2022a, s. 82). Dolayısıyla da ham madde ve malzeme tedariklerinde yaşanan kriz ve artan enerji maliyetleri üretim maliyetlerinde artışa yol açtığı için, işletmeleri, tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayacak sürdürülebilir çözümler bulmaya ve uygulamaya mecbur bırakmaktadır (Esmailian, Saminathan, Cade, & Behdad, 2021). Öte yandan, dünya çapında tüketim kültürünün yayılması, marka bilincine sahip orta sınıfın sayıca kalabalıklaşmasına ve ‘tüketimde tsunami’ yaşanmasına sebep olmaktadır. Bu sebeple, sürdürülebilir yaklaşımın üretim ile sınırlı kalmaması, kaynakların verimli kullanımı ve modern tüketim olgusunun devamlılığı açısından tüketiciyi de dahil eden, bilinçli tüketime teşvik eden sürdürülebilir çareler bulunması gerekmektedir (Apte & Sheth, 2017). Bu anlamda kullanımı azaltma, yeniden kullanma ve geri dönüştürme açısından tüketiciyi bilinçlendirmek, farkındalık sağlamak önem ve gereklilik arz etmektedir. Aynı zamanda dünya kaynaklarının sürdürülebilirliği açısından gerek çevresel gerek sosyal gerekse de ekonomik teşvikler ve caydırıcılar sunan yasalar ile üretim ve tüketimde değer odaklı bir yaklaşımın benimsenmesi gerekmektedir (J. Sheth, 2021, s. 7).

Yenilenmiş ürünler; kullanılmış/eski ürünleri alıp onları yenilemeyi ve sonrasında ise neredeyse yeni bir ürünle aynı garanti haklarını sunarak tekrar satmayı kapsayan operasyonel bir süreçtir. Başka bir ifadeyle, “yenileme (veya yeniden üretim); kullanılmış bir ürünü, arızalı, hasarlı veya bozulmaya yakın ana bileşenleri temizleyerek, değiştirerek ve/veya onararak ve bir ürünün görünümünü güncellemek için kozmetik değişiklikler yaparak iyi çalışır duruma getirme işlemidir” (Mugge, Jockin, & Bocken, 2017, s. 284). Yenilenmiş ürünlerin garantisi, genel olarak bir yıl ile sınırlıdır. Bir ürünün yeniden üretilmiş versiyonu, sıfırdan bir ürünün üretim maliyetinden çok daha düşüktür. Yeniden üretim, ekonomik açıdan hem işletmeler hem de tüketiciler için çok daha caziptir. Yenilenmiş ürünler, yeni bir ürünün satış fiyatına göre %30 daha ucuz olmakla birlikte bu durumun istisnası olarak; antika değeri taşıyan ya da artık sıfır üretimi olmayan ve yalnızca yenilenmiş ürün olarak

satışı gerçekleşen ürünler için satış fiyatı değişkenlik gösterecektir. Ayrıca, yeniden üretim, bir ürünün ömrünü uzatmakta ve bu sayede de üretim için yeni malzeme ve enerji ihtiyacını azaltarak sera gazı emisyonlarında da azalma sağlamaktadır. Bu şekilde yeniden kullanımın sağlanması ile çevre kirliliğini azaltması bakımından tek başına geri dönüşümden çok daha etkili ve iklim değişikliği ile mücadeleye karşı daha faydalıdır (Atasu, Guide Jr, & Van Wassenhove, 2010, s. 56-59; Mugge, Jockin, & Bocken, 2017, s. 284-285).

Sürdürülebilirlik, günümüzde ürün geliştirmenin ana itici güçlerinden biri haline gelmiştir (J. Sheth, Uslay, & Sisodia, 2020, s. 94). Sürdürülebilir temelli ürün; “ekolojik sistemleri koruma odaklı, satın alındıktan sonra kullanımında/tüketiminde insan sağlığına ve/veya yaşamına aykırı olmama, çevre güvenliğine uygun, atık yaratmayan veya atığın değerlendirilmesine olanak sağlayan ürün olması, ekonomik ömrü dolduğunda biyolojik parçalanmasının mümkün olması” gibi nitelikleri içinde barındırmaktadır (Yükselen, 2020, s. 61,62). Bir diğer ifadeyle, sürdürülebilir temelli ürün ile insana, doğaya ve çevreye değer sunan bir üretim ve tüketim anlayışı benimsenmektedir.

2015 yılında Birleşmiş Milletler üyesi ülkeler; yoksulluğu, açlığı ve eşitsizliği azaltmak, iklim değişikliğini önlemek ve çevreyi korumak için 17 hedeften oluşan bir planı 2030 yılına kadar hayata geçireceklerini açıkladılar. Bu sayede dünyanın daha adil ve yaşanabilir bir yer haline gelmesi umulmaktadır (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 64,65). İnsani ve çevresel açıdan gelir uçurumunun ve yoksullaşmanın önüne geçmek için refah üretiminin ve üretilen refahın adil bölüşümünün sağlanması gerekmektedir (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 66).

Dünya nüfusunun büyük bir bölümü yoksullaşırken işletmelerin yalnızca ürünün fiyatını ucuzlatmaları yeterli bir çözüm değildir. Fiyata ek olarak, üretimde ve dağıtımda da maliyetleri düşürecek çözüm yollarını bulmaları gerekmektedir. Önemli olan üründe kaliteyi korurken ürünün ekonomik olarak satın alınabilir ve erişilebilir olmasını sağlamaktır. Sürdürülebilir kalkınmanın gerekliliklerini karşılamak için yeni bir yaklaşıma ihtiyaç vardır (J. Sheth, 2021, s. 1710). R. Achrol & Kotler (2016), bu amaçla çeşitli çözüm yolları önermektedir. Bunlar;

- Düşük maliyetli üretim ile ihtiyacı karşılamak,
- Ortak kullanımı kolaylaştırmak,
- Kullanılmış ve yenilenmiş ürünler ile yeni hizmet modelleri geliştirmektir.

Yenilenmiş ürünler, satın alma gücü azalan ve pazarın çoğunluğunu oluşturan düşük gelirli grupların bireysel ve toplumsal açıdan refahlarını sürdürmelerine katkı sağlamaktadır (Yükselen, 2020, s. 64). Tüketiciler yenilenmiş ürünler sayesinde, önceden sevip kullandıkları ancak sonradan pahalı bulup satın alamadıkları markaların ürünlerine genellikle daha uygun fiyatlarla ulaşarak sevdikleri markaların ürün ve hizmetlerini kullanmaya devam edebilmektedirler (Ecevit & Duman, 2022, s. 1000).

R. S. Achrol & Kotler (2017) yoksulların marka ve ürünler hakkında yeterince deneyime ve bilgiye sahip olmamalarına rağmen bir markaya sadık olmaları için markaya güvenmelerinin yeterli olduğunu; markaların pazarda yerleşik ve “yapışkan” bir konuma erişmelerinde yoksulların katkısının göz ardı edilmemesi gerektiğini ileri sürmüşlerdir. Pels & Sheth (2021) ise; refah bölüşümünden eksik pay alan ve satın alma gücünü çeken bu dezavantajlı çoğunluğa sunulan çözümün taksitle (Örneğin; ödemeleri ertelemek veya parçalara bölmek) sınırlı kalmaması gerektiğine; esnek bir çözüme ihtiyaç olduğuna ve firmaların buna yönelik teklifler geliştirmesine dikkat çekmişlerdir.

Yoksullukla mücadele açısından, yenilenmiş ürünlerin üretiminin ve kullanımının yaygınlaşması, sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamakla birlikte döngüsel ekonomiye de fayda sağlamaktadır. Kullanım ömrünü tamamlamış, modası geçmiş veya hasarlı ürünlerin tamir edilmesi ya da parçalarının yenilenmesi yoluyla yeniden üretimi ve satışı gerçekleşen ürünlere sektör ve marka bazında baktığımızda dünyadaki ve Türkiye’deki örnekleri arasında; tekstil sektöründe H&M, Zara, UGG ve LC Waikiki’yi, yenilenmiş otomobilde Renault, Peugeot, Dacia ve Toyota’yı, akıllı cep telefonu pazarında ise Easy Cep ve Turkcell Pasaj gibi çeşitli markaları görmektediriz. Ancak yenilenmiş ürünlerin cazibe yaratabilmesi için; ürünün kalitesi, kullanım ömrü, hijyen ve sağlık açısından etkileri konusunda tüketiciye karşı şeffaf olunması ve tüketicinin endişelerinin giderilmesi gerekmektedir. Tüm bu unsurlar, tüketici güveninin kazanılması noktasında önem teşkil etmektedir.

Yenilenmiş Ürün Sektörüne Yönelik Gelişmeler

Teknoloji /Akıllı Cihaz Sektöründe Yenileme Merkezleri

Yenilenmiş Ürünlerin Satışı Hakkında Yönetmelik, kullanılmış cep telefonları ve tabletlerin belirli bir standartta yenilenerek garantili ve sertifikalı bir şekilde tekrar satışa sunulmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. Söz konusu yönetmelik, 22 Ağustos 2020 tarihli ve 31221 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanmış ve yürürlüğe girmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2020). Bu düzenleme kapsamında, yenileme faaliyetlerini gerçekleştirebilmek ve yenilenmiş ürünleri piyasaya sürebilmek için Ticaret Bakanlığı tarafından yetkilendirilmiş yenileme merkezlerinin görevlendirilmesi ön görülmektedir. (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022b).Yenileme merkezi, kullanılmış ürünlerin yenilenmesi, sertifikalandırılması ve tekrar satışa sunulmasını sağlayan ticari bir işletmedir. Bu merkezler, Türk Standartları Enstitüsü tarafından belirlenen standartları karşılamakta olup, Bakanlık tarafından verilen yenileme yetki belgesine dayanarak faaliyet göstermektedir. Şartları sağlayan işletmeler Tablo 4’te belirtilmiştir (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022b).

Tablo 4. T.C. Ticaret Bakanlığınca Yetki Verilen Yenileme Merkezleri

Garantili Teknoloji İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.	İstanbul
Easycep Bilişim ve Ticaret A.Ş.	İstanbul
Hb Bilişim Servis Hizmetleri İthalat İhracat İç ve Dış Ticaret Ltd. Şti.	İstanbul

Garantili Teknoloji İletişim Hizmetleri Ltd. Şti.	İstanbul
Ouno Teknik Servis Hizmetleri A.Ş.	İstanbul
Vestel Ticaret A.Ş. Avcılar Venüs Onarım Şubesi	İstanbul
Kvk Teknik Servis Hizmetleri ve Ticaret A.Ş.	İstanbul
Bdh Bilişim Destek Hizmetleri Sanayi ve Ticaret A.Ş.	İstanbul
Mobilfon Teknoloji A.Ş.	İstanbul
Delta Gsm Aksesuar Elektronik Bilg. ve Teknik Servis Hiz. San. Tic. Ltd. Şti	İstanbul
Destek Bilişim Proje Ve Servis Hizmetleri San.ve Dış Tic. A.Ş.	İstanbul
Altar Grup Sistem Danışmanlık Ve Tic. A.Ş.	İstanbul
Emperor Teknoloji Ltd.Şti.	İstanbul
Smart Servis Yazılım Bilgi Teknolojileri A.Ş.	İstanbul
Pi Group Bilişim Teknolojileri Sanayi ve Ticaret Limited Şirketi	İstanbul
Senatech Bilişim Teknoloji Sanayi Tic. A.Ş.	İstanbul
Getmobil Teknoloji Sanayi Tic. A.Ş.	İstanbul
Arena Bilgisayar Sanayi ve Ticaret A.Ş.	İstanbul
Telpa Telekomünikasyon Ticaret A.Ş	İstanbul
Cihan Elektronik Cihazlar Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi	İstanbul
Manas Enerji Yönetimi Sanayi ve Ticaret Anonim Şirketi	İstanbul
Yenilio Teknoloji Anonim Şirketi	Kocaeli

Kaynak: (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2022a).

Yenileme merkezlerinde yenilenen cihazlar online platformlarda; Trendyol, Hepsiburada, Turkcell, Vodofone, MediaMarkt, Teknosa, Easycep vb. yerlerde satılmaktadır.

Otomotiv Sektöründe Yenileme Merkezleri

Otomotiv sektörü ise dünya ekonomisine yön veren, üretim hacmi ve ciro artışlarını reel ekonomiye yansıtan en önemli sektörlerden biridir. Üretim ve tüketim alanlarında da insan hayatı üzerinde doğrudan etkileri bulunmaktadır. Bu nedenlerle, otomotiv sektörü hem mevcut çalışmada hem de gelecekteki araştırmalarda takip edilmesi gereken değerli bir çalışma alanıdır (Dönmez & Özkan, 2022, s. 3).

Türkiye İstatistik Kurumu'nun Motorlu Kara Taşıtları 2022 Aralık Raporu'na göre; trafiğe kaydı yapılan taşıt sayısı 2021 yılına göre %10,1 artarak 2022 yılında 1 milyon 269 bin 912 adet olmuştur. Buna karşılık trafikten kaydı silinen taşıt sayısı %17,1 azalarak 35 bin 585 adet olmuştur. Böylelikle 2022 yılı için trafikteki toplam taşıt sayısı 1 milyon 234 bin 327 adet artmıştır. Yine aynı raporda; devri yapılan 9 milyon 563 bin 925 adet motorlu kara taşıtı için ortalama yaş; 13,2 olarak hesaplanırken otomobiller için 14,1, minibüsler için 12,9, otobüsler için 11,3, kamyonetler için 11,6, kamyonlar için 14,3, motosikletler için 5,8, özel amaçlı taşıtlar için 15,4 ve traktörler için 19,5 olarak hesaplanmıştır (TUİK, 2023). Buna karşılık, pandemi dönemi ile birlikte artan maliyetler sıfır araç üretim ve edinme

maliyetlerinin de artmasına neden olmuştur. Bu sebeple, yıllık 6 milyon adedi aşan ve araç başına değeri neredeyse 25 bin dolara ulaşan ikinci el araç pazarında ikinci el araç yenileme tesislerine yönelik yatırımların sayısı artmıştır. Bir otomobil fabrikası olarak dizayn edilen bu tesislerin 2023 yılında 200 bin adede kadar çıkması beklenmektedir. Döngüsel ekonomiye katkısı bakımından da önemli bir yatırım olan ikinci el araç yenileme tesislerinde; tüm bakım, onarım, test, temizlik vb. işlemleri gerçekleştirilerek araçların yenilenmiş olarak tüketiciye ulaştırılması sağlanmaktadır. Bu alana yatırım yapan firmalara baktığımızda; Carvak ve VavaCars gibi kurumsal ikinci el şirketlerin (Demirkuşak, 2023; Dil, 2023) ve Renault gibi ana üreticilerin yenilenmiş ikinci el araç pazarına yöneldiklerini görmekteyiz (Başpınar, 2022). Türkiye’deki araç yenileme merkezine örnekler ve kapasiteleri Tablo 5’te paylaşılmıştır.

Tablo 5. Türkiye’deki Araç Yenileme Merkezi Örnekleri

Araç Yenileme Merkezi	Yenileme Kapasitesi
Carvak	2.000 araç
VavaCars	35.000 araç
Refactory	3.000 araç

Kaynak: (Demirkuşak, 2023; Dil, 2023)

Renault Grubu’nun 2020 yılından bu yana Fransa ve İspanya’da hizmet verdiği, motor dahil her şeyin yenilediği “Refactory” biriminde; Renault, Peugeot, Dacia ve Toyota markalı otomobillerin yenileme işlemleri gerçekleşirken Türkiye’de ise, Bursa’daki Renault fabrikasında yenileme tesisinde ilk etapta Renault ve Dacia markalı otomobillerin yenilenmesi planlanmaktadır. Ancak ilk aşamada yalnızca 6 yaşına kadar olan araçların, sonrasında ise 10 yaşına kadar olanların yenileme kapsamına alınması düşünülmektedir. Yenilenen araçlara ise 6 ay ile 1 sene arasında garanti verilmektedir (Başpınar, 2022).

Tekstil Sektöründe Yenilenmiş Ürün Kullanımı

Geleneksel değerlerin etkisiyle ikinci el giyim, Türkiye’de henüz yeterli ilgiyi görmemekle birlikte, gelişmiş ülkelerde tekstil sektörü çevresel bir sorun olarak kabul edilmiş ve hem kavramsal hem de pratik anlamda çeşitli çözümler geliştirilmiştir. Hızlı moda, aşırı tüketim sonucunda tüketim öncesi ve sonrası atıkların oluşumuna neden olmuştur. Bu nedenle tüketim alışkanlıklarını ve kavramlarını değiştirmek önemlidir; ikinci el giysileri çöpe atmak yerine yeniden kullanmayı tercih etmeliyiz. Yeni teknolojilerin ve yöntemlerin araştırılması ve büyük ölçekli üretime entegre edilmesi, bu alanda önemli bir katkı sağlayabilir. İleri dönüşüm çerçevesinde, ikinci el giysilerin geri dönüştürülmesi ve farklı tekstil teknikleriyle değer kazandırılması, giysilerin ömrünü uzatmanın yanı sıra sürdürülebilirliğe de katkıda bulunur. Geri dönüşüm, yeni atık oluşturmaktan veya atık bertaraf etmekten daha az enerji gerektirdiği için çevreye daha az zarar verir. Tasarımcılar, geleneksel ve çağdaş teknikleri inceleyerek ve sentezleyerek yeni çalışma alanları yaratabilirler (L. Yıldırım, 2017).

Günümüzde ekonomik ve çevresel sürdürülebilirlik kavramı pek çok farklı yapıyı bir arada bulundurmaktadır. Söz konusu yerel dönüşüm merkezleri, E-Bay gibi ikinci el eşya satabilen web siteleri, Letgo, Sahibinden.com, Gardrops, Dolap gibi uygulamalar da bu kavramın içerisinde yer almaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik kavramı; kaynaklara erişim, toplumsal yaşamın zenginleştirilmesi, bilinçli katılım, birlikte paylaşım, adil refah bölüşümü vb. kavramları kapsamaktadır. Diğer bir ifadeyle sosyal sürdürülebilirlik; bireylere daha eşit yaşam koşulları sağlamak için ekonomiyi geliştirerek ve güçlendirerek çevreyi korumayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda “Sosyal Sürdürülebilirlik”, yoksulluğu ortadan kaldırmaya yönelik bir toplumsal örgütlenmedir (Varol, 2022).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Birleşmiş Milletler Nüfus Fonu (UNFPA)'nın yayımladığı rapora göre; Birleşmiş Milletler, 7,6 milyar olan mevcut insan nüfusunun 2030'da 8,6 milyara, 2050'de 9,8 milyara ve 2100'de 11,2 milyara ulaşacağını tahmin etmektedir (United Nations, 2022). Buradan hareketle, “dünya nüfusunun alışmış olduğu mevcut yaşam tarzlarını sürdürebilmesi için neredeyse üç gezegene eşdeğer bir miktarda doğal kaynağa ihtiyaç duyulabileceği öngörülmektedir” (United Nations, 2018). Dolayısıyla şirketlerin odağında artık sürdürülebilir üretim ve tüketim faaliyetlerinin yer almaya başladığını söylemek mümkün hale gelmiştir. Hatta dünyanın en büyük 250 şirketinin yüzde 93'ünün sürdürülebilirlik hakkında rapor verdiği ileri sürülmektedir (United Nations, 2018). Artan nüfus ile birlikte yaşam şartlarının da zorlaşacağı göz önüne alınarak gelecek için şimdiden önlemler almak; gelecek nesillere sağlıklı ve yaşanabilir bir dünya bırakmak için üretim ve tüketimde sürdürülebilir politikaların benimsenmesi son derece önemlidir. J. N. Sheth, Sethia, & Srinivas (2011. s. 35) da ileri sürdüğü gibi “sürdürülebilirlik, zamanımızın tanımlayıcı bir iş sorunudur”. Bu sebeple atıkları azaltan, yeniden kullanımı teşvik eden döngüsel küçülme ekonomisini benimsemekte fayda görülmektedir (Savini, 2023, s. 104). Yoksullaşmış dezavantajlı gruba düşen orta sınıf için yenilenmiş ürünler, yoksullaşmanın olumsuz etkilerini azaltmaya yönelik bir çözüm olarak değerlendirilebilir. Yenilenmiş ürünler; enflasyon artışlarının temel ihtiyaçları karşılamadaki olumsuz etkisinin azaltılmasına, gelir düzeyi görece düşük olan ve yoksullaşmaya başlayan ailelerin alım gücünün artmasına, yoksul ailelerin yaşam standartlarını iyileştirmeye ve yine yoksul ailelerin sosyal dışlanmasını önlemeye yardımcı olabilir.

Ürün ve hizmetleri satın alma öncesinde tüketiciler, rasyonel değerlendirmelerde bulunarak satın alma davranışı göstermektedirler (Balıkçioğlu & Kanlıtepe, 2022, s. 414). Yapılan çalışmaların sonuçları da bu bilgiyi doğrulamaktadır. Örneğin; Mugge, Jockin, & Bocken (2017. s. 294) yaptıkları araştırmaya göre, tüketicilerin yenilenmiş ürünleri satın alırken algılanan çevresel faydaların ve yenileme bilincinin satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkisi olduğu, algılanan performans riskinin ise olumsuz etkilediği bulgulanmıştır. Yine bu

çalışmaya göre; geliştirilmiş pil ömrü, garantili yazılım güncellemeleri ve yükseltilmiş performans gibi yenilenmiş ürünlerle ilgili kullanım performansının iyileştirilmesinin satın alma niyetini olumlu etkilediği vurgulanmıştır. Bu nedenle, işletmelerin yenileme bilinci ve yenilenmiş ürünlere talep oluşturmak amacıyla tüketicilere vermek istedikleri mesajlarda; algılanan çevresel fayda, performans faydası, kalite ve risk algısı konularının üzerinde durarak tüketicileri bilgilendirmeleri tüketicilerin ön yargılarını kırmalarında etkili olacaktır. Ecevit & Duman (2022, s. 1007) yaptıkları araştırma sonucuna göre ise, tüketicilerde çevreye duyarlılık olsa bile yenilenmiş ürün satın alırken çevrelerinin onayına ihtiyaç duydukları ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla, işletmeler, yakın çevrelerinin tüketicilerin yenilenmiş ürün satın alma kararlarında etkili olduğunu dikkate almalıdır. Bu amaçla, onaylayıcı reklamlara başvurarak kitlelerin yenilenmiş ürünlere bakış açısını etkilemek akılcı bir yol olacaktır. Bu anlamda, işletmelerin, tüketicilerin rol-model aldıkları influencerlar ya da ünlüler ile iş birliği yapmaları da tüketicileri yenilenmiş ürünler konusunda bilgilendirmelerini ve onaylarını almalarını kolaylaştıracaktır (Ecevit & Duman, 2022).

Sürdürülebilir üretim ve tüketim, sürdürülebilir kalkınmanın merkezinde yer almaktadır ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden biri olarak açıkça belirtilmektedir (Sala & Castellani, 2019, s. 1). Bu yaklaşımın bilinçli tüketime yol açacağı ve paydaşlar arasında birlikte değer yaratma fırsatlarını artıracığı ve sonuçta daha iyi organizasyonel performansla yol açacağı öne sürülmektedir (Malhotra, Lee, & Uslay, 2012).

Uygulayıcılara Yönelik Öneriler

Covid-19 pandemisi ekonomiyi, örgütleri, insanları ve sosyal hayatı çok fazla olumsuz etkileyerek dünyada yaşanan şiddetli küresel ekonomik krizlerden biri olarak tarihe geçmiştir (Yağiz, 2022). Dolayısıyla, işletmeler hem sürdürülebilirliğe hem de satın alma gücü azalan kitleye hitaben ürünü satın alabilecekleri düzeye indirgeyerek üretmelidir. Ayrıca, ambalajlamada daha az ambalaj atığı ve uygun maliyetli olması açısından ambalajlarda farklılaşmaya gitmelidirler. Örneğin; bazı deterjan işletmeleri tek kullanımlık kutular yerine doldurulup tekrar kullanılacak kutular kullanmaya başlamıştır. Bu gibi uygulamalar da son derece değerlidir. Hunt (2011, s. 15), mevcut kaynakların daha iyi kullanılması yoluyla firmanın sunduğu özelliklerin algılanan değerinin artırılmasını ve piyasa arzlarının maliyetinin düşürülmesini mümkün kılan yenilikçi yöntemlere dikkat çekerek mevcut firmaların büyüyebileceğini ya da yeni firmaların oluşturulacağını ileri sürmektedir. Apte & Sheth (2017, s. 48-49)'e göre, yenilikçi sürdürülebilirlik girişimleri sayesinde satışların artması, maliyetlerin yönetilmesi veya düşürülmesi yoluyla kârda iyileşme, iş risklerinde azalma ve şirketin marka öz kaynaklarının artırılması olmak üzere dört iş avantajından biri veya daha fazlası sağlanabilir. Ancak bunun olabilmesi için öncelikle, işletmelerin sürdürülebilirliği bir rekabet avantajı olarak benimsemeleri ve buna yönelik olarak da geleneksel iş yaklaşımları ve uygulamalarında önemli bir değişiklik oluşturmaya ve stratejik olarak yatırım yapmaya istekli olmaları gerekir.

Yeni ve yenilikçi süreçleri duygusal, deneyimsel, sosyal ve finansal açıdan değer yaratarak uygulayan şirketler hem kurumsal hem de çevresel açıdan sürdürülebilirliğe katkı sağlamaktadır. J. Sheth, Usley, & Sisodia (2020. s. 88) ise, gelişmekte olan pazarlardaki mevcut fırsatlar arasında perakendecilik, hızlı tüketim malları, mikro finans, telekomünikasyon ve tarım ticareti bulunduğunu ve ortaya çıkan fırsatların bilgi işlem, sağlık ve zindelik odaklı gıda, sağlık hizmetleri, eğitim, ilaç ve enerji alanlarında olduğunu belirtmektedirler. Ayrıca gelecekteki fırsatlar arasında uygun fiyatlı ve modern konut, su ve ulaşımın yer alacağını öne sürmektedirler. Bu fırsatlardan yararlanmanın ise; ölçeklenebilirliği, fiyata dayalı maliyeti (nihai fiyatı göz önünde bulundurarak tasarlamayı), modern teknolojiyi (değişken maliyeti azaltmak için) ve küresel standartları (kalite, güvenlik ve sürdürülebilirlik) vurgulayan bir yenilikçi sanal alan yaklaşımı (kısıtlarla yeni ürün geliştirme) gerektireceğini vurgulamaktadırlar (J. Sheth, Usley, & Sisodia, 2020, s. 88). Ayrıca, markaların sosyal sorumluluk faaliyetlerinin kapsamına ve niteliğine göre markaları eleştiren, aktivist tutumlar sergileyen tüketiciler de önemli bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır (Arklan & Kartal, 2019, s. 26). Günümüz iş dünyasında X ve Y kuşağı birlikte çalışmaktadır. Sosyal hayatta ise X, Y, Z kuşakları etkileşim içindedirler. Teknoloji hızla değişmekte ve dijitalleşme hem sosyal hayata hem de iş dünyasına nüfuz etmektedir. Bu hızlı iletişim ve etkileşimin yanında ekonomik faktörlerin de etkisi ile pek çok konuya bakışın açısını değiştirmektedir. Örneğin X kuşağı daha geleneksel, yerleşik ve genç kuşaklara eğitimci rolüne sahip iken Y kuşağı; hızlı iş değiştirerek iş-özel yaşam dengesini gözetir, yetki devri ile liderlik eder ve toplumsal hedefler doğrultusunda çalışır (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 44,45). Çevre ve sosyal konularda daha çok kafa yorarak bunları iş konularının içinde değerlendirir. Pazar doygunluğu, piyasada yeni aktörlerin artması ve satın alma gücündeki düşüş işletmeleri zorlarken işletme çalışanlarının daha pratik, daha dijital, daha paylaşımcı ve daha ekonomik yolları aradığı görülmektedir. Agresif büyüme, çevresel kaynakların sonsuz olduğunu düşünme, yaşanan gelir eşitsizliğini göz ardı etme gibi politikalar; yeni kuşakların aldığı inisiyatifle sosyal aktivizme dönüşme yolundadır (Philip Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021, s. 61). Z Kuşağının ise tüketim alışkanlıklarında hassas bir tutum benimsedikleri; bilinçli tüketim, çevre hassasiyeti ve etik kuralları gözetme davranışı içinde oldukları bilinmektedir (Yasa, Kuş, & Sayan, 2022, s. 935). Bu sebeple, yenilenmiş ürünlere talebin artacağı düşünülmektedir. İşletmeler geç olmadan bu pazarda yerlerini almalıdır.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

Yenilenmiş ürün ya da bir diğer tabiriyle ikinci el tüketim konusu ile ilgili pazarlama uzman, yönetici ve akademisyenlerine fikir verecek olan bu çalışma 'sürdürülebilirlik' kavramı bağlamında literatüre katkı sağlamak ve sektörlerinin farkındalıklarını arttırmak amacıyla hazırlanmıştır. Gelecekteki araştırmalar için; ekonomik, sosyal, ekolojik, çevresel ve sosyal sürdürülebilirlik konularında araştırmaların yapılması hem sektörlerin farkındalıklarını ölçmek hem de yeni neslin tüketim alışkanlıklarını belirlemek ve ölçümlemek için önemli olacaktır.

Literatürdeki çalışmalara bakıldığında yoksulluğun genel kabul görmüş bir tanımının olmadığı ile karşılaşılmaktadır. Dolayısıyla yoksulluğun ne olduğunun daha iyi anlaşılması ve var olan tanımlamalarının güncellenmesi noktasında kavramsal çalışmalara ihtiyaç olduğu ortaya çıkmaktadır.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Achrol, R., & Kotler, P. (2016). Marketing's lost frontier: The poor. *Markets, Globalization Development Review*, 1 (1), Article 3.

Achrol, R. S., & Kotler, P. (2017). Extending the marketing dialog on poverty. *Markets, Globalization Development Review*, 2 (1).

Ağcakaya, S., & Işıl, K. (2022). Sürdürülebilir kalkınma ve yeşil ekonomi perspektifinden yeşil maliye politikaları uygulamaları. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31 (2), 512-525.

Ali, M., Ullah, S., Ahmad, M. S., Cheok, M. Y., & Alenezi, H. (2023). Assessing the impact of green consumption behavior and green purchase intention among millennials toward sustainable environment. *Environmental Science Pollution Research*, 30 (9), 23335-23347.

Apte, S., & Sheth, J. (2017). Developing the sustainable edge. *Leader to Leader*, 2017 (85), 48-53.

Arklan, Ü., & Kartal, N. Z. (2019). Kurumsal sosyal sorumluluk ve aktivizm: İlişkisel düzlemde epistemolojik bir yönelim. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 10 (23), 25-39.

Atasu, A., Guide Jr, V. D. R., & Van Wassenhove, L. N. (2010). So what if remanufacturing cannibalizes my new product sales? *California Management Review*, 52 (2), 56-76.

Balbay, Ş., Sarihan, A., & Avşar, E. (2021). Dünyada ve türkiye’de “döngüsel ekonomi/endüstriyel sürdürülebilirlik” yaklaşımı. *European Journal of Science and Technology*, (27), 557-569.

Balıkçioğlu, B., & Kanlıtepe, M. A. (2022). Tüketicilerin döngüsel ekonomiye katılımları üzerine nitel bir araştırma. *Tüketici ve Tüketim Araştırmaları Dergisi= Journal of Consumer Consumption Research*, 14 (2), 393-431.

Başpınar, S. (2022). Yeni değil, “yenilenmiş” araç dönemi başlıyor. Erişim Adresi <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/fabrika-cikisli-ikinci-el/>

BIST. (2014). *Şirketler için sürdürülebilirlik rehberi*. Erişim Adresi

Buğday, E. B., & Babaoğlu, M. (2016). Bilinçli tüketim kavramının boyutları: Bilinçli tüketim davranışının yeniden tanımlanması. *Sosyoekonomi*, 24 (30), 187-206.

Çalış, Ş., & Özlü, E. (2006). *Uluslararası sivil toplum kuruluşları: İhmal edilmiş bir gerçeklik*. Paper presented at the STK-Özel Sektör-Devlet Etkileşimi – The Interaction Between NGO's Private Sector and State, III. Uluslararası Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı <https://web.hitit.edu.tr/dosyalar/yayinlar/fatihsanoz@hititedutr030320153Z0L2U3W.pdf>

Çoban, A. (2016). *Toplumsal ve iklimsel adaletsizlik sarmalında iklim siyaseti* (A. Ç. Fevzi Özüler Ed. 1. Basım ed.). Ankara: Ekoloji Kolektifi Derneği.

Dal, N. E. (2017). Tüketim toplumu ve tüketim toplumuna yöneltilen eleştiriler üzerine bir tartışma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(19), 1-21.

Daly, H. E. (2014). *Beyond growth: The economics of sustainable development*: Beacon Press.

Demirkuşak, V. (2023). Carvak yenileme ve 2. El ile büyüyecek. *Dünya*. Retrieved from <https://www.dunya.com/sectorler/otomoti/carvak-yenileme-ve-2-el-ile-buyuyecek-haberi-688116>

Dil, T. Ö. (2023). Hatlardan artık 'ikinci el' iniyor. *Hürriyet*. Retrieved from <https://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/hatlardan-artik-ikinci-el-iniyor-42146962>

Dönmez, N., & Özkan, T. (2022). Effects of changes in financial ratios of companies on the performance of stock prices in the exchange market: The automotive sector. *EMAJ:Emerging Markets Journal*, 12 (1), 1-12.

Dönmez, N., & Taşkın, T. (2023). İşletmelerin çevresel duyarlılıklarının sürdürülebilirlik raporlarına yansımaya düzeyi: İlaç endüstrisinde kurumsal sürdürülebilirlik raporlarının İçerik analizi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (75), 221-241.

Ecevit, M. Z., & Duman, O. (2022). Tüketicilerin yenilenmiş ürün satın alma niyetine etki eden faktörlerin incelenmesi. *Business Management Studies: An International Journal*, 10 (3), 997-1010.

Ellen Macarthur Foundation. (2022). Circular economy introduction: What is a circular economy? Erişim Adresi <https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

Eriçok, R. E. (2020). Küresel ekonomik yavaşlama: Riskler, belirsizlikler ve türkiye ekonomisine etkileri. *Sayıştay Dergisi*, (116), 33-64.

Esmailian, B., Saminathan, P. O., Cade, W., & Behdad, S. (2021). Marketing strategies for refurbished products: Survey-based insights for probabilistic selling and technology level. *Resources, Conservation Recycling*, 167, 105401.

European Commission. (2015). *An eu action plan for the circular economy* Erişim Adresi Brüksel: <https://dongusel.csb.gov.tr/dongusel-ekonomi-icin-ab-eylem-plani---2015-i-106856>

European Commission. (2019). *The european green deal*. Erişim Adresi Brüksel: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52019DC0640>

European Commission. (2020). *A new circular economy action plan*. Erişim Adresi <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0098>

Gao, J., Zhang, W., Guan, T., Feng, Q., & Mardani, A. (2023). The effect of manufacturing agent heterogeneity on enterprise innovation performance and competitive advantage in the era of digital transformation. *Journal of Business Research*, 155, 113387.

Gedik, Y. (2020). Döngüsel ekonomiyi anlamak: Teorik bir çerçeve. *Turkish Business Journal*, 1 (2), 110-137. doi:doi.org/10.1016/j.resconrec.2007.11.008

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J. (2017). The circular economy—a new sustainability paradigm? *Journal Of Cleaner Production*, 143, 757-768.

H&M. (2022). Talking circularity-report stories-speeding up the shift to a circular economy. Erişim Adresi <https://hmgroup.com/report-stories/circular-economy>

H&M. (2023). Daha sürdürülebilir materyallerim. Erişim Adresi https://www2.hm.com/tr_tr/sustainability-at-hm/our-work/innovate/all-stars.html

H., M. D., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens III, W. W. (1972). *The limits to growth*. New York: Universe Books

Hunt, S. D. (2011). Sustainable marketing, equity, and economic growth: A resource-advantage, economic freedom approach. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39 (1), 7-20.

Idowu, S. O., Capaldi, N., Zu, L., & Gupta, A. D. (2013). *Encyclopedia of corporate social responsibility* (Vol. 21): Springer Berlin.

ipoint. (2022). What is sustainable production? Erişim Adresi <https://www.ifu.com/sustainable-production/>

Kaer. (2022). Cooling your world. Erişim Adresi <https://www.kaer.com/>

Karadeniz, E. (2021). *Şirketlerin sürdürülebilirlik anlayışlarının kurumsal itibara etkisi (türk ve İspanyol markalarının karşılaştırmalı bir analizi)* (Yüksek Lisans), İstanbul Üniversitesi,

Kayıkçı, P., Armağan, K., & Dal, N. E. (2019). Sürdürülebilir pazarlama: Kavramsal bir çalışma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 77-93.

Kesgin, B. (2022). Başlangıçtan günümüze İklim hareketi: Sorunlar, sınırlar ve fırsatlar. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 14 (1), 59-107.

Kırkhan, İ., & Salihoğlu, G. (2023). Tekstil üretimi ve tüketiminin çevresel etkileri. In D. Ö. Ü. U. Ö. Doç Dr. Enes YİĞİT (Ed.), *Mühendislikte öncü ve çağdaş çalışmalar* (pp. 529-562). İzmir: Duvar Yayınları.

Kotler, P. (2020). The consumer in the age of coronavirus. *Journal of Creating Value*, 6 (1), 12-15.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Pazarlama 5.0 İnsan İçin teknoloji* (2nd. ed.). İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş.

Köroğlu, İ. S. (2022). Yeni yoksulluk türleri ve sosyal dışlanma. *19 Mayıs Sosyal Bilimler Dergisi*, 3 (2), 100-116.

Kumar, A., Luthra, S., Mangla, S. K., & Kazançoğlu, Y. (2020). Covid-19 impact on sustainable production and operations management. *Sustainable Operations Computers*, 1, 1-7. doi:10.1016/j.susoc.2020.06.001

Lazarevic, D., & Valve, H. (2017). Narrating expectations for the circular economy: Towards a common and contested european transition. *Energy Research Social Science*, 31, 60-69.

Leal Filho, W., Salvia, A. L., Paço, A., Dinis, M. A. P., Vidal, D. G., Da Cunha, D. A., ve diğ. (2022). The influences of the covid-19 pandemic on sustainable consumption: An international study. *Environmental Sciences Europe*, 34 (1), 1-17.

Liu, H., Lei, M., Huang, T., & Leong, G. K. (2018). Refurbishing authorization strategy in the secondary market for electrical and electronic products. *International Journal of Production Economics*, 195, 198-209.

Malhotra, N. K., Lee, O. F., & Uslay, C. (2012). Mind the gap: The mediating role of mindful marketing between market and quality orientations, their interaction, and consequences. *International Journal of Quality Reliability Management*.

McKinsey&Company. (2021). Mckinsey & company, 2021'i ve sonrasını şekillendiren 8 trendi açıkladı. Erişim Adresi <https://www.mckinsey.com/tr/our-insights/2021-and-beyond-announced-8-trends-that-shape>

Mısır, A., & Arıkan, O. (2022). Avrupa birliği (ab) ve türkiye'de döngüsel ekonomi ve sıfır atık yönetimi. *Çevre İklim ve Sürdürülebilirlik*, 1 (1), 69-78.

Mont, O., & Plepys, A. (2008). Sustainable consumption progress: Should we be proud or alarmed? *Journal of Cleaner Production*, 16 (4), 531-537.

Mugge, R., Jockin, B., & Bocken, N. (2017). How to sell refurbished smartphones? An investigation of different customer groups and appropriate incentives. *Journal of Cleaner Production*, 147, 284-296.

Murray, A., Skene, K., & Haynes, K. (2017). The circular economy: An interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140 (3), 369-380.

OECD. (2002). *Towards sustainable household consumption? Trends and policies in oecd countries*. Erişim Adresi <https://www.oecd.org/general/searchresults/?q=sustainable%20consumption&cx=012432601748511391518:xzeadub0b0a&cof=FORID:11&ie=UTF-8>

Osterwalder, A. (2004). *The business model ontology a proposition in a design science approach*. (Doctoral Thesis), Université de Lausanne, Faculté des hautes études commerciales,

Osterwalder Alexander, & Yves, P. (2009). *Business model generation*. Amsterdam, The Netherlands: Modderman Drukwerk.

OXFAM. (2022). *Eşitsizlik öldürür*. Erişim Adresi <https://www.kedv.org.tr/oxfam-2022-esitsizlik-oldurur-raporu>

Örten, T. (2010). Yerel yönetimlerin bireysel sürdürülebilir tüketim davranışlarındaki rolü. *Cumhuriyet Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33 (2), 197-204.

Özgültekin, A. (2022). Covid-19 salgını küresel sosyal adalet perspektifinden düşünmek. *International Journal of Social Inquiry*, 15 (1), 33-54.

Özüğurlu, H. Y. (2023). Tarımsal üretimin ekonomi politikası ve kamu politikaları. *Politik Ekonomik Kuram*, 7 (2), 538-551.

Pels, J., & Sheth, J. N. (2021). Serving the invisible poor: Segmenting the market. *Journal of Global Marketing*, 34 (4), 270-281.

Pieroni, M. P., McAloone, T. C., & Pigosso, D. C. (2019). Business model innovation for circular economy and sustainability: A review of approaches. *Journal Of Cleaner Production*, 215, 198-216.

Rauch, E., Dallinger, M., Dallasega, P., & Matt, D. T. (2015). Sustainability in manufacturing through distributed manufacturing systems (dms). *Procedia CIRP*, 29, 544-549. doi:10.1016/j.procir.2015.01.069

Sakthivel, S., Melese, B., Edae, A., Abedom, F., Mekonnen, S., & Solomon, E. (2020). Garment waste recycled cotton/polyester thermal and acoustic properties of air-laid nonwovens. *Advances in Materials Science Engineering*, 2020, 1-8.

Sala, S., & Castellani, V. (2019). The consumer footprint: Monitoring sustainable development goal 12 with process-based life cycle assessment. *ournal of Cleaner Production*, 240, 118050.

Savini, F. (2023). Futures of the social metabolism: Degrowth, circular economy and the value of waste. *Futures*, 150, 103180.

Sayan, N. (2022a). Satın alma ve tedarik zinciri yönetimi. *Satın Alma Dergisi*, 116.

Sayan, N. (2022b). Sürdürülebilirlik: Yarın değil bugün!. *Satınalma Dergisi* 120.

Sayan, N. (2023). Dünyada bir yıl böyle geçti. *Strong Bosses Dergisi, Ocak-Şubat Sayı:7*, 18-29.

Sheth, J. (2021). New areas of research in marketing strategy, consumer behavior, and marketing analytics: The future is bright. *Journal of Marketing Theory Practice*, 29 (1), 3-12.

Sheth, J., Uslay, C., & Sisodia, R. (2020). *The global rule of three: Competing with conscious strategy*.

Sheth, J. N., & Parvatiyar, A. (2021). Sustainable marketing: Market-driving, not market-driven. *Journal of Macromarketing*, 41 (1), 150-165. doi:10.1177/0276146720961836

Sheth, J. N., Sethia, N. K., & Srinivas, S. (2011). Mindful consumption: A customer-centric approach to sustainability. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39, 21-39.

Söylemez, E. Y., Şahin, M. D., & Koç, Y. D. (2017). Sürdürülebilir üretim ve tüketimin benimsenmesinde karşılaşılan engellerin değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Afro-Avrasya Özel Sayısı-Aralık 2016* 192-204.

T.C. Bilim Sanayi Ve Teknoloji Bakanlığı. (2018). *Sürdürülebilirliğin tüketim boyutu* (Ferda Hekimci ed. Vol. E-6). Ankara.

T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2017). Sıfır atık. Erişim Adresi <https://sifiratik.gov.tr/>

T.C. Çevre Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı. (2023). Türkiye depozito İade sistemi projesi Erişim Adresi <https://www.csb.gov.tr/depozito-uygulama-sistemi-2024te-zorunlu-hale-getirilecek-bakanlik-faaliyetleri-37383>

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2020). *Yenilenmiş ürünlerin satışı hakkında yönetmelik*. Resmi Gazete Retrieved from <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2020/08/20200822-6.htm>

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2022a). Yenileme merkezleri ve yenileme yetki belgeleri. Erişim Adresi <https://ticaret.gov.tr/tuketici/belgelendirme-islemleri/yenileme-yetki-belgesi/yenileme-merkezleri-ve-yenileme-yetki-belgeleri>

T.C. Ticaret Bakanlığı. (2022b). Yenileme yetki belgesi hakkında. Erişim Adresi <https://ticaret.gov.tr/tuketici/belgelendirme-islemleri/yenileme-yetki-belgesi/yenileme-yetki-belgesi-hakkinda>

Taş, S. (2020). Tüketim karşıtı yaşam tarzları: Freeganizm, gönüllü sadelik ve minimalizm. *Toplum ve Kültür Araştırmaları Dergisi*(6), 38-64. doi:10.48131/jscs.820039

Thredup Inc. Our story-inspiring a new generation to think secondhand first. Erişim Adresi <https://www.thredup.com/about>

TÜİK. (2023). Türkiye'de 2022 yılında 1 milyon 269 bin 912 adet taşıtın trafiğe kaydı yapıldı. Erişim Adresi ata.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Motorlu-Kara-Tasitlari-Aralik-2022-49436#:~:text=TÜİK%20Kurumsal&text=Türkiye'de%202022%20yılında%20bir,bin%20327%20adet%20artış%20gerçekleşti.

Tuncer, Ö., & Alaeddinoğlu, M. F. (2023). Yenilenmiş cihazlar için endüstri 4.0 standartları. *Uluslararası Yönetim Bilişim Sistemleri ve Bilgisayar Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 113-127. doi:10.33461/uybisbbd.1306421

Turhan, E., Kartum, G., & Özdemir, Y. (2018). Sürdürülebilir üretim ve İşletme uygulamaları. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 1 (1), 1-15.

Turhan, G. D., Özen, T., & Albayrak, R. S. (2018). Kurumsal sürdürülebilirlik kavramı, stratejik önemi ve sürdürülebilirlik performansı ölçümü. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 9 (1), 17-37.

Tülüce, N. S., & Şafak, K. (2023). Ekonomik krizlerin gölgesinde: Sağlığın yaşadığı krizlerin incelenmesi. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi*, (1), 1-19.

Uğur, M. S. (2023). Türkiye için gelir yoksulluğu ve maddi yoksunluğun belirleyicileri: Çok durumlu probit modeli. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16 (1), 224-240.

UNCTAD. (2022). Home/trade and environment/ circular economy. Erişim Adresi <https://unctad.org/topic/trade-and-environment/circular-economy>

UNECE. (2022). Trade-circular economy. Erişim Adresi <https://unece.org/trade/CircularEconomy>

United Nations. (2018). The sustainable development goals report 2018. Erişim Adresi <https://www.un.org/en/desa/sustainable-development-goals-report-2018>

United Nations. (2022). Goal 12: Ensure sustainable consumption and production patterns. *Sustainable Development Goals*. Erişim Adresi <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-consumption-production/>

United Nations Climate Change. (2015). The paris agreement. Erişim Adresi <https://unfccc.int/process-and-meetings/the-paris-agreement>

Varol, M. Ç. (2022). Bir sürdürülebilirlik örneği olarak ikinci el tüketim. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 4 (1), 51-68.

Vestiaire Collection. (2022). Long live fashion.

Wang, T. (2022). Intelligent analysis of computer-aided garment design cad based on virtual reality model for surplus fabric removal and reuse without segmentation of cutting pieces. *Advances in Multimedia*, 2022, 1-13.

Watt, S. (2022). Gartner survey shows 74% of supply chain leaders expect circular economy to increase profits through 2025. *Press Release-Newsroom*. Erişim Adresi <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2022-09-28-gartner-survey-shows-74-percent-of-supply-chain-leaders-expect-circular-economy-to-increase-profits-through-2025>

Yağız, F. N. S. (2022). Covid-19 pandemi sürecinde kriz liderliği: Sistematik tarama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (47), 388-401.

Yasa, Y. A., Kuş, A. S., & Sayan, N. (2022). Yeni tüketiciler olarak dijital yerliler: Z kuşağında rol modelin davranışsal niyete etkisi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 18 (3), 929-955.

Yaşar, S., & Taşar, M. O. (2019). Kavramsal olarak yoksulluk ve türkiye’de yoksullukla mücadele politikalarının etkileri. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (38), 118-144.

Yıldırım, L. (2017). Geri dönüşüm/ileri dönüşüm/tekrar kullanım kapsamında ikinci el giysiler ve sürdürülebilirlik. *Art-e Sanat Dergisi*, 10 (20), 484-503.

Yıldırım, M. C. (2020). Büyümek zorunda değiliz. Erişim Adresi <https://t24.com.tr/k24/yazi/buyumek-zorunda-degiliz.2785>

Yurdakul, D., Atik, D., & Dholakia, N. (2017). Redefining the bottom of the pyramid from a marketing perspective. *Marketing Theory*, 17 (3), 289-303. doi:10.1177/1470593117704265

Yükselen, C. (2020). *Pazarlamanın yeni paradigması sürdürülebilirlik* (1.Basım ed.). Ankara: Detay Yayıncılık.

Yayın Geliş Tarihi: 23.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1379854>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 372-394
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEŞMENİN ÇALIŞAN SAVUNUCULUĞUNA ETKİSİNİN ANALİZİ

Muharrem AKSU*

Öz¹

Bilgi teknolojileri ve dijitalleşmenin gelişmesi örgütlerin rekabetini artırmıştır. Buna bağlı olarak da rekabette önemli bir faktör olan çalışan davranışları önem kazanmıştır. Bu bağlamda araştırma, Sosyal Kimlik Teorisine dayanan örgütsel özdeşleşmenin çalışan davranışlarından biri olan çalışan savunuculuğu davranışı arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışmada örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğu ile ilişkisi analiz edilmiştir. Nicel araştırma yöntemlerinden biri olan ilişkisel tarama modeline göre yapılan araştırmanın verileri, kafe ve restoran gibi hizmet sektöründe çalışanlardan anket yöntemiyle elde edilmiştir. 296 katılımcıdan elde edilen veriler, SPSS paket programında analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği için DFA, AVE, CR ve HTMT değerleri analiz edilmiştir. Araştırmada öne sürülen hipotezleri test etme amacıyla da korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, örgütsel özdeşleşme ile çalışan savunuculuğu arasında olumlu ve anlamlı bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir. Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğunu güçlü bir şekilde etkilediği görülmüştür. Bu sonuca göre, çalışanların özdeşleşme düzeyi arttıkça savunucu davranışları sergileme olasılıkları daha yüksektir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Kimlik Teorisi, Örgütsel Özdeşleşme, Çalışan Savunuculuğu, İnsan Kaynakları.

ANALYSIS OF THE EFFECT ON EMPLOYEE ADVOCACY OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION

Abstract

The development of information technologies and digitalization has increased the competition of organizations. Accordingly, employee behaviour, which is an important factor in competition, has gained importance. In this context, the research aimed to determine the

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Aksu, M. (2024). Örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğuna etkisinin analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 372- 394.

*Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İnsan Kaynakları Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-5164-2458, muharremaksu@sdu.edu.tr

¹Bu araştırma için Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Araştırmalar Etik Kurulu'ndan 15.02.2022 tarihli ve 117/22 sayılı kararla etik kurul onayı alınmıştır.

relationship between organizational identification based on Social Identity Theory and employee advocacy behaviour; which is one of the employee behaviours. In the study, the relationship between organizational identification and employee advocacy was analysed. The data of the research, which was conducted according to the relational survey model, one of the quantitative research methods, was obtained by survey method from employees working in the service sector such as cafes and restaurants. Data obtained from 296 participants were analysed in the SPSS package program. CFA, AVE, CR and HTMT values were analysed for the validity and reliability of the scales. Correlation and regression analyses were conducted to test the hypotheses put forward in the research. According to the findings, it was determined that there was a positive and significant relationship between organizational identification and employee advocacy. Additionally, organizational identification has been shown to strongly influence employee advocacy. According to this result, as employees' level of identification increases, they are more likely to exhibit defensive behaviours.

Keywords: *Social Identity Theory, Organizational Identification, Employee Advocacy, Human Resources.*

GİRİŞ

Dijitalleşme ve bilgi teknolojilerinin gelişimiyle birlikte rekabet ortamı ve dozu neredeyse her sektörde hızla değişmektedir. Bu rekabet ortamında örgütler, fark yaratabilmek ya da hayatta kalabilmek için farklı yol ve strateji arayışına yönelmektedir. Bu arayış, örgütlerin üretim, pazarlama, halkla ilişkiler ve insan kaynakları gibi neredeyse tüm fonksiyonlarında yenilikçiliği önceleyen dijital tabanlı uygulamalara eğilimi artırmıştır (Tsarenko vd., 2018; Thelen vd., 2022) Diğer taraftan teknolojik gelişmelere paralel bir şekilde her geçen gün nitelik ve nicelik olarak gelişen sosyal medyanın gücüne bağlı olarak çalışanlar, örgütlerine yönelik tanıtım, destek ve savunmasında daha fazla rol almaya başlamışlardır. (Men, 2014; Thelen, 2020; Walden & Kingsley Westerman, 2018; Yue, 2021b). Sosyal medyanın yaygın etkisi ve kullanımıyla birlikte çalışanlar, örgütlerini savunan birer yarı zamanlı pazarlamacı konumuna gelmiştir (Schweitzer & Lyons, 2008). Dolayısıyla çalışan savunuculuğu, örgütün markası, mal ve hizmetlerine ilişkin olumlu içeriklerin paylaşılması ve yayılması açısından iletişim, halkla ilişkiler, pazarlama ve insan kaynakları yönetimi açısından değerli bir davranış seti haline gelmiştir (Thelen, 2019; Thelen & Yue, 2021).

Çalışanların örgüte ilişkin olumlu bilgileri paylaşmaları, onların örgütsel davranışlarıyla ilgili bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu davranışların temelinde ise Sosyal Kimlik Teorisinin öne sürdüğü gibi bireylerin benlik imajlarını geliştirme amacıyla kendilerini seçtikleri grup üyeliklerine göre tanımlamaları yatmaktadır. Grup üyeliği ise bireyin nasıl düşünmesi, hissetmesi ve davranması gerektiğini belirleyen bir sosyal kimliği temsil etmektedir (Matherne vd., 2017). Örgütleriyle özdeşleşen ve kendilerini grubun üyesi olarak gören çalışanlar, örgütsel kimliklerini kişisel kimliklerinin yararlı ve yapıcı bir parçası olarak görerek olumlu sosyal kimliklere sahip olma eğilimindedirler (Richter vd., 2004). Dolayısıyla

teorinin varsayımına göre özdeşleşme oluşmakta ve çalışanlar kendilerini örgütün bir üyesi olarak görmektedirler (Boroş, 2008). Örgütsel özdeşleşme, grup üyelerini grubun çıkarları adına hareket etmeye motive edebilmektedir. Bunun örgütsel bağlamda karşılığı ise, çalışanların örgütleriyle özdeşleşmeleri onların ekstra rol dışı davranış sergilemelerine katkı sağlamasıdır (Ashforth & Mael, 1989; Van Dick vd., 2004; Riketta, 2005). Dolayısıyla sosyal kimlik temelinde aidiyeti temsil eden örgütsel özdeşleşmenin ekstra rol dışı davranışlarından biri olan çalışan savunuculuğu ile ilişkili olabileceği ve özdeşleşmenin savunucu davranışları etkileyebileceği düşünülmektedir.

Bu bağlamda araştırmada örgütsel vatandaşlık davranışının bir boyutu olan çalışan savunuculuğu ile örgütsel özdeşleşme arasında bir ilişkinin ve özdeşleşmenin savunuculuk üzerinde etkisinin olup olmadığı sorularının cevabı aranmıştır. Çalışmanın ilk kısmında sosyal kimlik, örgütsel özdeşleşme ve çalışan savunuculuğu kavramları ana hatlarıyla ele alınmıştır. İkinci kısmında yöntemle değinilmiş, son kısmında ise özdeşleşmenin savunuculuk davranışlarının öncülü olup olmadığı test edilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Çalışan Savunuculuğu

Dijitalleşme ve sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla birlikte çalışanlar, örgütün performans ve etkinliğini olumlu yönde daha fazla etkilemeye başlamışlardır (Men, 2014). Bu etkiye paralel bir şekilde çalışan savunuculuğu, çalışanların olumlu ağızdan ağıza (word of mouth) konuşmaları ve sosyal medya kullanımından türetilen yeni bir iletişim konsepti olarak ortaya çıkmıştır (Fullerton, 2011; Tsarenko vd., 2018). Kavramının motivasyonel temeli ise, örgütsel vatandaşlık davranışına dayanmaktadır (Tsarenko vd., 2018; Walden & Kingsley-Westerman, 2018; Lee, 2021). Örgütsel vatandaşlık davranışının boyutları arasında yer alan örgütü onaylama, koruma, destekleme ve savunmayı içeren bağlılık ve sadakat boyutları, çalışan savunuculuğu davranışıyla örtüşmektedir (Thelen, 2020; Lee, 2021). Örgütün etkili işleyişini destekleyen ve isteğe bağlı bireysel bir davranış olarak tanımlanan örgütsel vatandaşlık davranışının (Organ, 1988) boyutlarından biri olan örgütü destekleme, mal ve hizmetlerini tavsiye etme ve örgütü bir bütün olarak savunmayı içeren savunuculuğu, bir örgütün başarısını artıran gönüllü ve rol dışı bir davranış olarak tasvir edilmektedir (Men, 2014; Löhndorf & Diamantopoulos, 2014). Örgütü diğer çalışanlara ya da dış çevreden gelen eleştirilere karşı savunma, örgütü kamuoyunda temsil ederken gurur duyma ve örgütün mal ve hizmetlerini arkadaşlara, aileye ya da potansiyel müşteri ve adaylara (iş arayanlar) tanıtmaya gibi davranışların sadık destekçilik boyutuna girdiği kabul edilmektedir (Thelen, 2020). Bu bağlamda örgütlerine yönelik olumlu tutumlara sahip çalışanların çevrim içi ve dışı kanallarla örgütü savunarak örgütün itibarını güçlendirmeye yardımcı oldukları vurgulanmaktadır (Kim & Rhee, 2011; Löhndorf & Diamantopoulos, 2014; Men, 2014).

Çalışan savunuculuğu, dijitalleşmiş iş piyasasında çeşitli çevrimiçi platformların gelişmesi ve bu sayede çalışanların örgütlerine ilişkin görüşlerini ifade etmelerine olanak sağlaması nedeniyle oldukça önemli bir işlev üstlenmektedir (Miles & Mangold, 2014). Çalışanlar, bu platformlar sayesinde örgütleri hakkında bilgi, deneyim ve birikimlerini paylaşarak daha geniş kitlelere ulaşabilmektedirler. Çalışanlar, örgütlerine ilişkin gurur ya da minnettarlıklarını ifade etmek, örgütlerini övmek ya da desteklemek için sosyal medya kanallarını kullanabilmektedirler. Ayrıca çalışanlar, örgüt hakkında faydalı bilgileri dış çevreyle paylaşarak örgüt sınırlarını aşan değerli roller üstlenmektedirler. Çalışanların işveren ya da örgütleri hakkında kişisel görüşlerini sosyal medya platformlarında paylaşması, örgütlerin kamuoyunda algılanması ve yeni yeteneklerin çekilmesinde de önemli roller oynayabilmektedir (Kim & Rhee, 2011; Krishna & Kim, 2015; Dabirian vd., 2017; Lee, 2021). Zira dış paydaşlar açısından örgüt çalışanları, resmi kurumsal iletişimden daha özgün, güvenilir ve tarafsız bir bilgi ve değerlendirme kaynağı olarak görülmekte ve örgütlere fayda ya da zarar verebilme potansiyeli taşımaktadırlar (Kim & Rhee, 2011; Men & Bowen, 2017; Lee & Dong, 2023). Dolayısıyla çalışanların çevrim içi ve dışı kanallardan yaptıkları paylaşımlar, çalışan savunuculuğunu örgütler açısından daha da önemli hale getirmiştir.

Çalışan savunuculuğu kavramı, çalışanların bir nevi “yarı zamanlı pazarlamacılar” olarak örgütlerinin amacını, ürün ve hizmetlerini, politikalarını ve hikayelerini ilgili sosyal/profesyonel çevrelerde savunmalarını ifade etmektedir (Schweitzer & Lyons, 2008). Çalışan savunuculuğu, paydaşlarda olumlu marka algıları uyandırmaya yönelik herhangi bir çalışan davranışı olarak tanımlanmaktadır (Miles & Mangold, 2014). Men’e (2014) göre kavram, bir örgütün markası ve mal ve hizmetlerinin bir çalışan tarafından rol dışı ve gönüllülük esasına dayalı olarak tanıtılması ya da savunulması gibi davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Kavram üzerine derinlemesine araştırma yapan Thelen’e göre (2019, 2020) ise, çalışan savunuculuğu bir çalışanın örgütünün mal ve hizmetlerini iç (iş arkadaşları ve diğer çalışanlar gibi) ya da dış çevreye (aile üyeleri, arkadaşlar, tanıdıklar, potansiyel adaylar, tedarikçiler, politika yapıcılar ve müşteriler gibi) yönelik olarak sözlü (olumlu ağızdan ağıza iletişim ve megafonla gibi) ya da sözlü olmayan (örgütü belirten bir obje kullanmak gibi) gönüllü desteği, tavsiyesi ya da savunması olarak tanımlanmaktadır. Sonuç olarak “*çalışan savunuculuğu, çalışanların bir bütün olarak örgütlerini, örgütün mal ve hizmetleri hakkında olumlu haber ve bilgileri gönüllü olarak iç ve dış paydaşlara, yakın çevresine sözlü ya da sözsüz, çevrim içi ya da çevrim dışı olarak tanıtmasını, aktarmasını, tavsiye etmesini ve örgütlerini eleştirilere karşı savunmasını içeren davranışlar*” olarak tanımlanmaktadır (Aksu, 2023, s. 7).

Çalışan savunuculuğu davranışları, örgütsel itibarı artırması, satışları ve büyümeyi desteklemesi açısından örgüte olumlu kazanımlar sağlayan kritik bir örgütsel varlık olarak işlev görmektedir (Thelen, 2020). Çalışanlar tarafından oluşturulan ve paylaşılan bilgiler, işverenler hakkında bilgi edinmek isteyen iş

arayan potansiyel adaylar için de faydalı olmaktadır (Dabirian vd., 2017). Bu davranışlar aynı zamanda yetenekli insan sermayesini çekmeye de katkı sağlamaktadır (Thelen vd., 2022). Ayrıca çalışan savunuculuğu davranışları, örgütsel sorunların yönetilmesine, çalışan bağlılığı ve üretkenliğin artırılmasına yardımcı olmaktadır (Thelen, 2020). Üstelik savunucu davranışlar, örgütsel üretkenlik, etkinlik ve performansın (Tsarenko vd., 2018; Walden & Kingsley-Westerman, 2018), finansal performans ve başarımın (Kim & Rhee, 2011; Tsarenko vd., 2018), örgütsel itibar ve marka imajının (Kim & Rhee, 2011; Löhndorf & Diamantopoulos, 2014; Miles & Mangold, 2014; Tsarenko vd., 2018; Walden & Kingsley-Westerman, 2018) artmasına da katkı sağlamaktadır. Diğer yandan vasıflı yetenekleri örgüte çekilmesine katkı sağlayarak nitelikli insan sermayesinin oluşumuna da fayda sağlamaktadır (Kim & Rhee, 2011; Cervellon & Lirio, 2017; Yue, 2021a; Yue, 2021b; Thelen & Formanchuk, 2022; Thelen vd., 2022). Bu katkıların doğal sonucu olarak da savunuculuk, etkili ve ucuz bir pazarlama stratejisi olarak örgütlerin rekabet avantajını artırmasına katkıda bulunabilmektedir (Tsarenko vd., 2018). Sayılan katkıların yanı sıra savunucu davranışlar, örgütsel kriz ve örgüt itibarını etkileyen diğer sorunlara karşı da etkili bir tampon görevi görmektedir (Men, 2014).

Çalışan savunuculuğunun öncüllerine bakıldığında, iç iletişim, örgütsel bağlılık ve çalışan-örgüt ilişkileri gibi faktörlerin savunuculuk davranışlarını etkilediği görülmektedir (Walden & Kingsley-Westerman, 2018; Lee & Kim, 2021; Yue, 2021b). Liderlik iletişimi ve astların amirlerine karşı hissettikleri saygı ve güven düzeyinin savunuculuk davranışlarını potansiyel olarak etkileyebildiği öne sürülmektedir (Thelen, 2020). Ayrıca liderlik, iç iletişim, dijital medya, süpervizör desteği, örgüt-çalışan ilişkileri, olumlu müşteri davranışı, çalışanı güçlendirme ve iç kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları gibi faktörler çalışan savunuculuğunu etkilemektedir (Kim & Rhee, 2011; Men, 2014; Yeh, 2014; Cervellon & Lirio, 2017; Walden & Kingsley-Westerman, 2018; Lee & Kim, 2021; Thelen & Yue, 2021; Yue, 2021a; Lee & Dong, 2023).

Örgütsel Özdeşleşme

Sosyal kimlik teorisi, bireylerin kendilerini sosyal grup üyeliklerine göre tanımladıklarını öne sürmektedir. Teoriye göre, insanlar kendilerini duygusal olarak belirli bir grup ya da sınıfa bağlanmaktadır. Bu teoriye dayanan örgütsel özdeşleşme, bireylerin kendilerini ve başkalarını çeşitli sosyal kategorilere göre sınıflandırma eğiliminde olduklarını ve bu tür bir kategorilerden birinin de örgütsel üyelik olduğunu öne sürmektedir. Teoriye göre bireyler, kendilerini ve başkalarını dini bağlılıklar, ırksal ya da etnik gruplar, yaş grupları, mesleki ya da örgütsel üyelikler gibi çeşitli sosyal kategorilere (sosyal sınıflar) göre ayırma eğilimindedirler (Tajfel & Turner, 2004). Bireylerin benlik imajlarını geliştirmek için seçtikleri her bir sosyal grup, üyeliğe ilişkin nitelikleri tanımlayan ve kişinin nasıl düşünmesi, hissetmesi ve davranması gerektiğini belirleyen bir sosyal kimliği temsil etmektedir (Matherne vd., 2017). Bu kategorik sınıflandırmalar, bireylerin sosyal çevrelerini düzenlemelerine ve aidiyet duygusu kazanmalarına yardımcı olmaktadır (Tajfel &

Turner, 2004). Kendilerini herhangi bir sosyal grubun bir parçası olarak algılayan bireyler, bu grupları benlik kavramlarının bir parçası olarak içselleştirmekte ve bu süreçler grup davranışlarını teşvik edebilmektedir (Turner, 1982; Dutton vd., 1994). Bireyler, örgütlerin kendilerine sosyal bir kimlik sağladığını düşünmeleri nedeniyle kendilerini örgütleriyle özdeşleştirmeye çalışmaktadırlar (Mael & Ashforth, 1995). Dolayısıyla özdeşleşme, bir bireyin örgütün inançlarıyla kendi sosyal kimliğini birleştirdiğinde ortaya çıkmaktadır (Dutton vd., 1994). Kendilerini bir grubun üyesi olarak gören çalışanlar, örgütün kimliğini kişisel kimliklerinin yararlı ve yapıcı bir parçası olarak görerek olumlu sosyal kimliklere sahip olma eğilimindedirler (Carmon vd., 2010). Bireyler bir grubun kimliğini kendi öz kimliklerine dahil ettiklerinde ise özdeşleşme gerçekleşmektedir. Böylece çalışanlar grupla ilgili olumlu tutumlara sahip olmakta ve iş birliği, bağlılık, kolektif düşünce gibi tutum ve davranışlar sergilenebilmektedir (Matherne vd., 2017).

Bireyin bir örgütle özdeşleşmesi, bilişsel, duygusal ya da her ikisinin birlikteliğiyle gerçekleşebilmektedir. Yani özdeşleşme, bir çalışanın herhangi bir örgütle bilişsel ya da duygusal bir bağın varlığını hissettiğinde gerçekleşmektedir. Örgütsel özdeşleşmenin bilişsel boyutu, çalışanla örgüt arasında paylaşılan özellik, hedef ve kendini örgütün bir üyesi olarak kategorize etmekten elde ettiği fayda algısını yansıtmaktadır. Duygusal boyutu ise, bireylerde örgüte ait olma konusunda bir gurur duygusu uyandırmasıdır (Riketta, 2005; Zhu vd., 2012). Çalışanlar gruba yönelik üyeliklerini, bilişsel (kendilerini örgütün bir parçası olarak görme, örgütsel değer ve idealleri bütünleştirme gibi) ya da duygusal (aidiyetteki prestij) veya her ikisiyle birlikte ilişkilendirerek göstermektedir (Vu, 2022). Kısacası örgütsel özdeşleşme, bireylerin kendilerini bir örgüte üyelikleri aracılığıyla tanımlama derecesini ifade etmektedir (Dutton vd., 1994; Riketta, 2005). Bir çalışanın özdeşleşme düzeyi ise, örgüte yönelik algılanan benzerliğe ve örgütle paylaşılan kadere ve örgüt üyeliğinin olumlu benlik algısına ne ölçüde katkıda bulunabildiğine bağlı olmaktadır (Mael & Ashforth, 1992; Dutton vd., 1994).

Çalışanların tutum, davranış ve performanslarının önemli bir belirleyicisi olan örgütsel özdeşleşme (Tajfel, 1981; Ashforth vd., 2008), bireyin kendisini örgütün bir parçası olarak algıladığı ve örgütün başarı ya da başarısızlıklarının kendisine ait olduğunu hissettiği bir örgüte yönelik birlik ya da aidiyet algısı olarak tanımlanmaktadır (Ashforth & Mael, 1989, 1992). Kavram ayrıca, örgütsel ve bireysel kimliğin ne düzeyde örtüştüğünü ya da örgütün amaç, hedef ve değerleriyle birlik duygusunu ifade etmektedir (Wu vd., 2023).

Araştırmalar, örgütsel özdeşleşmenin çalışanların örgütsel davranışlarına olumlu katkıda bulunduğunu göstermektedir. Örneğin çalışmalarda güçlü bir örgütsel özdeşleşme algısına sahip çalışanların işbirliği yapma ve rol içi ve dışı olumlu örgütsel davranışları sergileme olasılıklarının daha yüksek olduğu ortaya konmuştur (Ashforth & Mael, 1989, 1995; Riketta, 2005; Choi & Lee, 2022; Vu, 2022). Ayrıca literatürde, örgütsel özdeşleşmenin çalışanların ekstra rol performansı, iş tatmini ve örgüte bağlılık ile olumlu, üretkenlik karşıtı iş davranışı ve işten ayrılma

niyetiyle olumsuz yönde ilişkili olduğu vurgulanmıştır (Mael & Ashforth, 1995; van Knippenberg, 2000; van Knippenberg & van Schie, 2000; Van Dick vd., 2004; Riketta, 2005; Riketta & Van Dick, 2005; Lee vd., 2015).

MATERYAL VE YÖNTEM

Çalışmanın Amacı ve Önemi

Son dönemde sosyal medyanın yaygınlaşmasıyla örgütler çalışanları yarı zamanlı pazarlamacılar olarak görmeye başlamışlardır. Çalışanların çevirim içi ya da dışı örgüte yönelik bilgi paylaşımları, örgütün imajını etkileme potansiyeli taşımaktadır. Özellikle çalışanların örgütlerine ilişkin rol dışı savunucu davranışlarının etkisi göze alındığında, savunucu davranışların önemi daha da belirgin hale gelmektedir. Ancak bu savunucu davranışların örgüte ilişkin psikolojik ve bilişsel bir bağın varlığı halinde daha da artacağı öngörülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, örgütsel özdeşleme ile örgütsel vatandaşlık davranışının sadakat ve bağlılık boyutlarıyla ilişkili olan çalışan savunuculuğu davranışının ilişkisini tespit etme amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma, örgüt ile güçlü bir bağı temsil eden örgütsel özdeşlemenin çalışan savunuculuğu davranışlarını etkileyip etkilemediğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Ayrıca bu araştırma, örgütsel özdeşlemenin çalışan savunuculuğunu teşvik etmedeki rolünü inceleyen ilk çalışmalardan biri olması nedeniyle özgün bir değeri bulunmaktadır.

Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeylerinin çalışan savunuculuğu davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma, nicel araştırma yöntemlerinden betimsel özelliğe sahip olan ilişkisel tarama modeline göre yapılmıştır. Tarama modeli, bir evrenden seçilen örneklemde elde edilen verilerden yola çıkarak evrenin tamamını temsil etmeye yönelik tutum, eğilim ya da görüşlerin sayısal olarak betimlenmesidir (Creswell, 2014). Genel tarama modellerinden biri olan ilişkisel tarama modeli, iki ya da daha çok değişken arasında senkronize bir değişimin varlığını ve bir değişim varsa bunun derecesini betimlemeyi amaçlayan bir araştırma modelidir (Karasar, 2012).

Örgütsel özdeşleşmeyle birlikte iş ve örgüt çalışanın kimliğinin belirgin bir parçası haline gelmektedir (van Zoonen & Treem, 2019). Sosyal kimlik teorisine dayalı olarak birey kendisini örgütün bir parçası olarak ne kadar çok tanımlarsa, örgüte o kadar sadık hale gelmekte ve örgütün bakış açısını sahiplenmeye başlamaktadır (Dutton vd., 1994). Çalışanlar bilişsel ya da duygusal olarak kendilerini örgütle ilişkilendirdiklerinde örgüte daha bağlı hissetmekte ve örgüt üyeliğinden daha fazla gurur duymaktadırlar (Yue vd., 2020). Çalışanların örgütlerinin başarısını kendi başarıları olarak algıladıklarında, davranışlarını örgüte uyacak şekilde ayarlamaya daha istekli olmakta ve daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı sergilemektedirler (Yue, 2021a). Dolayısıyla örgütsel özdeşleşme, rol içi görev gerekliliklerinin ötesine geçen hizmet odaklı örgütsel vatandaşlık

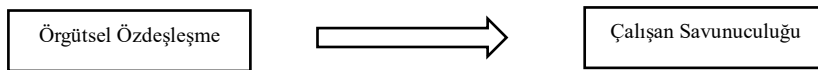
davranışlarını artmasına katkıda bulunmakta ve örgüte olan desteği ve bağlılığı artırmaktadır (Ashforth & Mael, 1989; Ashforth vd., 2008; Zhu vd., 2013; Lu, 2016). Çalışanların inançları ile örgüt değerleri arasındaki uyum arttıkça yani örgütsel özdeşleşme geliştikçe kendilerini örgütün üyesi olarak gördükleri ve örgütün grup normları, değerleri, çıkarları ve amaçları doğrultusunda çalıştıkları tespit edilmiştir (Ashforth & Mael, 1989; van Knippenberg, 2000). Özdeşleşme örgüte sadık çalışanlar sağladığı için de örgütün dışsal olarak imajını iyileştiren rol dışı davranışların sergilenmesine katkı sağlamaktadır (Bauer & Lim, 2019).

Diğer taraftan sosyal medya, çalışanlara örgütsel özdeşleşmenin ortaya çıkardığı rol dışı davranışlarını geniş bir çevreye iletme fırsatı sunmaktadır. Yüksek özdeşleşmeye sahip çalışanların örgütsel başarıyı desteklemenin bir yolu olarak kişisel sosyal medya hesapları vasıtasıyla örgütle ilgili bilgileri paylaşma olasılıklarının yüksek olduğu vurgulanmaktadır (van Zoonen & Treem, 2019). Ayrıca, çalışanların örgütün mal ve hizmetleri hakkında çevirim içi ve dışı bilgi paylaşımları yapması, örgütü desteklemenin ve grup üyeliğini vurgulamanın farklı bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır (van Zoonen vd., 2014). Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin çevrim içi örgüt/marka savunuculuğunu olumlu yönde etkilediği belirtilmektedir (Çavdar-Aksoy vd., 2023). Bu bağlamda, yüksek düzeyde özdeşleşmeye sahip çalışanlar, örgüte ilişkin bilgileri çevirim içi ya da dışı kanallarla paylaşarak örgütün markasını, mal ve hizmetlerini iç ve dış çevreye önerebilir ya da örgütü eleştirilere karşı savunabilirler. Literatür araştırma sonuçları ve kanıtlardan yola çıkarak aşağıdaki hipotezler üretilmiştir.

H₁: Örgütsel özdeşleşme ile çalışan savunuculuğu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Örgütsel özdeşleşme çalışan savunuculuğunu pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkiler.

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Şekil 1’de gösterilen modele bağlı olarak çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyinin (bağımsız değişken) çalışan savunuculuğu davranışları (bağımlı değişken) üzerindeki etkisi ve bu değişkenler arasındaki ilişki incelenmeye çalışılmıştır. Modele göre, çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyleri ile çalışan savunuculuğu davranışları arasında olumlu yönde bir ilişki söz konusudur.

Araştırma Etiği

Bu araştırmaya ilişkin Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma ve Yayın Etiği Kurulunun 15.02.2022 tarihli ve 117/22 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır. Çalışma verilerinin toplanması esnasında etik kuralların uygulanmasına özen gösterilmiştir.

Verilerin Toplanması

Araştırma verilerinin toplanması anket yöntemiyle gerçekleştirilmiş olup, anketler yüz yüze ve çevirim içi yöntemlerle (WhatsApp) yapılmıştır. Ankete katılanlara araştırmanın amacı hakkında bilgi verilmiştir. Araştırmanın verileri, 2022 yılı Nisan - Haziran ayları arasında Antalya ili Alanya ilçe merkezinde faaliyette olan ve hizmet sektöründe yer alan kafe, restoran ve lokantalarda çalışan işgörenlerden toplanmıştır. İlgili katılımcılarla toplamda 304 adet anket yapılmıştır. Ancak bazı anketler, veri eksikliği nedeniyle değerlendirmeye alınmamıştır. Analizler, 296 katılımcıdan elde edilen veriler üzerinden yapılmıştır.

Araştırmanın Çalışma Grubu

Araştırma çalışma grubunun seçilmesinde birkaç faktör etkili olmuştur. Bilindiği gibi turizm bölgeleri hizmet sektörünün gelişmiş olduğu bölgelerdir. Aynı zamanda bu sektörde çalışan sayısı da oldukça fazladır. Bu durum ilgili evreni incelemeye olanak sağlayan araştırma grubuna ulaşmayı ve veri elde etmeyi de kolaylaştırmaktadır. Dahası hizmet sektöründe özellikle sosyal medya vasıtasıyla çalışan savunuculuğu davranışlarının sergilenme olasılığının daha yüksek olabileceği de öngörülmüştür. Bu gözlem ve öngörülere dayalı olarak araştırmanın evrenini ilgili sektörde çalışanlar oluşturmuştur.

Araştırmanın çalışma grubunu, Antalya ili Alanya ilçesinde faaliyette bulunan kafe, restoran ve lokantalarda çalışan işgörenler oluşturmaktadır. Araştırma grubunda yer alan katılımcıların yarıdan fazlasını (%57,8) erkekler oluşturmaktadır. Araştırma kafe ve restoran gibi gençlerin daha fazla istihdam edildiği bir sektörde yapılması nedeniyle katılımcıların çoğunluğu bekar (%74,3) ve otuz yaş altı çalışanlardan (%72) oluşmaktadır. Çalışma sürelerine bakıldığında ilgili sektörde personel devir hızının yüksekliği nedeniyle katılımcıların çoğunluğu (%85,5) beş yıldan az çalışanlardan oluşmaktadır. Eğitim düzeyi açısından bakıldığında ise, katılımcıların lise, önlisans ve lisans düzeylerinde nerdeyse eşit bir dağılıma sahip oldukları görülmektedir (Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans Dağılımları

Cinsiyet	f	%	Çalışma süresi	f	%
Kadın	125	42,2	1 yıldan az	160	54,1
Erkek	171	57,8	1-5 yıl arası	93	31,4
Toplam	296	100	6-10 yıl arası	28	9,5
Yaş	f	%	11-15 yıl arası	11	2,9
20 yaş ve altı	50	16,9	16-20 yıl arası	4	1,3
21-30 arası	163	55,1	Toplam	296	100
31-40 arası	43	14,6	Eğitim düzeyi	f	%
41-50 arası	26	6,4	İlkokul	21	7,1
51-60 arası	6	2	Ortaokul	37	12,5
Toplam	296	100	Lise	84	28,4
Medeni durum	f	%	Önlisans	71	24,0
Evli	76	25,7	Lisans	79	26,7
Bekar	220	74,3	Yüksek Lisans	4	1,4

Toplam	296	100	Toplam	296	100
--------	-----	-----	--------	-----	-----

Araştırmanın Ölçüm Araçları

Belirlenen örneklemden araştırma verilerini toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu amaçla yapılandırılan ve toplamda 18 soru ve ifadeyi içeren anket, üç kısımdan oluşmaktadır. Anketin ilk kısmında katılımcılara ilişkin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve çalışma süresi gibi demografik özellikleri tespit etmeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketin ikinci kısmında Thelen ve Formanchuk (2022) tarafından geliştirilen ve Aksu (2023) tarafından geçerlik ve güvenilirliği yapılarak Türkçeye uyarlanan “Çalışan Savunuculuğu Ölçeği” (Employee Advocacy Scale) yer almaktadır. Ölçek, “çalıştığım işletmenin markasını, mal ve hizmetlerini başka insanlara tavsiye ederim”, “çalıştığım işletmeyi iş arayanlara çalışmak için iyi bir yer olarak öneririm”, “çalıştığım işletme hakkındaki önyargılı fikirleri çürütmeye çalışırım”, “uygulanabilir olduğu sürece, çalıştığım işletmenin işlerini etkileyebilecek kamu politikalarına karşı çalıştığım işletmeyi desteklerim”, “çalıştığım işletmeyi toplum içinde temsil ederken gurur duyarım” ve “çalıştığım işletmenin içinde yer aldığı sivil toplum faaliyetlerine gönüllü olarak katılırım” ifadelerinden oluşmaktadır. Altı madde ve tek boyuttan oluşan ölçek 5’li Likert tipinde derecelendirilerek (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) hazırlanmıştır. Ölçeğin orijinal çalışmasında güvenilirliğine ilişkin iç tutarlılık katsayısı 0,90’dır. Türkçeye uyarlama çalışmasında ise 0,89 olarak bulunmuştur.

Anketin son kısmında ise, Mael ve Ashforth (1992) tarafından çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyini ölçme amacıyla geliştirilen ve altı madde ve tek boyuttan oluşan Tak ve Aydemir (2004) tarafından Türkçeye uyarlanan “Örgütsel Özdeşleşme Ölçeği” yer almaktadır. Ölçekte, “herhangi bir kimse çalıştığım işletme hakkında kötü konuştuğunda kendimi hakarete uğramış gibi hissederim”, “herhangi bir kimse çalıştığım işletmeden övgüyle bahsettiği zaman bunu kendime yapılmış bir övgü olarak algılarım”, “çalıştığım işletmenin başarısı benim başarımdır”, “çalıştığım işletme hakkında konuşurken çoğunlukla “onlar” yerine “biz” demeyi tercih ederim”, “çalıştığım işletme ile ilgili olumsuz söylentilerden rahatsızlık duyarım” ve “çalıştığım işletme hakkında başkalarının ne düşündükleri benim için önemlidir” ifadeleri yer almaktadır. İlgili ölçek 5’li Likert tipinde (1=kesinlikle katılmıyorum, 5=kesinlikle katılıyorum) derecelendirilmiştir. Türkçe uyarlama çalışmasında ölçeğin iç tutarlılık katsayısı 0,92’dir.

Verilerin Analizi

Ölçüm modeli, faktör yüklerinin tespiti, güvenilirlik, yakınsak ve ayırt edici geçerlilik açısından değerlendirilmektedir. Çalışmada ölçeklere ilişkin verilere normallik testleri (çarpıklık ve basıklık), geçerlik ve güvenilirlik, korelasyon ve regresyon analizleri SPSS ve AMOS yazılım programları aracılığıyla yapılmıştır. Kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek amacıyla AMOS programı kullanılarak tüm ölçekler için tek faktörlü yapı geçerliliği için Doğrulayıcı Faktör

Analizi (DFA) yapılmış ve uyum indeksleri incelenmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi sonrasında modelin yakınsak geçerlilik için AVE ve CR ve ayırt edici geçerlilik için HTMT değerleri hesaplanmıştır. İç tutarlılığı ölçme amacıyla yani güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa ve bileşik güvenilirlik değerleri ölçülmüştür. Son olarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arası ilişkilerin ortaya konulması amacıyla (hipotezleri test etmek için) Pearson Korelasyon ve Basit Doğrusal Regresyon analizi uygulanmıştır.

Ölçeklerin Geçerlik ve Güvenirlik Analizleri

Ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Bu kapsamda ölçekler, ayrı ayrı DFA analizine tabii tutulmuştur. Doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) en çok olabirlik (maximum likelihood) hesaplama yöntemi kullanılarak ölçeğin yapı geçerliği test edilmiştir. Analiz sonucunda ortaya çıkan ölçeklere ait uyum iyiliği değerleri Tablo 2’de verilmiştir.

Örgütsel özdeşleşme ölçeğinin DFA sonucuna göre ($x^2=11,259$; $df=7$); $x^2/df=1,608$; $RMSEA=,044$; $GFI=,989$; $CFI=,991$; $NFI=,978$) değerleri elde edilmiştir. Bu değerler, referans uyum iyiliği değerleri baz alındığında Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin mükemmel uyuma sahip olduğunu ve ölçeğin tek faktörlü yapısının doğrulandığı göstermektedir. Çalışan savunuculuğu ölçeğinin DFA sonucunda ise, ($x^2=13,942$; $df=7$); $x^2/df=1,992$; $RMSEA=,044$; $GFI=,985$; $CFI=,981$; $NFI=,963$) değerleri elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre ilgili ölçeğe ilişkin $RMSEA$ ’nın iyi uyum değerini, diğerleri ise mükemmel uyumu göstermektedir (Tablo 2). Çalışan Savunuculuğu ölçeğine ilişkin elde edilen uyum indeksi değerleri, ölçeğin tek faktörlü bir yapısının doğrulamaktadır.

Tablo 2: Ölçeklere İlişkin Uyum İyiliği Değerleri

Ölçekler	CMIN	df	x^2/df	RMSEA	GFI	CFI	NFI
Örgütsel Özdeşleşme	11,259	7	1,608	,044	,989	,991	,978
Çalışan Savunuculuğu	13,942	7	1,992	,056	,985	,981	,963
İyi Uyum			≤ 5	≤ 10	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90
Mükemmel Uyum			≤ 2	≤ 0.05	≥ 0.95	≥ 0.95	≥ 0.95

CMIN=ki-kare test istatistiği (x_2); df =serbestlik derecesi; x^2/df =ki-kare serbestlik derecesi; $RMSEA$ =Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü; GFI) uyum iyiliği indeksi; CFI =Karşılaştırmalı Uyum İndeksi; NFI =Normlaştırılmış Uyum İndeksi.

Kaynak: (Çokluk vd., 2010, s. 271-272).

Ölçme araçlarına ilişkin yapı geçerliğini incelemek için DFA’ya ek olarak yakınsak geçerlik için Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted-AVE), Bileşik Güvenirlik (Composite Reliability-CR) değerlerine, ayırt edici geçerlilik için Heterotrait-Monotrait (HTMT) korelasyon oranı değerlerine bakılmıştır. Yakınsak geçerlilik, aynı yapıya ait birbiriyle uyum içinde olan birden fazla göstergenin korelasyon düzeyini ölçmek için yapılan değerlendirmedir (Ab-Hamid vd., 2017). Yakınsak geçerlilik için CR ve AVE değerleri dikkate alınmaktadır. Yakınsak geçerliliğin sağlanabilmesi için AVE değerinin bileşik güvenilirlik değerinden küçük olması ve AVE değerinin ise 0,5 değerinden büyük

olması gerekmektedir (Hair vd., 2010; Hair vd., 2014). Tablo 3'te görüldüğü gibi her iki ölçeğin CR değerleri, 0,70'in üzerinde olmasına karşın AVE değerleri 0,50 altındadır. Ancak AVE değerinin 0,5'ten küçük, ancak CR değerinin 0,6'dan yüksek olduğu durumlarda yapının yakınsak geçerliliği sağladığı belirtilmektedir (Fornell ve Larcker, 1981). Dolayısıyla her iki faktörün yakınsak geçerliliğini sağladığı söylenebilir (CR>AVE).

Ayırt edici geçerlilik, yapının gerçekte ampirik olarak birbirinden ne kadar farklı olduğunu ifade etmekte ve aynı zamanda örtüşen yapı arasındaki farkların derecesini de ölçmektedir (Ab-Hamid vd., 2017). Ayırt edici geçerlilik, Heterotrait-monotrait (HTMT) korelasyon oranı kullanılarak değerlendirilmektedir. HTMT, psikometri alanında ayırt edici geçerlilik değerlendirmesi bağlamında kullanılan istatistiksel bir ölçüdür. HTMT değerlerinin 1'e yakın olması, ayırt edici geçerliliğin olmadığını göstermektedir. HTMT'yi ayırt edici bir kriter olarak kullanılması tanımlanmış bir eşikle karşılaştırmayı içermektedir (Yusoff vd., 2020). Eğer HTMT'nin değeri bu eşikten yüksek ise, ayırt edici geçerliliğin olmadığı sonucuna varılmaktadır. Bu eşik değerler Kline (2011) göre 0,85 iken, Gold ve diğerlerine (2001) göre ise 0,90'dır. HTMT oranı incelendiğinde değer 0,85'ten küçük olduğu görülmektedir. Yani HTMT oranına göre de modelin ayrışma geçerliliği sağlanmıştır.

Ölçeklerin iç tutarlılığını test etmek için Cronbach Alfa katsayısı (α) ile bileşik güvenilirlik (Composite reliability-CR) değerleri hesaplanmıştır. Tablo 5'te ilgili ölçeklerin CR ve Cronbach Alfa ile ilgili sonuçlar verilmiştir. Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı (α) 0,886, CR değeri ,79; Çalışan Savunuculuğu Ölçeğinin Cronbach Alfa katsayısı ise, 0,866; CR değeri ,74 olduğu tespit edilmiştir. CR'nin 0,70'in üzerinde olması ölçeğin güvenilirliğine ilişkin ek kanıt oluşturmaktadır (Hair vd., 2010). Bu değerler, ölçüm modelinin güvenilir olduğunu göstermektedir (Nunnally ve Bernstein, 1994; Şencan, 2005; Tavşancıl, 2006).

Tablo 3: Geçerlilik ve Güvenilirlik Değerlerine İlişkin Sonuçlar

Ölçekler	CR	AVE	α	HTMT
Örgütsel Özdeşleşme	0,791	0,463	,886	
Çalışan Savunuculuğu	0,747	0,436	,866	0,468

Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmada öne sürülen hipotez testlerinden önce verilerin normalliğini tespit etme amacıyla basıklık ve çarpıklık değerleri analiz edilmiştir. Literatürde basıklık ve çarpıklık değerlerinin +1 ve -1 aralığında olması verilerin dağılımının normal olduğunu göstermektedir (Hair vd., 2010). Yapılan testlere göre Örgütsel Özdeşleşme Ölçeğinin çarpıklık (Skewness) -0,579 ve basıklık (Kurtosis) +0,018 değerleri; Çalışan Savunuculuğu Ölçeğinin ise çarpıklık -0,615; basıklık -0,195 değerleri +1 ile -1 arasındadır (Tablo 4). Analizlerden elde edilen istatistiksel sonuçların normallik dağılımına uygun olması, çalışma grubundan elde edilen veri

setinin diğer parametrik istatistiksel analizleri yapmaya uygun olduğunun göstergesidir.

Çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyleri incelendiğinde, en düşük puanın 1,5 en yüksek puanın 5 olduğu gözlemlenmiştir. Örgütsel özdeşleşme için çalışanların verdiği cevapların ortalaması $\bar{x}=3,84$ 'tür. Bu değer çalışanların ortalamasının biraz üstünde örgütsel özdeşleşme düzeyine sahip olduklarını göstermektedir. Çalışan savunuculuğu açısından ise en düşük puanın 1,33, en yüksek puanın 5 olduğu görülmektedir. Çalışanların savunucu davranışları ortalaması 3,88'dir. Bu değer çalışanların ortalamasının üzerinde savunucu davranış sergilediklerini göstermektedir. Her iki değişkenin ortalamasının birbirine oldukça yakın olması, çalışanların neredeyse aynı düzeyde özdeşleşmeye sahip olduğunu ve savunucu davranışlar sergilediklerini göstermektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Örgütsel Özdeşleşme ve Çalışan Savunuculuğu Ölçeklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Ölçekler	n	Min.	Max.	\bar{x}	ss	Çarpıklık	Basıklık
Örgütsel Özdeşleşme	296	1,5	5	3,84	,81526	-,579	+,018
Çalışan Savunuculuğu	296	1,33	5	3,88	,76958	-,615	-,195

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın bu kısmında örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğu üzerindeki etkisini ortaya koyma amacıyla yapılan regresyon analizi ve her iki değişken arasındaki ilişkiyi tespit etme amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Tablo 5'te her iki değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi gösteren Pearson korelasyon analizine ilişkin bulgular yer almaktadır. Analiz sonuçlarına göre örgütsel özdeşleşme ile çalışan savunuculuğu arasında ($r=0,755$ $p<0,05$) istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin bulunduğu tespit edilmiştir. Bu istatistiksel değerlere göre, örgütsel özdeşleşme ile çalışan savunuculuğu arasında çok güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Literatürde farklı değerler yer alsa da ,70 ve üzeri korelasyon değerleri iki değişken arasındaki ilişkinin çok güçlü olduğu yönünde yorumlanmaktadır (Tavşancıl, 2006). Bu sonuca göre, çalışanların örgütsel özdeşleşme ile savunucu davranışları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki vardır (H1) hipotezi kabul edilmiştir (Tablo 5).

Tablo 5: Örgütsel Özdeşleşme ile Çalışan Savunuculuğu Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Analizi Sonucu

Değişkenler	Çalışan Savunuculuğu
Örgütsel Özdeşleşme	r ,755**
	p ,000

**Korelasyon, $p < 0,01$ düzeyinde istatistiksel anlamlılığı ifade etmektedir.

Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

Örgütsel özdeşleşmenin çalışanların savunucu davranışlarını ne düzeyde etkilediğini tespit etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 4'te yer alan ANOVA analiz sonucundan elde edilen değerlere bakıldığında, regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır ($F=364,440$; $p < 0,05$). Yani örgütsel özdeşleşme değişkeni, çalışan savunuculuğu değişkeninin anlamlı bir tahmin edicisidir. Diğer yandan bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerinde hangi yönde etkili olduğunu açıklayan standardize edilmiş B katsayısına ($\beta = -,755$) bakıldığında, örgütsel özdeşleşme değişkeninin çalışan savunuculuğu üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre, çalışanların örgütsel özdeşleşmelerinin çalışan savunuculuğu üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır (H2) hipotezi kabul edilmiştir. Özetle çalışanların özdeşleşme düzeyleri arttıkça savunucu davranışlarının da artacağı öne sürülebilir. Bağımsız değişkenin bağımlı değişkendir varyansın yüzde kaçını açıkladığını gösteren yani modeli açıklama gücü olan R^2 değeri ,57 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, örgütsel özdeşleşme değişkeninin çalışanların savunucu davranışlarının yüzde 57'sini açıklamaktadır. Yani örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğu değişkeni üzerindeki değişimi açıklama gücü yüzde 57 olarak bulunmuştur (Tablo 6).

Tablo 6: Örgütsel Özdeşleşmenin Çalışan Savunuculuğu Davranışlarını Yordamasına İlişkin Regresyon Analizi Sonucu

Çalışan Savunuculuğu	B	Std. Hata	(β)	t	p
Sabit	1,276	,142		8,967	,000
Örgütsel Özdeşleşme	,691	,036	,755	19,090	,000

n=296; R=,755; R²=,570; F=364,440; p<,05

SONUÇ

Son dönemde çalışanların savunucu davranışlarının önemini ve örgüte etkisini keşfeden örgütler, çalışan savunuculuğu davranışlarının daha fazla sergilenmesini desteklemeye başlamışlardır (Thelen, 2020; Yue, 2021b). Çalışanların örgüt içi ve dışına yönelik çevirim içi ve dışı örgütü destekleyen ya da savunan davranışları örgütlerin imajı açısından da önemli hale gelmiştir. Sosyal kimlik teorisine göre özdeşleşme, çalışanın örgüte yönelik bir benlik algısının oluşumuyla ilgilidir. Teoriye göre, bir çalışanın kendisini tanımladığı bir sosyal grup/örgüt hakkındaki benlik kavramından büyük ölçüde etkilendiğini varsaymaktadır. Örgütün değerleriyle çalışanın kişisel değerlerinin örtüşmesi, özdeşleşmeyi yaratmaktadır. Böylece özdeşleşme, bir örgüt ile çalışan arasında güçlü bir sosyal bağ ve aidiyet oluşturmaktadır (Ahmad vd., 2022). Bu bağ ve aidiyet sonucu çalışanlar örgütün amaçları doğrultusunda gönüllü rol dışı davranışları sergilemektedirler. Çalışanların örgütü destekleyici, övücü ya da eleştirilere karşı

savunucu davranışlarının bir dizi öncülü bulunmaktadır. Bu bağlamda araştırmada örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğu davranışının bir öncülü olup olmadığı ve iki değişken arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Araştırmanın amacına bağlı olarak Alanya’da faaliyette bulunan kafe, restoran ve lokantalarda çalışan 296 işgörenen anket yöntemiyle elde edilen veriler çalışmanın araştırma grubunu oluşturmuştur. İlgili sahadan toplanan veri seti, SPSS ve AMOS programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliğine ilişkin olarak, DFA analizi yapılmıştır. Buna ek olarak yakınsak geçerlik için AVE ve CR değerleri, ayırt edici geçerlilik için HTMT değerleri ve güvenilirlik için Cronbach Alfa değeri incelenmiştir. Hipotez testleri için korelasyon analizi ve regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda ölçeklerin mükemmel uyum değerlerine sahip olduğu, yakınsak ve ayırt edici geçerliliği sağladığı ve güvenilirlik düzeyinin yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Analiz sonuçlarının ortaya koyduğu bulgular, kafe, restoran ve lokantalarda çalışan katılımcıların örgütsel özdeşleşme düzeyi ile çalışan savunuculuğu davranışları arasında güçlü bir ilişkinin bulunduğunu göstermektedir. Bu bulguya bağlı olarak (H₁) hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyi arttıkça çalışan savunuculuğu davranışlarının artacağı öngörülmektedir. Çalışmanın ikinci hipotezini kanıtlama amacıyla yapılan regresyon analizi bulguları ise, örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğu davranışlarının yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlarında yer alan R² değeri (,57) ise, çalışanların savunucu davranışlarının yüzde 57’sinin örgütsel özdeşleşme ile açıklanabileceğini göstermektedir. Bu bulgular, sosyal kimlik bağlamında çalışanların örgüt aidiyetini hissettirecek örgütsel uygulamaların yapılmasının gerekliliğini göstermektedir. Bu şekilde ortaya çıkacak özleşme, çalışanların savunucu davranışlarını da olumlu yönde etkileyebilecektir. Diğer yandan örgütsel davranışın bir boyutu olan çalışan savunuculuğu davranışları, ekstra rol davranışlarıdır. Dolayısıyla örgütün çalışanlarına yönelik örgütsel yatırım ve politikaları, çalışanların savunucu davranışları sergileme olasılıklarını güçlendirebilecektir. Dahası örgüt liderliği ya da insan kaynakları tarafından çalışanların iş koşul ve haklarının savunulması örgütsel özdeşleşmenin; özdeşleşmenin ise çalışanların savunmacı davranışlarının ortaya çıkmasına katkı sağlayacağı öne sürülebilir.

Önceki çalışmalar, gönüllü bir davranış olan savunuculuğun sergilenmesinde hizmetkar liderliğin ve ilişki yatırımının, iç iletişimin, iletişimde açıklık ve şeffaflığın (Men, 2014; Men & Yue, 2019; Lee & Kim, 2021; Thelen, 2021, Thelen & Yue, 2021), algılanan psikolojik güvenlik, anlamlılık ve psikolojik uygunluğun (Thelen vd., 2022) ve etik kültürün (Thelen & Formanchuk, 2022), çalışanları olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Yine örgütsel özdeşleşmenin liderlerin motive edici dilinin ve algılanan örgütsel özgünlüğün çalışan savunuculuğu üzerindeki etkisine aracılık ettiği (Yue, 2021b) tespit edilmiştir. Yapılan çalışmalar, savunucu davranışların bir dizi öncülü olduğunu göstermektedir.

Kesitsel bir saha araştırmasına dayanan bu çalışmanın bulguları da örgütsel özdeşleşmenin çalışan savunuculuğunu yordayan etkili bir öncül olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu araştırma bulguları örgüt ile çalışan arasında özdeşleşmenin sağlanması halinde, çalışanların savunucu davranışları sergilemekten çekinmeyeceklerini göstermektedir. Örgütler kendilerine sosyal ve ekonomik faydaları olan davranışları savunmayı desteklese de bu tür davranışlar isteğe bağlı olması nedeniyle motive edilmesi zor olabilmektedir (Tsarenko vd., 2018). Gerçekten de özdeşleşmenin altında yatan bağlılık güdülerini, örgütsel yaşam açısından kritik bir unsur olabilmektedir (Haslam vd., 2003). Özellikle günümüzde savunucu davranışların sosyal medya üzerinden de gerçekleştirildiği dikkate alındığında savunucu davranışların öncülü olan özdeşleşmeye örgütlerin önem vermesi gerektiği görülmektedir. Dolayısıyla örgütler ve özellikle insan kaynakları departmanlarının çalışanların kendilerini bir örgütle nasıl ve neden özdeşleştirdiklerini (Van Knippenberg & Van Schie, 2000), savunuculuk davranışlarını kolaylaştıran temel itici güçleri ve altında yatan mekanizmaları anlamaları oldukça önemli hale gelmektedir (Tsarenko vd., 2018). Çalışanların gönüllü bir şekilde örgüte ilişkin bilgileri paylaşması ya da örgütü eleştirilere karşı savunması için rol dışı bir adım atmaları, güçlü bir çalışan-örgüt ilişkisi gerektirmektedir (Men, 2014). Bu güçlü ilişkinin sağlanması ise örgütlerin ya da insan kaynaklarının çalışan odaklı politikalarıyla olabilecektir. Örneğin örgütler, çalışana saygı göstererek, olumlu bir şirket kültürü geliştirerek ve çalışanlara yönelik geliştirici bir yaklaşım sergileyerek savunuculuk eylemlerini güçlendirmeye çalışabilirler (Men, 2014). İnsan kaynakları uzmanları, çalışanların bilişsel ve duygusal ihtiyaçlarını karşılayacak destekleyici bir ortamı, kapsayıcı liderliği ve olumlu iletişimi tesis edecek politikalara öncelik vererek (Yeh, 2014; Walden & Kingsley-Westerman, 2018) çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeylerini ve bunun sonucu olarak da çalışan savunuculuğu davranışlarının yaygınlaşmasını sağlayabilirler. Ayrıca örgütler, eğitim ve ödüllerle çevirim içi ve dışı bilgileri paylaşmayı ve yaymayı destekleyen bir örgüt kültürünün tesisi için de çaba göstermelidirler.

Özellikle ulusal literatürde çalışan savunuculuğuna ilişkin araştırılması gereken oldukça fazla alan bulunmaktadır. Çalışan savunuculuğunun öncülleri ve sonuçları açısından örgütsel vatandaşlıkla ilgili çalışmaların yapılması gerektiği görülmektedir. Ayrıca insan kaynakları bağlamında çalışanları savunucu davranışlara yöneltmekten motivasyon kaynaklarının da ele alınmasında fayda bulunmaktadır.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Bu çalışma tek yazarlı olup, yazarın katkı oranı %100'dür ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Ab-Hamid, M. R., Sami, W. & Sidek, M. H. M. (2017). Discriminant Validity Assessment: Use of Fornell & Larcker criterion versus HTMT Criterion.

Journal of Physics: Conference Series, 890 (1), 012163. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/890/1/012163>.

Ahmad, N., Ullah, Z., AlDhaen, E., Han, H., Ariza-Montes, A. & Vega-Muñoz, A. (2022). Fostering advocacy behavior of employees: A corporate social responsibility perspective from the hospitality sector. *Frontier Psychology*, 13, 1-12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865021>.

Aksu, M. (2023). Çalışan savunuculuğu ölçeğinin Türkçe uyarlaması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (27), 1-30. <https://doi.org/10.36543/kauibfd.2023.001>.

Ashforth, B. E. & Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14 (1), 20-39. <https://doi.org/10.2307/258189>.

Ashforth, B. E., Harrison, S. H. & Corley, K. G. (2008). Identification in organizations: An examination of four fundamental questions. *Journal of Management*, 34 (3), 325-374. <https://doi.org/10.1177/0149206308316059>.

Bauer, S. & Lim, D. (2019). Effect of communication practices on volunteer organization identification and retention. *Sustainability*, 11 (9), 2467-2484. <https://doi.org/10.3390/su11092467>.

Boroş, S. (2008). Organizational identification: Theoretical and empirical analyses of competing conceptualizations. *Cognition, Brain, Behavior*, 12 (1), 1-27.

Carmon, A. F., Miller, A. N., Raile, A. N. W. & Roers, M. M. (2010). Fusing family and firm: Employee perceptions of perceived homophily, organizational justice, organizational identification, and organizational commitment in family businesses. *Journal of Family Business Strategy*, 1 (4), 210-223. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2010.10.00>.

Çavdar-Aksoy, N., Yazıcı, N. & Düzenci, A. (2023). Employees' online brand advocacy behaviors as a response to justice and emotion. *Journal of Product & Brand Management*, 32 (6), 878-891. <https://doi.org/10.1108/JPBM-11-2021-3742>.

Cervellon, M. C. & Lirio, P. (2017). When employees' don't like their employers on social media. *MIT Sloan Management Review*, 58 (2), 62-71.

Choi, B. & Lee, S. (2022). The psychological mechanism of construction workers' safety participation: The social identity theory perspective. *Journal of Safety Research*, 82, 194-206. <https://doi.org/10.1016/j.jsr.2022.05.011>.

Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik SPSS ve LISREL uygulamaları*. Ankara: Pegem akademi.

Creswell, J. W. (2014). *Araştırma deseni, nitel, nicel ve karma yöntem yaklaşımları*, (2. Baskı). (S. B. Demir, Çev.). Ankara: Eğiten Kitap.

Dabirian, A., Kietzmann, J. & Diba, H. (2017). A great place to work!? Understanding crowdsourced employer branding. *Business Horizons*, 60 (2), 197-205. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2016.11.005>.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M. & Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 39 (2), 239-263. <https://doi.org/10.2307/2393235>.

Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18 (1), 39-50. <https://doi.org/10.2307/3151312>.

Fullerton, G. (2011). Creating advocates: The roles of satisfaction, trust and commitment. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 18 (1), 92-100. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2010.10.003>.

Gold, A. H., Malhotra, A. & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18 (1), 185-214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (Seventh Edition). New Jersey: Prentice Hall.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. & Sarstedt, M. (2014). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Los Angeles: SAGE Publications, Inc.

Haslam, S. A., Postmes, T. & Ellemers, N. (2003). More than a metaphor: Organizational identity makes organizational life possible. *British Journal of Management*, 14, 357-369. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2003.00384.x>.

Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Kim, J. N. & Rhee, Y. (2011). Strategic thinking about employee communication behavior (ECB) in public relations: Testing the Models of Megaphoning and Scouting Effects in Korea. *Journal of Public Relations Research*, 23 (3), 243-268. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2011.582204>.

Kline, R. B. (2011) *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (Third Edition). New York: The Guilford Press.

Krishna, A. & Kim, S. (2015). Confessions of an angry employee: the dark side of de-identified ‘confessions’ on Facebook. *Public Relations Review*, 41 (3), 404-410. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2015.03.001>.

Lee, E. S., Park, T. Y. & Koo, B. (2015). Identifying organizational identification as a basis for attitudes and behaviors: A meta-analytic review. *Psychological Bulletin*, 141 (5), 1049-1080. <https://doi.org/10.1037/bul0000012>.

Lee, Y. & Dong, E. (2023). How transparent internal communication from CEO, supervisors, and peers leads to employee advocacy. *Management Communication Quarterly*, 37 (4), 878-912. <https://doi.org/10.1177/08933189231153869>.

Lee, Y. & Kim, K. H. (2021). Enhancing employee advocacy on social media: The value of internal relationship management approach. *Corporate Communications: An International Journal*, 26 (2), 311-327. <https://doi.org/1108/CCIJ-05-2020-0088>.

Lee, Y. (2021). Bridging employee advocacy in anonymous social media and internal corporate social responsibility (CSR). *Management Decision*, 59 (10), 2473-2495. <https://doi.org/10.1108/MD-01-20200101>.

Löhndorf, B. & Diamantopoulos, A. (2014). Internal branding: Social identity and social exchange perspectives on turning employees into brand champions. *Journal of Service Research*, 17 (3), 310-325. <https://doi.org/10.1177/1094670514522098>.

Lu, V. N., Capezio, A., Restubog, S. L. D., Garcia, P. R. J. M. & Wang, L. (2016). In pursuit of service excellence: Investigating the role of psychological contracts and organizational identification of frontline hotel employees. *Tourism Management*, 56, 8-19. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.020>.

Mael, F. A. & Asforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behaviour*, 13 (2), 103-123. <https://doi.org/10.1002/job.4030130202>.

Mael, F. A. & Ashforth, B. (1995). Loyal from day one: Biodata, organizational identification, and turnover among newcomers. *Personnel Psychology*, 48, 309-333. <https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.1995.tb01759.x>.

Matherne, C., Waterwall, B., Kirk-Ring, J. & Credo, K. (2017). Beyond organizational identification: The legitimization and robustness of family identification in the family firm. *Journal of Family Business Strategy*, 8 (3), 170-184. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2017.08.001>.

Men, L. R. (2014). Why leadership matters to internal communication: Linking transformational leadership, symmetrical communication, and employee outcomes. *Journal of Public Relations Research*, 26 (3), 256-279. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2014.908719>.

Men, R. L. & Bowen, S. A. (2017). *Excellence in internal communication management*. New York: Business Expert Press.

Men, L. R. & Yue, C. A. (2019). Creating a positive emotional culture: effect of internal communication and impact on employee supportive behaviors. *Public Relations Review*, 45(3), 1-42. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2019.03.001>.

Miles, S. & Mangold, G. (2014). Employee voice: Untapped resource or social media time bomb?. *Business Horizons*, 57 (3), 401-411. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.12.0>.

Nunnally J. C. & Bernstein I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.

Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The Good Soldier Syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.

Richter, A., Van Dick, R. & West, M.A. (2004). The relationship between group and organizational identification and effective intergroup relations. *Academy of Management Proceedings*, 1, E1-E6. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2004.13862786>.

Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 66 (2), 358–384. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.05.005>.

Riketta, M. & Van Dick, R. (2005). Foci of attachment in organizations: A meta-analysis comparison of the strength and correlates of work-group versus organizational commitment and identification. *Journal of Vocational Behavior*, 67, 490-510. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2004.06.001>.

Schweitzer, L. & Lyons, S. (2008). The market within: A marketing approach to creating and developing high-value employment relationships. *Business Horizons*, 51, 555–565. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2008.03.004>.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Tajfel, H. & Turner, J. C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. J. T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Political psychology: Key readings* içinde (ss. 276-293). Psychology Press. <https://doi.org/10.4324/9780203505984-16>.

Tajfel, H. (1981). *Human groups and social categories: Studies in social psychology*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tak, B. & Aydemir, B. A. (2004). Örgütsel özdeşleşme üzerine iki görgül çalışma. *12. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (27-29 Mayıs 2004) Bildiriler Kitabı* içinde (ss. 59-63). Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi.

Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayınları.

Thelen, P. D. & Formanchuk, A. (2022). Culture and internal communication in Chile: Linking ethical organizational culture, transparent communication, and employee advocacy. *Public Relations Review*, 48, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102137>.

Thelen, P. D. & Yue, C. A. (2021). Servant leadership and employee advocacy: The mediating role of psychological empowerment and perceived relationship investment. *International Journal of Communication*, 15, 3802-3826.

Thelen, P. D. (2019). *Nurturing employee advocacy: The determining role of internal communication*. (Unpublished PhD Thesis). University of Florida, Florida, USA.

Thelen, P. D. (2020). Internal communicators' understanding of the definition and importance of employee advocacy. *Public Relations Review*, 46 (4), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2020.101946>.

Thelen, P. D. (2021). Leadership and internal communication: Linking servant leadership, communication satisfaction, and employee advocacy. *International Journal of Strategic Communication*, 15 (5), 440-462. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2021.1984919>.

Thelen, P. D., Yue, C. A. & Verghese, A. K. (2022). Increasing employee advocacy through supervisor motivating language: The mediating role of psychological conditions. *Public Relations Review*, 48 (5), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2022.102253>.

Tsarenko, Y., Leo, C. & Tse, H. H. M. (2018). When and why do social resources influence employee advocacy? The role of personal investment and perceived recognition. *Journal of Business Research*, 82 (C), 260-268. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.09.001>.

Turner, J. C. (1982). Towards a cognitive redefinition of the social group. H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* içinde (ss. 15-40). Cambridge: Cambridge University Press.

Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., Hauptmeier, M., Höhfeld, C., Moltzen, K. & Tissington, P. A. (2004). Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with organizational identification and job satisfaction. *British Journal Management*, 15, 351-360. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8551.2004.00424.x>.

Van Knippenberg, D. & Van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 137-147. <https://doi.org/10.1348/096317900166949>.

Van Knippenberg, D. (2000). Work motivation and performance: A social identity perspective. *Applied Psychology*, 49 (3), 357-371. <https://doi.org/10.1111/1464-0597.00020>.

van Zoonen, W. & Treem, J. W. (2019). The role of organizational identification and the desire to succeed in employees' use of personal twitter accounts for work. *Computers in Human Behavior*, 100, 26-34. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.06.008>.

van Zoonen, W., van der Meer, T. G. & Verhoeven, J. W. (2014). Employees work-related social-media use: His master's voice. *Public Relations Review*, 40 (5), 850-852. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.07.001>.

Vu, T. V. (2022). Perceived socially responsible HRM, employee organizational identification, and job performance: The moderating effect of perceived organizational response to a global crisis. *Heliyon*, 8 (11), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e11563>.

Walden, J. A. & Kingsley-Westerman, C. Y. (2018). Strengthening the tie: Creating exchange relationships that encourage employee advocacy as an organizational citizenship behavior. *Management Communication Quarterly*, 32 (4), 593-611. <https://doi.org/10.1177/0893318918783612>.

Wu, Y., Xu, Q., Jiang, J., Li, Y., Ji, M. & You, X. (2023). The influence of safety-specific transformational leadership on safety behavior among Chinese airline pilots: The role of harmonious safety passion and organizational identification. *Safety Science*, 166, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2023.106254>.

Yeh, Y. P. (2014). Exploring the impacts of employee advocacy on job satisfaction and organizational commitment: Case of Taiwanese airlines. *Journal of Air Transport Management*, 36, 94-100. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.01.002>.

Yue, C. A. (2021b). Creating organizational authenticity and identification: Effect of leaders' motivating language and impact on employee advocacy. *International Journal of Business Communication*, 1-24. <https://doi.org/10.1177/23294884211035116>.

Yue, C. A. (2021a). Navigating change in the era of COVID-19: The role of top leaders' charismatic rhetoric and employees' organizational identification. *Public Relations Review*, 47 (5), 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2021.102118>.

Yue, C. A., Men, L. R. & Ferguson, M.A. (2020). Examining the effects of internal communication and emotional culture on employees' organizational identification. *International Journal of Business Communication*, 58 (2), 169-195. <https://doi.org/10.1177/2329488420914066>.

Yusoff, A. S. M., Peng, F. S., Abd Razak, F. Z. & Mustafa, WA. (2020). Discriminant Validity Assessment of Religious Teacher Acceptance: The use of HTMT criterion. *Journal of Physics Conference Series*, 1529 (4), 042045. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1529/4/042045>.

Zhu, W., Riggio, R., Avolio, B. J. & Sosik, J. J. (2012). The effect of leadership on follower moral identity: Does transformational/transactional style make a difference?. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 18 (2), 150-163. <https://doi.org/10.1177/1548051810396714>.

Zhu, W., Wang, G., Zheng, X., Liu, T. & Miao, Q. (2013). Examining the role of personal identification with the leader in leadership effectiveness: A partial nomological network. *Group & Organization Management*, 38 (1), 36-67. <https://doi.org/10.1177/1059601112456595>.

Yayın Geliş Tarihi: 27.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 08.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1396399>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 395-430
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

EKOGİRİŞİMCİLİK TİPOLOJİSİ OLUŞTURMAYA YÖNELİK KEŞİFSEL BİR İNCELEME

*Sedef Gülsüm AKSU**

*Nurcan Hakan ÇIRAKLAR***

Öz¹

Günümüzde ekolojik (doğal) kaynakların, beşeri ihtiyaçlar için kontrolsüzce tüketilmesi çevresel yıkımları da beraberinde getirmiştir. Yeşil ekonomi, çevresel yıkımlardan doğan maliyetleri göz önünde bulunduracak yeni bir modeli önerisi olarak sunulmuştur. Bu noktada ekogirişimler ise, yeşil ekonomiye doğru dönüşümün kilit aktörü olarak görülmektedirler. Ekogirişimcilik kavramı ilk kez 1990'lı yıllarda ortaya çıkarak, araştırmacılara, işletmelerin ekonomik ve çevresel hedeflerini aynı anda değerlendirme imkanı doğmuştur. Ancak 2000'li yıllara gelindiğinde, ilgili yazın oldukça karmaşık hale gelmeye başlamıştır. Çünkü girişimcilik üzerine çalışan araştırmacılar, ilgilerini daha çok ekogirişimcilik tanımı geliştirmeye ve ekogirişimciliği motive edici faktörleri keşfetmeye yöneltmişlerdir. Bu noktada karmaşıklığı azaltmak amacıyla, ekogirişimcilik tipoloji çalışmalarına ihtiyaç duyulmaya başlanmıştır. Ekogirişimcilik tipoloji çalışmalarının teorik ve kavramsal açıdan faydalı olmalarına rağmen, görgül kanıtın yoksun ve statiktir. Bu duruma bağlı olarak, araştırma, işletmelerin ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçlarının önceliği ile izledikleri stratejilerine bağlı olarak bir ekogirişimcilik tipolojisi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, İzmir ilinde faaliyet gösteren yeşil yıldız sertifikası sahibi 10 otel işletmesiyle yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yürütülmüştür. Elde edilen bulgular ışığında, 10 ekogirişim, geliştirilen tipoloji üzerinde konumlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Ekogirişimcilik, Eko-Girişimcilik, Ekogirişimcilik Tipolojisi.

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Aksu, S.G. & Çıraklar, N.H. (2024). Ekogirişimcilik tipolojisi oluşturmaya yönelik keşifsel bir inceleme. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 395-430.

*Dr. Araş. Gör., Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-6878-6108, sedef.aksu@deu.edu.tr.

**Dr. Öğr. Üyesi, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0002-2934-1613, n.ciraklar@deu.edu.tr.

¹Bu çalışma, Sedef Gülsüm Aksu'nun Dr. Öğr. Üyesi Nurcan Hakan Çıraklar danışmanlığında yürütmekte olduğu doktora tez çalışmasından üretilmiştir. Bu araştırma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 04.10.2022 tarih ve 381051 sayılı kararla etik kurul onayı alınmıştır.

AN EXPLORATIVE STUDY TOWARDS CREATING AN ECOPRENEURSHIP TYPOLOGY

Abstract

Today, the uncontrolled consumption of ecological (natural) resources for human needs has brought environmental destructions. Green economy has been presented as a new model proposal that will take into account the costs arising from environmental destruction. At this point, ecopreneurs are seen as the key actors of the transformation towards a green economy. The concept of ecopreneurship first emerged in the 1990s, giving researchers the opportunity to evaluate the economic and environmental goals of businesses simultaneously. However, by the 2000s, the relevant literature began to become quite complex. Because researchers studying on entrepreneurship have focused their attention on developing a definition and exploring the motivating factors of ecopreneurship. At this point, ecopreneurship typology studies have begun to be needed in order to reduce complexity. Although many ecopreneurship typology studies are theoretically and conceptually valuable, they often lack empirical evidence and exhibit a static nature. Due to this situation, this study aims to develop an ecopreneurship typology depending on the priority of the ecological (natural) environmental objectives of the enterprises and the strategies they follow. In line with the purpose of the study, semi-structured in-depth interviews were conducted with 10 green star certified hotels operating in Izmir. In the light of the findings, 10 ecoenterprises are positioned on the developed typology.

Keywords: *Ecopreneurship, Eco-Entrepreneurship, Ecopreneurship Typology.*

GİRİŞ

Ekolojik (doğal) kaynaklar, beşeri gereksinimler uğruna kontrolsüzce ve bedelsiz tüketilmektedir. Özellikle küreselleşmenin ve tüketim kültürünün artmasıyla birlikte, doğanın, insanların hizmetkârı olduğu anlayışı tüm dünyada egemen olmuştur. Örneğin; Houtbeckers'a göre (2016: 22) batı toplumlarında var olan yemek yeme ve giyinme biçimlerinin çoğu sürdürülemez kabul edilmektedir. İnsanlardaki genel kanı, insanların doğadan üstün olduğu, doğayı kendi gereksinimleri için istedikleri gibi kullanabilecekleri ve ekonomik kalkınmanın önceliği üzerineydi. Isaak'a göre (2016: 85) bu anlayış hepimizi "bedavacı (free-rider)" yapmıştır. Ancak bu anlayış sonucunda yaşanan ekolojik (doğal) yıkımlar, 21. yüzyılın belki de en öne çıkan küresel sorunlarından biri haline gelmiştir. Özellikle 1990 yılında düzenlenen Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli'nde (IPPC) ilk defa küresel iklim değişikliği üzerindeki antropojenik (insanmerkezcil) etkiler konusunda araştırmacıların hemfikir olmasıyla birlikte (O'Neill & Gibbs, 2016: 1727- 1728) araştırmacılar, politika yapıcılar ve STK'lar ekoloji (doğa) konularıyla ilgilenmeye başlamışlardır.

Girişimcilik ve ekolojik (doğal) çevrenin birçok çevre ekonomisti tarafından uyumsuz iki kavram olduğuna inanılmasına rağmen, günümüzde artık ekogirişimler yeşil ekonomiye doğru dönüşümün kilit aktörü (itici gücü) olarak görülmektedirler. Örneğin; Cohen ve Winn (2007: 30), ekolojik (doğal) sorunların

çözümünde girişimci eyleme olan gereksinimini vurgulamaktadır ve "gerçek kazanımların yalnızca ekolojik (doğal) sorunlarla başa çıkmaya yönelik yenilikçi iş çözümleri geliştiren girişimlerin yenilikçi potansiyelinden yararlanarak elde edileceğini" ifade etmektedirler. Anlaşıldığı üzere, ekolojik (doğal) çevre yönelime sahip girişimcilik faaliyetleri, yalnızca ülkenin ekonomik büyümesine destek sağlamayacaktır, aynı zamanda doğal çevre koşullarının korunmasına da katkı sağlayacaktır (Saleem vd., 2018: 518).

Bu araştırmada, her türlü çevre dostu işletmenin dünyanın daha yaşanır bir hale getirilmesine katkı sağladığı varsayımı egemendir. Bu nedenle, araştırma kapsamı çevre dostu her türlü işletmeyi kapsamaktadır. İster ürettiği ürün ve hizmetleri bakımından, ister izlediği faaliyetler bakımından çevre dostu olsun farketmeksizin önemli olan, işletmenin sürdürülebilir kalkınmaya değerli bir katkı yapmasıdır. Bu bağlamda bu araştırmanın temel amacı, literatürden hareketle işletmelerin ekolojik çevreye ilişkin amaçlarının genel amaçları içindeki önceliği ile stratejilerine dayalı olarak yeni bir ekogirişimcilik tipolojisi geliştirmektir.

LİTERATÜR TARAMASI

Ekogirişimcilik Kavramı

Ekogirişimcilik kavramının ilk ortaya çıkışı 1990'lı yılların başıdır (Blue, 1990; Berle, 1991; Bennett, 1991; Anderson & Leal, 2001; Staber, 1997; Anderson, 1998; Isaak 1998; Keogh & Polonsky, 1998; Lober, 1998; Pastakia, 1998; Schaltegger, 2002). Schumpeter'in (1934) "yaratıcı yıkım" kavramını esas alan Schaltegger (2002: 46) "ekogirişimcilerin var olan geleneksel üretim yöntemlerini, ürünlerini, pazar yapılarını ve tüketim kalıplarını yok ettiklerini ve bunları üstün çevresel ürün ve hizmetlerle değiştirdiklerini" belirtmektedir. Böylelikle, ekogirişimcilik "sosyal dönüşümün gerçekleşmesi noktasında örnek" olarak kabul görmektedir (Isaak, 1998: 88). Bu noktada Walley ve Taylor (2002), ekogirişimcilik ile makro yapılar (ekonomi, ekoloji, toplum vb.) arasındaki doğal ilişkiyi göz önünde bulundurarak, kavramı açıklarken, sosyal teorisyen Anthony Giddens'in (1984) çalışmasını esas almıştır. Değişimin, bireylerin eylemlerine veya yalnızca bireyleri çevreleyen örgütsel yapılara odaklanarak anlaşılamayacağı ileri sürülmüştür. Daha ziyade, ekogirişimlerin, eylem ile örgütsel veya sosyal yapı arasındaki karşılıklı üretim ilişkisinden doğan düzen açısından ele alınması gerektiği tartışılmıştır (Walley & Taylor, 2002: 33). Örgütsel eylemler, buldukları bağlamla etkileşim halindedirler (Özen, 2002: 72). Girişimcilik de sosyal bir bağlamda gömülü olduğundan, kesinlikle toplumdaki etkilenen ve ondan yararlanır. Toplumsal yaşam ve örgütlenmenin açıklamasında yapıların (toplumsal cinsiyet sosyalleşmesi, kültür vb.) ve insan failliğinin (girişimcilik) etkisinin önemine vurgu yapan "yapı" ve "aktör" arasındaki diyalektik bir bakış açısına sahiptir (bkz. Giddens, 1984). Bu nedenle bireyler, ortaya çıkan sosyal yapılardan etkilenen kısmen sosyalleşmiş aktörlerdir. Bu bakış açısı, insan faaliyetinin mikro ve makro ile gönüllü ve determinist boyutlarını bütünleştirmektedir (Hechavarría,

2016: 141). Burada sözü edilen yapı, tipik olarak bir örgütsel yapıdan daha dinamik ve çok daha geniştir, çünkü girişimciler çevrelerindeki dünyayla etkileşimlerini sürekli olarak refleks gereği izleyen yetenekli aktörler olarak kabul edilmektedirler. Bu teori, hâkim yapıların bireylerin günlük davranışları yoluyla güçlendirilmesine veya değiştirilmesine izin verir. Diğer bir deyişle, bireyler statükoyu yeniden oluşturabilir veya girişimci olarak hareket etmeyi seçebilir (Walley & Taylor, 2002: 33). Özen'in (2002: 72) TKY'nin Türkiye'deki yayılımını incelediği çalışmasında belirttiği gibi "bireysel örgütler de buldukları ağ içinde TKY'nin kurumsal bağlamının oluşmasına çeşitli eylemlerle (örneğin, benimsediklerini ilan ederek, ulusal kongrelere katılarak vb) katkıda bulunmaktadırlar". Öyleyse, bu bireyler çevrelerindeki gelişen ekonomik ve sosyal yapılardan etkilenecek ve bu yapıları da etkileyecektir (Walley & Taylor, 2002: 33). Ekogirişimcinin kişisel inanç sistemlerinin (değer ve arzularının), girişimlerin kurulmasının altında yatan en büyük motivasyon kaynaklarından biri olması (Linnanen, 2002; Dixon & Clifford, 2007; Schaper, 2010: 14) söz konusu yapılardan etkilendiklerinin en büyük kanıtıdır. Girişimciler, yaşadıkları topluma gömülüdürler (Grannovetter, 1985; Anderson 1998; Jack & Anderson, 2002; Demirel vd., 2019), girişimcilerin kendileri de aynı toplumdan çıkmaktadır ve aynı endişeleri paylaşmaktadırlar. Tercihler ve eylemler, insanların (sosyalleşme ve kültürleşme yoluyla) dünyalarının farklı yönlerini anlama ve değer verme biçiminden etkilenmektedir (Hirsch vd., 1987). Çevreciliğin "endüstriyel modernliğin aşırılıklarına bir tepki" olarak ortaya çıkmasına rağmen, hem çevreciliğin hem de girişimciliğin "toplumun" öznel "rasyonalitesine" gömülü olduğunu savunmuştur. Kirkwood ve Walton (2010: 214-215), sosyal bağlamın ekogirişimcilerin davranışlarını derinden etkilediğini vurgulamaktadır. Dahası, bazı ülkelerde çevreci bir kültürün yayılmasının diğerlerinden daha kolay olduğunu gözlemlemişlerdir.

Ekogirişimcilik Tipolojileri

Tipoloji, kavramsal olarak türetilmiş birbiriyle ilişkili ideal tip kümelerini ifade etmektedir. Tipolojiler, her biri ilgili çıktıya ulaşacağına inanılan örgütsel niteliklerin benzersiz bir kombinasyonunu temsil eden birden çok ideal türü tanımlamaktadır. Kavramsal Sınıflandırmalar (Conceptual Classification) şeklinde düzenlenebilir. Veya Nitel Sınıflandırma (Qualitative Classification) şeklinde de düzenlenebilir. Bu tür tipolojiler nicel veya istatistiksel analiz olmadan oluşturulabilir (Bailey, 1994: 4-6). Bu çalışmada, "tipoloji" kavramı, genellikle çok boyutlu ve kavramsal olması nedeniyle sınıflayıcı bir yaklaşım olarak kullanılmıştır. Bu açıklamalar ışığında, literatürdeki ekogirişimciliğe yönelik tipolojik yaklaşımlar daha anlaşılabilir olacaktır.

Ekogirişimcilik kavramının 1990'lı yıllar itibariyle ortaya çıkması ve tanımlarının geliştirilmesiyle ilgili yazın genişlemeye başlamıştır. Ancak yazının genişlemesiyle kavramın karmaşıklığı da artmış olup, araştırmacılar olguyu daha iyi anlamak adına ekogirişimleri sınıflamaya gitmişlerdir. 2000'li yıllara gelindiğinde, araştırmacılar artık ilgilerini ekogirişimcilik tipolojisi geliştirmeye

doğru yönlendirmişler (Pastakia, 1998; Isaak, 2002; Linnanen, 2002; Schick vd., 2002; Lasner & Hamm, 2011; Bosman, 2012; Lebron & Brannon, 2018; Volery, 2002; Schaltegger, 2002; Walley & Taylor, 2002; Nakolaou vd., 2018).

Araştırmacıların bir kısmı ekogirişimleri içsel unsurlar üzerinden sınıflandırmıştır. Örneğin; Pastakia (1998), amaçlarına göre ekogirişimleri, ticari ekogirişimler ve sosyal ekogirişimler olmak üzere ikiye ayırırken; Linnanen (2002) ise dünyayı değiştirme arzusu ve para kazanma arzusu boyutları üzerinden kar amacı gütmeyen işletmeler, başarılı idealistler, kendi işinin patronları ve fırsatçılar olmak üzere ekogirişimleri dörde ayırmıştır. Isaak (2002), işletmelerin amaçlarının yanı sıra çevreci değerleri de dikkate alarak yeşil işletmeler ve yeşil-yeşil işletmeler olmak üzere ekogirişimleri ikiye ayırmıştır. Schick ve arkadaşları (2002) ise, işletme amacından ziyade girişimcilerin tutumları üzerinden çevreye kendini adanmışlar, çevresel amaç edinme fikrine açıklar ve çevreye karşı isteksizler olmak üzere ekogirişimleri üçe ayırmıştır. Lasner ve Hamm (2011) girişimcinin güdüsü üzerinden bir ayrıma giderek, ekogirişimcileri entelektüel idealistler, geleneksel tutucular ve ekonomik faydacılar olmak üzere üç grupta toplarken; Bosman (2012) ise yine girişimcilerin güdülerini üzerinden ekogirişimcileri radikal, istismarcı, etkisiz ve yıldız olmak üzere dörde ayırmıştır. Lebron ve Brannon (2018) girişimin veya girişimcinin amacı, güdüsü veya tutumundan farklı olarak, izlediği yenilikçilik türü üzerinden ekogirişimleri yeşil kaşifler ve yeşil devrimciler olmak üzere ikiye ayırmıştır.

Dışsal unsurlar üzerinden ekogirişimleri sınıflandıran araştırmacılarından ilki Volery (2002)'dir. Girişimleri, ekolojik çevre piyasasında faaliyet gösterip göstermemesine göre çevreye duyarlı girişimciler, ekogirişimler olmak üzere ekogirişimcileri iki gruba ayırmıştır. Schaltegger (2002) ise, ekogirişimcilik tipolojisini oluştururken hem içsel hem de dışsal boyutları dikkate almıştır. Ekogirişimleri, çevresel amaçların örgüt amaçlarındaki önceliği ve kurumun pazar üzerindeki etkisi üzerinden biyo-öncüler, alternatif aktörler ve ekogirişimciler olmak üzere üçe ayırmıştır. Benzer şekilde Walley ve Taylor (2002), hem dışsal yapılar etkiler hem de girişimcinin güdüsü üzerinden kazara girişimcileri yenilikçi fırsatçılar, vizyoner şampiyonlar ve etik başına buyruklar olmak üzere ekogirişimcileri dört grupta sınıflandırmıştır. Son olarak, Nikolaou ve arkadaşları (2018), kaynak temelli yaklaşım ve yeni kurumsal kuram etkilerinden oluşan iki boyut etrafında tipolojilerini oluşturmuşlardır. Bu iki boyut üzerinden idealist ekogirişimciler, stratejik-odaklı ekogirişimciler, yenilikçi ekogirişimciler ve kurumsal ekogirişimciler olmak üzere ekogirişimcileri dört gruba ayırmıştır.

Görüldüğü üzere, ilgili yazında yer alan ekogirişimcilik tipolojileri göz önünde bulundurulduğunda, tipolojilerin birbirine benzeyen veya birbirinden farklılaşan yönleri vardır.

YÖNTEM

Araştırmanın Sorunsalı

Daha yeşil bir büyüme modeline geçişte ekogirişimcilerin öneminin farkedilmesine rağmen, olgunun kendisinin tanımsal belirsizliklere sahip olması, bu girişimcilerin ve işletmelerin profili hakkında sınırlı bilgi sahibi olunması daha etkili düzeyde ekogirişimciliği teşvik edecek politikaların geliştirilmesini de engellemektedir.

Yukarıda yer alan ekogirişimcik tipoloji çalışmalarının birçoğu, teorik ve kavramsal açıdan faydalı olsa da görgül kanıttan yoksun ve statiktir. Bu noktada Gibbs'in (2009: 73), ekogirişimcilik literatürüne yönelik eleştirisi, literatürün nispeten az görgül kanıt taşıması nedeniyle büyük oranda spekülatif olmasına yöneliktir.

Literatürde görgül kanıtlara dayalı tipolojilerin geliştirilmemiş olması ekogirişimcilik olgusunun meşruiyetini azaltmakta, teorik gelişmesini engellemekte ve alanın ilerlemesini engellemektedir. Ekogirişimcilik olgusu, bir araştırma alanı olarak daha da geliştirilecekse, kesinlikle gerekli olan şeylerden bir diğeri de farklı ekogirişim türlerini içerisinde barındıran bir tipoloji geliştirmek olmalıdır.

Araştırmanın Sorusu ve Amacı

Araştırma sorunsalına bağlı olarak “ekogirişimler nasıl gruplanır?” araştırma sorusu ortaya çıkmıştır.

Bu araştırmanın temel amacı, literatürden hareketle işletmelerin ekolojik çevreye ilişkin amaçlarının genel amaçları içindeki önceliği ile stratejilerine dayalı olarak yeni bir ekogirişimcilik tipolojisi geliştirmektir. Bunun yanında araştırma, aşağıda belirtilen iki alt amacı da içermektedir.

Araştırmanın Önemi

Geliştirilen tipolojinin firma düzeyinde olması, dinamik olması ve görgül çalışmaya dayanması araştırmanın önemini oluşturmaktadır. Ayrıca geliştirilen ekogirişimcilik tipolojisinde, “işletmenin ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçların önceliği” ile “üretim/ satış hacmi büyüklüğü” tipolojinin eksenlerini oluşturmaktadır. Bu noktada ilk kez bir ekogirişimcilik tipolojisine, işletmelerin rekabet stratejisi dâhil edilmiştir.

Araştırmanın Boyutları

Ekogirişimciliği motive edici faktörlerden ve ekogirişimcilik tipolojilerinden hareketle geliştirilmesi hedeflenen tipoloji, iki eksen (boyut) üzerine kurgulanmıştır.

Ekogirişimcilik tipolojisinin y ekseninde, Schaltegger'in (2002) tipoloji çalışmasında yer alan çevresel amaçların diğer işletme amaçlarında arasındaki

önemini ifade eden “ekolojik çevreye ilişkin amaçlar önceliği” bulunmaktadır. *Bir işletmede çevresel amaçların önceliği yüksek düzeyde* ise (y ekseninde yukarıya doğru gidildikçe), sahip olunan çevresel amaçlar, diğer işletme amaçlarından (ekonomik) daha öncelikli olarak kabul edilmektedir. Bu aşamadaki işletmeler, genellikle edindikleri etiket veya sertifikanın değerlendirme kriterlerden çok daha fazlasını yapma eğiliminde olmaktadır. Ekolojik çevreyi koruma hususunda proaktiftirler. *Bir işletmede çevresel amaçların önceliği düşük düzeyde* ise (y ekseninde aşağıya doğru gidildikçe), yerine getirilmesi gereken çevresel amaçlar yapılması gereken bir görev olarak kabul edilmektedir. Bu aşamadaki işletmeler, genellikle edindikleri etiket veya sertifikanın kriterleri ne gerektiriyorsa o kadarını yapma eğiliminde olmaktadır. Ekolojik çevreyi korumaya yönelik proaktif davranışlardan kaçınılmaktadırlar.

Ekogirişimcilik tipolojisinin x ekseninde “üretim/ satış hacmi büyüklüğü” vardır. Üretim/ satış hacmi büyüklüğü arttıkça (x ekseninde sağ tarafa doğru gidildikçe) işletmeler düşük maliyet stratejisini izleme eğilimi gösterirken, üretim/satış hacmi azaldıkça (x ekseninde sol tarafa doğru gidildikçe) ise farklılaşma stratejisi izlemeye çalışacaklardır. *Düşük maliyet stratejisi*, bir ürünün en düşük maliyetli üreticisi (ürün veya hizmet) olmanın sonucunda müşteriden talep edilen fiyat ortalamasının üzerinde olmasa bile ortalamasının üzerinde kar elde edilme stratejidir. *Farklılaşma stratejisi* ise, bir ürünün rakiplerinden daha üstün olduğuna dair bir müşteri algısı yaratarak, müşterilerden daha yüksek bir fiyat talep edilebilir durumunda olmaktadır.

Araştırmanın Kısıtları

Çoğu araştırma gibi, bu araştırma da bulguları yorumlanırken akılda tutulması gereken bazı kısıtlara sahiptir. İlk kısıt, çalışmanın anakitlesi olan yeşil yıldız sertifikalı otel işletmelerinin çeşitli özelliklerinden ötürü ekogirişim sayılmama ihtimalidir. İkinci kısıt ise, araştırmanın nitel yöntemle ele alındığı düşünüldüğünde, analiz sonucunda edinilen bulguların ekogirişimcilik hakkında kanun benzeri genellemeler yapamaması ve çalışmanın kapsamının sadece İzmir ilinde faaliyet gösteren yeşil yıldız sertifikalı otel işletmelerini kapsıyor olmasıdır. Araştırmanın bir diğer kısıtı ise, görüşmelerin kurucular ile değil, işletme içindeki yönetim ekibinin kilit üyeleri ile yapılmış olmasıdır. Ayrıca araştırmanın tipoloji geliştirmeyi hedeflemesi bakımından da bir kısıt mevcuttur. Donaldson’a göre (1996: 108-127), daha iyi örgüt teorileri geliştirmek için, tipolojiler yetersiz kalmaktadır. Çünkü gerçek örgütler daha karmaşık ve çok boyutludur. Tipolojilerde olduğu gibi sadece belirli boyutlarla tüm örgütleri tarif etmenin zor olduğu ve işletmeleri anlama çabalarını aşırı basitleştirildiğine yönelik eleştiriler vardır. Bu da karmaşık ve çok boyutlu örgütleri daha detaylı anlamamızın önünde bir engel oluşturmaktadır. Son kısıt ise, turizm sektörüne özgü olarak, teknik müdür, kalite müdürü gibi otel işletmelerinde kilit rol oynayan personelin sıklıkla başka otellere transfer olması ve kurumsal hafızanın zayıflamasıdır.

Araştırmacının Rolü

Nitel araştırmalar, araştırmacıların katılımcılarla birlikte deneyime dâhil olduğu yorumlayıcı araştırmalardır. Araştırmacının nitel araştırma sürecine dâhil olması, etik ve kişisel (araştırmacının) konuları gündeme getirmektedir.

Son on yılda çevrecilik üzerine yaptığım okumalar (örneğin; Walden-Henry David Thoreau, Sessiz Bahar - Rachel Carson, Ağaçlar - Hermann Hesse, Vegan Bir Dünya - Tobias Leenaert vb.) ve yüksek lisans tezimde çalışmış olduğum kurumsal sürdürülebilirlik konusu, çalışmalarımı, araştırma sorularımı ve bu tür araştırmaların yürütüldüğü bağlam hakkındaki düşüncelerimi şekillendirmiştir. Araştırmacı yanlılığını kontrol edebilmek için, bu çalışmada kullanılan tüm kişisel alıntılar, olgusal doğruluğu ve alıntının bağlama uyup uymadığını kontrol etmesi için ilgili katılımcıya gönderilmiştir.

Araştırmacı olarak, veri toplama sürecinde etki ettiğim bir diğer konu ise, derinlemesine görüşme öncesinde, başlangıçta yaklaşık bir 30 dakika kadar sohbet etme olanağı yaratmış olmam. Bu sırada, çalışmayı sevdiğim araştırma konuları ayrıca yürütmekte olduğum araştırmanın konusu, soruları, örnekleme gibi çeşitli konular hakkında konuşma şansımız oldu. Katılımcıların sohbetin devamında kendilerine yöneltilen derinlemesine görüşmedeki sorulara, bu sohbet sırasında edindikleri izlenime bağlı olarak yanıt verebilecekleri düşüncesindeyim. Örneğin; zaten hali hazırda çevreci değerlere sahip bir işletme yöneticisinin, kurumunun çevreci değerlerini aslından farklı olarak abartılı (büyükleyerek) anlatması.

Araştırmanın Paradigması

Araştırmanın yukarıda yer alan diğer bölümlerinde görüldüğü üzere, ekogirişimcilik anlamlı sosyal bir eylemdir²; insanlar bu eyleme bir anlam yüklemektedir, bu eylemin bir niyeti vardır. Ekogirişimcilik, inanç, değerlerden ve diğer dış etmenlerden etkilenerek oluşan sosyal bir olgudur. Bu bakımdan araştırma, ontolojik olarak sosyal inşacı bir konumdadır. Çünkü araştırmada ekogirişimcilik olgusu incelenmektedir. Dolayısıyla ekogirişimcilik olgusunun farklı endişe veya motivasyonlar neticesinde inşa edilen sosyal bir yapı olduğuna inanılmaktadır.

Üretilen bilginin bağlamsal ve öznel durumları göz önüne alındığında ise, araştırma epistemolojik olarak, yorumsamacı yaklaşıma daha uygundur. Çünkü araştırmada yöneticilerin algılarına bağlı olarak ekogirişimcilik tipolojisinin geliştirilmesi hedeflenmektedir. Sosyal aktörlerin bu bağlamlara ilişkin yorumları arasında benzerlikler ve düzenlilikler olması muhtemel olsa da, bu algılar en nihayetinde öznel-dir. Üretilen bilginin bağlamsal ve öznel durumları göz önüne

²Weber'e göre (2018: 130), her türden eylem hatta açık eylem bile "sosyal" bir eylem olarak sayılmaz. Bir davranış, ancak başkalarının davranışlarına yönelik ise sosyaldir, cansız objelere yönelik davranışlar sosyal kabul edilmez. Örneğin; tüketicilerin çevreci ürün ve hizmetler konusunda farkındalıklarının artmasından ötürü gerçekleşen ekogirişimcilik davranışı sosyaldir.

alındığında, araştırma yorumsamacı bir yaklaşıma daha uygundur. Çünkü yorumsamacılıkta, gerçeklik sosyal olarak inşa edilmektedir. Sosyal gerçeklikler öznel anlamlara sahiptirler ve kişiden kişiye bu anlamlar değişiklik gösterecektir.

Ontolojik ve epistemolojik konumu dikkate alındığında, araştırma için fenomenoloji yaklaşımı uygun görülmüştür. Fenomenolojide araştırmacılar, araştırılan olguyu deneyimleyen kişilerden veri toplarlar ve deneyime dair benzer özellikler belirlemeye (bütüncül bir betimleme) çalışırlar (Creswell, 2013: 77).

Veri Toplama İşlemleri

Araştırma, sosyal olguların farklı (geçmişte, şimdiki zamanda ve gelecekte) zaman dilimlerinde nasıl inşa edildiğini yakalamaya çalıştığı için yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme, bu çalışmanın veri toplama tekniğini oluşturmaktadır. Görüşmeler sırasında önceden hazırlanan Derinlemesine Görüşme Rehberi takip edilmiştir.

Güvenilirlik

Araştırmanın güvenilirliğini sağlamak amacıyla yöntem, kaynak, analizi ve kuram/bakış açısı üçgenleme türlerinden faydalanılır. Üçgenleme sosyal olgular üzerine çalışılırken birden fazla yöntem veya veri kaynağı kullanmayı gerektirmektedir (Bryman & Bell, 2011: 397). Üçgenleme, aynı olguya farklı yollarla ele almayı sağlayan böylece araştırmacının verilerin veya kodların/temaların tutarsızlığını anlamasını sağlayacak bir tekniktir. Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla ilk önce kaynakların üçgenlemesi tekniği uygulanmıştır. Derinlemesine Görüşme Rehberi iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, araştırmacı, katılımcıya doğrudan sorular sorarak veri elde ederken, ikinci bölümde katılımcı ilgili senaryolardan kendi çalıştığı kurumuna en uygun olan seçeneği bizzat kendisi işaretlemektedir. Verilerin analizi sırasında, ilk bölümdeki verilerden elde edilen bulgular ile ikinci bölümden elde edilen bulgular kendi aralarında kıyaslanmıştır. Şayet bir tutarsızlık söz konusu ise, bunun altında yatabilecek neden anlaşılmasına çalışılmıştır. Yaşanan tutarsızlık verilerin geçersiz olduğu anlamına gelmemektedir. Araştırmanın tüm verileri tek bir araştırmacı tarafından toplanmış ve kodlanmıştır. Bu durumdan kaynaklanabilecek araştırmacı yanlılığını azaltmak amacıyla, araya 5 günlük bir süre konularak veriler iki kez kodlanmıştır. Her kodlama sırasında bir kod kılavuz rehberi oluşturulmuştur. Ardından iki farklı rehberde yer alan kodlar veya kodlanan metinler (pasajların) birbirleriyle kıyaslanmış ve tutarsızlık olup olmadığı tespit edilmeye çalışılmıştır. (kodlayıcı içi görüş birliği - intercoder agreement). Benzer süreç, temalar için de gerçekleştirilmiştir. Nihai adımda ise, görüş birliğine (Miles ve arkadaşlarına göre (1994: 89-90) %85-90 civarında bir görüş birliği yeterlidir) varılan bir Kod Kılavuz Rehberi oluşturulmuştur. Bu kod kılavuz rehberi, danışman tarafından gözden geçirilmiştir (uzman denetimli gözden geçirme). Araştırmanın güvenilirliğini artırmak amacıyla kullanılan son teknik ise, analizi üçgenlemesidir. Elde edilen bulgulara dayanarak işletmeleri tipoloji üzerinde konumlandırma işlemi önce

yazar, ardından danışmanı gerçekleştirmiştir. Sonrasında ortaya çıkan iki farklı tipoloji üzerinde uzlaşa sağlanmaya çalışılmıştır.

Örneklem ve Anakitle

Türkiye'deki ekogirişimlerin yayınlanmış resmi bir listesi olmadığı için, çalışmanın yürütüleceği örnekleme seçmek, araştırmanın en zorlayıcı kısmı olmuştur. Her ne kadar bu araştırma, kapsamı ve etkisi ne olursa olsun, işletmelerin herhangi bir çevresel kaygıyı taşıyor olması ekogirişim olmanın ön koşulu olarak görülüyor olsa da, çalışmaya uygun ekogirişimleri objektif olarak tespit edebilmek önemliydi. Bu bağlamda, araştırmanın örnekleme yönelik meşruiyet kaygısını azaltmak amacıyla, faaliyetleriyle etkilemekte oldukları doğal çevreye yönelik hedefler belirleyen yeşil yıldız sertifikalı, çevreye duyarlı otel işletmeleri çalışmanın anakitlesini oluşturmaktadır.

Yeşil yıldız sertifikası (belgesi), Kültür ve Turizm Bakanlığı (KTB) Turizm İşletmesi Belgesi veya Kısmi Turizm İşletmesi Belgesi sahibi konaklama tesislerine yine aynı bakanlıkça verilen Çevreye Duyarlı Konaklama Tesisi Belgesidir. Aynı zamanda bir tür eko-etiket türü olan yeşil yıldız sertifikası, çevrenin korunması, çevre bilincinin geliştirilmesi ve turistik konaklama işletmelerinde çevreye duyarlı yapılaşmanın ve işletmecilik özelliklerinin teşvik edilmesi amacıyla hazırlanmıştır.

Örnekleme yöntemi ve seçim kriterlerine bağlı olarak, araştırma örneklemini, İzmir ilinde faaliyet gösteren, yeşil yıldız sertifika sahibi otel işletmeleri oluşturmaktadır.

İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü bilgilerine göre, Eylül 2022 tarihi itibarıyla İzmir ilinde toplamda 28 yeşil yıldız sertifikalı, çevreye duyarlı otel işletmesi faaliyet göstermektedir (İzmir KTB, 2022). Bu 28 otel işletmesinin 11'i merkez ilçelerde iken, geri kalanları Çeşme, Foça, Menderes, Kemalpaşa ve Selçuk gibi diğer ilçelerde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin büyüklükleri, yatak kapasitesi bakımından 22 ile 1014 arasında değişirken; oda sayısı bakımından 11 ile 489 arasında değişmektedir.

Anlaşıldığı üzere, araştırmanın analiz birimi örgütlerdir. İzmir ilinde faaliyet gösteren toplam 28 yeşil yıldız sertifikalı otel işletmesinden 10 kadarıyla yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yapılmıştır. İdeal olarak, "araştırmacının olgunun özelliklerini geliştirebileceği hiçbir ek bulgu bulunmadığı" noktaya varana kadar yeni görüşmelerin yapılmaya devam etmesi beklenmektedir. Bu duruma teorik doygunluk adı verilmektedir (Glaser & Strauss 1967: 61). Dolayısıyla nitel araştırmalarda belirli bir örneklem büyüklüğü yoktur, araştırmanın konusuna, amacına, veri toplanan katılımcılara, araştırmanın zaman ve maliyet kısıtlarına göre değişiklik gösterecektir (Patton, 2018: 244).

Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler, 27 Ekim – 16 Kasım 2022 tarihleri arasında, 1 görüşme uzaktan erişim yoluyla olmak kaydıyla, geri kalan 9

görüşme katılımcıların çalıştıkları kendi otel işletmelerinde yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Görüşmenin yapıldığı yerler, katılımcıların isteklerine ve kaydın sağlıklı yapılabilmesi için yeterince sessiz bir atmosfere göre seçilmiştir. Yapılan görüşmeler 30 ile 90 dakika arasında değişmiştir. Toplamda yaklaşık 8 saat (467 dakika) görüşme yapılmıştır. Bir görüşme hariç tüm görüşmeler kayıt altına alınmış ve katılımcılar görüşmeler başlamadan önce kayıt konusunda bilgilendirilmiştir. Ses kaydını kabul etmeyen katılımcının tüm yanıtları, görüşme sırasında titizlikle not edilmiştir. Kaydedilen görüşmeler, hem verilerin analizini ve tartışmasını kolaylaştırmak hem de araştırmanın güvenilirliğini artırmak için dökümanete edilmiştir.

Bu araştırma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'ndan 04.10.2022 tarih ve 381051 sayılı kararla etik kurul onayı alınmıştır. Veri toplama aşamasında, katılımcılara DEU-BAYEK tarafından hazırlanan Gönüllü Katılımcı Onam Formu katılımcılara sunulmuştur.

Veri Analizi İşlemleri

Veri kodlama süreci, tümevarım yaklaşımı ile gerçekleştirilmiştir. Yazıya dökülmüş olan veriler, MAXQDA (2020) yazılımında deşifre edilmiştir. MAXQDA (2020) yazılımı, yazıya dökülmüş her paragrafı ve cümleyi temalara göre kodlayıp etiketlemek, verileri sürekli olarak gözden geçirmek ve bu süreci iyileştirmek için kullanılmıştır. Nitel veri analizleri kapsamında, betimsel (belge temelli) ve ilişkisel bulgular (kodlar arası) analizler gerçekleştirilmiştir.

BULGULAR

Ekogirişimcilik tipolojisinin x eksenini olan işletmelerin üretim / satış hacmi büyüklüğüne yönelik betimsel bulguya göre, görüşme yapılan işletmelerde en sıklıkla izlenen rekabet stratejisinin farklılaşma stratejisi olduğu görülmektedir. 10 işletmenin 8'i farklılaşma stratejisi izlerken, 1'i düşük maliyet stratejisini, 1 işletme ise iki türlü sınıflandırmanın da kendilerine uymadığı düşüncesindedir (bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların Üretim / Satış Hacmi Büyüklüğüne İlişkin İfadelerinin Frekans Dağılımı (Belge Temelli)

Üretim / Satış Hacmi Büyüklüğü (X Eksenini)	Belgeler	Ekolojik (Doğal) Çevreye İlişkin Amaçların Önceliği (Y Eksenini)	Belgeler
Farklılaşma Stratejisi	8	Ekolojik Çevresel Amaçlar Yüksek Öncelikli	4
Düşük Maliyet Stratejisi	1	Ekolojik Çevresel Amaçlar Düşük Öncelikli	4
Hiçbiri	1	Dengeli	2
Kodlanmış BELGELER	10	Kodlanmış BELGELER	10

Kodlanmamış BELGELER	0	Kodlanmamış BELGELER	0
Analiz Edilen BELGELER	10	Analiz Edilen BELGELER	10

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA (2020) uygulamasında hazırlanmıştır.

İşletmesinin farklılaşma stratejisi izlediği düşüncesinde olan bazı katılımcıların ifadeleri aşağıdaki gibidir:

“Şimdi bizim 3 otelimiz var. Sadece bu otelimizde yeşil yıldız var. Diğer iki otelimizde fiyat politikası biraz daha kırılğan ve düşük. Ama buradaki bizim ağırladığımız misafirlerimizin bölümü daha yüksek. Ona endeksli de fiyat aralığımız diğer iki otelimize göre de daha yüksek. Bu nedenle bizim satış politikamızı da etkiliyor yani yeşil yıldız (K5).”

Ekogirişimcilik tipolojisinin y eksenini olan işletmelerin ekolojik çevreye ilişkin amaçların önceliğine yönelik betimsel bulguya göre; 4 işletme çevresel amaçları yüksek, 4 işletme çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirmekte (ekonomik amaçları yüksek önceliklendirmektedirler) iken, 2 işletme ise amaçlara eşit derecede (dengeli) önem verdiği görüşündedir (bkz. Tablo 1).

İşletmelerin ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirmelerinin nedeni işletmelerin, çevresel performanslarını aslında ekonomik performanslarına bağımlı bir değişken olarak görüyor olmalarıdır. İşletmenin ekonomik performansının iyi olması halinde, çevreci performansın iyileşeceği inancındadırlar. Bu görüşteki bazı katılımcıların görüşleri aşağıdaki gibi olmuştur:

“Kesinlikle ekonomik, her şey para. Yani ekonominin iyiyse çevreci davranış zaten geliyor. Çevreci olabilmek için mecbur ekonomiden faydalaniyorsun. Tamamen ekonomiyle ilgili (K2).”

İlişkisel bulgular, ekogirişimcilik tipolojisinin iki eksenini ayrı ayrı değil, iki eksenini birlikte ele alarak kodların birlikte oluşma sıklığını ortaya koymaktadır. Bu bölümde, katılımcıların iki eksene yönelik verdikleri yanıtlar dikkate alınarak iki değişkenin ilişkisi irdelenecektir.

Aşağıda Tablo 2’de görüldüğü üzere, ekolojik çevre amaçlarını yüksek derecede önceliklendiren 4 işletmeden 3’ünün farklılaşma stratejisi, 1’inin ise düşük maliyet stratejisi izlediği görülmektedir. Dolayısıyla ekolojik çevre amaçlarını yüksek derecede önceliklendiren işletmelerin daha sıklıkla farklılaşma stratejisi izleme eğiliminde olduğu bulgusuna erişilmiştir. Ancak sorulara verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde, 3 işletmenin de aynı derecede farklılaşma stratejisi izlemedikleri keza aynı derecede ekolojik çevre amaçlarını önceliklendirmedikleri anlaşılmaktadır. Buna karşın, buradaki derecelendirme matematiksel anlamda öklidyen bir uzaklık veya yakınlık içerecek kadar hassas değildir. Dolayısıyla, sorulara verilen yanıtlardan hareketle, firmaların hangi hücrede (kuadrant) yer alacakları daha fazla önem taşımaktadır.

Tablo 2: Katılımcıların Üretim / Satış Hacmi Büyüklüğüne ve Ekolojik Çevreye İlişkin Amaçların Önceliğine İlişkin İfadelerinin Frekans Dağılımı (Belge Temelli)

	Farklılaşma Stratejisi	Düşük Maliyet Stratejisi	Hiçbiri	TOPLAM
Ekolojik Çevre Amaçları Yüksek Derecede Öncelikli	3 (K1, K3, K5)	1 (K4)	0	4
Ekolojik Çevre Amaçları Düşük Derecede Öncelikli	3 (K2, K6, K8)	0	1 (K10)	4
Dengeli	2 (K7, K9)	0	0	2
TOPLAM	8	1	1	10

Kaynak: Yazar tarafından MAXQDA (2020) uygulamasında hazırlanmıştır.

Yukarıda bulgusuna erişilmiş duruma benzer bir durum ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklendiren işletmelerde de görülmektedir. Ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklendiren 4 işletmeden 3'ünün farklılaşma stratejisini izledikleri, 1'inin ise iki stratejiyi de tam olarak benimseyemedikleri tespit edilmiştir. Dolayısıyla ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklendiren (ekonomik amaçları yüksek derecede önceliklendiren) işletmelerin de daha sıklıkla farklılaşma stratejisi izleme eğiliminde olduğu bulgusuna erişilmiştir. Ancak sorulara verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde 3 işletmenin aynı kuvvette farklılaşma stratejisi izlemedikleri ve aynı derecede ekolojik çevresel amaçları önceliklendirmedikleri açıktır.

Son olarak, ekonomik ve çevresel amaçların eşit derecede öneme sahip olduğu düşüncesinde olan 2 işletme de farklılaşma stratejisi izlemektedir. Ancak sorulara verdikleri yanıtlar değerlendirildiğinde 2 işletmenin de aynı kuvvette farklılaşma stratejisi izlemediği açıktır.

Bu bilgiler ışığında, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeye katılan, yeşil yıldız sertifika sahibi 10 işletmenin sorulara verdikleri yanıtlar neticesinde, ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumlandırılma aşamaları şu şekilde belirlenmiştir:

1. Aşama: Ekogirişimcilik tipolojisi üzerinde her iki eksene göre en uç noktalarda yer alan işletmeleri ve konumlarını tespit etmek.

a) Farklılaşma stratejisi en yüksek derecede izleyen işletmeyi tespit etmek: Görüşmeye katılan işletmeler arasında en güçlü farklılaşma stratejisi izleyen işletmenin K1 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulguyu destekleyen K1'in ifadesi aşağıdaki gibidir.

“... diğer otellerden farklılık yaratarak, rekabette ilerlemeye çalışıyoruz. Personelim, misafir hiç uğraşmadan uçaktan misafiri alıp otele getirebiliyor, yani kimsenin veremediği VIP hizmetleri verebiliyoruz. Yani VIP hizmetler üzerinden farklılaşarak rekabet etmeye çalışıyoruz (K1).”

K1'in ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçlarının önceliği incelendiğinde, çevresel amaçları yüksek derecede önceliklendirdiği bulgusuna erişilmiştir.

“Çevresel amaçları öncelikliyoruz, ekonomik amaçlarımızın önüne geçiyor (K1).”

Her ne kadar K1'in en yüksek farklılaşma stratejisi izlediği düşüncesinde olunsa da çevresel amaçları en yüksek derecede önceliklendirip önceliklendirmede henüz belli değildir. Diğer işletmelerle kıyaslama yapılarak konumuna karar verilecektir.

b) Maliyet liderliği stratejisini en yüksek derecede izleyen işletmeyi tespit etmek: En yüksek (aynı zamanda tek) maliyet liderliği stratejisi izleyen işletmenin K4 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu bulguyu destekleyen K4'ün ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Bizim müşteri kitlemiz genel itibariyle yaşlı veya emekli grubu. Bahsettiğim müşteri kitlesini daha uygun fiyatlarla elde tutmaya çalışıyoruz (K4).”

K4'ün ekolojik (doğal) çevreye ilişkin işaret ettiği amaçlar incelendiğinde ise, aşağıdaki ifadesinden çevresel amaçları yüksek derecede önceliklediği görülmektedir:

“Biz daha çok çevreci bir işletmeyiz (K4).”

Bu bulgunun bir diğer kanıtı da görüşme sırasında “ekogirişimcilik ile ekolojik (doğal) çevre arasında nasıl bir ilişki kurulabilir?” sorusuna verdiği şu yanıt olabilir:

“Siz işletme olarak çevreyi korursanız, çevre de işletmenizi korur. Örneğin; bizim işletmenin arkasında yaklaşık 90 bin hektarlık bir orman var. Bu orman çeşitli doğa sporları (yamaç paraşütü vb.) için oldukça uygun. Ama biz işletme olarak bu işten kazanç elde ederiz düşüncesi ile o ormanı kesip biçmedik. Çünkü biz orayı kesersek, yaşanacak ilk heyelanda işletmemizi yerle bir yapacaktır doğa (K4).”

K4'ün bu doğa ve işletme arasındaki ilişkiye yönelik ifadesiyle birlikte, K1'e kıyasla, çevresel amaçları daha yüksek derecede önceliklediği bulgusuna varılmıştır. Çünkü K4 için çevre yaşamsal bir öneme sahiptir. Dolayısıyla K4'ün hem en yüksek maliyet stratejisi izleyen işletme hem de çevresel amaçları en yüksek derecede öncelikleyen işletme olduğuna karar verilmiştir.

c) Çevresel amaçları en düşük derecede önceliklendiren işletmeyi tespit etmek: Son uç nokta olarak ise, çevresel amaçları en düşük derecede önceliklendiren işletmenin konumu kalmıştır. Farklı sorulara vermiş olduğu yanıtlar sonucunda, bu noktaya en uygun işletmenin, K10 olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

K10'dan amaçlarını önceliklendirmesi istendiğinde verilen cevap şu Şekilde olmuştur:

“Mali karlılık. Aslında bizim otelimiz aynı zamanda vakıflar iştirakine bağlı bir otel yani devlet oteliyiz ama uluslararası bağlı olduğumuz grup işletiyor. Ama buradaki amacımız yine karlılık, yapılan bu tarz Şeyler ekolojik dengeyi sağlamak ve korumak anlamında kıymetli ancak yine de önceliğimiz karlılık üzerine kurulu (K10).”

K10'un çevresel amaçları en dūřuk derecede nceliklendirdiėine dair bir diğer kanıt da “otel işletmenizi yeşil yıldız sertifikası edinmeye motive eden örgüt dışı unsurlar nelerdir?” sorusuna yanıt olarak K10'un verdiği řu yanıtıdır:

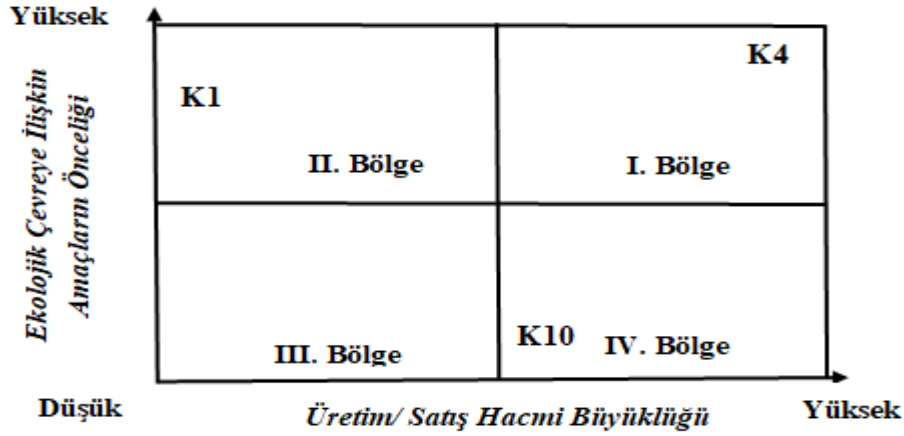
“... bunun ilk alınma nedeni bakanlık teşviği idi. Teşvik olduğu için başvuruldu. şu anda da çevremizde yeşil anahtar sadece bizde var ve eşme bölgesindeki en eski yeşil anahtar bizde. Onu da alma amacımız uluslararası bir Şirket olmamız ve yeşil anahtarın da yurtdışında tanınırlığının olmasından kaynaklı tamamen. Yoksa sadece Türkiye'de tanınmış olsaydı ve teşviği de olmasaydı pek alacağımızı sanmıyorum (K10).”

Tüm bu bulgular ışığında, K10'un çevresel amaçları en dūřuk derecede önceliklendiren işletme olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. K10'un üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkenine yönelik ifadeleri incelendiğinde ise, işletmenin her iki stratejiyi de tam olarak uygulayamadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcının ilgili ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Ne maliyet ne de farklılaşma desem... Normalde bizim bağlı olduğumuz grubun bir standardı var ancak maalesef maliyetlerden ötürü bu standardı yakalayamıyoruz. Ama iş para alma ve gelir kısmına bakıldığında normalde bizden daha iyi kalite veren çevredeki diğer otellerden daha da fazla ücrete odalarımızı satmaya çalışıyoruz (K10).”

Tüm bu bulgular ışığında, K10'un hem çevresel amaçları en dūřuk derecede önceliklediği bulgusuna hem de dūřuk maliyet liderliği stratejisini uyguladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Tüm bu bulgular ışığında, K1, K4 ve K10'un ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları Őekil 1'deki gibidir.

Şekil 1: İşletmelerin Ekogirişimcilik Tipolojisi Matrisinde Konumlandırılması -1



Kaynak: Yazar tarafından konumlandırılmıştır.

2. Aşama: Farklılaşma stratejisi izleyen ve çevresel amaçları yüksek derecede önceliklendiren işletmelerin konumlarını tespit etmek. Bu aşamada, K3 ve K5'in ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları tespit edilmiştir. Ancak bu noktada bir istisnai bir durum yaşanmıştır. Daha çok çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirdiğini (ekonomik amaçları yüksek derecede önceliklendirdiğini) ifade eden K6, rekabet stratejilerini anlatırken bağlı buldukları grup içerisindeki diğer otellerle (İzmir ilinde faaliyet gösteren), otelini kıyaslayarak farklı bir konumlandırmaya gittiklerini dile getirmiştir. Benzer durum çevresel amaçları yüksek derecede önceliklendirdiğini ifade eden K5'te de görülmüştür. Dolayısıyla K6 da bu aşamada incelenmiştir. K5 ve K6'nın, üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkeni bakımından K3'e göre daha yüksek derecede farklılaşma stratejisi izledikleri bulgusuna ulaşılmıştır. Rekabet stratejisine yönelik soruya yanıt olarak K5 şu açıklamalarda bulunmuştur:

“Şimdi bizim 3 otelimiz var. Sadece bu otelimizde yeşil yıldız var. Diğer iki otelimizde fiyat politikası biraz daha kırılğan ve düşük. Ama buradaki bizim ağırladığımız misafirlerimizin bölümü daha yüksek. Ona endeksli de fiyat aralığımız diğer iki otelimize göre de daha yüksek. Bu nedenle bizim satış politikamızı da etkiliyor yani yeşil yıldız (K5).”

Aynı soruya K6'nın yanıtı ise şu şekildedir:

“Bizim burada çalışma sistemimiz içerisinde hizmet noktasında iyileştirme ve üzerine koyarak hizmet verme mantalitemiz var. Öyle bir amacımız hedefimiz var. O yüzden ilk tercih olan daha uygun fiyatlı hizmet noktası bizi iyileştirmiyor. Biz o yüzden kendimizi yenileme, kendimize yenilikler katarak devam etme noktasında daha premium kısma hitap edecek şekilde çalışıyoruz demem yanlış olmaz. Yani 3 yıldızlı bir otelden biz en fazla şunu bekleriz... Oranın verebileceği hizmet, oranın oda kapasitesi, yatak durumu, restoran sayısı, havuz sayısı vb.

bellidir. Ama 5 yıldızlı bir otel içerisinde bunu değerlendirdiğinizde, o sınıf içinde baktığımızda bizim kendimizi yenileyebilmemiz, bizim burada misafirlerimize sürekli o hizmeti iyileştirebilmemiz için çeşitli... Benim buradaki rakiplerimden bir farkım olması gerekiyor ki bu bence ücret olmamalı, hizmet noktasında bir farkım olması gerekiyor ki ben sürdürülebilirliğimi sağlayayım (K6).”

K6 ile yapılan görüşme sona erdikten yani ses kaydı kapandıktan sonra, sohbet sırasında katılımcı bağlı oldukları otel grubundaki diğer otel ile kendi çalıştığı otel işletmesi arasında kıyaslama yaparak rekabet stratejilerinin farklılaşma olduğunun altını bir kez daha çizmiştir. Bu bilgi araştırmacı tarafından görüşme notlarına eklenmiştir.

K5 ve K6'nın ayrı ayrı bağlı oldukları otel grupları içerisinde kendilerini farklı konumlandıkları görülmüştür. Bu bilgi ışığında, bu iki işletmenin, ekogirişimcilik tipolojisi üzerinde hali hazırda konumlandırılmış olan K1'e göre daha düşük düzeyde; diğer farklılaşma stratejisi izleyen işletmelere (geriye 5 işletme kalıyor) göre de daha yüksek düzeyde farklılaşma stratejisi izledikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Sıra K5 ve K6'nın ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçlarının önceliğini belirlemeye gelindiğinde, K5'in çevresel amaçları yüksek derecede önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcının ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Şimdi gün sonunda zaten biz o karı elde edeceğimiz için çalışmalarımızda çevreci olmaya daha çok ağırlık verdik. Ne yapabiliriz, dosyamıza daha da neler koyabiliriz diye düşündük. Hep bir gözümüz açtı faaliyetler ne oluyor... TEMA'ya bağış yaptık, kâğıt topladık. Kendim kalktım bizzat kâğıt fabrikasına götürdüm. Daha önceden farkında olmadığımız birçok kalemle uğraştık bu konuda (K5: 56).”

Bu noktada akla gelen ilk soru K5'in K1'e göre nerede konumlandırılacağıdır. K1 ile kıyaslandığında, K5'in çevresel amaçları daha düşük derecede önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Çünkü “otel işletmenizi yeşil yıldız sertifikası edinmeye motive eden en önemli unsurlar hangileridir? İlk beşi sıralayabilir misiniz?” sorusuna cevaben K5 ilk sıraya maddi teşviği koyarken; K1 ise çevreye duyarlı bir işletme olma arzusunu koymuştur. Dolayısıyla K1'in içsel (örgüt içi) odaklı çevreye duyarlı bir işletme arzusu ile K5'in dışsal odaklı bakanlık teşviği yanıtları kıyaslandığında, K5'in görece çevresel amaçları daha düşük derecede önceliklediği bulgusuna ulaşılmıştır.

K6 ise ifadesinde zaten çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirdiğini belirtmiştir. Katılımcının ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Ya hiçbir işletme, hiçbir yönetici kardan vazgeçemez. Çünkü burası o kar olacak ki çalışmaya devam edecek... Ama kardan vazgeçilir mi? Maalesef vazgeçilmez (K6).”

Ancak K10 ile kıyaslandığında, K6'nın daha yüksek derecede çevresel amaçları önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni ise, K6'nın zaten hali hazırda çevreci faaliyetleri yürütüyor olması ve ayrıca sahip olduğu çevresel amaçlarını "iyileştirici" olarak sınıflandırmasıdır. Bu bulguya ulaşılmasını sağlayan ilgili sorular ve yanıtlar aşağıdaki gibidir.

Yine K6 "sizce yeşil yıldız sertifikasına sahip olarak siz makro anlamda ne katkı sunmuş oluyorsunuz?" sorusunu şu şekilde yanıtlamıştır:

"Sorumluluklarımızı yerine getiriyoruz... Bireysel olarak ve kurumsal olarak sorumluyuz. Bizim kalite politikamızdaki maddelerde, dünyaya katma değer sağlamak şeklinde devam eden bir maddemiz var (K6)."

Son olarak K6, "işletmenizin çevreye dair amaçlarını nasıl tanımlarsınız?" sorusunu şu şekilde yanıtlamıştır:

"Bunu holding olarak değerlendirsek iyileştirmeci diyebiliriz. Çünkü demin de verdiğim TEMA ile çeşitli çalışmalarımız oluyor, projelerimiz oluyor, işte ağaç dikme süreçlerine giriyoruz. Bizim yanımızda da bir küçük akarsuyumuz var Balçova barajına bağlı olan. İşte ilaçlaması, buranın kontrolü biz bunu Balçova Belediyesi ile bu konularla ilgili çok fazla diyaloga geçebiliyoruz. Neden? Kış dönemi özellikle taşkınlar olduğunda ciddi sorunlar yaşanabiliyor. O yüzden biz yılda belirli periyotlarda hem ilaçlanması hem temizliğinin yapılması hem alanın doğru kullanılmasıyla ilgili kontrollerimizi yapıp iletişimde bulunuyoruz (K6)."

Yukarıda yer alan ifadelerden de görüldüğü üzere, çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirdiğine ilişkin söylemlerine rağmen, K6'nın çevrenin iyileştirilmesi noktasında sorumluluk alan bir işletme olduğu açıktır.

Çevresel amaçlarını önceliklendirirken, farklılaşma stratejisini izlemekte olan son işletme ise K3'tür. K3'ün ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçların önceliği değişkenine yönelik ifadesi aşağıdaki gibidir.

"Şöyle söyleyeyim % 60 belki çevre % 40 da ekonomik. Çevreyi ne kadar iyi korursam orada yaşamaya devam ederim, yaşadığım alanı kirletmemiş olurum (K3)."

Görüldüğü üzere, K3'ün ekonomik anlamda devamlılığı, doğal çevresini korumasına bağlıdır. Bu bakımdan K3'ün çevresel amaçlarını yüksek derecede önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır.

K1 ve K5 ile konumu kıyaslayabilmek için, üç işletmenin de yeşil yıldız sertifikası edinmeye motive eden faktörlerin önem sıralaması incelenmiştir. Bu üç işletmenin ifadeleri incelendiğinde, K1'in içsel (örgüt içi) bir motivasyon kaynağı olarak "çevreye duyarlı bir işletme olma arzusu"na sahip olması, çevresel amaçları görece en yüksek derecede önceliklendirdiğini göstermektedir (K1, K3 ve K5 arasında). K3 ise yeşil yıldız sertifikası alım sürecinde gerçekleştirmiş oldukları "sosyal sorumluluk projesi" ile motive olduklarını ifade etmiştir. Bu sosyal

sorumluk projesi ilkököl çocukları üzerine olup, çocukların çevresel farkındalığını artırmaya yöneliktir. Dolayısıyla K3'ün de motivasyon kaynağı dışsaldır. Yine K5'in dışsal "bakanlık teşviği" yanıtları kıyaslandığında, K5'in görece çevresel amaçları en düşük derecede önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır.

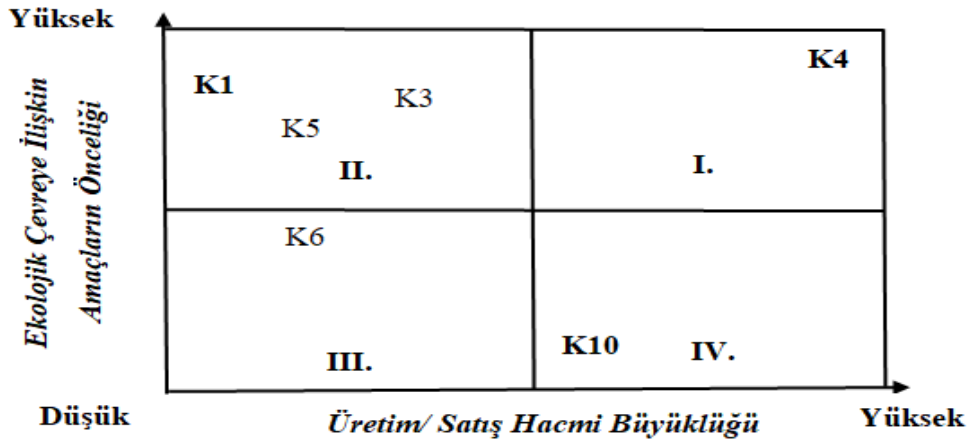
K3'ün ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçların önceliği değişkeni üzerindeki konumu belirlendikten sonra üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkeni üzerindeki konumu belirlenmiştir. Farklılaşma stratejisi izlediklerini bildiren K3'ün bu değişkene yönelik ifadesi aşağıdaki gibidir.

"Biz şu an bulunduğumuz bölgenin hizmet kalitesi açısından en iyi otellerinden biriyiz. Gelen misafiri evindeki gibi konaklatmak gibi bir gayemiz olduğumuz için bazı şeyleri de kısımlıyoruz, bir yere kadar kısımlabiliriz. Ben misafiri burada memnun edersem, bir sonraki İzmir ziyaretinde yine bize gelecektir. Yurt dışından misafirlerimize ülkelerine döndükten sonra anket gönderiyoruz. Yanıt olarak güler yüzümüzden, nezaketimizden, hizmet kalitemizden bahsediyorlar. Bu sayede bir sonraki konaklamada yine bizi tercih edecekler (K3)."

Görüldüğü üzere, K3, ne K1'deki kadar güçlü bir farklılaşma stratejisinden söz etmektedir ne de K5 ve K6'daki gibi bağılı olduğu otel grubundaki diğer otellere göre farklı konumlandırmadan söz etmektedir. Dolayısıyla K3, görece daha düşük düzeyde bir farklılaşma stratejisi izlemektedir.

Tüm bu karşılaştırmalı bulgular ışığında, K3, K5 ve K6'nın ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları Şekil 2'deki gibidir.

Şekil 2: İşletmelerin Ekogirişimcilik Tipolojisi Matrisinde Konumlandırılması - 2



Kaynak: Yazar tarafından konumlandırılmıştır.

3. Aşama: Farklılaşma stratejisi izleyen ve çevresel amaçları düşük derecede önceliklendiren işletmelerin konumlarını tespit etmek. Bu aşamada,

K2 ve K8'in ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları tespit edilmiştir. Öncelikle K2 incelendiğinde, işletmenin farklılaşma stratejisi izlerken ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklediği aşağıdaki şu ifadeden anlaşılmaktadır:

“Kesinlikle ekonomik, her şey para. Yani ekonomin iyiyse çevreci davranış zaten geliyor. Çevreci olabilmek için mecbur ekonomiden faydalaniyorsun. Tamamen ekonomiyle ilgili (K2).”

Ayrıca K2, ekolojik çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirmelerinin nedenini ise, bürokratik engellere bağlamaktadır. Katılımcının ilgili ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“İyileştirmeyi tek başına yapmanız imkansız. Şu an biz kendi alanımızda çevremizi tamamen koruyoruz. Başka bir şey yapamıyoruz, istesek de yapamıyoruz. Dolayısıyla tamamen koruma yapıyoruz... Bürokrasi bunun önündeki esas engel. Bu bürokrasi nedir işte belediye ayrı şey diyor çevre bakanlığı ayrı diyor. (K2).”

Tüm bu bulgulardan yola çıkarak K2'nin, K10'a göre ekolojik çevresel amaçları daha yüksek derecede önceliklendirdiği söylenebilir.

K2'nin üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkeni bağlamındaki konumu irdelendiğinde ise, işletmenin K3'ten daha düşük düzeyde farklılaşma stratejisi izlediği bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcının ilgili ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Otellerde hizmet kalitesi en önemlisi, başka hiçbir şey önemli değil. Hizmeti iyi yaparsanız geri dönüşü alıyorsunuz. Neden insanlar yandaki otel 1000 TL bile olsa, sen çevreni koruyorsan, internette şikâyetin yoksa hijyeniksen, çevren, doğan, manzaran güzelse sana 2000 TL verebiliyor. Örnek olarak söylüyorum. Dolayısıyla en önemlisi hizmet. (K2).”

Bu aşamada incelenmesi gereken son işletme ise K8'dir. K8 de diğer birkaç işletme (K2 ve K6) gibi çevresel amaçları ekonomik amaçlara bağımlı bir amaç olarak görmektedir. İşletmenin elde edeceği ekonomik kazançlar, yapacağı çevresel yatırımların güçlenmesini sağlayacaktır. Tam tersi fikir yani iyi bir çevresel performansın, aynı zamanda iyi bir ekonomik performansla sonuçlanacağı fikri egemen değildir. K8'in ilgili ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Ekonomik amaçlar şu anda (gülüşmeler)... Çünkü o oldukça (ekonomik kaynaktan bahsediyor), elimiz güçlendikçe biz çevreyle ilgili gene bir şeyler yapabilme olanağına sahibiz. Otellerin bu anlamdaki en haklı tarafı, yani normal bir işletme gibi biz 18:00'dan sonra kapatıyoruz, tadilata gireriz, insanlar da gider diyemiyoruz. Gece gündüz insan var burada. O yüzden ekonomik değerler olduğu zaman elimiz çok güçleniyor. O zaman diyebiliyoruz mesela misafirlerimize orman da yapalım (K8).”

K8'in ekolojik çevresel amaçları öncelikleme derecesi K2 ve K10 ile kıyaslandığında, her iki işletmeden de çevresel amaçları görece daha yüksek

düzeyde önceliklediği söylenebilir. Bu bulgunun kanıtı olarak, işletme bünyesinde trijenerasyona veya kompost üretimine yatırım yapılması gösterilebilir.

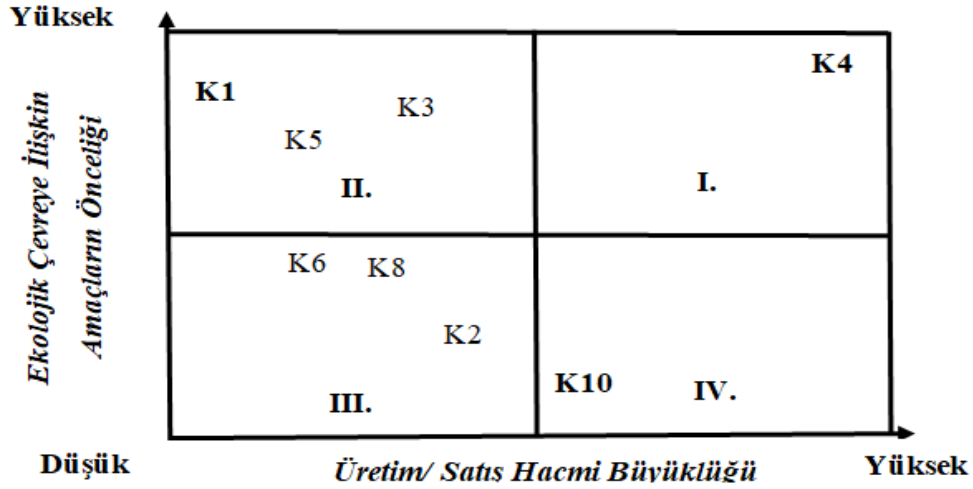
K8 üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkeni üzerinden değerlendirildiğinde farklılaşma stratejisi izlediği açıktır. Katılımcının ilgili ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Burası 402 odalı bir tesis olduğu için yani satış odaklı gitmek zorundayız. Ama 5 yıldızlı bir otel işletmesi olduğu ve içinde iki marka taşıdığı için... Burası beş yıldızlı uluslararası bir otel. Biz hiç kimseye eco-friendly olacağız diye işte üçüncü sınıf bir kâğıt mendil veremeyiz. Mutlaka belli bir düzeyi korumalıyız. Ama biz bunu korurken de çevreci olabileceğimizi anlatmaya çalıştık insanlara (K8).”

K8’in farklılaşma stratejisi izleyen diğer işletmelere göre konumu tespit edilmeye çalışıldığında, K1 kadar yüksek derecede farklılaşma stratejisi uygulamadığı; K5 ve K6 örneklerinde olduğu gibi bağlı oldukları otel grubu içerisinde kendisini konumlandırmadığı için K1, K5 ve K6’dan daha düşük derecede farklılaşma stratejisi uyguladığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Tüm bu karşılaştırmalı bulgular ışığında, K2 ve K8’in ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları Şekil 3’deki gibidir.

Şekil 3: İşletmelerin Ekogirişimcilik Tipolojisi Matrisinde Konumlandırılması - 3



Kaynak: Yazar tarafından konumlandırılmıştır.

4. Aşama: Farklılaşma stratejisi izleyen ve amaçları dengeli şekilde önemseyen işletmelerin konumlarını tespit etmek. Bu aşamada, K7 ve K9’un ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları tespit edilmiştir.

K9 çevresel ve ekonomik amaçların önceliği konusunda pek bir fark olmadığı fikrindedir. Katılımcının “otel işletmenizin ekolojik (doğal) çevreye

ilişkin amaçlarını, işletmenizin diğer amaçlarıyla kıyasladığınızda ne kadar öncelik taşıdığını söyleyebilirsiniz?” sorusuna verdiği yanıt aşağıdaki gibidir.

“Pek fark yok (K9).”

Ancak K9’un ekogirişimcilik üzerindeki konumu değerlendirildiğinde, K2’den görece daha yüksek derecede çevresel amaçları önceliklendirdiği bulgusuna ulaşılmıştır. Bunun nedeni ise, otel işletmesinin yeşil yıldız sertifikasına başvurmadan öncesinde hali hazırda çevre dostu uygulamaları yürütüyor olması ve ekstra büyük bir yatırım gerçekleştirilmeden yeşil yıldız sertifikasına başvurmuş olmasıdır.

“Önümüze gelen listeyi aldık. Bunların hepsini yapıyoruz dedik. Sistem üzerinden kriterleri tıklıyoruz oluyor, tıklıyoruz oluyor. Oranı tutturuyoruz. Puanımız zaten tutuyordu bizim (K9).”

K9’un üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkenine yönelik ifadesi ise, işletmenin farklılaşma stratejisi izlediğine dair kanıtlar sunmaktadır. Katılımcının ilgili ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Foça’nın markası biziz. Çünkü bizim işletmecilik kurallarımız çok farklı. Paraya dayalı müşteri almıyoruz biz. Bana gelen üst grup benim müşterim (K9).”

Tüm bu bulgular ışığında, K9’un en düşük derecede farklılaşma stratejisi izleyen K10’dan görece daha yüksek derecede farklılaşma stratejisi izlediği söylenebilir.

Son olarak K7 incelendiğinde, K7’nin ekonomik ve çevresel amaçları aslında kazan-kazan özellikte gördüğü, dolayısıyla da bu iki amacın da eşit derecede öneme sahip olduğu düşüncesinde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Katılımcının yanıtı aşağıdaki gibidir.

“Aslında ikisi de dengeli. Çevreden, zarar vermeden en iyi faydalanıp, ettiğin kar ile tesisi bir üst kademeye taşıyıp, işsize iş buluyoruz, iş olanağı sağlıyoruz. Kazan kazan sistemi, döngüsüyle, bence her ikisi de eşit (K7).”

K7’nin ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçlarının önceliği değişkenine göre konumu belirlenmeye çalışıldığında, K9’dan daha yüksek derecede çevresel amaçları önceliklendirdiği söylenebilir. Bunun nedenleri ise, K7’nin de tıpkı K9 gibi yeşil yıldız sertifikasına başvurmadan öncesinde hali hazırda çevre dostu uygulamaları yürütüyor olmasının yanı sıra, hem ekolojik çevreyi iyileştirici bir rol üstlenmesi hem de toplumda çevresel farkındalığın artırılması noktasında projeler geliştirmesidir. Katılımcının ilgili ifadeleri aşağıdaki gibidir.

“Birçok otel, birçok housekeeper, perdelerini kapatmaz. Hele ki böyle bir manzarası varsa, perdeler açıktır. Misafir girdiğinde inanılmaz bir manzara ile karşılaşır. Bende bütün perdeler kapalıdır, ısı yalıtımı için. Ama yeşil yıldız almadan önceden kapatıyordum. Çünkü cam kenarlarından soğuk geliyor. Annelerimizi düşünelim. Ne yapardı annelerimiz? Sımsıkı kapatırdı. Ben annemden

aldığım bu bilgilerle hareket ettim. Ben çok eleştiri aldım mesela. Bana dediler ya böyle bir manzarada perde mi kapatılır. Evet kapatılır. Çünkü ısı yalıtımı sağlıyorum ben orada... Bize çok külfet olmayacak, çok etkilemeyecek ama fark yaratacak şeylere imza atalım diyoruz. Biz bu şekilde yeşil anahtar aldık mesela. Yeşil anahtarın kriterlerine baktık, aradaki fark ne, buradaki yerel bir bitkiyi koruma. Biz dedik ki ya sakız ağacı alalım. Sonra tatmin olmadık bir tane daha aldık. Şimdi sakız ağaçlarımız bu kadar oldu bizim. Birazda yani merak yani... Ot festivali oluyor, biliyorsunuzdur. Bir sene biz ot festivaline katılımımız tamamen ekoloji (doğa) ile ilgili oldu. Doğadan kurumuş, yanmış objeleri toplayıp bir kızımıza giydirdik. Böyle karton elbiselerin üzerine işledik onları. Bir kızımıza da tamamen yeşil çamlardan kozalaklardan giydirdik. İşte onlar mesela el ele yürüdü. Bir kızımız denizkızı kıyafeti giydi, denizkızı gibi yattı. Ama etrafında böyle atıklar, çöpler... Kamyonetin arkasına onu bindirdik, o orada yattı hasta görüntüsü verdi. Atıklardan rulo kağıtlar plastikler petlerden elbise yaptık (K7).”

Bu bulgular ışında, K7'nin K9'dan çevresel amaçları daha yüksek derecede önceliklendirdiği, ancak açıkça çevresel amaçları önceliklendirdiğini dile getiren K5 ile K3 düzeyinde de olmadığı söylenebilir.

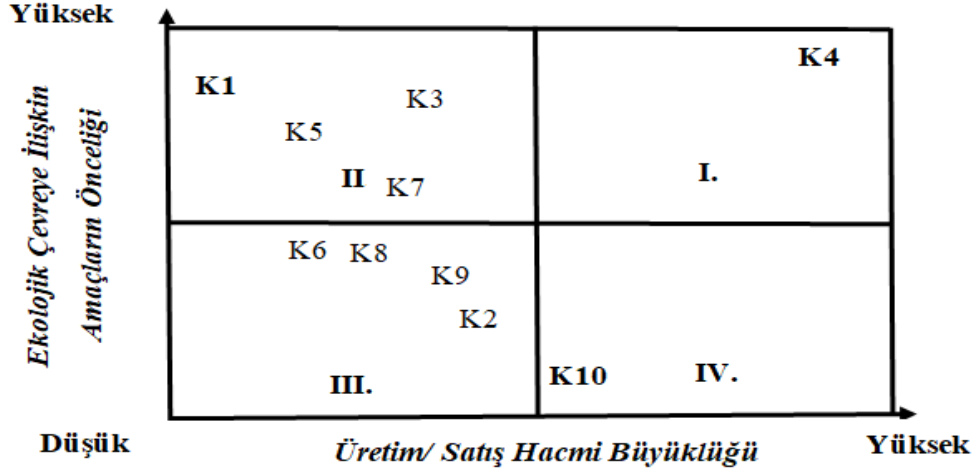
K9'un üretim / satış hacmi büyüklüğü değişkenine yönelik ifadeleri ise, işletmenin farklılaşma stratejisi izlediğine yöneliktir. Katılımcının ilgili ifadesi aşağıdaki gibidir.

“Hizmet kalitesiyle fark yaratmaya çalışıyoruz. 2013 yılında açtık burayı. 2013 otelinden beri otelin içindeyim, 2013 yılında gelen ilk misafirlerimiz bile geliyor, artık bizde telefonları var misafir o kata daha geldiği zaman yani, buraya düğününe gelen düğün yapıp balayına gelen, sonra çocuğuna hamileyken gelen, çocuğu doğduktan sonra gelen, çocuğu okula başladığında gelen misafirler. Otelimizden iyi tanıyanlar var, gelip aa burayı değiştirmişsiniz diyen var veya gelip evet odalarımızda eskime başladı diyen var. Diyelim ki yanlımız var, yazmış. O yanıfta biz hemen geri dönüş yapıyoruz misafire, yanlış ne ise, bizden kaynaklı olabilir, özrümüzü diliyoruz, düzelterceğimizi söylüyoruz ve bir dahaki geldiğinizde bize kendinizi hatırlatın diyoruz. Ve o misafir geliyor, hatırlıyor musunuz ben şu kişiydim diyor. Ve biz o misafirin neyden rahatsız olduğunu bildiğimiz için ona göre özen gösteriyoruz ve o bizim tekrar misafirimiz oluyor. Bizim çok, sınırdan çevirdiğimiz misafirimiz vardır. Hizmet kalitemiz de buna etkin. Ve gerçekten çevremiz de buna etkin, çevreye verdiğimiz değer de buna etkin (K7).”

Bu bulgular ışında, K7'nin, K5 ve K6'daki gibi bağlı oldukları grubun içerisindeki diğer otellerle (İzmir ilinde faaliyet gösteren) kendini farklı bir yere konumlamamış olması nedeniyle K5 ve K6'dan daha düşük düzeyde; K3 ile K8 arasında bir noktada farklılaşma stratejisi izlediği bulgusuna ulaşılmıştır.

Tüm bu karşılaştırmalı bulgular ışığında, K7 ve K9'un ekogirişimcilik tipolojisi üzerindeki konumları Şekil 4'deki gibidir.

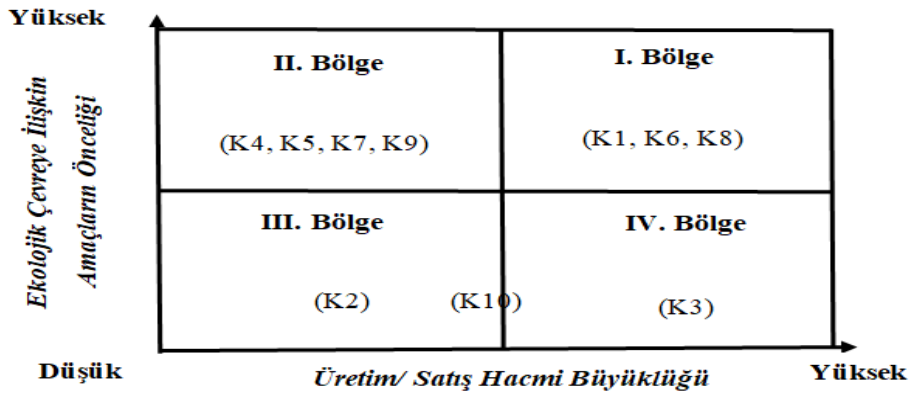
Şekil4: İşletmelerin Ekogirişimcilik Tipolojisi Matrisinde Konumlandırılması -4



Kaynak: Yazar tarafından konumlandırılmıştır.

5. Aşama: Araştırmacının bulgular neticesinde geliştirdiği ekogirişimcilik tipolojisi ile katılımcıların özdeğerlendirmesi sonucunda ortaya çıkan ekogirişimcilik tipolojisini kıyaslamak ve farklılıkları uzlaştırmak. Araştırma kapsamında, yürütülen her yarı yapılandırılmış görüşme sonrasında, katılımcılardan, işletmesine uygun olan ekolojik çevre amaç önceliği senaryoları (A ve B); işletmenin izlediği strateji senaryolarından (C ve D) uygun olanları işaretlemeleri istenmiştir. Görüşmeler sonucunda 10 katılımcının işletmelerini konumlandığı ekogirişimcilik tipolojisi Şekil 5'deki gibi elde edilmiştir.

Şekil 5: İşletmelerin Katılımcılar Tarafından Ekogirişimcilik Tipolojisi Matrisinde Konumlandırılması (Özdeğerlendirme)



Kaynak: Katılımcılar tarafından konumlandırılmıştır.

Katılımcıların yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sorularına verdikleri yanıtlardan elde edilen bulgular ışığında araştırmacı tarafından işletmelerin konumlandırımları neticesinde oluşan Şekil 4'teki ekogirişimcilik tipolojisi ile katılımcıların senaryolar üzerinden işletmelerini konumlandırımları sonucunda oluşan Şekil 5'deki ekogirişimcilik tipolojisi kıyaslandığında arada çok büyük farkların olduğu görülmüştür.

Bunun nedenleri arasında;

- görüşme sırasındaki zaman baskısı (özellikle otel müdürlerinin görüşme sırasında sıklıkla iş telefonları çaldı, hatta kimisi görüşmeden bir süreliğine ayrılmak zorunda kalmıştır),
- katılımcıların eğitim düzeyleri ile işletmecilik alanına ilişkin bilgilere yabancı olmaları gösterilebilir.

Aksi halde yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme sırasında ortaya koydukları ifadelerle çelişmektedirler. Örneğin; K3 “otel işletmenizin ekolojik (doğal) çevreye ilişkin amaçlarını, işletmenizin diğer amaçlarıyla kıyasladığınızda ne kadar öncelik taşıdığını söyleyebilirsiniz?” sorusuna karşılık olarak şu ifadeyi kullanmıştır:

“Şöyle söyleyeyim % 60 belki çevre % 40 da ekonomik. Çevreyi ne kadar iyi korursam orada yaşamaya devam ederim, yaşadığım alanı kirletmemiş olurum (K3).”

Ancak K3'ün özdeğerlendirmesine bakıldığında, ekogirişimcilik tipolojisi üzerinde çevresel amaçları düşük derecede önceliklendirdiği (ekonomik amaçları yüksek önceliklendirdiği) bölgeyi işaretlediği görülmektedir.

Yine K3 “otel işletmeniz ne tür bir rekabet (işletme) stratejisi izlemektedir?” sorusuna karşılık olarak şu ifadeyi kullanmıştır:

“Biz şu an bulunduğumuz bölgenin hizmet kalitesi açısından en iyi otellerinden biriyim. Hizmet kalitesini düşürürsek otomatik olarak ödün vermiş olurum (müşteri kaybederim demek istiyor). Gelen misafiri evindeki gibi konaklatmak gibi bir gayemiz olduğumuz için bazı şeyleri de kısımlıyoruz, bir yere kadar kısımlarız (K3).”

Ancak K3'ün özdeğerlendirmesine bakıldığında, ekogirişimcilik tipolojisi üzerinde düşük maliyet stratejisi izlenen bölgeyi işaretlediği görülmektedir.

Katılımcıların tüm özdeğerlendirmeleri ayrıntılı bir şekilde incelenmiş ve bunun sonucunda araştırmacının ekogirişimcilik tipolojisinde herhangi bir değişikliğe gidilmemiştir.

6. Aşama: Ekogirişimcilik tipolojisinde yer alan bölgelerin isimleri ile genel özelliklerini belirlemek. Araştırmalarında tipoloji ve taksonimlere sıklıkla başvuran ve biçimleşme bakış açısını benimseyen kuramcılara göre, ekogirişimler birbirine benzeyen kalıplarla gruplaşma eğilimi içerisindedir (Savan vd., 2003:

109). Dolayısıyla bu aşamada, ekogirişimcilik tipolojisinde yer alan hücrelerin etiketleri ile genel özelliklerinin belirlenmesi yerinde olacaktır. Özellikler belirlenirken ekogirişimcilik tipolojisinin x ve y eksenlerinin yanı sıra şu değişkenler dikkate alınmıştır:

- Ekogirişimin, girişimcilik olgusunu anlatırken sıklıkla söz ettiği kavram (kaynak, fırsat, risk vb.),
- Ekogirişimi motive eden içsel veya dışsal faktörlerin sıralaması,
- Ekogirişimi, dışsal maddi teşviklerin motive edip etmeme durumu,
- Ekogirişimin, çevre dostu bir işletme olduğunu gösteren meşru sertifika veya etiketlere yönelik bakış açısı ve bu sertifika veya etiketlerin değerlendirme kriterlerinden daha fazlasını yapıp yapmama durumu,
- Ekogirişimin, işletme faaliyeti sonucunda elde ettiği mikro veya makro çıktılar (doğal çevrenin korunması, yeni iş alanlarının ortaya çıkması, tüketici kalıplarını yıkması, gelirini artırması vb.).

Tüm bu değişkenlerle ilişkili olarak ekogirişimcilik tipoloji matrisinde yer alan tüm hücrelerin etiketleri ve genel özellikleri aşağıdaki gibidir:

I. Düşük Maliyet Yönlü / İdealist Ekogirişimler: Bu grupta yer alan ekogirişimler için faaliyet gösterdikleri çevrede yer alan kaynaklar (orman, jeotermal enerji, termal su, kaplıca vb.) yaşamsal bir öneme sahiptir. İşletmenin yaşamda kalması, söz konusu doğal kaynakların varlığına ve sağlıklı bir biçimde devamlılığına bağlıdır. Ancak ekolojik (doğal) bir çevrenin korunması için de işletmelere gereksinim vardır. Dolayısıyla ekolojik (doğal) çevre ile işletme arasında karşılıklı bir bağımlı ilişki vardır. İşletme içerisinde faaliyet gösterdiği dolayısıyla ekolojik (doğal) çevreyi korursa, çevrenin de doğal afetlerden işletmeyi koruyacağı ve işletmenin faaliyetlerinin devam etmesine katkı sağlayacağı inancı hakimdir. Dolayısıyla bu türden ekogirişimler faaliyet gösterdikleri çevrelerindeki doğal kaynakları korumak ve bunlardan verimlilik elde etmek amacıyla çevre dostu faaliyetler göstermektedirler. Çevre dostu işletme uygulamalarının altında yatan motive edici faktör, içsel (örgüt düzeyinde) olup, ekolojik çevreyi koruma arzusudur. Çünkü işletme faaliyetlerinin devam etmesi ekolojik çevrenin korunmasına bağlıdır. Maddi teşvikler ise önemli bir motive edici faktör olarak görülmemektedir. Çevre dostu bir işletme olduklarını gösteren meşru herhangi bir sertifikanın veya etiketin belirlemiş olduğu kriterlerden daha fazlasını yapmaya motivedirler, sürekli gelişim konusuna önem vermektedirler. Müşterilerle toplu anlaşmalar yaparlar, kırılğan fiyat politikası vardır. Faaliyet gösterdikleri yerel bölgenin ekonomisine katkı sağlamaları çevre dostu ekonomik faaliyetlerinin en önemli çıktıları arasındadır.

II. Farklaşma Yönlü / İdealist Ekogirişimler: Bu grupta yer alan ekogirişimler için girişimcilik faaliyetine yönelik en önemli unsur piyasadaki fırsatları fark etmek ve bunları değerlendirmektir. Örneğin; toplum genelinde veya

hedeflenen müşteri özelinde çevresel konulara yönelik artan farkındalık bu tür ekogirişimler için birer iş fırsatı olarak görülmektedir. İş görenlerde, üst yönetim üyelerinde veya kurucu üyelerde çevreyi iyileştirmeye yönelik değerler vardır. Dolayısıyla çevre dostu işletme uygulamalarının altında yatan motive edici faktörler arasında daha çok içsel faktörler vardır. Maddi teşvikler ise önemli bir motive edici faktör olarak görülmemektedir. Çevresel kaygılar (örgüt düzeyinde, örneğin; faaliyet gösterilen doğal çevrede bozulmaların görülmesi) veya çevreye duyarlı bir işletme olma arzusu bu ekogirişimler arasında daha kuvvetli motive edici faktörler arasındadır. Ayrıca halihazırda çevresel değerlere sahip oldukları için, kendilerini çevre dostu bir işletme olarak görmeleri noktasında meşruiyet kazanmış herhangi bir sertifika veya etikete gereksinim duymamaktadırlar. Ancak bu tür meşru sertifika veya etiket sahibi olmayı, çevre dostu bir işletme olma noktasında yeterli bir kriter olarak görmektedirler. Bu türden ulusal veya uluslararası (örneğin; yeşil anahtar) arenada meşruiyet kazanmış başka sertifika ve etiketleri kazanmış durumdadır veya başvurmayı planlamaktadırlar. Böylesi bir sertifikanın veya etiketin belirlemiş olduğu kriterlerden daha fazlasını yapmaya motivedirler, sürekli gelişim konusuna önem vermektedirler. Ekolojik çevrenin iyileştirilmesine yönelik katkıları ile toplumda hakim olan beşeri her türlü gereksinim için ekolojik çevrenin sömürülebileceği anlayışını yıkarak çevre dostu tüketim kalıpları oluşturmaları çevre dostu ekonomik faaliyetlerinin en önemli çıktıları arasındadır.

III. Farklılaşma Yönlü / Normatif Ekogirişimler: Bu grupta yer alan ekogirişimler için girişimcilik faaliyetine yönelik en önemli unsur risk konusudur. Çevresel amaçları daha az öncelikliyor olmalarının altında da işletmelerinin ekonomik anlamda devamlılığını sağlayamayacaklarına dair duydukları kaygılar yatmaktadır. 12 ay, yaz-kış çalışmak, personel çıkarmadan faaliyete devam edebilmek bu tür ekogirişimler için birer risk unsurudur. Dolayısıyla algılanan bu riski azaltmak amacıyla süreç iyileştirme faaliyetleriyle maliyetlerini düşürmeye çalışmaktadırlar. Enerji, su, gıda gibi atıkların takibi ve azaltımı konularında yatırım yaparak ekolojik çevreyi korumaya çalışmaktadırlar. Bu noktada teşvikler bu gruptaki ekogirişimler için en etkili motive edici faktörler arasındadır. Böylelikle çevre dostu işletme uygulamaları benimseyerek katlanmak zorunda oldukları maliyet ve işyükünü sübvansede etmiş olmaktadır. Meşru bir çevre dostu sertifika veya etikete sahip olmanın bir işletmeyi ekogirişim kıldırdığı görüşündedirler. Ekogirişim faaliyetlerinin altında içsel bir motivasyon aracı yatmadığı için, çevre dostu bir işletme olduklarına gösteren meşru herhangi bir sertifikanın veya etiketin belirlemiş olduğu kriterlerden daha fazlasını yapmaya motive değildiler. Genelde teşvik gibi dışsal motive edici faktörler sonucunda ekogirişimcilik faaliyetine başlamaktadırlar. Atıkların toplanması ve yeniden değerlendirilmesi sonucunda piyasada yeni iş fırsatlarının doğmuş olması da çevre dostu ekonomik faaliyetlerinin en önemli çıktıları arasındadır.

IV. Düşük Maliyet Yönlü / Normatif Ekogirişimler: Bu grupta yer alan ekogirişimler için girişimcilik faaliyetine yönelik en önemli unsur fırsat kavramıdır.

Bu tür işletmeler, kendi işletme faaliyetlerinin çevre dostu olması sonucunda değil, satışını yaptıkları ürünler bakımından ekogirişim sayılmaktadırlar (örneğin; güneş paneli satan firmalar). Dolayısıyla bu grupta yer alan ekogirişimler için esas motivasyon kaynakları kazanç elde etmektedir, ancak dolaylı yoldan ekolojik çevreye katkı da sağlamaktadırlar. Yasal düzenlemelerden oldukça etkilenirler, yasal düzenlemeleri çok yakından takip ederler. Yasal düzenlemelerden veya maddi teşviklerden doğacak fırsatlardan faydalanmaya çalışır. Örneğin; Atık durumdaki elektronik eşyaların ithalatını yapma. Çevre dostu bir işletme olduklarına gösteren meşru herhangi bir sertifikaya veya etikete gereksinim duymazlar. İşletme gelirlerini artırmaları çevre dostu ekonomik faaliyetlerinin en önemli çıktıları arasındadır.

Ortaya çıkan bu ekogirişimcilik tipolojisi aslında çevre – ekonomi eksenli bir rekabet matrisidir. Ekogirişimcilik tipolojisinin X eksenini ekogirişimin ekonomik boyutunu, Y eksenini ise ekogirişimin çevresel boyutunu değerlendirmektedir. Ancak geliştirilen ekogirişimcilik tipolojisinin hem katılımcıların hem de ekogirişim üzerine çalışan araştırmacıların üzerinde sıklıkla durduğu spekturum durumunu (süreklilik halini) vurgulamadığı görülmüştür. Bu kavramla anlatılmaya çalışılan, optimal bir noktada en iyi ekogirişim türünün belirlenemeyeceğidir. Bir ekogirişimin, izlediği stratejisinden bağımsız olarak ekogirişimcilik kavramını anlamlandırma şekli, motivasyon faktörleri, kazandığı sertifika/ etiketlerde yer alan değerlendirme kriterlerinden daha fazlasını yapıp yapmaması ve son olarak elde ettiği çıktılar onun ekogirişimcilik derecesini etkileyecektir. Bu kapsamda geliştirilen ekogirişimcilik tipolojisi Şekil 6’da yer almaktadır.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu araştırmanın temel amacı, literatürden hareketle işletmelerin ekolojik çevreye ilişkin amaçlarının genel amaçları içindeki önceliği ile stratejilerine dayalı olarak yeni bir ekogirişimcilik tipolojisi geliştirmektir.

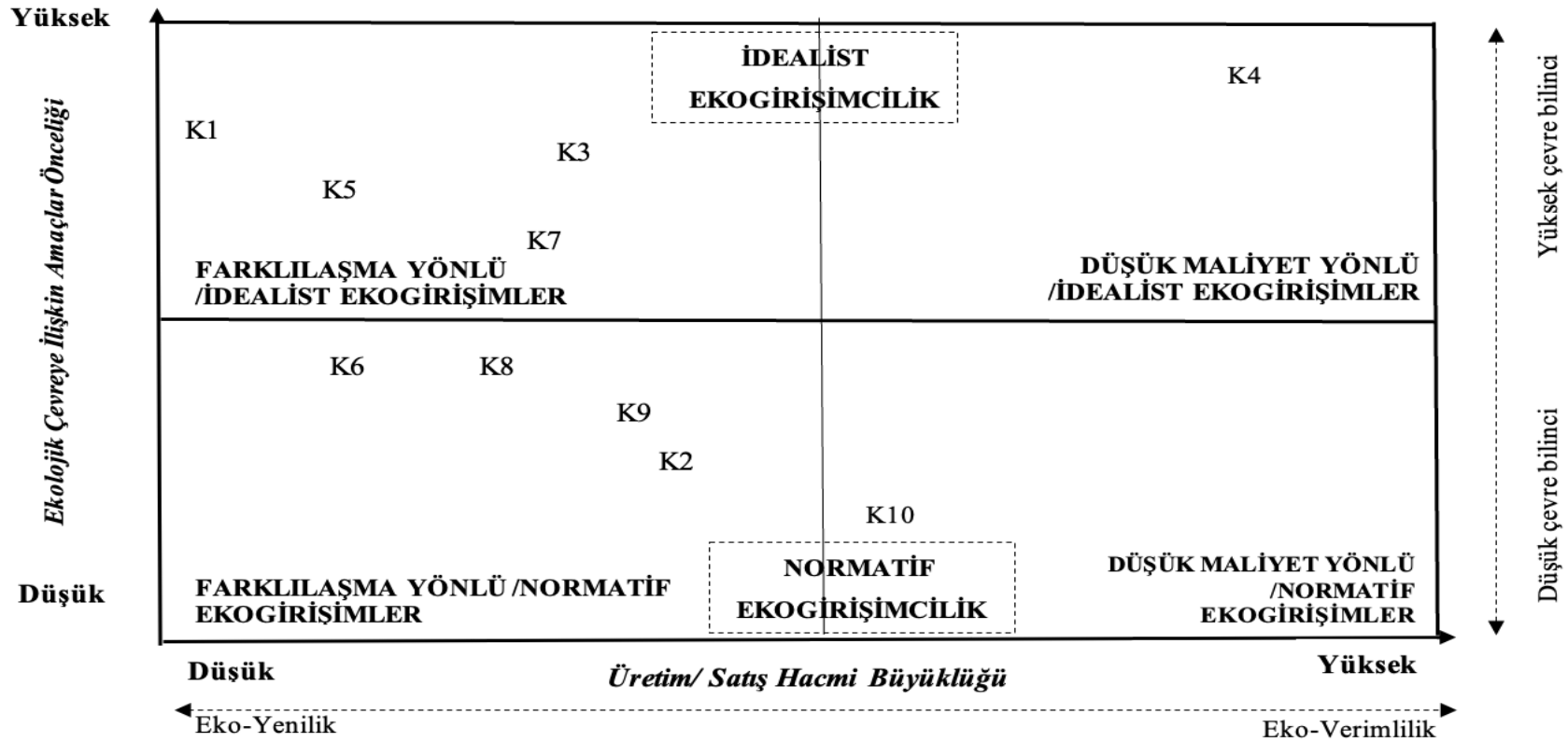
Ekogirişimcilik, sadece yeşil ekonomi dönüşüm sürecinde kilit rol oynaması bakımından değil ayrıca işletmelere yeni iş fırsatları sunması bakımından da oldukça önemlidir (Singh & Panackal, 2014: 2). Tüm bu önemine karşın literatürde ekogirişimcilik tanımları çeşitlilik göstermektedir. Ekogirişimcilik olgusunun gelişimi açısından bir zenginlik gibi görülse de kavramsal düzeyde fikir birliğinin olmaması alanın kuramsal olarak gelişimi üzerinde önemli bir engel teşkil edecektir. Bu nedenle, bu çalışmanın özgün yönlerinden biri, çalışmanın uygulama bölümünde derinlemesine görüşmeler neticesinde otel yöneticilerinin algılamalarına ve yaratıcılıklarına bağımlı olarak emik yaklaşımlı bir ekogirişimcilik tanımı geliştirilmiştir. Bu tanıma göre ekogirişimcilik:

“Çevreci örgüt değerleri ve kültürüyle hareket eden, hem işletme karlılığını hem de doğal çevrenin iyileştirilmesini

gözeten, bu iki amacın gerçekleşebilmesi için gerekli yatırımlardan kaçınmayan ve işletmecilik faaliyetleri sonucunda ülke ekonomisine katkı sağlamanın yanı sıra toplumdaki tüketim alışkanlıklarının değişmesi noktasında radikal değişimler yaratan girişimlerdir.”

Ekogirişimcilik de, geleneksel girişimcilik gibi tam olarak anlaşılması zor bir olgudur. Özellikle doğası gereği spektrum özelliği taşıması nedeniyle (Cohen & Winn, 2007: 30), ekogirişimlerde farklı ekolojik (doğal) farkındalık ve faaliyet düzeyleri görülebilir. Günümüzde halen pek çok ekogirişim, daha savunmacı bir yaklaşım izlemektedir. Yasal yükümlülüklere uymakla yetinmekte veya uyması gereken bir yasal yükümlülük yoksa da kazandığı meşru sertifika veya etiketlerin kriterlerini asgari düzeyde yerine getirmeye çalışmaktadır.

Şekil 6: Geliştirilen Ekogirişimcilik Tipolojisi



Kaynak: Yazar tarafından geliştirilmiş ve etiketlenmiştir.

Dolayısıyla ekogirişimcilik, birçok biçim alabilir, birçok farklı koşulda gelişebilir (Schaper, 2010: 18). Sosyal bilimlerdeki araştırmalar, sosyal yaşamdaki kalıpları, tipleri ve kategorileri keşfetmeye çalışmaktadır. Olguları görece daha homojen gruplara ayırmak araştırmacıların sosyal yaşamı düzenli hale getirmesini ve bu sayede de daha iyi anlamasını kolaylaştırmaktadır (Sarvan vd., 2003: 108). Bu bağlamda, bu çalışmada yeni bir ekogirişimcilik tipolojisinin geliştirilmesi alanın kuramsal yönden gelişmesi yanında bu kavram üzerinden ölçümleme yapılmasını da kolaylaştıracaktır. Bu çerçevede ekolojik çevre amaç önceliği ve işletme stratejisine dayalı geliştirilen bu ekogirişimcilik tipolojisi 2x2 matris şeklinde toplam 4 hücreden oluşmaktadır. Dolayısıyla 4 farklı ekogirişimcilik tipi ile literatüre ve uygulamaya katkı sağlamaktadır. Bunlar:

I. Düşük Maliyet Yönlü / İdealist Ekogirişimler: Düşük maliyet stratejisi izlerken, ekolojik çevre amaçları yüksek derecede önceliklendirmektedirler.

II. Farklılaşma Yönlü / İdealist Ekogirişimler: Farklılaşma stratejisi izlerken, ekolojik çevre amaçları yüksek derecede önceliklendirmektedirler.

III. Farklılaşma Yönlü / Normatif Ekogirişimler: Farklılaşma stratejisi izlerken, ekolojik çevre amaçları düşük derecede önceliklendirmektedirler.

IV. Düşük Maliyet Yönlü /Normatif Ekogirişimler: Maliyet liderliği stratejisi izlerken, ekolojik çevre amaçları düşük derecede önceliklendirmektedirler.

Geliştirilen bu ekogirişimcilik tipolojisi, literatürde geliştirilen diğer tipolojiler ile kıyaslandığında Schaltegger (2002) ile Nikolaou ve arkadaşlarının (2018) tipolojik yaklaşımlarını hareket noktası olarak ele aldığı söylenebilir. Ancak özellikle işletme stratejilerini esas alması bakımından özgünlük içermektedir.

Genel olarak ekogirişimler, çoklu paydaş işbirliğini içermektedir ve stratejik bir ortaklığa dayanmaktadır. Bu nedenle ekogirişimciliğin gelişiminde, politika yapıcılarının, yerel belediyelerin, gelişen teknolojinin, toplumsal değerlerin, tüketim kalıplarının, sektördeki diğer ekogirişimlerin ve araştırmacıların büyük bir rolü vardır. Dolayısıyla ekogirişim sayısında bir artış veya tüm ekogirişimlerin ideal ekogirişime yakınsaması isteniyor ise, daha geniş çapta değişikliklere gereksinim vardır. Bu noktada en büyük görevlerden biri de araştırmacılara düşmektedir. Ekogirişimcilik eylemlerinin gerçekten olumlu çevresel ve/veya ekonomik sonuçlar doğurup doğurmadığı incelenmelidir. Ayrıca ekogirişimcilik sürecine, bu sürecin hem sosyal hem de sürdürülebilir girişimcilik süreçlerinden nasıl farklı olabileceğine, ekogirişimlere yatırım yapmanın karlı olup olmadığına, karlıysa ne zaman karlı olduğuna ve ekogirişim kurmaya değip değmeyeceğine dair görgül araştırmalara gereksinim vardır. Ekolojik girişimcilik çalışması embriyoniktir. Bu nedenle, farklı ekogirişim türlerinin keşfedilmesi ve ekogirişimcilik tipolojisinin daha kapsamlı bir görüntüsünü oluşturmak için farklı

endüstriler, farklı bölgesel işletmeler, farklı örgüt popülasyonlarının dikkate alınması yerinde olur. Bu çerçevede görgül araştırmaların çoğalmasında ölçme araçlarının geliştirilmesi bir zorunluluktur. Nicel araştırmaların artması sonucu ekogirişimcilik öncülleri ve çıktıları üzerine etik ve emik yaklaşımlı araştırma bulguları elde edilebilecektir. Görgül araştırmanın bir diğer katkısı da, belirli özelliklere göre oluşturulan tipolojilerde yer alan işletmelerin aralarındaki yakınsaklık ve uzaklığın matematiksel anlamda öklidyen uzaklık yöntemleriyle ölçümü olacaktır. Bu çerçevede küme analizi, faktör analizi, çok boyutlu ölçekleme gibi çeşitli istatistiksel tekniklerden yararlanmak da kolaylaşacaktır. Son olarak, ekogirişimlerin performansı finansal olmayan sonuçlar da dâhil olmak üzere çok boyutlu başarı kriterleri (hem ekonomik hem ekolojik çevresel) ile ölçülmelidir. Uygun performans göstergeleri ile ekogirişimlerin başarılarını ölçmeye yönelik bir matris tasarlamak, dikkat edilmesi gereken başka bir araştırma konusudur.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Anderson, A. R. (1998). Cultivating the Garden of Eden: Environmental Entrepreneurship. *Journal of Organizational Change Management*. 11 (2): 135-144.

Anderson, T. L. & Leal, D. (2001). *Free Market Environmentalism: Revised Edition*. Birleşik Krallık: Palgrave Press.

Bailey, K. D. (1994). *Typologies and Taxonomies: An Introduction to Classification Techniques*. Sage.

Bennett, S.J. (1991). *Eco-Preneuring: The Complete Guide to Small Business Opportunities from the Environmental Revolution*. New York: Wiley.

Berle, G. (1991). *The Green Entrepreneur: Business Opportunities that Can Save the Earth and Make You Money*. Liberty Hall Press, Blue Ridge.

Blue, J. (1990). *Ecopreneuring: Managing for Results*. London: Scott Foresman.

Bosman, N. (2012). *Motivational Drivers of South African Ecopreneurs*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Pretorya: Gordon Institute of Business Science, University of Pretoria.

Bryman, A. & Bell, E. (2011). *Business Research Methods*. Oxford: Oxford University Press.

Cohen, B. & Winn, M. I. (2007). Market Imperfections, Opportunity and Sustainable Entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*. 22 (1): 29-49.

Creswell, J. W. (2013). *Nitel Araştırma Yöntemleri Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma ve Araştırma Deseni*. Çev. Editörleri Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Demirel, P., Li, Q. C., Rentocchini, F. & Tamvada, J. P. (2019). Born to be Green: New Insights into the Economics and Management of Green Entrepreneurship. *Small Business Economics*. 52 (4): 759-771.

Dixon, S. E. & Clifford, A. (2007). Ecopreneurship—a New Approach to Managing The Triple Bottom Line. *Journal of Organizational Change Management*, 20 (3): 326-345.

Donaldson, L. (1996). For Cartenianism: Against Organizational Types and Quantum Jumps. Editör: Lex Donaldson. *For Positivist Organization Theory: Providing The Hard Core (ss. 108-129)*. Londra: Sage.

Gibbs, D. (2009). Sustainability Entrepreneurs, Ecopreneurs and the Development of a Sustainable Economy. *Greener Management International*. (55): 63-78.

Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. Oxford: Cambridge Polity Press.

Glaser, B.G. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. London: Weidenfeld and Nicolson.

Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*. 91(3): 481-510.

Hechavarría, D.M. (2016). Mother Nature's Son? The impact of Gender Socialization and Culture on Environmental Venturing. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*. 8 (2): 137-172.

Hirsch, P., Michaels, S. & Friedman, R. (1987). "Dirty Hands" versus "Clean Models": Is Sociology in Danger of Being Seduced by Economics?. *Theory and Society*. 16 (3): 317-336.

Houtbeckers, E. (2016). The Tactics of Ecopreneurs Aiming to Influence Existing Practices. *Small Enterprise Research*. 23 (1): 22-38.

Isaak, R. (1998). *Green Logic – Ecopreneurship, Theory and Ethics*. ABD: Greenleaf Publishing.

Isaak, R. (2002). The Making of the Ecopreneur. *Greener Management International*. (38): 81-91.

Isaak, R. (2016). Ecopreneurship, rent-seeking, and free-riding in global context: Job-creation without ecocide. *Small Enterprise Research*, 23 (1): 85-93.

İzmir KTB. (2022). *Çevreye Duyarlı Tesis Listesi*. <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-156175/isletme-belgeli-konaklama-tesis-listesi.html>. (31.10.2022).

Jack, S. L. & Anderson, A. R. (2002). The Effects of Embeddedness on the Entrepreneurial Process. *Journal of Business Venturing*, 17 (5): 467-487.

Keogh, P. D. & Polonsky, M. J. (1998). Environmental Commitment: a Basis for Environmental Entrepreneurship? *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1): 38-49.

Kirkwood, J. & Walton, S. (2010). What Motivates Ecopreneurs to Start a Business? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 16 (3): 204-228.

Lasner, T. & Hamm, U. (2011). Ecopreneurship in Aquaculture–The Adoption of Organic Fish Farming Methods. *Organic Is Life Knowledge for Tomorrow*, 2: 72-75.

Lebron, M. J. & Brannon, D. (2018). When Social Identities Integrate: Schumpeterian Entrepreneurs Leading Green Entrepreneurship. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24 (3): 1-25.

Linnanen, L. (2002). An Insider's Experiences with Environmental Entrepreneurship. *Greener Management International*, 38, 72-88.

Lober, D. J. (1998). Pollution Prevention as Corporate Entrepreneurship. *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1), 26-37.

Miles, M. B., Huberman, A. M. & Saldaña, J. (1994). *Qualitative Data Analysis: A Sourcebook of New Methods*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Nikolaou, I. E., Tsagarakis, K. P. & Tasopoulou, K. (2018). An Examination of Ecopreneurs' Incentives through a Combination between Institutional and Resource-Based Approach: A Preliminary Study. *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 29 (2), 195-215.

O'Neill, K. & Gibbs, D. (2016). Rethinking Green Entrepreneurship–Fluid Narratives of the Green Economy. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 48 (9), 1727-1749.

Özen, ř. (2002). Bağlam, Aktör, Söylem ve Kurumsal Değişim: Türkiye’de Toplam Kalite Yönetiminin Yayılım Süreci. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 47-90.

Pastakia, A. (1998). Grassroots Ecopreneurs: Change Agents for a Sustainable Society. *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2), 157-173.

Patton, M.Q. (2018). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri*. Çev. Editörleri Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir. Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.

Saleem, F., Adeel, A., Ali, R. & Hyder, S. (2018). Intentions to Adopt Ecopreneurship: Moderating Role of Collectivism and Altruism. *The International Journal Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 6 (2), 517-537.

Sarvan, F., Arıcı, E. D., Özen, J., Özdemir, B. & İçiğen, E. T. (2003). On Stratejik Yönetim Okulu: Biçimleşme Okulunun Bütünleştirici Çerçevesi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 6, 73-122.

Schaltegger, S. (2002). A framework for ecopreneurship. *Greener Management International*, 38, 45-58.

Schaper, M. (2010). Understanding the Green Entrepreneur. *Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship* (ss. 7- 20). İngiltere: Gower Publishing Ltd.

Schick, H., Marxen, S. & Freimann, J. (2002). Sustainability Issues for Start-up Entrepreneurs. *Greener Management International*, 38, 59-70.

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Singh, A. & Panackal, N. (2014). Youth Ecopreneurship: A key for Success of First Generation Entrepreneurs. *Annual Research Journal of SCMS*, 2 (1), 1-13.

Staber, U. (1997). An Ecological Perspective on Entrepreneurship in Industrial Districts. *Entrepreneurship & Regional Development*. 9 (1), 45-64.

Volery, T. (2002). Ecopreneurship: Rationale, Current Issues and Future Challenges. *Conference of Swiss Research Institute of Small Business and Entrepreneurship Bildiri Kitabı* (ss. 541-553), Düzenleyen University of St. Gallen. https://www.kmu-hsg.ch/rencontres/IGW_Rencontres/BAND2002_WEB/F_11_Volery.pdf. (26.09.2019).

Walley, E. E. & Taylor, D. W. (2002). Opportunists, Champions, Mavericks? A Typology of Green Entrepreneurs. *Greener Management International*, 38, 31-43.

Weber, M. (2018). Ekonomi ve Toplum. Çev. Latif Boyacı. İstanbul: Yarun Yayınları.

Yayın Geliş Tarihi: 05.10.2023
Yayına Kabul Tarihi: 25.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1371673>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024 Sayfa: 431- 469
E-ISSN: 1308-0911

Derleme Makalesi

WHISTLEBLOWING KAVRAMINA KAPSAMLI BİR BAKIŞ: KAVRAMSAL BİR ANALİZ VE KAVRAMIN SAĞLIK SEKTÖRÜNE YANSIMASI

Havva CEYLAN*

Gülsün ERİĞÜÇ**

Furkan ŞAHİNBAŞ***

Öz

Bir kavramın yaygın kullanımının analizi, kavramın tanımlanmasına ve açıklığa kavuşturulmasına olanak tanımaktadır. Bu sayede, kavram daha etkin kullanılabilmekte; güçlü yönleri ve sınırlamaları değerlendirilebilmekte ve kavramın entelektüel bilgi birikimine katkısı artırılabilir. Kavramlar sürekli olarak dinamik bir gelişimden geçmekte ve kavramın bağlamı, yerine geçen ve ilgili olduğu terimler, öncülleri, nitelikleri, örnekleri ve sonuçları yeniden tanımlanmaktadır. Whistleblowing kavramı da ortaya çıkışından bu yana farklı şekillerde tanımlanmış ve farklı bağlamlarda ele alınmıştır. Bu nedenle kavramın belirli başlıklar altında irdelenmesinin kavramın doğası ile ilgili daha net bir görünüm ve bakış açısı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada whistleblowing kavramına ilişkin ulusal ve uluslararası literatür incelenerek kavram analiz edilmiştir. Bu doğrultuda, Google Akademik, Web of Science, Yök Tez Merkezi ve kütüphane veri tabanlarında “whistleblowing”, “bilgi uçurma”, “ihbarcılık”, “ifşa etme” vb. anahtar kelimeler ile tarama yapılarak konuyla ilgili makale, tez ve yayımlanmış kitaplar incelenmiştir. İnceleme sonucunda kavramın ulusal ve uluslararası literatürdeki yeri, çeşitli kullanımları, özellikleri ve ölçülmesi, kavram ile birlikte ele alınan konular ve farklı

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Ceylan, H., Erigüç, G. & Şahinbaş, F. (2024). Whistleblowing kavramına kapsamlı bir bakış: kavramsal bir analiz ve kavramın sağlık sektörüne yansması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 431-469.

*Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-8087-2746, havvaceylann12@gmail.com

**Prof. Dr., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0001-5186-9345, geriguc@gmail.com

***Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ORCID: 0000-0003-4486-1921, furkan.sahinbas@hotmail.com

Bu çalışma için etik kurul onayı gerekmemektedir.

disiplinlerle ilişkisi açıklanmıştır. Son olarak ise whistleblowing kavramı sağlık sektörü özelinde incelenerek bu alandaki görünümü ortaya koyulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Whistleblowing, Kavram Analizi, Literatür İncelemesi, Sağlık Sektörü.

A COMPREHENSIVE REVIEW ON THE CONCEPT OF WHISTLEBLOWING: A CONCEPTUAL ANALYSIS AND THE REFLECTION OF THE CONCEPT ON THE HEALTH SECTOR

Abstract

The analysis of the widespread use of a concept allows the definition and clarification of the concept. In this way, the concept can be used more effectively, its strengths and limitations can be evaluated, and the contribution of the concept to intellectual knowledge accumulation can be increased. Concepts develop over time and are influenced by the context in which they are used. Therefore, concepts are constantly undergoing a dynamic development and the context of the concept, the terms it replaces and relates to, its antecedents, qualities, examples and results are redefined. The concept of whistleblowing has also been defined in different ways and dealt with in different contexts since its emergence. For this reason, it is thought that examining the concept under certain headings will provide a clearer view and perspective on the nature of the concept. In this study, the concept was analyzed primarily by examining the national and international literature in order to provide a comprehensive perspective on the concept of whistleblowing and to provide a better understanding of the concept. Accordingly, Google Academic, Web of Science, YÖK Thesis Center and library databases "whistleblowing", "bilgi uçurma", "ihbarcılık", "ifşa etme (disclosure)", etc. by scanning with keywords, articles, dissertations and published books on the subject were examined. As a result of the examination, the place of the concept in national and international literature, its various uses, characteristics and measurement, the issues discussed together with the concept and its relationship with different disciplines were explained. Finally, the concept of whistleblowing has been examined in the healthcare sector specifically and its appearance in this field has been revealed.

Keywords: Whistleblowing, Concept Analysis, Literature Review, Health Sector.

GİRİŞ

Organizasyon kısaca, insanların bir araya gelerek oluşturduğu sosyal bir varlığı temsil eder. Bu sosyal varlık içerisinde insan ve davranışları, yönetim için oldukça önemlidir. İnsanlar bir organizasyon içinde istenilen veya istenilmeyen farklı davranış ve tutumlar gösterebilirler. Her iki durumda da bu davranışların muhtemel sonuçları organizasyonun başarısı ve devamlılığı için hayattır. Bu nedenle, organizasyon içinde gerçekleşebilecek olumlu veya olumsuz her türlü

davranışın anlaşılması, nedenlerinin incelenmesi, etki ve sonuçlarının bilinmesi gerekmektedir.

Bir organizasyon içerisinde eskiden veya halihazırda görev yapan çalışanların işverenlerinin kontrolü dahilindeki yasalara ve ahlaka uygun olmayan veya gayrimeşru uygulamaları eyleme geçebilecek kişi veya kuruluşlara bildirmesi (Near & Miceli, 1985) şeklinde tanımlanabilen whistleblowing, organizasyonlarda gerçekleşebilecek davranışlardan biridir. Organizasyonlarda gerçekleşebilecek hırsızlık, müsriflik, kötü yönetim, güvenliğe ilişkin sorunlar, cinsel taciz, kötü davranış, ayrımcı tutum ve yasalara riayet edilmemesi gibi durumlar whistleblowing eyleminin kapsamını oluşturur (Near vd., 2004). Whistleblowing'in konusunu şüphesiz istenilmeyen olaylar oluşturmaktadır, fakat bu olayların çalışanlar tarafından bildirilmesinin istenilen bir davranış olup olmadığı etik bir ikilem içerisinde yer almaktadır. Bu olayların yaşanmasının ve çalışanların whistleblowing eyleminde bulunmasının ardından, bu durumun gerek eylemde bulunan kişi gerek organizasyonun kendisi ve gerekse de toplum için önemli sonuçları olmaktadır. Yönetimin, insanları amaçlara uygun bir şekilde çalıştırmak olduğu düşünüldüğünde, çalışanların davranışlarının nasıl uyumlaştırılacağı ve istenmeyen davranışların nasıl önleneceği gibi pek çok soru cevaplandırılmaya çalışılmalıdır (Kaldırım, 1984). Bu nedenle, whistleblowing kavramının çok yönlü ve çeşitli bağlamlarda ele alınması gereklidir.

Whistleblowing kavramı diğer pek çok alanda olduğu gibi sağlık alanında da kendine yer bulmuş ve çeşitli çalışmalarda ele alınmıştır. Sağlık kurumlarında gerçekleşen herhangi bir hukuka ve etik değerlere aykırı davranış veya tıbbi hata, doğrudan insan hayatı ve toplum sağlığı ile ilgili olduğundan, bu tip olayların sağlık çalışanları tarafından bildirilmesi ayrıca önemlidir.

Whistleblowing kavramı ortaya çıkışından bu yana çeşitli şekillerde tanımlanmış, çeşitli çalışmalara konu olmuş ve zamanla hukuk, yönetim, kamu yönetimi, sosyoloji, psikoloji ve sağlık bilimleri gibi disiplinler arasında ilgi görmüştür (Mannion vd., 2018). Böylesine geniş bir alana hitap eden whistleblowing kavramına ilişkin kapsamlı bir bakış açısı sunmak ve kavramın daha iyi anlaşılmasını sağlamak amacıyla bu çalışmada, kavram mevcut literatür kapsamında araştırma ve yayın etiğine uygun olarak analiz edilmiştir. Böylece whistleblowing kavramının neyi ifade ettiği ve nasıl anlaşıldığı ile ilgili görünümün netleştirileceği düşünülmektedir.

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ ORTAYA ÇIKIŞI VE GELİŞİMİ

"Whistleblowing" terimi bir suç eylemi hakkında halkı ve diğer kolluk kuvvetlerini uyarmak için ıslık çalan (to blow the whistle) İngiliz polisi eyleminden türetilmiştir. Bu ifadeye literatürde sıkça yer verilmekle birlikte Strader'a göre bu metafor yanıltıcıdır çünkü polis, suç eylemleri üzerinde baskın yasal otoritedir fakat whistleblower genellikle böyle bir yetkiden yoksundur (Strader, 1993).

"Whistleblower" teriminin bilinen ilk kullanımı, 1971 tarihli bir konferans sunumunda Ralph Nader'a atfedilmiştir (Miceli & Near, 2013). 1970'lerin başında Ralph Nader, whistleblowerlara yasal koruma sağlamayı amaçlayan büyüyen bir hareketin en önde gelen temsilcisiydi (Tsahuridu ve Vandekerckhove, 2008).

"Whistleblowing" terimi ilk kez 1963 yılında Amerikan kamu görevlisi olan Otto Otopeka ile ilgili bir ABD davasında kullanılmıştır (Petersen ve Farrell, 1986; akt. Hersh, 2002). Otopeka, Senato İç Güvenlik Alt Komitesi baş danışmanına hükümet yönetimine tehdit oluşturabilecek gizli belgeler vermiş ve Bay Otopeka'nın bu hareketi, uygunsuz davranışı nedeniyle onu görevinden alan zamanın Dışişleri Bakanı tarafından ciddi şekilde cezalandırılmıştır (Alam, 2019).

Whistleblowing kavramı, Time Dergisi'nin 2003 yılında whistleblower üç kadını yılın insanı seçmesiyle popüler bir kavram haline gelmiştir. Sherron Watkins, yılın insanı seçilen isimler arasındadır. Enron'un Genel Müdür Yardımcısı olarak görev yaparken, şirketin mali yolsuzluklarını yöneticisine bildirmiştir. Ancak bu durumun ardından daha etkisiz bir göreve atanınca, yolsuzlukları ilgili mevkilere bildirerek işinden ayrılmıştır. Bu olay Enron'un çöküşüne yol açmıştır. FBI ajanı Coleen Rowley ise, yılın insanı seçilen diğer bir isimdir. Hazırladığı rapor ile 11 Eylül saldırılarının FBI tarafından önceden bilindiğini açığa çıkarmıştır. Cynthia Cooper ise WorldCom şirketinin hesaplarında gerçekleşen 9 milyar dolarlık mali sahtekarlığı ortaya çıkaran ve yılın insanı seçilen bir başka kişidir. Denetim şirketine yaptığı bildirimlere rağmen olay görmezden gelince, durumu hükümete bildirerek yolsuzluğu ifşa etmiştir (Aydn, 2003).

Whistleblowing konusu resmi raporlarda, yayınlarda, araştırmalarda, mevzuatta ve medyada benzeri görülmemiş bir önem kazanmıştır (Vinten, 1995). ABD'de genel olarak whistleblowing vakalarını tespit etmek için Brewer ve ABD Tarım Bakanlığı 1995 yılında o döneme ait 30 ABD gazetesini analiz ederek 1986-1995 yılları arasında 530 whistleblowing vakası tespit etmiş ve bu vakaların %70'ini kamu sektörünün oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır (Near & Miceli, 1996).

Whistleblowing konusundaki literatür en fazla ABD'den, ikinci sırada da İngiltere'den gelmektedir (Hersh, 2002). İngilizce literatürde whistleblowing kavramı yerine çok sık olmasa da "organizational wrongdoing", "organizational misconduct", "malpractice" gibi ifadeler de tercih edilebilmektedir (Aktan, 2015, s.20). Whistleblowing'e olan akademik ilgi ise, 1983 ile 1985 yılları arasında yayınlanan etkili ve ufuk açıcı makaleler ile daha da artmıştır (Mannion vd., 2018).

Whistleblowing kavramı literatürde araştırmacılar tarafından çeşitli şekillerde tanımlanmıştır ve kabul gören tek bir tanımı yoktur. Whistleblowing kavramının bağlamları sonsuzdur (Jensen, 1987). Bununla birlikte, whistleblowing kavramıyla ilgili literatür incelendiğinde Near ve Miceli'nin 1985 yılında yapmış

olduğu tanımın ulusal ve uluslararası literatürde yaygın bir şekilde kullanıldığı görülmektedir.

Near ve Miceli, whistleblowing kavramını örgütsel davranış boyutuyla ele aldığı çalışmada kavramı “Örgüt üyelerinin (eski veya mevcut) işverenlerinin kontrolü altındaki yasa dışı, ahlaka aykırı veya gayrimeşru uygulamaların eyleme geçebilecek kişi veya kuruluşlara ifşa etmesi” şeklinde tanımlamıştır (Near & Miceli, 1985, s.4).

Jubb, whistleblowing kavramını dar bir yorumla ifade etmek istemiş ve “Bir kuruluşun verilerine veya bilgilerine şimdi ya da daha önce imtiyazlı erişimi olan, gerçek, şüphelenilen veya tahmin edilen, önemsiz olmayan yasadışı veya diğer suistimaller hakkında, kamuya açık kayıtlara geçen, zorunlu olmayan kasıtlı bir muhbirlik eylemidir. Bu, söz konusu organizasyonun kontrolü altında olan ve yanlışlığı düzeltme potansiyeline sahip harici bir kuruluşa ilişkindir” şeklinde tanımlamıştır (Jubb, 1999, s.78). Jubb, yaptığı tanımın birçok önemli açıdan diğer tanımlardan farklılık gösterdiğini belirtmiş ve bu farklı açılar; tanım unsuru olarak bir hedef organizasyonun ve hedefin dahil edilmesi, whistleblower özelliklerini içermesi ve eylem, sonuç, aktör, konu, hedef, alıcı şeklindeki 6 ögenin toplamından oluşması olarak belirtmiştir (Jubb, 1999).

King (1999) ise, organizasyon yapısının whistleblowing üzerindeki etkisini incelediği bir çalışmada kavramı “Whistleblowing, başarılı iletişimcinin, ifşa edilen yanlış davranışın hedef kitlesini, amacını, dilini ve tonunu dikkate almasını gerektiren hassas bir iletişim tarzıdır” şeklinde ifade etmiştir (King, 1999, s.316). Ayrıca King (1999), organizasyon yapısının (merkezi, matris, yatay, hibrit ve bölünmüş) bir suistimalin rapor edilmesi veya edilmemesi kararında önemli bir rol oynadığını söylemiştir. Jensen (1987), artan sayıda bireysel vaka, önemli sayıda makale ve kitabın konusu olmasına rağmen, whistleblowing’in iletişim perspektifinden tam olarak incelenmediğini belirtmiş ve yalnızca iş dünyasında, endüstride veya devlette değil, tüm insan bağlamlarında iletişimsel bir eylem olarak ele almıştır. Benzer şekilde Elliston, kavramı “Üçüncü taraflara net zarar oluşturan faaliyetler hakkında bilgi aktaran bir süreç” olarak betimlemiş, incelediği bazı whistleblowing tanımlamalarının hepsinin bilgi aktarımına atıfta bulunduğunu yani bir iletişim şekli olarak nitelendirilebileceğini ifade etmiştir (Elliston, 1982, s.167-168).

Farrell ve Petersen ise (1982), whistleblowing’i çalışanların örgütsel rolünün bir parçası olmayan fakat iş yerindeki avantaj ve dezavantajların dağılımına etki eden gayrimeşru bir politik davranış olarak sınıflandırmıştır.

Kavramın farklı ifade şekilleri bulunmasına rağmen genel olarak tanımların çoğu, whistleblowing eyleminin etik ve/veya yasa dışılıkla sınırlı olmayan suistimalin rapor edilmesini içerdiği konusunda hemfikirdir (Hersh, 2002).

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ TÜRKÇE LİTERATÜRE GİRİŞİ VE GELİŞİMİ

Whistleblowing kavramı, İngilizce literatürde yer edindikten sonra 2000’li yıllar itibarıyla Türkçe literatürde de ilgi konusu olmuştur. Türkçe literatürde Whistleblowing kavramını inceleyen ilk çalışma “İş Hukuku Açısından İşçinin Bilgi Uçurması (Whistleblowing)” adlı makaleyle Aydın (2003) tarafından yapılmıştır. Bu bilgiye dayanarak kavramın Türkçe literatüre hukuk disiplini alanından girdiği söylenebilir.

“Whistleblowing” kavramının dilimizde net bir karşılığı bulunmamaktadır ve bu nedenle whistleblowing yerine Türkçe literatürde uluslararası karşılığı bulunmayan pek çok kavram kullanılmaktadır (Ünsal, 2021).

Tablo 1: Türkçe Literatürde Whistleblowing Yerine Kullanılan Kavramlar

Yazar	Kavramın İfadesi
Aydın (2003) Celep ve Konaklı (2012) Cemaloğlu ve Akyürek (2017) Baltacı (2017)	“Bilgi Uçurma”
Gerçek (2005)	“Etik Sorunların Ele Verilmesi”
Demirci ve Erigüç (2019)	“İhbar Etme”
Saygan ve Bedük (2013) Esen ve Kaplan (2012)	“Ahlaki Olmayan Davranışların Duyurulması”
Arslan ve Kayalar (2017)	“İfşa”
Taş ve Antalyalı (2015)	“İzharcılık”
Demirtaş (2014)	“İfşa Etme”
Çetinkaya ve Altıntaş (2021)	“Erdemli Raporlama”
Aydan (2018) Aydan ve Kaya (2018) Işık vd. (2020)	“İhbarcılık”
Kozak ve Şahin (2018) Uyar ve Yelgen (2015)	“Bilgi İfşası”
Ayar (2020)	“Açık Etme”
Yanık (2019)	“Uygunsuz Davranışların Bildirimi”
Demirtaş (2014)	“Olumsuz Durumları İfşa Etme”
Erdost Çolak ve Genç (2018)	“Sorun Bildirme”

Literatür incelendiğinde bu kavramlara benzer daha birçok isimlendirmeye karşılaşılabılır. Whistleblowing yerine “Bilgi Uçurma” kavramının diğer kavramlardan nispeten daha fazla kullanıldığı görülmüştür.

Kavramın Türkçeleştirilmeye çalışılarak farklı şekillerde ifade edilmesinin yanı sıra bazı çalışmalarda doğrudan “Whistleblowing” olarak da kullanılmıştır (Kartal & Sipahi, 2018; Ergun Özler vd., 2010).

Ulusal literatürde var olan çalışmaların birçoğunun başlığında “Whistleblowing” kavramını ifade etmek için tek bir Türkçe kavram kullanılmasının yanı sıra çalışmaların içeriğinde ise farklı anlamlar ifade eden Türkçe kavramlar birlikte kullanılmıştır. Dolayısıyla İngilizce bir kavramın metin içerisinde birbirinden farklı anlamlara gelen sözcüklerle ifade edilmeye çalışılması kavramı hem anlaşılması hem de karşılaştırılması zor bir hale getirmektedir (Ünsal, 2021). Bazen bu etik davranış pek çok olumsuz anlama işaret eden “ispiyonculuk”, “jurnalcilik”, “ajanlık”, “gammazlama” gibi kelimelerle de ifade edilebilmektedir (Aktan, 2015, s.22-23). Fakat, bu kelimeler davranışın altındaki bireysel menfaati öne çıkardığı için whistleblowing kavramından farklı bir anlama gelmektedir (Ayar, 2020).

Whistleblowing kavramının Türkçeleştirilmesindeki fikir ayrılıkları sürmekte olup, bazı çalışmalarda karışıklığı gidermek adına ifade önerileri sunulmuştur. Örneğin; Sarioğlu Uğur ve Özdemir (2019), whistleblowing kavramının Türkçe karşılığı olarak “Uyarıcılık”, whistleblower yani eylemde bulunan kişi için ise “Uyarıcı” kavramlarının kullanılmasını önermişlerdir. Ünsal (2021), İngilizce “Whistleblowing” kavramına karşılık olarak Türkçe “Aksıraçerlik” kavramının anlam bütünselliğini sağladığını ve bu nedenle whistleblowing kavramı yerine kullanılabilir Türkçe kavram olduğunu belirtmiştir. Whistleblowing kavramı yerine kullanılan net bir Türkçe kavram olmadığı için ve anlam karmaşasını önlemek adına bu çalışmada doğrudan “whistleblowing” olarak kullanımı uygun görülmüştür.

İngilizce literatürde olduğu gibi Türkçe literatürde de kavramın çeşitli şekillerde tanımlamaları bulunmaktadır. Aydın (2003), kavramı “İşçinin işyerinde öğrendiği bazı yolsuzlukları, hukuka aykırılıkları ya da ihmal niteliği taşıyan eylem ve işlemlere ilişkin bilgileri ifşa etmesi, açığa çıkarmasıdır” şeklinde ifade etmiştir. Aktan (2015) ise, daha açık bir ifadeyle kavramı “Bir organizasyon içerisinde yasa dışı ve etik değerlere uygun olmayan davranış ve eylemlerin organizasyon içi ve/veya organizasyon dışı başka kişilere veya kurumlara zarar vermemesi için enformasyon sahibi kişiler (çalışanlar veya paydaşlar) tarafından sorunları çözme güç ve yetkisine sahip iç ve dış otoritelere bildirilmesi” olarak tanımlamıştır. Cemaloğlu & Akyürek (2017), kavramı vicdani bir faaliyet olarak nitelendirmiş ve “Etik dışı olay, davranış ve faaliyetlerin, gerekli önlemlerin alınması amacıyla gerek işletme içi, yeterli gelmediği takdirde de işletme dışına bildirilmesi” şeklinde tanımlamışlardır.

Literatür incelendiğinde whistleblowing kavramının araştırmacılar tarafından çeşitli perspektiflerde ele alındığı görülmektedir.

Tablo 2: Whistleblowing Kavramıyla Birlikte Ele Alınan Konular

Hukuk	Aydın (2003), Esen & Kaplan (2012), Alp (2021).
Örgütsel Davranış	Candan & Kaya (2016), Çetinel & Taslak (2017), Alper Ay (2018), Kartal & Sipahi (2018), Mercan (2015), Turan & İpçioğlu (2018), Alper & Artan (2021), Güzel Özbek & Şengül (2020).
<ul style="list-style-type: none"> • Örgütsel Adalet • Örgütsel Destek • Mobbing • Davranış Teorileri • Örgütsel Sessizlik 	
Etik	Gerçek (2005), Kozak & Şahin (2018), Ergun Özler vd. (2010), Sayğan & Bedük (2013), Kızıloğlu & Çelik (2015), Yaraş (2019), Zengin & Çayalan (2019).
Yönetim ve Organizasyon	Aktan (2015), Cemaloğlu & Akyürek (2017), Çetinkaya & Altıntaş (2021), Mercan vd. (2012).

Yapılan çalışmalar genel olarak incelendiğinde whistleblowing kavramının özellikle örgütsel davranış ve etik yönüyle ele alındığı görülmüştür. Kavramın Türkçe literatüre girişi hukuki bir çalışmayla olsa da sonrasında bu alanda yapılan çalışmalar görece daha azdır. Whistleblowing konusuyla ilgili yapılan çalışmalar, uygulama gücünü nedeniyle genellikle teorik şekilde ele alınmış veya özel sektör çalışanları kendilerini çeşitli endişelerden dolayı baskı altında hissettikleri için sadece kamu sektöründe gerçekleştirilen uygulamalara odaklanılmıştır (Uyar & Yelgen, 2015).

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ DİĞER DİSİPLİNLERLE İLİŞKİSİ

Whistleblowing doğası gereği çok disiplinlidir ve hukuk, yönetim, kamu yönetimi, sosyoloji ve psikoloji alanlarından akademisyenlerin tümü bu kavramla ilgilenmektedir (Mannion vd., 2018).

Whistleblowing bireyden örgüte örgütten topluma uzanan bir yapı içerisinde var olmaktadır, dolayısıyla çok disiplinli bir çalışma alanıdır. Bu yapı, kavramın eksiksiz bir biçimde ele alınabilmesi için bireysel, örgütsel ve toplumsal yönlerinin bir bütün olarak değerlendirilmesini gerekli kılar. Bu nedenle farklı disiplinlerdeki araştırmaların ürettiği bilgiler kavramın anlaşılması ve geliştirilmesi için ayrı bir öneme sahiptir.

Hukuk

Whistleblowing, özel hayatın gizliliği, çalışma ve istihdam hukuku, medeni usul, sözleşmeler, etik, karalama, anayasal ifade ve vicdan hakları, mesleki sorumluluk ve idare hukuku, suçlar, gizli bilgiler ve ayrıcalık, kuruluşlar ve kurumsal yönetim, davranış kuralları, uyuşmazlık çözümü ve çeşitli düzenleyici belgeler gibi birbirinden tamamen farklı alanları bütünleştiren ve yeni ortaya çıkan kendine özgü bir hukuk alanıdır (Haigh & Bowal, 2012).

Whistleblowing kavramının iş hukuku bakımından önemi, çalışanın kanuna veya hukuka uygun olmayan bilgileri öğrenmesi durumunda bu bilgileri paylaşmasının çalışanın sadakat borcunun ihlali olarak görülüp görülmeyeceğidir (Songu Öktem, 2013:643). Konunun diğer bir önem arz eden tarafı ise whistleblowing'in anayasal bir hak olarak ifade özgürlüğü ve dilekçe hakkı karşısındaki durumudur (Eroğlu & Sarıbay Öztürk, 2020). Genel olarak, iş sözleşmesi gereğince işverene karşı sadakat borcu bulunan çalışanın whistleblowing eyleminde bulunması, borcun ihlali olarak kabul edilmemekte ve whistleblower işçi korunmaktadır (Aydın, 2003). Yakın gelecekte iş hukukunun gündeminde; işletme içi whistleblowing kanallarının kurumsallaştırılması, işletmelerin etik kuralları ve whistleblowing sorumluları ile whistleblower işçinin daha etkili bir şekilde korunmasına yönelik konular yer alacaktır (Alp, 2021).

Whistleblowing olaylarında whistleblowerların çoğunun olumsuz durumlara maruz bırakılmaları sebebiyle bu kararı vermek kolay olmamaktadır (Taştan & Sabır Taştan, 2020,). Whistleblowing'in riskini azaltmanın yolu kanunlar ve diğer düzenlemelerle eylemde bulunulması gereken koşulları açıkça belirtmektir çünkü whistleblowing sadakatsizlikten çok uzak, doğru ve zorunlu bir davranıştır (Bok, 1980). Whistleblower çalıştığı organizasyona yüksek bir bağlılık hisseden ve "kurumsal yurttaş davranışı" sergileyen kişidir, bu nedenle whistleblowing ihanetin değil, sadakatin bir neticesidir (Aktan, 2015, s.34).

Whistleblowing yasaları genel olarak, çeşitli yanlışların olmasını engellemek ve israflardan sahtekarlıklara kadar devam eden çeşitli organizasyonel eksiklikleri tespit etmek için etik davranış normlarını aşılama işlevi görür (Yeoh, 2014). Son 30 yılda, birçok ülkede, whistleblowerları misillemeye karşı koruma sağlayan çok sayıda mevzuat kabul edildi ve 1978'de ABD Kamu Hizmeti Reform Yasası (1989'da Whistleblower Koruma Yasası olarak değiştirilmiştir), whistleblowerlara açıkça koruma sağlayan ilk yasal mevzuattır (Tsahuridu & Vandekerckhove, 2008). Bu konuda İngiliz Hukuku whistleblowing kavramını mevzuatına dahil eden ilk ülke olması bakımından ayrıca önemlidir (Aydın, 2003). Avrupa Birliği'nin 2019 yılında kabul ettiği "Birlik Hukukuna Aykırılıkları Bildirenlerin Korunması" yönergesi Avrupa Hukukunda whistleblowing'e ilişkin yakın tarihli bir gelişmedir (Alp, 2021, s.3). Türk İş Hukuku mevzuatında ise whistleblowing'e özel bir düzenleme bulunmadığı gibi öğretide de yeterince irdelenmemiştir (Aydın, 2003).

Etik

Whistleblowing, "etik değerlerin, kişiyi kendi ticari şirketine olan bağlılığını aşmaya ve kendi işinin mantıksız uygulamaları olarak kabul ettiği şeyleri kamuya ifşa etmeye zorladığı bir çizgide ortaya çıkar" (Jensen, 1987, s.324). Böyle bir eylemin organizasyonu olumsuz etkilemesi ve görevle ilgili yükümlülüklere aykırı olması muhtemel olduğundan eylemin yapılmasında etik bir gerekçe gereklidir; genel olarak topluma verilen zararın durdurulmasını, mağdurlar için tazminat sağlanmasını ve insanların gözünün benzer yanlışlara açılmasının istenmesi etik gerekçeler olarak sıralanabilir (McConnel, 2003).

Çalışma etiği, meslek etiği ve işletmecilik etiği gibi iş etiği ile ilgili kavramlar iş yerinde doğru ve yanlış arasında ayırım yaparak doğru olanı yapmayı ifade ettiği için whistleblowing kavramıyla yakın ifadeleri içerir ve aynı zamanda whistleblowerların iş etiğine uymak için whistleblowing davranışına yöneldikleri söylenebilir (Zengin & Çayalan, 2019). Tıpkı yasaların anayasaya ters düşmeyeceği gibi, etik ilkelerin de ahlaki ilkelere ters düşmemesi gerekir, bu açıdan bakıldığında kişilerin çalıştıkları kurumda meydana gelen yasalara aykırı faaliyetleri gerekli yerlere bildirmesi anlamında whistleblowing davranışı gayet ahlaki bir davranış iken birçok kurumda etiğe uygun kabul edilmemektedir (Erdemir, 2012).

Genel olarak literatüre whistleblowing 'in etik ve ahlaki perspektifinden baktığımızda kavrama karşı oluşan etik ikilemin, davranışın etik ve ahlaki açıdan doğru veya yanlış olarak tanımlanması sırasında oluştuğu görülmektedir. Bu anlamda whistleblowing'in ahlaki gerekçelendirilmesine ilişkin mevcut iki normatif görüşten bahsedilebilir. Bunlar "Aşırı Oran" (Extrema Ratio) ve "Deontik" görüşleridir.

Aşırı Oran görüşün savunucuları whistleblowing kavramını, bazı ciddi örgütsel yanlış davranışlara istisnai bir bireysel tepki olarak algılar yani whistleblowing'in, kurumsal üyeliğin standart görevlerini aştığını ifade eder ve kavramı, olağan örgütsel raporlama mekanizmalarının geçerliliğini yitirdiği, kullanılmadığı veya verimsiz olduğu kanıtlandıktan sonra ya acil durumlardan ya da son çare olarak motive edilen bireysel bir muhalefet eylemi olarak yorumlar. Deontik görüş savunucularına göre ise herhangi bir meşru örgütün genel performansını ve üyelerinin ona karşı yaptıkları katkıyı izlemek için uygulaması gereken olağan hesap verebilirlik önlemleri dizisiyle ilgili (yalnızca bireysel bir vicdani eylem değil) sorumlu bir uygulamadır yani whistleblowing kavramına Deontik bakış açısından bakmak, onu her şeyden önce temel bir örgütsel görev olarak haklı çikarmak demektir (Ceva & Bocchiola, 2019).

Psikoloji

Psikoloji alanında whistleblowing ile ilgili çalışmalar genel olarak davranışı anlamak için kişiliğin rolünün incelenmesi yönündedir. Çalışanların bu davranışta bulunmasını etkileyen insan ile ilgili faktörleri belirleyebilmek, davranışı hangi kişilik özelliğine sahip insanlar tarafından gerçekleştirilebileceğinin öngörülmesi açısından önemlidir.

İş yerinde proaktiflik, kendisinden istenmeden bir görevi yerine getirme gibi inisiyatif alma, sorunlu olayları bildirme gibi potansiyel bir sorunu sorumluluk olarak çözüme olarak karakterize edilir. Kişilerarası etkileşimde yüksek dışa dönüklük, düşük uyumluluk ve yüksek otoriterlik biçimindeki kişilik, whistleblowing biçimindeki proaktif davranışı öngörebilir (Bjørkelo vd., 2010). Proaktif kişiliğin whistleblowing davranışını etkilemesi, bunun tersinden çok daha olasıdır. Tanım olarak, kişilik özellikleri (iş tatmini veya durumsal değişkenler gibi bir kişiden diğerine farklılık gösterebilen diğer değişkenlerin aksine) kişilik istikrarlı olduktan sonra genellikle durumsal deneyimlerden etkilenmez (Miceli vd., 2012).

Sosyoloji

Whistleblowing, çalışanlar, kurumlar ve toplum üzerindeki etkisi bakımından tartışmalı ancak sosyal açıdan önemli bir ilgi konusudur (Culiberg & Mihelic, 2016). Bir kuruluştaki yolsuzluk, sahtecilik gibi olayların ya da insan sağlığına ve çevreye risk teşkil edebilecek muhtemel olayların ortaya çıkarılmasını sağlayan whistleblowing 'in toplum açısından faydaları barizdir (Aydın, 2003). Whistleblowing 'in bir sorun olarak ortaya çıkmasının sebeplerinden biri ise kuruluşların toplumun iyiliği için refah üreten daha az “kara kutular” haline gelmesidir, çünkü kurumlar ve toplum doğrudan birbirine bağımlı bir ilişkiye sahip olarak görülmektedir (Vandekerckhove, 2016).

Whistleblower, eylemlerinin yanlış bir davranışı önlediği veya düzelttiği ölçüde, yasal davranışı ve kamuya hesap verme sorumluluğunu teşvik etmede toplumun çıkarlarına iyi bir şekilde hizmet eder (Dworkin & Callahan, 1991). Toplum yanlısı sonuç beklentileri yüksek olan bireylerin, algılanan örgütsel suistimalleri tanınması ve nihayetinde bildirmesi daha olasıdır (Watts & Buckley, 2017).

Toplumların kültürel ve ulusal farklılıkları bireylerin whistleblowing eğilimlerini etkilemede rol oynamaktadır (Park vd., 2008). Whistleblowing, güç mesafesinin (çalışanların amirlerine yaklaşma ve/veya onlarla çalışma konusunda kendilerini rahat hissetme derecesi) düşük, bireyselliğin ve belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumsal kültürlerde daha olasıdır (Vandekerckhove vd., 2017). Bu durumun özellikle küreselleşmenin etkisiyle bünyesinde çok farklı ulus ve kültürden çalışan bulunduran şirketler için önemli olduğu söylenebilir.

Yönetim ve Organizasyon

Şüphesiz whistleblowing eyleminden kurumun kendisi ve yönetimi de çeşitli açılardan etkilenmektedir. Whistleblowing eylemine kuruma etkisi açısından bakıldığında önemli konulardan biri kurum imajıdır.

Bir organizasyonda üst yönetimin whistleblowing'e bakış açısına bağlı olarak kurumsal imajı iyi veya kötü bir noktaya doğru değişebilir. Üst yönetim, whistleblowing'e ilişkin etkili bir politikayı örgüt kültürünün bir unsuru yapabildiği takdirde yanlış uygulamalar kademeli olarak azalır ve organizasyon dışı taraflara duyurulmadan organizasyon içerisinde çözüme kavuşturulur (Aktan, 2015). Whistleblowing 'in, iç bildirim kanalları yoluyla teşvik edilmesi sayesinde örgütler çok fazla zarar görmeden bu süreci başarılı bir şekilde yönetebilmektedirler. Whistleblowerlar, iç bildirim kanallarından memnun olmadığı takdirde dış bildirim kanallarına yönelmesi sonucunda durum çok daha pahalıya mal olmakta ve örgütler yasa gereği bazı cezalarla karşılaşmakta, olayın basında yer almasıyla beraber de örgüt imajı kötü etkilenebilmektedir (Erdost Çolak & Genç, 2018).

Yönetimin farklı yönetsel stratejiler izlemesi gereken konular whistleblowing davranışı ve whistleblowerlardır. İlerlemiş toplumlarda iş etiğinin yönetim faaliyetlerinde önemli bir yeri vardır ve bu doğrultuda etiğe veya yasaya uygun olmayan durumların etkili bir şekilde izlenip, kötü sonuçlara yol açmasını engellemek için birtakım teknikler geliştirilmiştir (Cemaloğlu & Akyürek 2017). Örgütlerde yöneticilerin benimsediği liderlik tarzları whistleblowing davranışını ve türünü etkileyebilmektedir. Bu anlamda serbestiyetçi ve otokratik liderlik tarzının benimsendiği örgütlerde, çalışanlar gayriresmi whistleblowing davranışında bulunurken demokratik-katılımcı liderlik ve etik liderlik tarzlarının benimsendiği örgütlerde, çalışanlar gayriresmi whistleblowing davranışında bulunmamaktadır (Oran, 2018). Liderlik tarzının whistleblowing davranışına bu gibi etkileri göz önüne alındığında yöneticilerin, stratejik davranarak whistleblowing sürecini örgüt adına olumlu yönde etkileyecek bir liderlik tarzı benimsemesi faydalı olacaktır.

Toplumun yararı ve çıkarı ön planda tutularak çalışanların kendi iradeleriyle gerçekleştirdiği whistleblowing davranışı, kurumun kendini söz konusu konularda yeniden sorgulaması ve ihtiyaç duyulan düzenlemeleri yapması açısından oldukça yararlıdır (Arslan & Kayalar, 2017). Dolayısıyla kurumun whistleblowing eyleminin sonuçlarından nasıl etkileneceği ve bu durumun nasıl idare edileceği konusunda yöneticilerin etkin bir whistleblowing politikası geliştirmeleri gereklidir.

Örgüt içerisinde etkin bir whistleblowing politikası oluşturmak için önem taşıyan konuları kısaca; yönetimin içten ve kararlı olması, çalışanların whistleblowing'in kapsamına giren davranış hakkında bilgilendirilmesi, bütün iletişim kanallarının açık olması ve kimlik güvenliğinin sağlanması, whistleblowing'e ilişkin iddiaları soruşturacak ve raporlayacak bir birimin olması,

iddiaların neticesine göre ödüllendirme ve cezalandırma sisteminin olması, tüm bu sürecin hızlı ve yansız bir şekilde yürütülmesi şeklindedir (Aktan, 2015, s.33).

Örgütsel Davranış

Whistleblowing örgütlerde meydana gelen bir eylem olması sebebiyle çeşitli örgütsel davranış konularıyla ilişkilidir. Literatürde whistleblowing; örgütsel destek, örgütsel adalet, mobbing, örgütsel sessizlik, örgütsel güven gibi örgütsel davranış konularıyla beraber incelenmiştir.

Örgütlerde yaşanan ya da yaşanması muhtemel olan yanlış olayların, örgüt içinde yer alan whistleblower çalışanlar tarafından bildirilmeden ortaya çıkması güçtür. Bu bağlamda çalışanların whistleblowing davranışını pozitif yönde etkileyen kavramlardan biri de örgütsel destektir. Çalışanların örgütsel destek algısı yüksek olduğu takdirde whistleblowing davranışı eğilimleri de yüksek olacaktır (Candan & Kaya, 2016). Benzer şekilde çalışanlar yasalara uygun olmayan durumlarla karşılaşmaları halinde, eğer örgütsel adalet algıları yüksek ise bu durumu örgütteki gerekli yerlere bildirmekten geri durmayacaktır (Alper Ay, 2018). Dolayısıyla örgütsel ortamda yaşanan ahlaki ve yasal olmayan davranış ve olayları engelleyebilmek için örgüt, adaletli ve şeffaf bir yönetim anlayışına sahip olmalı, iletişim kanallarını açık tutmalıdır (Çetinel & Taslak, 2017).

Örgütsel vatandaşlık düzeyi whistleblowing davranışını pozitif yönde etkilemektedir dolayısıyla örgütsel vatandaşlık düzeyi yüksek olan çalışanların whistleblowing davranışında bulunma ihtimali de yüksek olmaktadır (Ertürk, 2016). Ancak, özellikle mobbing gibi uygulamaların ortaya çıkarılmasında whistleblowing önemli bir strateji olmasının yanı sıra whistleblower'a karşı yeni bir mobbing cephesi oluşma ihtimali de vardır (Kartal & Sipahi, 2018). Whistleblowing davranışı, örgüt kültürü ile doğrudan ilişkili olmakla beraber örgüt kültürü, çalışanların karşılaştıkları problemlere ilişkin fikirlerini ve kaygılarını kasıtlı bir şekilde ifade etmekten kaçınmalarına ve örgütsel sessizliğe sebep olabilmektedir. Bu bağlamda whistleblowing ve örgüt kültürü arasındaki ilişkide örgütsel sessizlik aracı rol oynamaktadır (Alper & Artan, 2021).

Örgütsel güvenin ise boyutları itibarıyla (yöneticiye güven, çalışma arkadaşlarına güven, örgüte güven) içsel whistleblowing davranışı üzerinde olumlu yönde etkisi bulunmaktadır. Bu noktada içsel whistleblowing davranışı üzerinde en fazla yöneticilere, en az ise örgüte olan güvenin etkili olduğu dikkat çekmektedir (Karataş & Keleş, 2020).

Görüldüğü üzere örgütlerde meydana gelen bir davranış biçimi olarak whistleblowing, örgütsel davranışın konusu olan diğer kavramlarla negatif veya pozitif yönde bir ilişki içerisindedir. Dolayısıyla bu doğrultuda yapılan çalışmalar, davranışın örgüt içerisindeki yerini anlamayı ve davranışın öngörülebilmesini sağlar. Whistleblowing 'in diğer örgütsel davranış kavramlarıyla nasıl bir ilişki içerisinde olduğunu bilmek kavramın örgüt içinde nasıl yönetilebileceği konusunda da yol gösterici olabilir. Örneğin; bir örgüt olarak dışsal whistleblowing davranışının

kurum itibarını ve imajını zedeleyebileceğini düşünüyor ve bu nedenle çalışanların içsel whistleblowing davranışını arttırmak istiyorsak, çalışanların örgütsel destek algılarını kuvvetlendirerek dış whistleblowing kanallarını kullanmalarına gerek olmadan sorunun çözüleceğine olan güvenlerini sağlayabiliriz. Bu anlamda içsel whistleblowing örgüt içindeki kontrolü sağlama sistemi olarak da kullanılabilir.

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ ÖZELLİKLERİ VE TÜRLERİ

Whistleblowing Süreci

Örgütlerde whistleblowing'in gerçekleşmesi için üç şey gereklidir:

- i. İddia edilen suçları işleyen(ler);
- ii. Suistimali gözlemleyen ve bildiren whistleblower(lar);
- iii. Raporun alıcısı/alıcıları.

Whistleblowing, en az üç sosyal unsurun birbirine tepki olarak eylemde bulunduğu dinamik bir süreci ifade eder (Near & Miceli, 1996, s.508). Whistleblowing süreci için üç olası senaryo ortaya çıkarabilir:

Senaryo A: Organizasyonda bir suistimal durumu meydana gelir, bu duruma çalışan şahit olur fakat duruma pasif kalarak bir raporlamada veya bildirimde bulunmaz yani sonuç olarak hiçbir şey olmaz.

Senaryo B: Organizasyonda bir suistimal durumu meydana gelir, bu duruma çalışan şahit olur ve bunu kuruluşundaki bir amirine veya suistimali durdurma yetkisine sahip bir başkasına bildirmeyi seçer sonuç olarak yasal veya etik olmayan davranış sona erer. Böyle bir senaryoyla, suistimalin bir daha asla tekrarlanmaması için bir uyarı ve güçlü bir mesaj verilebilir.

Senaryo C: Organizasyonda bir suistimal durumu meydana gelir, bu duruma çalışan şahit olur ve durumu bildirir; ardından yanlış davranış durdurulsa bile durumu haber veren çalışanlar hedef haline gelebilir, yani bir çeşit misilleme süreci başlatılır. (Matthiesen vd., 2011).

Senaryo C'de olduğu gibi organizasyonda çalışanlar yanlış faaliyetleri bildirmeleri ve ortaya çıkarmaları durumunda bazı risklerle karşılaşabilirler. Bunlar; "ciddiye alınmama, tecrit, yargılama, suçlama, misilleme, işten atılma, dışlanma, psikolojik şiddet, arkadaşlık ilişkilerinin bozulması, sağlığın bozulması, stres" şeklinde olabilir (Aktan, 2015).

Whistleblowing sürecinin tanımlanmasındaki zorluk her vakanın benzersiz olma eğiliminde olmasıdır, bu nedenle süreç hakkında yapılan genellemeler geçici olmalıdır (Near & Jensen, 1983:26).

Whistleblowing Konusunun Kapsamı

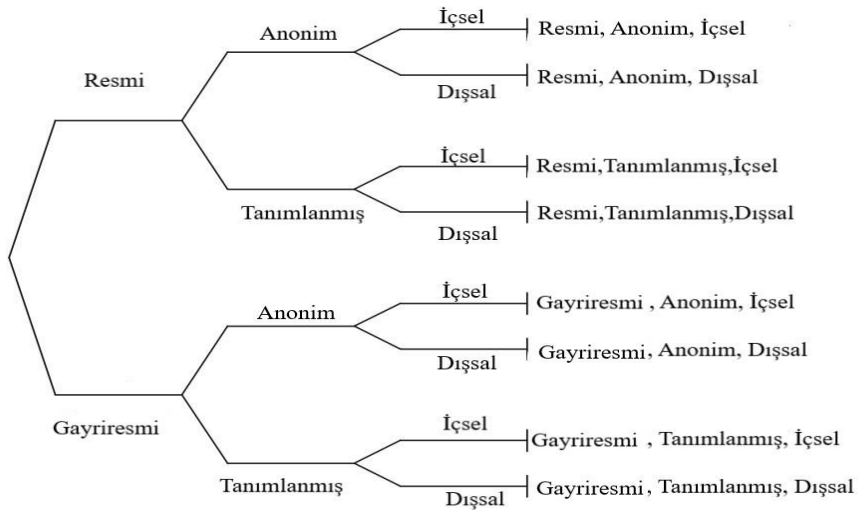
Whistleblowing'in kapsamını genel olarak sağlık, güvenlik ve çevreyle ilişkili bilgiler, hukuka veya hakkaniyete uymayan faaliyetlerle ilgili bilgiler oluşturmaktadır. Fakat, whistleblowing kavramının kapsamı sadece bu hususlarla kısıtlı değildir. Bunların haricinde, toplum yararını gözetmeye yönelik her türlü bilgi bu kapsama girebilir (Aydın, 2003). Whistleblowing eyleminde bulunulması gereken durumlar ise, "toplumun sağlığı veya güvenliğini bozan olaylar, hırsızlık ya da sahtekârlık gibi olaylar, etik kurallarına, terbiyeye, ahlaki değerlere, yasalara, yasal düzenlemelere ve devlet politikasına ters düşen haller, cinsiyet, milliyet, din ve ırk konusunda ayrımcılık" yapılması şeklinde sıralanabilir. Özetle kamu yararını sağlayacak her konu whistleblowing kapsamına girmektedir (Atılğan & Koç, 2019, s.380).

Near ve arkadaşları (2004) ise, whistleblowing kapsamına giren konuları "hırsızlık, israf, kötü yönetim, güvenlik problemleri, cinsel taciz ve kötü muamele, ayrımcılık ve yasaların ihlali" şeklinde sınıflandırmıştır. İsfaf whistleblowing konuları içerisinde diğerlerine göre büyük bir paya sahiptir (Near vd., 2004).

Whistleblowing Tipolojisi

Park ve arkadaşları (2008), üç boyuta dayalı bir whistleblowing tipolojisi önermiştir. Bu tipolojide her bir boyut çalışan için bir seçimi temsil etmektedir.

Şekil 1: Whistleblowing Tipolojisi



Kaynak: “Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M. K. & Ömürgönülşen, U. (2008). Cultural orientation and attitudes toward different forms of whistleblowing: A comparison of South Korea, Turkey, and the U.K. Journal of Business Ethics, 82 (4), s. 930.”

Resmi whistleblowing, kurumsal iletişim kanalları veya resmi bir kurumsal prosedür takip edilerek yapılırken, *gayriresmi whistleblowing*, çalışanın yakın arkadaşlarına veya güven duyduğu kişilere durumu anlatması şeklinde yapılır. Tanımlanmış whistleblowing, bir çalışanın gerçek ismini kullanarak (veya kendisini tanımlayabilecek başka bir biçimde bilgi vererek) bildirim yaparken, *anonim whistleblowing* 'de ise çalışan kendisi hakkında hiçbir bilgi vermeden bildirim yapar. *İçsel whistleblowing*, durumu bir amirine veya kurum içinde yanlışı düzeltebilecek bir başkasına bildirmesidir (bu kişinin yanlışı yapmayı düzeltmek için resmi sorumluluğu olsun veya olmasın), dışsal whistleblowing ise, bir yanlışı düzeltmek için gerekli güce sahip olduğuna inanılan dış kurumlara bildirilmesidir (Park vd., 2008).

Örgütlerdeki iletişim kanallarının kapalı olması gibi durumlarda anonim şekilde whistleblowing davranışında bulunulmasının daha yaygın olduğu söylenebilir (Cemaloğlu & Akyürek, 2017).

Dworkin ve Baucus (1998), whistleblowing vakalarını inceleyerek içsel ve dışsal whistleblowing kavramlarını karşılaştırdığı bir çalışmada bazı önemli sonuçlar bulmuştur:

1. Cinsiyet farklılığı içsel veya dışsal whistleblowing kanallarının tercih edilmesinde etkili değildir.
2. Kurulmuşta nispeten yeni olan çalışanlar- dört buçuk yıl veya daha az görev süresine sahip olanlar – dışsal kanalları kullanırken, daha uzun görev süresi olan çalışanlar genellikle içsel kanalları kullanır.
3. Beceri, eğitim veya öğretim düzeyinin, içsel ve dışsal kanalların kullanımıyla çok az ilişkisi vardır.
4. Dışsal whistleblowing kanallarını kullananlar genellikle daha fazla kanıt veya tanıklara sahiptir. İçsel whistleblowing kanallarını kullananlar ise, yanlışı davranış iddialarını destekleyecek çok az kanıtı sahip olma veya hiç kanıtı sahip olmama eğilimindedir.
5. Araştırmacılar fiziksel olarak zararlı suistimallerin muhtemelen dışsal whistleblowing ile sonuçlandığını, ekonomik veya psikolojik zararların ise içsel whistleblowing'e yol açtığını öngörmüş, ancak çalışmanın sonucunda hipotez desteklenmemiştir. Suistimaldeki zarar türü, bildirim kanallarının seçimini etkilemez.
6. İçsel whistleblowing kanallarını kullanan whistleblower'lar genellikle etkisizken, dış whistleblowing kanallarını kullananlar ise soruşturmaları,

düzeltilen eylemleri veya kuruluş tarafından yapılan diğer değişiklikleri tetiklemektedir.

7. Kuruluşlar dışsal whistleblowing kanallarını tercih edenlere karşı daha kapsamlı misilleme biçimleri kullanmaktadırlar (Dworkin & Baucus, 1998, s.1290-1295).

İçsel ve dışsal whistleblowing kanallarının kişiler tarafından nelere bağlı olarak tercih edileceğini anlamak yönetim ve organizasyon için önemlidir. İçsel ve dışsal kanalların kullanımını örgütler için farklı sonuçlar yaratabileceğinden herhangi bir whistleblowing olayında kurumun daha ihtiyatlı davranmasını kolaylaştırabilir.

Whistleblowing Sürecini Etkileyen Faktörler

Whistleblowing eylemini etkileyen pek çok faktör bulunmaktadır. Hassink ve arkadaşları (2007) bu faktörleri beş başlıkla açıklamıştır;

- A. Psikolojik faktörler: Çalışanın örgüte olan bağlılığı ve sadakati gibi özellikleri içerir. Örneğin, bir çalışan şirketine ne kadar sadık olursa, işvereni için avantajlı olduğu sürece, işyerinde gerçekleşen uygunsuz davranışları bildirme olasılığı o kadar yüksektir.
- B. Kültürel ve etik faktörler: Belirli milletlerden ve belirli kültürlerle mensup kişiler, whistleblowing eylemini diğer kültürlerden insanların algılayabileceğinden farklı bir şekilde algılayabilir. Japonya ve Çin gibi Asya ülkelerinden çalışanların, Batılı meslektaşlarından daha fazla whistleblowing eyleminde bulunma olasılığı vardır. Kültür ve milliyete ek olarak, kişinin bu eylemi etik olarak algılama düzeyi de davranış üzerinde etkilidir.
- C. Whistleblowing ile ilgili politikalar ve düzenlemeler (yapısal faktörler): Bir kuruluş whistleblowing eylemini teşvik eden bir politika izliyorsa, çalışanın whistleblowing eyleminde bulunma olasılığı daha yüksektir.
- D. Misilleme: Çalışan, bildirimde bulunduğu davranışı nedeniyle sert bir cezayla karşı karşıya kaldığında veya bu tür etkilerden korktuğunda, whistleblowing konusunda cesareti kırılacaktır. Ayrıyeten misillemenin, whistleblowing ile ilgili davaların liyakatten yoksun olması ve üst yönetimin desteğini almaması durumunda ortaya çıkması daha olasıdır (Near & Jensen, 1983).
- E. Suistimalin Türü: Whistleblowing kararı, suistimalin tipine ve ciddiyetine bağlıdır (Hassink vd., 2007, s.29-30).

Kısaca, bir kurumda whistleblowing kapsamına giren herhangi bir olay yaşandığı takdirde, çalışanların whistleblowing eyleminde bulunma kararı; çalışanın psikolojik durumundan, ait olduğu kültürden ve etik değerlerinden, işyerinin

whistleblowing ile ilgili yapısal (politika, kural) özelliklerinden, whistleblowing'e konu olan olayın ne olduğundan ve olayın bildiriminin sonucunda çalışanların nasıl tepki göreceklerinden etkilenmektedir. Bu durumda whistleblowing eyleminin esasen çalışanların özelliklerinden, işyerinin özelliklerinden ve olayın kendisi ile ilgili özelliklerden olmak üzere üç ana unsurdan etkilendiği söylenebilir.

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ ÖLÇÜLMESİ

Whistleblowing ile ilgili yayın sayısı ve türü göz önünde bulundurulduğunda kavramsal çalışmaların yoğunlukta olduğu, ampirik çalışma sayısının ise görece daha az olduğu görülmektedir (Genç, 2017). Bunun nedeni ise kavramın anlaşılmasıyla ilgili hala karışıklığın bulunması sebebiyle araştırmacıların daha çok kavramın ne olduğu\ neyi ifade ettiği ile ilgili çalışmalara yönelmesi olabilir. Literatürde whistleblowing kavramını ölçmeye yönelik olan çalışmalarda genel olarak anket, senaryo ve senaryoya uygun olarak hazırlanan anket soruları kullanılmaktadır. Bu anlamda eğitimcilerin, muhasebecilerin, hukukçuların, öğrencilerin, yöneticilerin ve sağlık profesyonellerinin whistleblowing niyetini ölçmeye yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Yapılan çalışmaların odağını ise daha çok sağlık profesyonelleri oluşturmaktadır. Kavramın ölçülmesi ile ilgili literatür incelenerek bazı tezler ve makalelerde kullanılan ölçekler ve araştırma evreni tablo halinde gösterilmiştir.

Tablo 3: Çeşitli Araştırmalarda Kullanılan Ölçekler

Yazarlar	Çalışmanın Türü	Çalışmanın adı	Araştırma Evreni	Kullanılan Ölçüm Aracı
Tak (2010)	Makale	“Hastanelerde Hasta Güvenliğini Tehdit Eden Olayların Raporlanması: Türkiye, Azerbaycan, Bosna, Arnavutluk, Lübnan ve Suriye’yi Kapsayan Karşılaştırmalı Bir Araştırma”	Hekim ve hemşireler	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing ölçeği”
Celep ve Konaklı (2012)	Makale	“Bilgi Uçurma: Eğitim Örgütlerinde Etik ve Kural Dışı Uygulamalara Yönelik Bir Tepki”	Öğretmenler	“Celep ve Konaklı (2012) Bilgi Uçurma Ölçeği”
Toker Gökçe (2012)	Makale	“Öğretmen Adaylarının İslık Çalmaya (Whistleblowing) Yönelik Ahlaki Değerlendirmelerine Etki Eden Bazı Faktörler”	Öğretmen adayı öğrenciler	“Anket ve Senaryo”

Whistleblowing Kavramına Kapsamlı... DEU Journal of GSSS, Vol: 26, Issue: 1

Saygan ve Bedük (2013)	Makale	“Ahlaki Olmayan Davranışların Duyurulması (Whistleblowing) ve Etik İklimi İlişkisi Üzerine Bir Uygulama”	Araştırma görevlileri	“Park ve arkadaşları (2005) Whistleblowing ölçeği”
Taş ve Antalyalı (2015)	Makale	“Kamu Hastanelerinde ve Özel Hastanelerde Çalışan Hemşirelerin İzharcılık (Whistleblowing) Tutumları”	Hemşireler	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Çiftıldız ve İslamoğlu (2015)	Makale	“Muhasebecilerin Bilgi Uçurmaya İlişkin Eğilimleri: Sakarya İlinde Bir Araştırma”	Muhasebe çalışanları	“Anket ve Senaryo”
Yazarkan ve Yılmaz (2016)	Makale	“Muhasebe Dersi Alan Lisans Öğrencilerinin Ahlaki Olmayan Davranışların Duyurulmasına Yönelik Tutumları: Ordu Üniversitesi’nde Bir Uygulama”	Muhasebe dersi alan lisans öğrencileri	“Anket ve Senaryo”
Aydan (2017)	Tez	“Sağlık Sektöründe Etik İklim ve Örgütsel Güvenin İhbarcılık (Whistleblowing) Niyeti Üzerine Etkisi: Bir Üniversite Hastanesi Örneği”	Hemşire ve sekreterler	“Celep ve Konaklı (2012) Bilgi Uçurma Ölçeği”
Arslan ve Kayalar (2017)	Makale	“Kamu ve Özel Sektör Çalışanlarının İfşa (Whistleblowing) Niyeti: Karşılaştırmalı Bir Analiz”	Yöneticiler	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Kördeve (2017)	Makale	“Özel Sektör Sağlık Çalışanlarında Etik Tutum ile Whistleblowing Arasındaki İlişki”	Özel hastane çalışanları	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Alper ve Çetin (2018)	Makale	“Liderlik Türlerinin Whistleblowing İlişkinin Avukatlar Açısından İncelenmesi”	Avukatlar	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Alper Ay (2018)	Makale	“Adaletin Olmadığı Yerde İshk Çalamamak, Örgütsel Adaletin Whistleblowing (İfşa Etme) Niyeti Üzerine Etkisi”	112 Acil Sağlık Hizmetleri çalışanları	“Park ve arkadaşları (2005) Whistleblowing Ölçeği”

Aydan ve Kaya (2018)	Makale	“Sağlık Sektöründe İhbarlık: Bir Üniversite Hastanesinde Çalışan Hemşire ve Sekreterler Üzerine Bir Uygulama”	Hemşire ve sekreterler	“Celep ve Konaklı (2012) Bilgi Uçurma Ölçeği”
Meriç ve Elden (2019)	Makale	“Muhasebe Hilelerinin Ortaya Çıkarılmasında Whistleblowing ’in Önemi ve Muhasebe Öğrencilerinin Whistleblowing Tercihleri: Kayseri Üniversitesi Örneği”	Muhasebe lisans ve ön lisans öğrencileri	“Anket”
Işık, Karaman ve Balas (2020)	Makale	“Örgütsel Güvenin İhbarlık (Whistleblowing) Üzerine Etkisi: Hemşireler Üzerinde Bir Çalışma”	Hemşireler	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Ayar (2020)	Tez	“Liderliğin Açık Etme (Whistleblowing) ve İşgören Sesliliğine Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü: Sağlık Sektörü Araştırması”	Özel hastane çalışanları	“Celep ve Konaklı (2012) Bilgi Uçurma Ölçeği”
Güzel Özbek ve Şengül (2020)	Makale	“Örgütlerde Mobbing, Whistleblowing ve Örgütsel Özdeşleşme Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma: Stajyer Avukatlar Örneği”	Stajyer avukatlar	“Park ve arkadaşları (2008) Whistleblowing Ölçeği”
Özer (2021)	Tez	“Sağlık Sektöründe Örgütsel Etik İklim ve Whistleblowing İlişkisinin İncelenmesi”	Sağlık çalışanları	“Park ve arkadaşları (2005) Whistleblowing Ölçeği”

Literatürde en sık kullanılan ölçek, Park ve arkadaşları (2005) tarafından geliştirilen, 9 madde ve içsel whistleblowing, dışsal whistleblowing, harekete geçmeme şeklindeki 3 alt boyuttan oluşan whistleblowing ölçeğidir.

✓ İş yerinizde yanlış bir uygulama (wrongdoing) bulsaydınız, bu konuda ne yapardınız?	
İçsel Whistleblowing	<ul style="list-style-type: none"> ○ Bunu hemen amirime rapor ederdim. ○ Bunu organizasyondaki bir üst yönetim seviyesine rapor ederdim. ○ Kurum içindeki resmi raporlama kanallarını kullanırdım. ○ İçsel prosedürleri kullanarak rapor ederdim.

Dışsal Whistleblowing	<ul style="list-style-type: none">○ Bunu kurum dışındaki kanallar aracılığıyla bildirdim.○ Bunu kurum dışındaki uygun makamlara bildirdim.○ Bunu halka arz ederek ifşa ederdim.
Harekete Geçmeme	<ul style="list-style-type: none">○ Yapılan yanlışlar karşısında sessiz kahrıldım.○ Görmemiş gibi yapardım.

Kaynak: “Park, H., Rehğ, M. T. & Lee, D. (2005). The influence of confucian ethics and collectivism on whistleblowing intentions: A study of South Korean public employees. Journal of Business Ethics, 58(4), s.394.”

Yaygın olarak kullanılan bir diğerk ölçek ise Celep ve Konaklı (2012) tarafından geliştirilen “Bilgi Uçurma Ölçeğı”dir. Ölçek 16 madde ve içsel whistleblowing, dışsal whistleblowing, gizli whistleblowing, destekçi whistleblowing olmak üzere 4 alt boyuttan oluşmaktadır.

Bazı araştırmacılar tarafından kullanılan senaryo ve senaryoya uygun anket oluşturma yönteminde ise whistleblowing olayı içeren bir senaryo ve bu senaryoyla ilişkili anket soruları hazırlanır. Örnek verilen senaryo ve anket soruları doğrultusunda kişilerin cevapları değerlendirilir.

Görüldüğü üzere whistleblowing kavramının ölçülmesine yönelik çalışmalarda kullanılan yöntemler sınırlıdır. Bu sınırlılığı gidermek adına whistleblowing ölçme araçları geliştirilmesi literatüre ve sonraki çalışmalara fayda sağlayabilir. Özellikle whistleblowing davranışının birbirinden çok farklı sektörlere ait örgütlerde gerçekleştiğı göz önünde bulundurulduğunda sektör bazında ölçekler geliştirilmesi kavramın daha iyi ölçülmesini sağlayabilir.

Ayrıyeten araştırmaların daha önce whistleblowing davranışında bulunan kişiler üzerinde yapılması, whistleblowing nedenleri, yöntemi, whistleblower ve suçu işleyen mesleğı, whistleblowing ’in sonuçları, whistleblowing davranışının iş ve sosyal yaşam üzerine etkileri gibi konulara değinen açık uçlu anket sorularının ve derinlemesine görüşme tekniklerinin kullanılması konuyu daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmek ve isabetli sonuçlara ulaşmak adına kullanılabilir (Demirci & Eriğüç, 2019).

WHISTLEBLOWING KAVRAMININ SAĞLIK ALANINDAKİ GÖRÜNÜMÜ

Whistleblowing, kalite ve güvenlik konularını tanımlamanın ve ele almanın bir yolu olarak birçok sağlık sisteminde artan bir öneme sahiptir (Mannion & Davies, 2015). Özellikle sağlık kurumlarında whistleblowing davranışının kaliteli ve güvenli hizmet sunumu açısından kritik bir rolü vardır. Bu kurumlarda verilen hizmetler doğrudan insan sağlığı ile ilgili olup yapılan yanlış uygulamalar, usulsüzlükler, etik olmayan ve yasalara aykırı durumlar hasta güvenliğini tehdit edebilmektedir. Whistleblowing sadece hasta güvenliğini arttırmaya değil, aynı zamanda hastaların ve toplumun değer beklentileri ile kurumsal tepki kapasitesi arasında köprü kurmaya da olanak tanır (Ciasullo vd., 2017). Dolayısıyla whistleblowing'in konusunu oluşturan olaylar, bir sağlık kurumunda gerçekleştiğinde bildirilmesi ya da raporlanması gerek kurum gerekse toplum için ayrı bir önem arz eder.

Sağlık kurumları birbirinden farklı mesleklere ve eğitim düzeyine sahip kişilerin iş birliği içerisinde kesintisiz hizmet sunduğu karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu karmaşık yapı içerisinde insan veya sistemden kaynaklı çeşitli uygunsuzluklar sıklıkla meydana gelebilir.

Sağlık kurumlarında mali ve idari açıdan görevi suistimal etme, hukuka ve etik değerlere uymayan davranışlar veya tıbbi hatalar whistleblowing'e konu olabilecek durumlar olarak sıralanabilir (Aydan, 2018). Bu gibi olaylara tanık olduklarında sağlık çalışanlarının sergilediği tutum ve davranışlar çok önemlidir. Sağlık çalışanları, hasta güvenliği açısından kendilerini sorumlu hissetmelerine karşın olayların raporlanmasının meslektaşlarını olumsuz etkileyeceğini düşünceleri nedeniyle (Tak, 2010), ya da meslektaşlarının yanlış uygulamalarına tepki verdiklerinde çoğunun karşı çıkma, tartışma gibi olumsuz tepkiler vermesi nedeniyle whistleblowing davranışından kaçınabilirler (Demiral, 2008). Tüm bunlara ek olarak, sağlık çalışanlarının üyesi oldukları sendikalar tarafından yine aynı sendika üyesi olan diğer meslektaşlarının yanlış davranış ve uygulamaları konusunda sessiz kalmalarına yönelik baskılarda olabilmektedir (Ray, 2006). Sessiz kalmamayı ve whistleblowing davranışını tercih etmek bireysel bir girişimden ziyade kolektif, sosyal ve kültürel bir eylem olarak anlaşılmalıdır. Bu nedenle, sağlık kurumlarının kültürünün, tıbbi ve idari personelin misilleme korkusu olmadan whistleblowing davranışında bulunmalarını teşvik edecek şekilde kökten değişmesi gerekmektedir. Bu değişimin yaratılmasının kurumun sahip olduğu yönetsel becerilerle sıkı bir ilişkisi bulunmaktadır (Ciasullo vd., 2017). Sağlık kurumlarında whistleblowing genellikle hesap verebilirlikten yoksun bir organizasyon kültürünün bir sonucudur (Lachman, 2008). Ray'e (2006) göre, sağlık kurumlarının sahip olduğu bürokratik yapı itibarıyla hedeflere odaklanmış görev bölümü, hiyerarşik denetim, ayrıntılı kurallar ve düzenlemeler söz konusudur. Bununla beraber sağlık çalışanlarının yerine getirdiği görevlerin oldukça parçalı yapıda olması bu görevlerin

sonuçları konusunda sorumluluk alınmamasına veya sorumlu tutulamamasına yol açmaktadır.

Sağlık çalışanları whistleblowing davranışında bulunmakta isteksiz olmalarına rağmen hastaları zarara uğratan yanlış işlemler, hasta güvenliği, ahlaki ve mesleki değerler söz konusu olduğu için whistleblowing davranışında bulunmaktadır (Demirci & Erigüç, 2019). Daha önce de bahsedildiği gibi çalışanlar whistleblowing kararı verirken kendi etik değerleri ve kuruma olan bağlılıkları arasında etik bir ikilem yaşayabilirler, fakat özellikle sağlık kurumlarında bir kişiye (hastaya) verilen söz, bir kuruma verilen sözden önce gelmelidir (Wilmot, 2000). Sağlık kurumlarında bu etik durum kamu ve özel sektör arasında tercih edilen whistleblowing türü bakımından farklılık gösterebilmektedir. Özel sektörde çalışan hemşireler kamu sektöründe çalışan hemşirelere göre içsel ve anonim şekilde whistleblowing eylemini daha fazla tercih etmektedir (Taş & Antalya, 2015). Genel olarak özel hastanede çalışan diğer meslek grupları da dahil olmak üzere, çalışanların büyük çoğunluğu içsel whistleblowing tercihinde bulunarak hatayı yetkili amirine ve üst yönetime bildireceğini ifade etmiştir (Kördeve, 2017). İçsel whistleblowing, davranışı gerçekleştirmenin kendi kontrolünde olup olmadığıyla ilgili olarak kişilerin yetenekleri ve imkânlarına ait algısından yani algılanan davranışsal kontrol (ADK) düzeyinden etkilenmektedir (Turan & İpçioğlu, 2018). Çalışanların davranışa karşı algılanan davranışsal kontrol (ADK) düzeyleri arttıkça davranışı gösterme eğilimleri de artabilir. Bu açıdan değerlendirildiğinde dışsal whistleblowing davranışı özel bir hastanede çalışan kişiler için kovulma, misilleme vb. faktörlerden dolayı çok daha ciddi ve kritik bir tercih olabilirken, içsel whistleblowing davranışı kişinin algılanan davranışsal kontrol düzeyine bağlı olarak çok daha tercih edilebilir bir seçenek olmaktadır. Sağlık çalışanlarının whistleblowing davranışında bulunma niyetleri iş deneyiminin uzunluğu, cinsiyet ve yönetsel bir pozisyonda bulunup bulunmama gibi faktörlerden de etkilenebilmektedir (Pohjanoksa vd., 2017)

Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında "kara listeye alma" konusunda daha agresif oldukları düşünülen sağlık çalışanları arasında whistleblowing konusunda benzersiz zorluk ve olumsuzluklar söz konusu olabilmektedir. Bu söz konusu olumsuzluklarla ilgili araştırmaların çoğu hemşirelik alanında yapılmış olmasına rağmen, doktorlar ve diğer sağlık çalışanları da kariyerleri, ilişkileri, mali durumları, duygusal ve fiziksel sağlıkları ile ilgili benzer olumsuz durumlarla karşı karşıya kalabilmektedir (Lim vd. 2021).

Türkiye’de ve dünyada kaliteli sağlık hizmetleri sunumuyla ilgili standartları belirleyen ve bu standartların uygulanmasında sağlık kurumlarına rehberlik eden organizasyonların başında JCAHO (Joint Commission on Accreditation of Healthcare) ve bağlı bir kuruluş olarak uluslararası alanda akreditasyon amacıyla kurulan JCI (Joint Commission International) gelmektedir. Fakat Cruise (2002), etik açıdan duyarlı bir sağlık kurumu yaratma ve sağlık çalışanlarının whistleblowing kapsamına giren olaylar karşısında nasıl davranmaları gerektiği ile ilgili etik bir

temel yaratma konusunda JCAHO akreditasyon standartlarının yetersiz kaldığını belirtmiştir. Türkiye’de ise sağlıkta kalite standartlarını geliştirmek amacıyla hasta güvenliğini tehdit eden tıbbi hataların bildirilmesine yönelik Güvenlik Raporlama Sistemi (GRS) kullanılmaktadır (Kıdak & Demir, 2019). Fakat bu bildirim sistemi sadece tıbbi hatalarla ilişkili olup kaliteli sağlık hizmeti sunumunu ve hasta güvenliğini etkileyebilecek idari ve mali uygunsuzluklarla ilgili olayların bildirim konusunda eksik kalmaktadır. Finlandiya sağlık sisteminde whistleblowing sürecini incelemek amacıyla yapılan bir çalışmada sağlık çalışanlarının neredeyse yarısının işyeri zorbalığından şüphelendiğini veya gözlemlediğini, yaşlıların istismarı ve hasta bakımının ihmal edilmesi gibi olayların giderek daha fazla gündeme geldiği belirtilmiştir (Pohjanoksa vd., 2017). Anlaşıldığı üzere sağlık kurumlarında whistleblowing kapsamında gerçekleşebilecek olaylar kimi zaman ölçülebilir ve doğrudan fark edilebilir tıbbi klinik sonuçlarla ilişkili olmamaktadır. Fakat bu olaylarda tıbbi hatalar kadar sağlık hizmetlerinin kalitesi ve hasta güvenliği üzerinde etkili olabilmektedir.

Diğer kurumlarda olduğu gibi sağlık kurumlarında da whistleblowing davranışı bazı örgütsel davranış kavramlarından farklı şekillerde etkilenmektedir. Bu kavramlar ve etkilerinin ne yönde olduğu ile ilgili tablo aşağıda sunulmuştur.

Tablo 3: Sağlık Kurumlarında Whistleblowing ve İlişkili Olduğu Kavramlar

Örgütsel Güven	Sağlık kurumlarında whistleblowing davranışı örgütsel güven boyutuyla değerlendirildiğinde genel olarak whistleblowing davranışı ve içsel whistleblowing davranışı üzerinde örgütsel güvenin yüksek bir etkisi vardır. Diğer bir etki ise yöneticiye güven ile çalışanlar arası güvenin içsel whistleblowing üzerinedir. Bilinen bu etkiler göz önüne alındığında; çalışanların whistleblowing sonrası başına gelebilecek olumsuz olayların endişesini gidermek için kurum kültürü haline getirilmiş bir güven ortamı oluşturulmalıdır (Işık vd., 2020).
Örgütsel Bağlılık	Bir hastanede hekimler üzerine yapılan çalışmaya göre hekimlerin örgütsel bağlılık düzeyinin whistleblowing davranışı üzerine etkisi yoktur. Bu çalışmaya göre hekimlerin çoğu, olayın bildirilmesine rağmen sonuçların değişmeyeceğini düşünmesi, çalışma arkadaşlarını koruma isteği, yasal süreçlerle uğraşmak istememeleri ve olaylardan sorumlu tutulma korkusu gibi nedenlerle yapılan yanlışlara karşı sessiz kalmayı tercih etmekte yani whistleblowing davranışında bulunmamaktadırlar. Çoğunluğun haricinde kalan ve whistleblowing davranışında bulunan hekimler ise içsel whistleblowing davranışını tercih etmektedir (Can, 2019).
Liderlik	Sağlık kurumlarında yöneticilerin benimsediği liderlik tarzları whistleblowing davranışını etkilemektedir. Bu etki otoriter liderlik açısından değerlendirildiğinde, otoriter liderliğin hâkim olduğu örgütlerde var olan otoriteden dolayı duyulan korkuyla hiçbir whistleblowing boyutu gerçekleşmemektedir. Etkileşimli liderlik ve dönüşümcü liderlik tarzına hâkim örgütlerde ise çalışanlar her şekilde whistleblowing davranışında bulunarak bu durumu kurum içinden veya kurum dışından yetkililere bildirebilmektedir (Ayar, 2020). Benzer şekilde etik

	liderlik tarzı da whistleblowing niyetini pozitif yönde ve güçlü bir şekilde etkilemektedir (Rubab vd., 2023).
Örgütsel Adalet	Sağlık çalışanları örgütte adalet olmadığı algısına sahip olduğu zaman whistleblowing davranışında bulunmak yerine “adaletin olmadığı yerde ıslık çalamamak” durumunu yaşayabilirler. Dolayısıyla örgütsel adalet kavramının alt boyutları itibarıyla whistleblowing davranışına etkisi değerlendirildiğinde; dağıtımsal ve işlemsel adalet whistleblowing davranışını olumlu yönde etkilerken, etkileşimsel adaletin whistleblowing davranışı üzerinde önemli bir etkisi yoktur (Alper Ay, 2018)
İş Yüğü- Tükenmişlik	Sağlık çalışanlarının iş yükü ve tükenmişlik algısının whistleblowing davranışı üzerinde etkisi yoktur (Sarıdiken, 2021).
Örgütsel Etik İklim	Sağlık kurumlarında hemşire ve sekreterlerin whistleblowing niyetini öncelikli olarak, ahlaki ve mesleki değerler etkilemektedir. Olumsuz olay veya davranışın toplum üzerinde negatif etkilerinin olacağına inanılması, mesleki etik ilkelere ters düşmesi ve kişinin vicdanen rahat hissetmemesi, ahlaki ve mesleki toplumsal görev duygusuna sahip olması gibi nedenler whistleblowing davranışının etik boyutunu göstermektedir (Aydan, 2017).
Örgütsel Sessizlik	Sağlık çalışanlarının örgüt yararına sessizlikleri whistleblowing davranışını arttırırken, savunma amaçlı sessizlikleri yani görüş ifade etmekte tereddüt etmeleri ya da görüşlerini dile getirmekten korkmaları durumunda whistleblowing davranışları azalmaktadır (Çeven, 2019).

Genel olarak, uluslararası literatürde whistleblowing kavramına olan ilginin ivme kazandığı yıllardan sonra sağlık sektörü ile ilgili çalışmalar da artmıştır. Fakat, sağlık sektörü ile ilgili çalışmaların çoğunluğu uluslararası literatürdedir ve konuyla ilgili ulusal literatürde önemli bir boşluk bulunmaktadır (Demirci & Erigüç, 2019). Uluslararası literatür ulusal literatüre göre zengin olsa da Gagnon ve Perron (2020), whistleblowing kavramının yıllar içerisinde sağlık sektöründe beklenen ilgiyi görmediğini ve bunun nedeninin ise sağlık hizmeti sunucularının, whistleblowing’in bilimsel literatürde nasıl ele alındığından ziyade hukukta, politikada, sosyal söylemde ve medyada nasıl ele alındığıyla ilgilenmeleri olduğunu ifade etmiştir.

Whistleblowing ile ilgili sağlık alanında yapılan çalışmalar genel olarak hemşireler üzerinedir fakat yöneticiler üzerine odaklanan çalışmalar, yolsuzluk ve yönetimle alakalı konular da whistleblowing ile ilişkili sorunların ortaya çıkarılması açısından önemlidir (Demirci & Erigüç, 2019). Sağlık kurumlarında whistleblowing kavramının genellikle tıbbi hizmetlerin sunulması sırasında gerçekleşen hatalar itibarıyla değerlendirilmesi yeterli olmamakla birlikte, çalışanların gerek idari ve

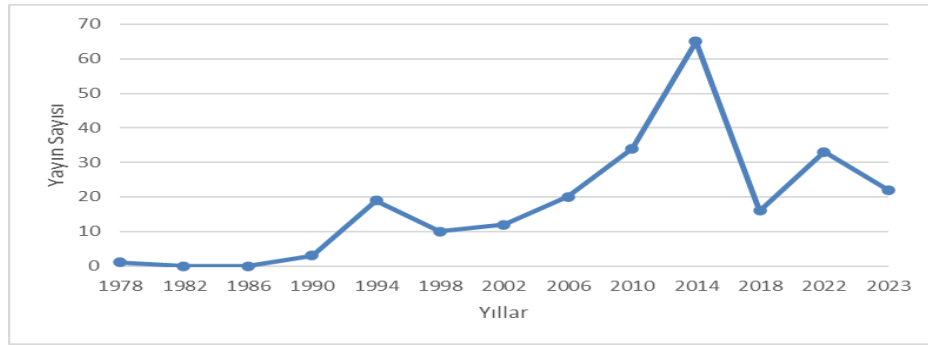
mali konularda gerekse whistleblowing' in kapsamına girebilecek her türlü konuda whistleblowing davranışında bulunması gereklidir.

Whistleblowing Kavramının Sağlık Alanına İlişkin Bibliyometrik Analizi

Bibliyometrik analiz, bir alana ilişkin literatürün güncel durumuna dair biçimsel ve nicel veri elde etmede kullanılan, görselleştirme yazılımları aracılığıyla akademik trendleri izlemeye olanak sağlayan analitik bir yöntemi ifade etmektedir (Dirik vd., 2023). Bu yolla whistleblowing kavramının sağlık alanına yansımaları analiz edilmiştir.

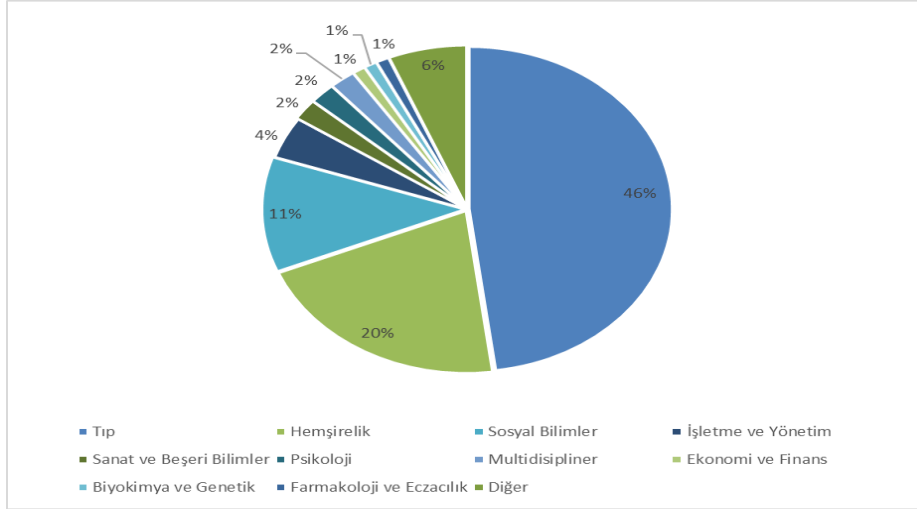
21.01.2024 tarihinde, “whistleblowing” ve “health” anahtar sözcükleri ile Scopus veri tabanı üzerinde “başlık, özet ve anahtar sözcük” filtrelemeleriyle yapılan taramada 816 sonuca ulaşılmıştır. En eski 1978 ve en yeni 2023 yılları olmak üzere çeşitli disiplinlerden kaynağa erişim sağlanmıştır. Ulaşılan veriler VOSviewer programı kullanılarak, atıf ve anahtar sözcük analizleri kapsamında incelenmiştir. VOSviewer uygulamasının mevcut şartlarda belirli veri tabanlarından elde edilen veri setleriyle çalışması sebebiyle bu çalışmada sadece Scopus veri tabanının kullanılması, çalışmanın sınırlılıkları arasındadır.

Grafik 1: Yıllara Göre Yayın Sayısı



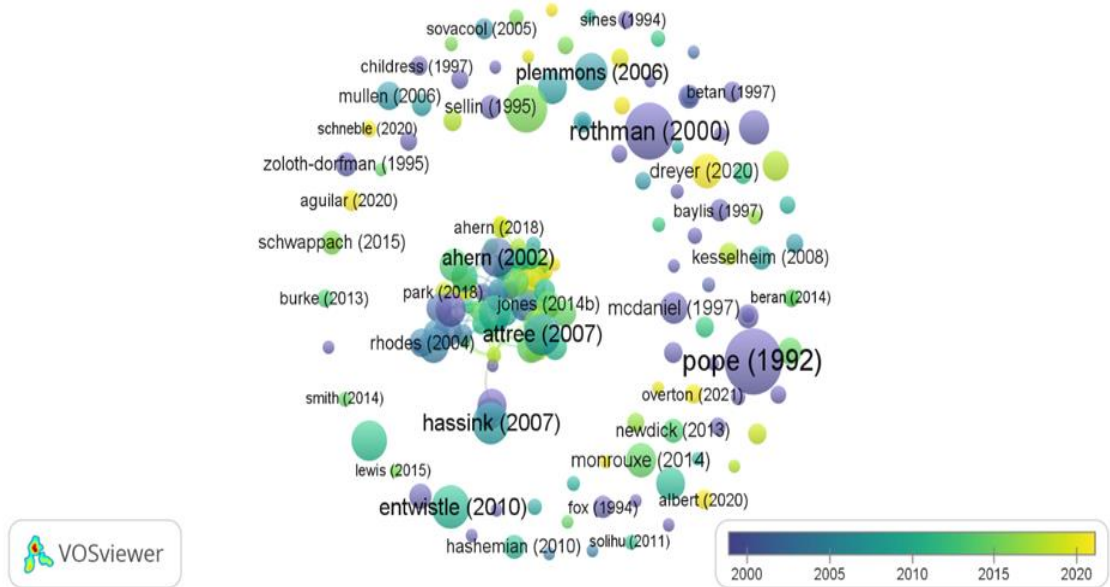
Elde edilen verilerin yayın sayısı ve yıllar itibariyle analizi sonucunda; whistleblowing kavramının sağlık alanına yansımalarının 1990'lı yıllardan sonra artış göstermeye başladığı gözlemlenmektedir. Grafiğe göre en çok yayın sayısına ulaşılan 2014 yılı dikkat çekmektedir.

Grafik 2: Yayınların Disiplinler Arası Dağılımı



Ulaşılan 816 yayının disiplinler arası dağılımı dikkate alındığında, oluşturulan grafiğe göre yayınların mensup olduğu başlıca disiplinlerin sırasıyla tıp (%46), hemşirelik (%20), sosyal bilimler (%11), işletme ve yönetim (%4) olduğu görülmektedir.

Şekil 2: Atıf Analizi Ağ Haritası



whistleblowing olaylarının ardından popüler bir kavram haline gelmiştir. O dönemlerde yapılan çalışmaların çoğu whistleblowing'e yönelik bir tanım sunmaya çalışmıştır. Farklı araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanan whistleblowing'in bilinen en yaygın tanımı ise Near ve Miceli'ye (1985) aittir. King, Jensen ve Elliston ise kavramı daha çok bir iletişim şekli/tarzı olarak yorumlamıştır. Dolayısıyla kavram yeni bir yorumlamayla; "eylem, sonuç, aktör, konu, hedef ve alıcı" olmak üzere 6 öğeden oluşan (Jubb, 1999) iletişimsel bir davranış olarak ifade edilebilir.

Kavramın İngilizce literatürde yer edinmesinin ardından, Türkçe literatüre hukuk disiplini alanından bir çalışmayla girmiştir. Whistleblowing'in Türkçe literatüre girişinin ardından yapılan çalışmalar dikkate alındığında, daha çok etik ve örgütsel davranış (örgütsel destek, örgütsel adalet, mobbing, örgütsel sessizlik, örgütsel güven) konularıyla ele alındığı görülmektedir. Türkçe literatürde kavram ile ilgili temel sorun ise, kavramın yapılan çalışmalarda uluslararası eş değeri bulunmayan birçok farklı kavram ile ifade edilmesidir. Bu anlamda literatürde en çok rastlanan kavram ise "Bilgi Uçurma" dır.

Whistleblowing kavramı ortaya çıkışından günümüze kadar geçen sürede çeşitli araştırmaların merak konusu olmuş ve zamanla konuyla ilgili yapılan çalışma sayısı da artmıştır. Fakat, whistleblowing kavramının tam olarak neyi ifade ettiği, nasıl anlaşılması ve nasıl ele alınması gerektiği konusundaki belirsizlik hala sürmektedir. Bu belirsizlik esasen kavramın doğasıyla ilgilidir, çünkü; whistleblowing eylemi bir organizasyon içinde gerçekleştiği zaman hem organizasyonu hem bu eylemde bulunan çalışanı hem de toplumu farklı şekillerde etkiler. Kavrama bu üç sosyal aktör açısından bakıldığında her biri için farklı yönler ortaya çıkar ve bu yönler farklı disiplinlerin (etik, psikoloji, hukuk, sosyoloji, örgütsel davranış, yönetim ve organizasyon) araştırma konusudur. Dolayısıyla kavramın, bu disiplinlerin kavramla ilgili münferit olarak sağladığı bilgi ve birikimi bütünleştiren bir bakış açısıyla ele alınması ve her yönüyle irdelenmesi gerekmektedir. Bu sayede kavram üzerindeki belirsizliklerin kalmasının bir sonucu olarak whistleblowing eylemi konusunda hem organizasyonlarda hem çalışanlarda hem de toplumun genelinde bir farkındalık oluşmasına katkı sağlanabilir. Bu farkındalığın oluşmasıyla birlikte genel olarak;

1. Organizasyonlarda etiğe ve /veya hukuka aykırı olumsuz olayların yaşanmasının ardından çalışanlar durumu bildirmek konusunda daha cesaretli olabilir. Bu sayede, organizasyonun başarısı ve devamlılığı için gerekli olan denetim mekanizması çalışanlar tarafından kendiliğinden sağlanmış olur.
2. Whistleblowing'in konusu kapsamına giren her türlü olayın görülme sıklığı azalabilir. Bu sayede bu olayların organizasyona ve topluma yönelik maddi ve manevi zararları azaltılabilir.

Bu çalışmanın diğer bir odak noktası olan sağlık sektöründe whistleblowing kavramını ele aldığımızda, sağlık kurumlarında verilen hizmetler doğrudan insan sağlığı ile ilgili olup yapılan yanlış uygulamalar, usulsüzlükler, etik olmayan ve yasalara aykırı durumlar hasta güvenliğini tehdit edebilmektedir. Bu nedenle, sağlık çalışanlarının bu tip olayları bildirmeye yönelik hassasiyetlerinin daha çok olması beklenir. Bu hassasiyet özel ve kamu sağlık çalışanları için büyük ölçüde fark gösterebilir. Fakat, sağlık hizmetinin verildiği her kurumda insan hayatı söz konusu olacağından gerek özel gerekse de kamu sağlık kuruluşlarında etik veya yasal olmayan her türlü olayın bildirilmesine yönelik aynı hassasiyetin sağlanması zaruridir. Hiçbir sağlık kuruluşu, kurumun veya bazı kişilerin çıkarlarına hizmet etmek uğruna bu tür olayların örtbas edildiği bir kurum olarak faaliyette bulunmamalıdır. Bu konudaki esas sorumluluk sağlık çalışanlarına ve onların mesleki değerlerine aittir. Whistleblowing kapsamında sağlık literatürü incelendiğinde, sağlık çalışanlarının whistleblowing davranışı; örgütsel güven, örgütsel bağlılık, liderlik, örgütsel adalet, iş yükü ve tükenmişlik, örgütsel etik iklim ve örgütsel sessizlik kavramlarıyla ele alınmıştır. Çalışmaların genelinin hemşireler üzerine yapıldığı gözlemlenmiştir, fakat her meslekten ve kademedeki çalışanların dahil edildiği bir çalışmanın daha faydalı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, ele alınan bu kavramlara ek olarak, bundan sonraki yapılacak çalışmalar için sağlık çalışanlarının mesleki bağlılık düzeyleri ile whistleblowing davranışında bulunma niyetleri arasındaki ilişkinin incelenmesi önerilmektedir. Son olarak ise, sektörel bazda sağlık hizmetleriyle ilgili oluşturulan kalite standartları ve buna yönelik uygulamalar, whistleblowing kapsamına giren her türlü olay (tıbbi, mali, idari) karşısında sağlık çalışanlarının ne yapması gerektiğiyle ilgili yol gösterici olacak şekilde geliştirilmelidir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit katkı vermiştir ve yazarlar arasında herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Aktan, C. C. (2015). Organizasyonlarda yanlış uygulamalara karşı bir sivil erdem, ahlaki tepki ve vicdani red davranışı: *Whistleblowing. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 19-36.

Alam, H. S. M. N. (2019). Whistleblowing when it hurts: Whistleblower gaslighting and institutional secrecy. H. Kamaruddin, S. Tan, & R. X. Thambusamy (Eds.), *In Law, Environment and Society* içinde (ss. 123-129). Future Academy.

Alp, M. (2021). Avrupa Birliği'nin 2019/1937 sayılı birlik hukukuna aykırılıkları bildirenlerin korunması (whistleblowing) yönergesi ışığında işçinin

hukuka aykırılıkları ifşa etmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 23 (1),1-37.

Alper Ay, F. (2018). Adaletin olmadığı yerde ıslık çalamamak, örgütsel adaletin whistleblowing (ifşa etme) niyeti üzerine etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 10 (4), 246-266.

Alper, M. & Artan, E. İ. (2021). Whistleblowing ile örgütsel sessizlik arasındaki ilişkiye örgüt kültürünün etkisi: Öğretmenler üzerine bir araştırma. *Trakya Eğitim Dergisi*, 11 (2), 550-567.

Alper, M. & Çetin, C. (2018). Liderlik türlerinin whistleblowing ilişkisinin avukatlar açısından incelenmesi. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2 (1), 48-64.

Arslan, E. T. & Kayalar, M. (2017). Kamu ve özel sektör çalışanlarının ifşa (whistleblowing) niyeti: Karşılaştırmalı bir analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 19 (32), 15-26.

Atılğan, A. & Koç, E. (2019). Whistleblowing: Türkiye’den iki örnek olay. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (41), 380-389.

Ayar, M. (2020). *Liderliğin açık etme (whistleblowing) ve işgören sessizliğine etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü: Sağlık sektörü araştırması* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Giresun Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Giresun.

Ayar, M. (2020). *Sağlık sektöründe açık etme (Whistleblowing)*. 1.Baskı. Ankara: Astana Yayınları.

Aydan, S. & Kaya, S. (2018). Sağlık sektöründe ihbarcılık: Bir üniversite hastanesinde çalışan hemşire ve sekreterler üzerine bir uygulama. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 21 (1), 41-63.

Aydan, S. (2017). *Sağlık sektöründe etik iklim ve örgütsel güvenin ihbarcılık (whistleblowing) niyeti üzerine etkisi: Bir üniversite hastanesi örneği* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Aydan, S. (2018). İhbarcılık: bir kavram analizi. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15 (41), 78-100.

Aydın, U. (2003). İş hukuku açısından işçinin bilgi uçurması (Whistleblowing). *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 79-100.

Baltacı, A. (2017). Bilgi uçurma: Kavram ve kuramsal temeller. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 397-423.

Bjørkelo, B., Einarsen, S. & Matthiesen, S.B. (2010). Predicting proactive behaviour at work: Exploring the role of personality as an antecedent of whistleblowing behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83 (2), 371-394.

Bok, S. (1980). Whistleblowing and professional responsibilities. Callahan, D. & Bok, S. (Eds.), Ethics teaching in higher education içinde (ss.277-295). Springer, Boston, MA.

Bourne, T., Wynants, L., Peters, M., Van Audenhove, C., Timmerman, D., Van Calster, B. & Jalbrant, M. (2015). The impact of complaints procedures on the welfare, health and clinical practise of 7926 doctors in the UK: a cross-sectional survey. *BMJ open*, 5 (1), 1-12.

Can, M. (2019). *Hekimlerin örgütsel bağlılık düzeyi ile ihbarcılık (whistleblowing) tutumları arasındaki ilişkinin incelenmesi: Bir üniversite hastanesi örneği* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.

Candan, H. & Kaya, T. P. (2016). İhbarcılık (whistleblowing) ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik bir kamu kurumunda araştırma. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5 (2), 305-330.

Celep, C. & Konaklı, T. (2012). Bilgi uçurma: Eğitim örgütlerinde etik ve kural dışı uygulamalara yönelik bir tepki. *e-Uluslararası Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 3 (4), 65-88.

Cemaloğlu, N. & Akyürek, M. İ. (2017). Örgütlerde whistleblowing (Bilgi Uçurma). *Turkish Journal of Educational Studies*, 4 (3), 123-142.

Ceva, E. & Bocchiola, M. (2019). Theories of whistleblowing. *Philosophy Compass*, 15 (1), 1-10.

Ciasullo, M.V., Cosimato, S. & Palumbo, R. (2017). Improving health care quality: The implementation of whistleblowing. *The TQM Journal*, 29 (1), 167-183.

Cruise, P. L. (2002). Are there virtues in whistleblowing? perspectives from health care organizations. *Public Administration Quarterly*, 25 (4), 413-435.

Culiberg, B. & Mihelič, K.K. (2016). The evolution of whistleblowing studies: A critical review and research agenda. *Journal of Business Ethics*, 146, 787-803.

Çetinel, M. H. & Taslak, S. (2017). Çalışanların ihbarcılık whistleblowing eğilimi ile örgütsel adalet algısı ilişkisinin kavramsal boyutu. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), 78-97.

Çetinkaya, F. F. & Altıntaş, M. (2021). Whistleblowing (erdemli raporlama) ve mantar yönetim arasındaki ilişki. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 31(2), 781-793.

Çeven, S. (2019). Sağlık çalışanlarının sessizlik ve ifşa (whistleblowing) düzeylerinin incelenmesi: üniversite hastanesi örneği (Yayımlanmış Yüksek lisans tezi). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Çiftyıldız, K. & İslamoğlu, E. (2015). Muhasebecilerin bilgi uçurmaya ilişkin eğilimleri: Sakarya ilinde bir araştırma. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E-Dergi*, 4 (1), 1-22.

Demiral, N. (2008). Blowing the whistle in a hospital. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7 (26), 128-137.

Demirci, Ş. & Erigüç, G. (2019). Sağlık yönetimi literatüründe ihbar etme üzerine yürütülen çalışmaların incelenmesi. *Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 8 (1), 25-34.

Demirtaş, Ö. (2014). İşyerlerinde olumsuz durumları ifşa etmenin etik iklim üzerindeki etkisi: Yıldırma algısının moderatör rolü. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43 (1), 136-156.

Dirik, D., Eryılmaz, İ. & Erhan, T. (2023). Post-truth kavramı üzerine yapılan çalışmaların VOSviewer ile bibliyometrik Analizi. *Sosyal Mucit Academic Review*, 4 (2), 164-188.

Dworkin, T. M. & Baucus, M. S. (1998). Internal vs. external whistleblowers: A comparison of whistleblowing processes. *Journal of Business Ethics*, 17 (12), 1281-1298.

Dworkin, T. M. & Callahan, E. S. (1991). Internal whistleblowing: Protecting the interests of the employee, the organization, and society. *American Business Law Journal*, 29 (2), 267-308.

Elliston, F. A. (1982). Anonymity and whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 1 (3), 167-177.

Erdemir, E. (2012). Etik ve ahlak arasında insan kaynakları yönetimi. *İş Ahlakı Dergisi*, 5 (2), 5-11.

Erdost Çolak, H. E. & Genç, E. (2018). Öncülleri ve sonuçları bağlamında “whistleblowing: sorun bildirme”. *Muhasebe ve Denetim Bakış*, 18 (55), 41-58.

Ergun Özler, D.E., Dil Şahin, M. & Atalay Giderler, C. (2010). Teorik bir çerçevede Whistleblowing- etik ilişkisi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11 (2), 1302-9703.

Eroğluer, K. & Sarıbay Öztürk, G. (2020). İş hukuku ve örgütsel boyutuyla haber uçurma (whistleblowing). Köse, S. & Alp, M. (ed.), *Örgütsel davranış ve iş hukukuna yansımaları içinde* (1. Baskı, ss.343-384). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Ertürk, A. (2016). Ortaöğretim kurumlarında bilgi uçurma ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişki. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (1), 1-22.

Esen, E. & Kaplan, H. A. (2012). İşletmelerde ahlaki olmayan davranışların duyurulması (whistleblowing). *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (2), 33-52.

Farrell, D. & Petersen, J. C. (1982). Patterns of political behavior in organizations. *The Academy of Management Review*, 7 (3), 403-412.

Gagnon, M. & Perron, A. (2020). Whistleblowing: A concept analysis. *Nursing and health sciences*, 22 (2), 381-389.

Genç, E. (2017). "Whistleblowing" yazınından bir kesit incelemesi (Yayımlanmış Yüksek lisans tezi). Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Gerçek, H. (2005). Mühendislikte etik sorunların ele verilmesi. *Madencilik Dergisi*, 44 (4), 29- 38.

Güzel Özbek, A. & Şengül, C. (2020). Örgütlerde mobbing, whistleblowing ve örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişki üzerine bir araştırma: Stajyer avukatlar örneği. *International Journal of Social, Political and Economic Research*, 7 (3), 556-574.

Haigh, R. & Bowal, P. (2012). Whistleblowing and freedom of conscience: Towards a new legal analysis. *Dalhousie Law Journal*, 35 (1), 89-125.

Hassink, H., Vries, M. de & Bollen, L. (2007). A content analysis of whistleblowing policies of leading european companies. *Journal of Business Ethics*, 75 (1), 25-44.

Hersh, M. A. (2002). Whistleblowers-heroes or traitors?: Individual and collective responsibility for ethical behaviour. *Annual Reviews in Control*, 26 (2), 243-262.

Işık, O., Karaman, S. & Balas, S. (2020). Örgütsel güvenin ihbarcılık (whistleblowing) üzerine etkisi: Hemşireler üzerinde bir çalışma. *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 29 (6), 381-395.

Jensen, J. V. (1987). Ethical tension points in whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 6 (4), 321-328.

Jubb, P. B. (1999). Whistleblowing: A restrictive definition and interpretation. *Journal of Business Ethics*, 21 (1), 77-94.

Kaldırımçı, N. (1984). Yönetim açısından davranışa sistem yaklaşımı ve karmaşık insan kavramının yorumlanması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (6), 65-79.

Karataş, S. & Keleş, Y. (2020). Örgütsel güvenin olumsuz durumları bildirme davranışı üzerindeki etkisi: Antalya'daki beş yıldızlı otel çalışanları üzerine bir araştırma. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, (4), 218-232.

Kartal, Y. & Sipahi, H. (2018). Whistleblowing ile mobbing ilişkisi: Kavramsal bir bakış ve çözüm önerileri. *International Journal of Management and Administration*, 2 (4), 119-134.

Kıdak, L. B. & Demir, H. (2019). Hataları anlama, raporlama ve öğrenme sistemleri. Sur, H., Palteki, T. & Yazıcı, G. (ed.), *Hasta Güvenliği içinde* (1. Baskı, ss. 97- 114). Ankara: Palme Yayınevi.

Kızıloğlu, E. & Çelik, A. (2015). Whistleblowing behavior in organizations and work morality interaction. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1 (2), 329-341.

King, G. (1999). The implications of an organization's structure on whistleblowing. *Journal of Business Ethics*, 20 (4), 315-26.

Kozak, M. & Şahin, S. (2018). Bilgi ifşası (whistleblowing) ve etik ikilem üzerine çıkarımlar. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29 (1), 1-8.

Kördeve, M. K. (2017). Özel sektör sağlık çalışanlarında etik tutum ile whistleblowing arasındaki ilişki. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1 (2), 51-61.

Lachman V. D. (2008). Whistleblowing: Role of organizational culture in prevention and management. *Dermatology Nursing*, 20 (5), 394-396.

Lim, C. R., Zhang, M. W. B., Hussain, S. F. & Ho, R. C. M. (2021). The consequences of whistle-blowing: An integrative review. *Journal of Patient Safety*, 17 (6), 1-6.

Mannion, R. & Davies, H. T. (2015). Cultures of silence and cultures of voice: The role of whistleblowing in healthcare organisations. *International journal of health policy and management*, 4 (8), 503-505.

Mannion, R., Blenkinsopp, J., Powell, M., McHale, J., Millar, R., Snowden, N. & Davies, H. (2018). Understanding the knowledge gaps in whistleblowing and speaking up in health care: narrative reviews of the research literature and formal inquiries, a legal analysis and stakeholder interviews. *Health Services Delivery Research*, 6 (30),1-220.

Matthiesen, S.B, Bjørkelo, B. & Burke, R.J (2011). Workplace Bullying as the dark side of whistleblowing. Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D. & Cooper, C. L (Eds.), *Bullying and harassment in the workplace developments in theory, research, and practice içinde* (2.nd ed., ss.301-324). CRC Press.

McConnell, T. (2003). 'Whistle-blowing'. Frey, R. G. & Heath Wellman, C. (Ed.), *A Companion to Applied Ethics* içinde (ss.570-582). Blackwell Publishing.

Mercan, N. (2015). Ajzen'in planlanmış davranış teorisi bağlamında whistleblowing (bilgi ifşası). *Sosyal ve Beşerî Bilimler Dergisi*, 7 (2), 1-14.

Mercan, N., Altınay, A. & Aksanyar, Y. (2012). Whistleblowing (Bilgi İfşası, İhbar) ve yolsuzlukla mücadelede iç denetimin değişen ve gelişen rolü. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 167-176.

Meriç, A. & Elden, B. (2019). Muhasebe hilelerinin ortaya çıkarılmasında whistleblowing'in önemi ve muhasebe öğrencilerinin whistleblowing tercihleri: Kayseri üniversitesi örneği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12 (62), 1495-1503.

Miceli, M. P., Near, J. P., Rehg, M. T. & Van Scotter, J. R. (2012). Predicting employee reactions to perceived organizational wrongdoing: Demoralization, justice, proactive personality, and whistle-blowing. *Human Relations*, 65 (8), 923-954.

Miceli, M.P. & Near, J.P. (2013). An international comparison of the incidence of public sector Whistle-Blowing and the prediction of retaliation: Australia, Norway, and the US. *Australian Journal of Public Administration*, 72 (4), 433-446.

Near, J. P. & Jensen, T. C. (1983). The whistleblowing process: Retaliation and perceived effectiveness. *Work and Occupations*, 10 (1), 3-28.

Near, J. P. & Miceli, M. P. (1985). Organizational dissidence: The case of Whistle-Blowing. *Journal of Business Ethics*, 4 (1), 1-16.

Near, J. P. & Miceli, M. P. (1996). Whistle-blowing: Myth and reality. *Journal of management*, 22 (3), 507-526.

Near, J. P., Rehg, M. T., Van Scotter, J. R., & Miceli, M. P. (2004). Does type of wrongdoing affect the whistle-blowing process?. *Business Ethics Quarterly*, 14 (2), 219-242.

Oran, F.Ç. (2018). *Liderlik tarzlarının örgütsel güven ve etik dışı davranışların ifşasına (whistleblowing) etkisi: Uygulamalı bir çalışma* (Yayımlanmış Doktora Tezi). Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trakya.

Özer, M. (2021). *Sağlık sektöründe örgütsel etik iklim ve whistleblowing ilişkisinin incelenmesi* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Park, H., Blenkinsopp, J., Oktem, M. K. & Ömürgönülşen, U. (2008). Cultural orientation and attitudes toward different forms of whistleblowing: A comparison of South Korea, Turkey, and the U.K. *Journal of Business Ethics*, 82 (4), 929-939.

Park, H., Rehg, M. T. & Lee, D. (2005). The influence of confucian ethics and collectivism on whistleblowing intentions: A study of South Korean public employees. *Journal of Business Ethics*, 58 (4), 387-403.

Petersen, J. C. & Farrell, D. (1986). *Whistleblowing: Ethical and legal issues in expressing dissent*. Kendall/Hunt Publishing Company.

Pohjanoksa, J., Stolt, M., Suhonen, R., Löyttyniemi, E. & Leino-Kilpi, H. (2017). Whistle-blowing process in healthcare: From suspicion to action. *Nursing Ethics*, 26 (2), 1-15.

Pope, K. S. & Vetter, V. A. (1992). Ethical dilemmas encountered by members of the American Psychological Association: A national survey. *American Psychologist*, 47 (3), 397- 411.

Ray, S. L. (2006). Whistleblowing and organizational Ethics. *Nursing Ethics*, 13 (4), 438-445.

Rothman, D. J. (2000). Medical professionalism- focusing on the real issues. *The New-England Medical Review and Journal*, 342 (17),1284-6.

Rubab, S., Murtaza, S. A., Hussain, M. R., Molnár, E. & Al-Dalahmeh, M. (2023). Does ethical leadership impact whistleblowing intentions? Moderation of locus of control and mediation of organizational identification. *International Journal of Organizational Leadership*, 12 (1. Özel Sayı), 183-201.

Sarıdiken, N. (2021). *Sağlık profesyonellerinin iş yükü, tükenmişlik, örgütsel bağlılıkları ve motivasyonlarının bilgi uçurma üzerine etkisi* (Yayımlanmış Yüksek lisans tezi), İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Sarıoğlu Uğur, S. & Özdemir L. (2019). Onlarda “whistleblowing” peki ya bizde? Kavramsal bir araştırma ve bir öneri. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (89), 71-79.

Saygan, S. & Bedük, A. (2013). Ahlaki olmayan davranışların duyurulması (whistleblowing) ve etik iklimi ilişkisi üzerine bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (1), 1-23.

Songu Öktem, S. (2013). Anayasal bir temel hak olarak ifade özgürlüğünün işçi açısından işyerindeki yansımaları. *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 15 (1), 609-650.

Strader, K. D. (1993). Counterclaims against whistleblowers: should counterclaims against qui tam plaintiffs be allowed in false claims act cases. *University of Cincinnati Law Review*, 62 (2), 713-764.

Tak, B. (2010). Hastanelerde hasta güvenliğini tehdit eden olayların raporlanması: Türkiye, Azerbaycan, Bosna, Arnavutluk, Lübnan ve Suriye'yi kapsayan karşılaştırmalı bir araştırma. *II. Uluslararası Sağlıkta Performans ve Kalite Kongresi*, 28 Nisan-01 Mayıs, Ankara, Türkiye, Bildiriler Kitabı, 413-414.

Taş, F. & Antalyalı, Ö. L. (2015). Kamu hastanelerinde ve özel hastanelerde çalışan hemşirelerin izharcılık (whistleblowing) tutumları. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (1), 34-54.

Taştan, K. & Sabır Taştan, N. (2020). Whistleblowing (kavramsal inceleme). Battal, F. (ed.), *Örgütsel Davranış Alanında Güncel Kavramlar I* içinde (ss.95-119). Konya: Eğitim Yayınevi.

Toker Gökçe, A. (2012). Öğretmen adaylarının ısıklık çalmaya (whistleblowing) yönelik ahlaki değerlendirmelerine etki eden bazı faktörler. *II. Uluslararası Değerler ve Eğitimi Sempozyumu*, 1-12. İstanbul.

Tsahuridu, E. E. & Vandekerckhove, W. (2008). Organisational Whistleblowing policies: making employees responsible or liable?. *Journal of Business Ethics*, 82 (1), 107-118.

Turan, B. & İpçioğlu, İ. (2018). Planlı davranış teorisi ile whistleblowing niyetinin incelenmesi: Sağlık sektörü çalışanları üzerinde bir araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17. UİK Özel Sayısı), 147-166.

Uyar, S. & Yelgen, E. (2015). Bilgi ifşası (whistleblowing) ve denetim. *Journal of Management and Economics Research*, 13 (1), 85-106.

Ünsal, A. (2021). "Whistleblowing" kavramının Türkçeye aktarımında asemantik sorunların meta etik analizi ve bir semantik öneri. *Journal of International Management Educational and Economics Perspectives*, 9 (2), 188-196.

Vandekerckhove, W. (2016). *Whistleblowing and organizational social responsibility: A global assessment*. Routledge.

Vandekerckhove, W., Uys, T., Rehg, M.T & Brown, A.J. (2017). Understandings of whistleblowing: Dilemmas of societal culture. Brown, A.J., Lewis, D., Moberly, R. & Vandekerckhove, W. (Ed.), *International handbook on whistleblowing research* içinde (ss. 37-70). Edward Elgar Publishing.

Vinten, G. (1995). *Whistleblowing internal auditors: a contradiction in terms?* (Bachelor thesis) The Open University, İngiltere.

Watts, L. L. & Buckley, M. R. (2017). A dual-processing model of moral whistleblowing in organizations. *Journal of Business Ethics*, 146, 669-683.

Wilmot, S. (2000). Nurses and whistleblowing: The ethical issues. *Journal of Advanced Nursing*, 32 (5), 1051-1057.

Yanık, O. (2019). Çalışma hayatındaki uygunsuz davranışların bildirimi (whistleblowing). İçinde Karabey, C. N. & Kerse, G. (Ed.), *Örgütsel Davranış Düzleminde Güncel Kavramlar* içinde (1. Baskı, ss. 65-106). Ankara: Gazi Kitabevi.

Yaraş, Z. (2019). Whistleblowing ve etik çatışması: etik ikilemler çerçevesinde vignette tekniği ile nitel bir değerlendirme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6 (6), 667-673.

Yazarkan, H. & Yılmaz, Z. (2016). Muhasebe dersi alan lisans öğrencilerinin ahlaki olmayan davranışların duyurulmasına yönelik tutumları: Ordu Üniversitesi'nde bir uygulama. *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 18 (4), 945-972.

Yeoh, P. (2014). Whistleblowing: motivations, corporate self-regulation, and the law. *International Journal of Law and Management*, 56 (6), 459-474.

Zengin, Y. & Çayalan, H. (2019). Uluslararası işletmecilikte etik, erdem tartışmaları ve whistleblowing. 9. *Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi*, 26-27 Ekim, Kuşadası, Türkiye Bildiriler Kitabı, 164-177.

Yayın Geliş Tarihi: 15.11.2023
Yayına Kabul Tarihi: 30.01.2024
Online Yayın Tarihi: 15.03.2024
<http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.1391152>

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 26, Sayı: 1, Yıl: 2024, Sayfa: 470-493
E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

ÇAĞRI MERKEZİ ÇALIŞANLARININ PSİKOLOJİK DAYANIKLILIKLARININ İNCELENMESİNE YÖNELİK BİR ODAK GRUP ÇALIŞMASI

*Berkin HANAYLI**

*Güler TOZKOPARAN***

Öz

Psikolojik dayanıklılığın çok güçlü olması gereken iş kollarından birisi de çağrı merkezleridir. Yoğun iş yükü ve stres altında çalışan çağrı merkezi çalışanlarının, zorluklarla mücadele edebilme güçleri psikolojik dayanıklılık seviyesine bağlı olarak değişkenlik göstermektedir. Literatürde sektörle ilgili araştırmaların sınırlı olması nedeniyle, çalışma kapsamında, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık algılarını, bu dayanıklılığı olumlu ve olumsuz etkileyen faktörleri, psikolojik dayanıklılığı güçlendirmek adına tercih edilen strateji ve yöntemleri keşfetmeye odaklanan bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla araştırmada, farklı çağrı merkezlerinden seçilen dokuz (9) çalışan ile nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi yapılmıştır. Verilerin analizi sonucunda, çalışanların psikolojik dayanıklılığı; zorluklarla başa çıkma, olumlu tutum, stres altında performans, empati, müşteri iletişimi ve motivasyon koruma olarak tanımladıkları görülmüştür. Ayrıca, iş ortamında destekleyici ekip ve yöneticinin varlığı, düzenli geri bildirim, eğitim ve gelişim fırsatları, açık iletişim ve takdir edici iletişimin psikolojik dayanıklılığı güçlendirici faktörler olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte, olumsuz müşteri etkileşimleri, yüksek tempolu iş ortamı, teknolojik sorunlar, sürekli değişen iş koşulları ve uzun çalışma saatleri gibi durumların çalışanların psikolojik dayanıklılığını zorladığı tespit edilmiştir. Çağrı merkezi çalışanları zorluklarla başa çıkmak için dinlenme, duygusal kontrol, etkili iletişim, kişisel bakım, hizmet içi eğitim ve zaman yönetimi stratejilerini kullanmaktadırlar. Araştırma sonucunda, psikolojik dayanıklılığı artırmak için stres yönetimi, takım aktiviteleri, sürekli öğrenme, kişisel beceri eğitimleri, psikolojik danışmanlık hizmetleri ve esnek çalışma saatleri gibi stratejilere odaklanmanın faydalı olabileceği sonucuna varılmıştır. Aynı zamanda,

Bu makale için önerilen kaynak gösterimi (APA 6. Sürüm):

Hanaylı, B. & Tozkoparan, G. (2024). Çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıklarının incelenmesine yönelik bir odak grup çalışması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26 (1), 470-493.

*Öğr. Gör., Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Buharkent Meslek Yüksekokulu, Büro Hizmetleri ve Sekreterlik Bölümü, ORCID: 0000-0001-6590-2038, berkin.hanayli@adu.edu.tr

**Prof.Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, ORCID: 0000-0001-9082-7092, g.tozkoparan@deu.edu.tr

*Bu çalışma için Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etik Kurulu'nun 10/10/2023 tarih ve 19 sayılı kararı ile etik kurul onayı alınmıştır.

psikolojik dayanıklılığın istikrarlı ve sürdürülebilir bir şekilde nasıl güçlendirilebileceği konusunda öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Dayanıklılık, Çağrı Merkezi, Odak Grup Çalışması.

A FOCUS GROUP STUDY ON THE EXAMINATION OF CALL CENTER EMPLOYEES' PSYCHOLOGICAL RESILIENCE

Abstract

Call centers are among the professions that require a very strong psychological resilience. The ability of call center employees, who work under intense workload and stress, to cope with difficulties varies depending on the level of psychological resilience. Due to the limited research in the literature related to the sector, a study has been conducted within the scope of this work, focusing on exploring the perceptions of psychological resilience of call center employees, factors that positively and negatively affect this resilience, and the strategies and methods preferred to strengthen psychological resilience. For this purpose, in the study, a focus group interview was conducted with nine (9) employees selected from different call centers using qualitative research methods. As a result of the data analysis, it has been revealed that employees define their psychological resilience as coping with difficulties, maintaining a positive attitude, performance under stress, empathy, customer communication, and motivation preservation. Additionally, the presence of a supportive team and management in the work environment, regular feedback, training and development opportunities, open communication, and appreciative communication have been identified as factors that strengthen psychological resilience. However, it has been found that situations such as negative customer interactions, high-paced work environment, technological problems, constantly changing work conditions, and long working hours challenge the employees' psychological resilience. Call center employees use strategies such as resting, emotional control, effective communication, personal care, in-service training, and time management to cope with difficulties. The research concludes that focusing on strategies such as stress management, team activities, continuous learning, personal skills training, psychological counseling services, and flexible working hours can be beneficial to increase psychological resilience. At the same time, suggestions have been presented on how psychological resilience can be strengthened in a stable and sustainable manner.

Keywords: Psychological Resilience, Call Center, Focus Group Study.

GİRİŞ

Dünya genelinde sosyal, ekonomik ve çevresel dinamiklerin hızla değişmesiyle birlikte, bireylerin karşı karşıya kaldığı stres faktörlerinin sayısı ve yoğunluğu da artmaktadır. Stresle ve zor durumlarla baş etmede en büyük bileşen psikolojik dayanıklılıktır. Bu bağlamda, psikolojik dayanıklılığın bireylerin artan stres durumlarıyla nasıl daha etkili bir şekilde baş edebilecekleri ve zihinsel sağlıklarını koruyabilecekleri üzerindeki rolünü derinlemesine kavramak günümüzde oldukça önemli bir konu haline gelmiştir. Psikolojik dayanıklılık, son yıllarda dünya çapında giderek daha yaygın şekilde kabul gören bir kavram olmaya

başlamıştır. Bu kavram, bireylerin hayatlarının sıkıntılı dönemlerinde karşılaştıkları zorlukların üstesinden nasıl geldiklerini ve stresli ve zorlayıcı durumlarla nasıl baş edebildiklerini incelemektedir (Rutten vd., 2013, s.3). Ayrıca bireylerin bu tür zorlayıcı durumlarla karşılaştıklarında psikolojik ve duygusal olarak nasıl etkilendiklerinin (Yi vd., 2020, s.1), hangi başa çıkma mekanizmalarını kullandıklarının (Navsaria, 2020) ve bu deneyimlerin kişisel büyüme ve adaptasyon süreçlerine nasıl katkı sağladığının anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Haeken vd., 2020, s.1). Bu durum, bireylerin ve toplulukların zorluklar karşısında nasıl daha dirençli hale gelebilecekleri konusunda detaylı ve stratejik yaklaşımlar geliştirmede yol gösterici bir rol oynamaktadır.

Hayatın sunduğu zorluklar ve meydan okumalar, her bireyin yaşam yolculuğunun kaçınılmaz bir parçası olarak görülebilir. Zorlayıcı yaşam olayları bireylerin hayatlarının bir parçasıdır, ancak bu olaylara verilen tepkiler ve bu olaylardan nasıl etkilendiği bireyden bireye büyük farklılıklar göstermektedir (Carver & Connor-Smith, 2010, s.687). Kimi bireyler bu zorluklar karşısında hemen pes ederken, kimi bireyler ise stresle daha etkili bir şekilde başa çıkarlar, olumsuz durumlar karşısında daha esnek bir tutum sergilerler ve meydan okuma anlarını kişisel ve profesyonel gelişim fırsatları olarak görürler (Srivastava & Madan, 2020, s.44; Waugh vd., 2008, s.322). Bu durum, psikolojik dayanıklılıkla doğrudan ilişkilidir. Psikolojik dayanıklılık, bu farklılıkların altında yatan nedenleri ve bireylerin zorluklarla başa çıkma stratejilerini incelemeye odaklanır. Dolayısıyla psikolojik dayanıklılık kavramı, bireylerin zorluklar karşısında sergiledikleri tepkilerin altında yatan nedenleri, bireylerin bu zorluklara nasıl tepki verdiklerini ve bu süreçten nasıl etkilendiklerinin anlaşılmasına yardımcı olur.

Psikolojik dayanıklılık, sadece bireylerin karşılaştığı zorluklarla başa çıkma yetenekleriyle sınırlı değildir. Aynı zamanda, bu zorluklardan daha güçlü, daha bilgili ve daha yetenekli bir şekilde nasıl çıkabileceklerini de anlamaya yardımcı olur. Dolayısıyla psikolojik dayanıklılık kavramının, bireylerin hem kişisel hem profesyonel yaşamlarındaki başarıları üzerinde doğrudan bir etkisi vardır (Bernuzzi vd., 2022, s.1147).

Çağrı merkezi sektörü, hızla dijitalleşen çağımızda müşteri hizmetleri alanında önemli bir konuma sahiptir. Bu sektörde, müşterilerle doğrudan temas halinde olduğundan örgütsel yapısı ve işleyişi gereği bazı özgül zorluklarla karşılaşmaktadır. Her şeyden önce, çağrı merkezi çalışanları gün boyunca kesintisiz ve yoğun telefon trafiğiyle mücadele etmek durumundadırlar (Kashfitanto & Febriansyah, 2023, s. 3962). Bunun yanı sıra, sıkı performans ölçütleri, işin yoğun duygusal emek gerektirmesi, değişken çalışma saatleri ve müşteri geri dönüşlerinin doğrudan etkisi altında olmak gibi faktörler, çalışanların psikolojik dayanıklılık gereksinimini artırabilmektedir (Zito vd., 2018, s.3). Dolayısıyla psikolojik dayanıklılık, bu sektörde çalışanların, karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma becerisini etkileyen kritik bir faktördür. Örneğin, çağrı merkezi çalışanları için

psikolojik dayanıklılık, zorlayıcı müşteri etkileşimlerinden kaynaklanan duygusal yorgunluğu hafifletme, baskı altında daha etkili kararlar alma ve stresle başa çıkma stratejilerini daha etkin bir şekilde kullanma yetenekleriyle doğrudan ilişkilidir (Harry, 2015).

Literatürde, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıklarına odaklanan çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Araştırmaların azlığı, konunun daha detaylı incelenmesi gerekliliğini ön plana çıkarmaktadır. Bunun yanı sıra, mevcut araştırmaların büyük bir bölümü çalışanların psikolojik dayanıklılık seviyelerini belirleme, dayanıklılık skorlarını ölçme ve değerlendirme yöntemleri üzerine yoğunlaşmıştır (Fisher vd., 2019; Hartmann vd., 2020). Bu noktada, psikolojik dayanıklılığın temelinde yatan faktörleri anlamaya yönelik nitel araştırmaların eksikliği dikkat çekmektedir. Belirtilen eksiklik, çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştıkları belirli zorlukların ve bu zorluklara karşı gösterdikleri psikolojik tepkilerin ayrıntılı bir şekilde anlaşılmasını engellemektedir. Bu bağlamda, çağrı merkezi sektörüne özgü zorluklar ve çalışanların bu zorluklar karşısında nasıl bir dayanıklılık gösterdikleri konusunda daha derinlemesine ve ayrıntılı incelemelere ihtiyaç vardır.

Belirtilen ihtiyaç doğrultusunda çalışmanın amacı, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıklarını derinlemesine incelemek ve bu dayanıklılığı etkileyen faktörleri ortaya koymaktır. Bu kapsamda, çalışmada ilk olarak psikolojik dayanıklılık kavramı hakkında kavramsal çerçeve çizilmiştir. Daha sonra çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıkla ilgili deneyimleri, algıları ve başa çıkma stratejilerini ele alan bir araştırmaya yer verilmiştir. Araştırma, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılığını etkileyen iş faktörlerini, bireysel dayanıklılık tanımlarını, zorluklarla başa çıkma yöntemlerini ve bu dayanıklılığın nasıl güçlendirileceğini incelemek üzere nitel bir araştırma yöntemi olan odak grup görüşmesi ile gerçekleştirilmiştir. Araştırma soruları doğrultusunda, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıklarını destekleyen ve zorlayan faktörler, bu çalışanların psikolojik dayanıklılık kavramına dair bireysel yorumları ve karşılaştıkları zorluklarla nasıl başa çıktıklarına dair elde edilen bilgiler sunulmuş ve yorumlanmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Psikolojik dayanıklılığın tarihsel gelişimi, 20. yüzyılın ortalarında çocukların olumsuz koşullara rağmen psikolojik olarak nasıl sağlıklı bir şekilde büyüdüğü üzerine yapılan çalışmalarla başlamıştır (Garnezy, 1970). 1980'lerde, dayanıklılık konusundaki araştırmalar bu özelliğin bireysel, ailesel ve toplumsal dinamiklerle nasıl etkileşimde bulunduğunu ve bu faktörlerin dayanıklılığı nasıl şekillendirdiğini derinlemesine incelemeye yoğunlaşmıştır. 1990'lı yıllarda, dayanıklılığın sadece bireysel özelliklere dayanmadığı, aynı zamanda sosyal ve

toplumsal faktörlerin de bu kavramın oluşumunda önemli bir rol oynadığı anlayışı benimsenmeye başlanmıştır (Masten, 2001, s.229). 2000'li yılların başında, nörobilim ve genetik alanlarındaki bilimsel ilerlemeler, dayanıklılığın biyolojik kökenlerini ve nasıl işlediğini daha detaylı bir şekilde ortaya koymuştur (Southwick & Charney, 2018, s.185). Günümüzde ise dayanıklılık hem bireysel hem toplumsal düzeydeki birçok alanda başa çıkma stratejileri geliştirmek için önemli bir kavram olarak ele alınmaya başlamıştır (Leipold & Greve, 2009, s.42).

Psikolojik dayanıklılık kavramı, literatürde birçok farklı yazar tarafından ele alınmıştır. Her ne kadar bu yazarların tanımlamalarında ortak temalar ve benzer özellikler bulunsa da her birisi konuyu kendi perspektifinden ele aldığı için aralarında belirgin ince ayrıntılar gözlemlenmektedir. Bu nedenle psikolojik dayanıklılık kavramının tanımı için farklı yazarların görüşüne yer vermek kavramın derinliği ve kapsamının daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Psikolojik dayanıklılığı, "bireyin travmatik olaylara ya da stresli durumlara karşı gösterdiği adaptasyon yeteneği" olarak tanımlayan Masten (2001, s.227), bu adaptasyonun bireyin gelişim süreci, ailesi, sosyal çevresi ve kültürel faktörlerle şekillendiğini vurgulamıştır. Luthar ve diğerleri (2000, s.543) psikolojik dayanıklılığı, "olumsuz koşullar veya riskler altında olumlu sonuçlara ulaşabilme yeteneği" olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, dayanıklılığın sadece olumsuz durumları aşmakla kalmayıp aynı zamanda bu sürecin sonunda olumlu bir sonuca ulaşmayı da kapsadığını belirtmektedir. Connor ve Davidson (2003, s.76) ise dayanıklılığı, "bireyin zorluklarla başa çıkabilmesi için gerekli olan içsel kaynakların ve becerilerin toplamı" olarak tanımlamışlardır. Bu tanım, dayanıklılığın bireyin sahip olduğu becerilere, bilgiye ve deneyime dayandığını vurgulamaktadır. Werner (1995, s.162), yaptığı çalışmalarda dayanıklılık kavramını, "zorlayıcı durumların veya olayların olumsuz etkilerini azaltma veya bu tür olumsuzluklarla etkili bir şekilde başa çıkabilme kabiliyeti" olarak tanımlamıştır.

Yapılan tanımların ortak noktası, dayanıklılığın bireyin olumsuz durumlarla başa çıkabilme yeteneğini ve bu yeteneğin bireyle ilgili içsel ve dışsal faktörlere dayandığını vurgulamasıdır (Manomenidis vd., 2019, s.172). Farklı araştırmacıların psikolojik dayanıklılık konusunda ortaya koyduğu tanımlamalar dikkate alındığında psikolojik dayanıklılık; bireylerin stresli olaylar, beklenmedik zorluklar veya travmatik deneyimler gibi olumsuz durumlarla karşılaştığında adaptasyon yeteneğini kullanarak bu türden olaylardan olumsuz etkilenmeyi en aza indirme ve karşılaştıkları bu tür zorluklardan hızla ve etkili bir şekilde toparlanma kabiliyeti olarak tanımlanabilir.

Psikolojik dayanıklılık, bireyler üzerinde bilişsel, sosyal ve duygusal olmak üzere geniş kapsamlı olumlu etkiler yaratır (Han & Wang, 2022; Labrague, 2021; Parsons vd., 2016). Bu olumlu etkilerin merkezinde, bireyin karşılaştığı zorluklarla başa çıkma stratejilerini belirleyen süreçler bulunmaktadır. Bireyin olaylara olumlu bir perspektiften bakabilmesi, gelecekle ilgili pozitif beklentilere sahip olması ve

kendi yeteneklerine olan derinlemesine güveni, bilişsel süreçlerin temel taşlarını oluşturur (Cheavens vd., 2006, s.139). Masten ve Coatsworth'un (1998, s.206) yapmış olduğu araştırmada bilişsel yetenek, bireylerin karar verme mekanizmalarını daha da geliştirirken, aynı zamanda onların değişen şartlara hızla adapte olma kapasitelerini de artırabilir. Bu durum, dayanıklı bireylerin hem kısa hem de uzun dönemli zorluklarla baş edebilmelerini destekleyen bir faktördür. Psikolojik dayanıklılığın kritik bileşenlerinden bir diğeri olan sosyal destek; güçlü ve destekleyici sosyal ağlar aracılığıyla bireyin olumsuz deneyimlerle başa çıkmasını kolaylaştırır (Uchino, 2006). Dayanıklı bireylerin sosyal ilişkilerde karşılaştıkları zorluklarla başa çıkma kapasitesi, onların sosyal destek sistemlerini güçlendirmelerine olanak tanımaktadır. Holt-Lunstad ve diğerleri (2010) tarafından yapılan araştırmada, sosyal destek gören bireylerin sosyal zorlukları aşma konusunda daha başarılı oldukları ortaya konmuştur.

Psikolojik dayanıklılığın duygusal etkileri incelendiğinde ise duygusal düzenlemenin psikolojik dayanıklılık ile yakından ilişkili olduğu belirtilmektedir (Han & Wang, 2022). Bireyin kendi yeteneklerine olan inancı ve olayların üstesinden gelebilmeye dair güven duygusu, dayanıklılığın önemli bir parçasıdır (Liu vd., 2018, s.112). Özellikle, psikolojik dayanıklılığa sahip bireylerin, yaşamın zorlukları karşısında daha az depresif belirti gösterdiği gözlemlenmiştir (Campbell-Sills vd., 2006, s.585). Dayanıklı bireyler, duygusal tepkilerini daha etkili bir şekilde yönetme eğilimindedirler. Bu durum, olumsuz duygusal tepkilerin süresini ve şiddetini azaltmalarına yardımcı olabilir. Örneğin, bir travma sonrasında dayanıklı bireylerin daha hızlı bir iyileşme süreci gösterdikleri ve duygusal dengelerini daha çabuk sağladıkları gözlemlenmiştir. Aynı zamanda bu bireyler, olumsuz olaylara daha adaptif tepkiler gösterebilir ve duygusal tepkilerini daha iyi yönetebilirler, bu sayede duygusal dengelerini daha kolay koruyabilirler (Tugade & Fredrickson, 2004, s.320). Bunun yanı sıra, psikolojik dayanıklılığın bireylerin yaşadıkları olaylara attikleri anlamlar üzerinde de önemli bir rolü olduğu belirtilmiştir (Park, 2016, s.1238). Dayanıklı bireyler, yaşadıkları zorlukları kişisel büyüme fırsatı olarak görebilir ve bu zorluklar karşısında olumsuz duygusal tepkiler yerine anlam arayışı içine girebilirler. Psikolojik dayanıklılığın bireylerin empati yeteneklerini geliştirdiği (Hartling, 2008, s.67), duygusal becerilerini zenginleştirdiği (Jiménez-Rodríguez vd., 2022) ve dayanıklılığı yüksek bireylerin sosyal etkileşimlerde daha etkili olma yeteneğine sahip olduğu belirtilmiştir (Liao vd., 2022).

PSİKOLOJİK DAYANIKLILIK İLE İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bireylerin zorluklar, travma ve stresle başa çıkma yeteneklerini ifade eden psikolojik dayanıklılık, son yıllarda akademik araştırmaların yoğun ilgi odağı konumundadır. Jiménez (2020), psikolojik dayanıklılığın bireyin uyum sağlama kabiliyetiyle doğrudan ilişkili olduğunu tespit etmiştir. Stewart (2011) ise psikolojik dayanıklılığın bireyin psikolojik özellikleri ile çevresel faktörlerin etkileşimi

temelinde şekillendiğini belirtmiştir. Psikolojik dayanıklılık, bireylerin zorluklar ve stresle nasıl başa çıktığını anlamak amacıyla, ruh sağlığından afet sonrası iyileşmeye, işyeri dayanıklılığından toplumsal uygulamalara kadar çeşitli bağlamlarda derinlemesine incelenmiştir. Lee ve arkadaşları (2017) tarafından yapılan çalışmada, psikolojik dayanıklılığın uzun vadeli afet sonrası toparlanmada önemli bir rol oynadığı vurgulanmıştır.

PeConga ve arkadaşları (2020) tarafından yapılan çalışmada, Covid-19 küresel salgının birçok yönden bilinmeyen bir ruh sağlığı alanı olduğu, bununla beraber tarihsel veriler incelendiğinde salgınla mücadelede en çarpıcı unsurun uzun vadeli psikolojik dayanıklılık olduğu öne sürülmüştür. Yazarlar, aktif olarak sosyal destek oluşturma, yaşananları anlamlandırma ve en savunmasız olanlara ulaşmak için doğrudan yardımsever davranışlarda bulunmanın, dayanıklılığı güçlendiren etkileyici sonuçlara sahip olabileceğini belirtmişlerdir.

First ve Houston (2022), 412 yetişkin üzerinde yaptıkları çalışmada, hortum ve Covid-19 maruziyetinin posttravmatik stres ve depresyonla ilişkili olduğunu belirtmişlerdir. Bireysel psikolojik dayanıklılık bu olumsuz etkileri azaltırken, topluluğun geliştirmiş olduğu psikolojik dayanıklılık ile ruh sağlığı arasında olumlu bir bağlantı kurulmuştur. Bec ve arkadaşları (2018), 663 kişi üzerinde topluluk dayanıklılığını incelemiş ve duygusal istikrar ile dayanıklılık arasında pozitif, dayanıklılık ile değişiklik algısı arasında ise negatif bir ilişki bulmuşlardır. Bu sonuçlar, toplulukların dönüşüm sürecini nasıl yönettikleri hakkında önemli bilgiler sunmaktadır.

Dray ve çalışma arkadaşları (2015), psikolojik dayanıklılığın bireyleri ruhsal sağlık problemlerinin gelişiminden korumada önemli bir role sahip olduğunu ortaya koymuşlardır. Mak ve diğerleri (2011), dayanıklılığın subjektif iyi oluş, yaşam doyumu ve depresyon seviyelerinde azalmayla ilişki halinde olduğunu ortaya koymuşlardır. Santos ve diğerleri (2021), gençlerin fiziksel ve ruhsal sağlığı üzerinde dayanıklılığın bir düzenleyici değişken olarak etkili olduğu sonucuna varmışlardır. Liu ve diğerleri (2021), aile ve toplumdan gelen sosyal desteğin, dayanıklılığı artırmada anahtar bir rol oynadığını belirtmişlerdir. Weitzel ve arkadaşları (2022), iyimserlik ve minnettarlık gibi pozitif duyguların, dayanıklılıkla yüksek oranda ilişkili olduğunu saptamışlardır.

Psikolojik dayanıklılık ile ilgili yerli literatürde ise ulaşılan çalışmalar şunlardır. Özdemir (2019) çalışmasında, 147 ulusal sporcunun psikolojik dayanıklılıklarını inceleyerek cinsiyet, spor dalı, doping kullanma eğilimi ve kendi kendine konuşma alışkanlığı gibi değişkenlerin dayanıklılık üzerindeki etkisini belirlemiştir. Tümmlü ve Recepoğlu (2013), 94 öğretim elemanı üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada psikolojik dayanıklılık ile yaşam doyumu arasında orta düzeyde pozitif bir ilişki tespit etmişlerdir. Çetin ve Basım (2011), 257 banka çalışanı üzerinde yaptıkları çalışmada psikolojik dayanıklılığın iş tatmini ve örgütsel bağlılıkla pozitif ve anlamlı ilişkiler gösterdiği sonucuna varmışlardır. Çam

ve Büyükbayram (2017) tarafından yapılan araştırmada hemşirelerde psikolojik dayanıklılığın artırılmasının iş doyumunu artırabileceği, duygusal tükenmeyi azaltabileceği ve işten ayrılma oranlarını düşürebileceği tespit edilmiştir. Karademir ve Açak'ın (2019) araştırmasına göre, üniversitedeki sporcu öğrenciler arasında erkek öğrencilerin genellikle daha yüksek psikolojik dayanıklılık seviyelerine sahip olduğu, ancak yaşın artmasıyla bu seviyenin azaldığı belirlenmiştir. Ayrıca, daha yüksek gelir düzeyine sahip öğrencilerin de daha yüksek psikolojik dayanıklılığa sahip olduğu gözlemlenmiştir. Çetin ve Anuk (2020) tarafından yürütülen araştırma, Covid-19 pandemisi döneminde üniversite öğrencileri arasında yalnızlık ile psikolojik dayanıklılık arasında negatif ve zayıf bir ilişki bulunduğunu göstermektedir. Karacaoğlu ve Köktaş'ın (2016) gerçekleştirdiği araştırmada, hastane çalışanlarının psikolojik dayanıklılık düzeyleri ve psikolojik iyi olma halleri incelenmiş, genellikle iyimser bir yapıya sahip olan bireylerin psikolojik dayanıklılıklarının, psikolojik iyi olma üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın amacı, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık algılarını ve bu kavrama dair deneyimlerini odak grup görüşmesi yoluyla derinlemesine incelemek ve çalışanların iş yaşamındaki deneyimlerini temel alarak psikolojik dayanıklılık kavramının bu bireylerde nasıl tezahür ettiğini anlamaya çalışmaktır. Bu doğrultuda araştırma, psikolojik dayanıklılığı etkileyen faktörleri tanımlamayı, çağrı merkezi çalışanlarının iş yaşamında karşılaştığı zorlukları detaylıca analiz etmeyi, bu zorluklarla başa çıkma süreçleri ile potansiyel çözüm yöntemlerini belirlemeyi ve çalışanların zorluklarla nasıl başa çıktıklarını tespit etmeyi hedeflemektedir.

Dünya genelinde milyonlarca bireye hizmet veren çağrı merkezi çalışanları, gün boyunca bir dizi karmaşık ve öngörülemeyen durumla başa çıkmak zorunda olan profesyonellerdir. Söz konusu çalışanlar, müşteri taleplerinden teknik aksaklıklara, yoğun iş temposundan beklentilerin sürekli değişikliğe uğramasına kadar çok çeşitli ve dinamik zorluklarla karşı karşıya kalmaktadırlar. Müşteri şikâyetleri, teknik sorunlar, hedeflere ulaşma baskısı gibi birçok faktör, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik olarak dayanıklı olmasını zorunlu kılmaktadır. Bu bireylerin deneyimlerini, hislerini ve ihtiyaçlarını anlamak, psikolojik dayanıklılığın farklı profesyonel ortamlarda nasıl ortaya çıktığının anlaşılması açısından önemlidir. Ancak çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılıklarının ne düzeyde olduğu, nasıl geliştirilebileceği ve bu dayanıklılığın iş performansına olan etkileri konusunda literatürde yeterince çalışmaya rastlanmamıştır. Bu nedenle, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılığını anlamak, bu alanda çalışan bireylerin iş yaşantısının kalitesini artırmak için kritik bir öneme sahiptir. Araştırma kapsamında gerçekleştirilen odak grup görüşmesi aracılığıyla, çalışanların hangi tür zorluklarla

karşılaştıkları, bu zorlukların üstesinden nasıl geldikleri ve psikolojik dayanıklılıklarını nasıl geliştirebilecekleri konusunda aydınlatıcı bilgiler elde edilmiştir. Elde edilen bilgiler, çağrı merkezleri için eğitim programlarının oluşturulmasında ve mevcut stratejilerin yeniden değerlendirilmesinde yol gösterici fırsatlar sunmaktadır. Bu yönüyle araştırmanın, literatürdeki konuyla ilgili boşluğu doldurması bakımından önemli olduğu düşünülmektedir.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmada, nitel araştırma yöntemlerinden odak grup görüşmesi kullanılmıştır. Odak grup görüşmesi, katılımcıların deneyimlerini, hislerini ve düşüncelerini ayrıntılı ve derinlemesine bir şekilde ortaya çıkarmak için uygun bir yöntem olduğundan araştırmada, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık deneyimlerini ayrıntılı bir şekilde anlamak üzere özellikle tercih edilmiştir.

Odak grup görüşmesi, “ılımlı ve tehditkâr olmayan bir ortamda önceden belirlenmiş bir konu hakkındaki algıları elde etmek amacıyla dikkatle planlanmış bir tartışmalar serisi” olarak tanımlanabilir. Görüşme, çalışmaya katılacak kişiler arasında araştırılan konu, ürün ya da hizmete ilişkin ortak bir deneyimin olması koşulu ile gerçekleştirilmektedir (Krueger’den aktaran Yıldırım & Şimşek, 2006, s.152). Amaç, sağlıklı bir tartışma ortamı yaratarak araştırılan konuya yönelik farklı bakış açıları, fikirler, değerlendirmeler ve deneyimlerden derlenen zengin bir içerik elde etmektir (Baş & Akturan, 2008, s.103). Odak grup görüşmelerinde elde edilen bilgilerin genellenme hedefi olmadığı için katılımcıların kendi değerlendirmeleri önemli hale gelmektedir. Çünkü burada önemli olan genellemelere ulaşmak değil, görüşleri ortaya çıkartmaktır. Bu yöntemin, katılımcılar arasındaki etkileşimi artırma özelliği, elde edilecek bilgileri daha da önemli hale getirmektedir. Odak grup görüşmelerine katılacak kişi sayısına ilişkin farklı görüşler olmakla beraber genellikle bu sayı 4-10 kişi arasında değişmektedir (Çokluk vd., 2011, s.102-105).

Araştırmanın örneklemini, Aydın ilindeki çağrı merkezlerinde müşteri temsilcisi olarak görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Örnekleme yöntemi olarak katılımcı seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmaya katılan 9 müşteri temsilcisinin yaşları 23 ile 32 arasında değişmekte olup, bu katılımcıların 5’i kadın, 4’ü erkektir. Eğitim durumları bakımından 3 katılımcı ön lisans, 6 katılımcı ise lisans mezunudur. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bilgilere Tablo 1’de yer verilmektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim
K1	27	Erkek	Lisans
K2	29	Erkek	Lisans
K3	30	Kadın	Ön lisans

K4	24	Kadın	Ön lisans
K5	25	Kadın	Lisans
K6	32	Kadın	Lisans
K7	31	Erkek	Lisans
K8	32	Erkek	Ön lisans
K9	23	Kadın	Lisans

K: Katılımcı

Araştırma kapsamında, 15 Ekim 2023 tarihinde, Zoom video konferans platformu kullanılarak yaklaşık 2 saatlik bir odak grup oturumu düzenlenmiştir. Söz konusu platform, geniş erişilebilirliği ve çok sayıda işletim sistemi ve cihazla uyumluluğu sayesinde katılımcıların farklı sistemlerden kolayca bağlanmasını mümkün kılmaktadır. Bu yöntemle, katılımcıların aynı fiziksel mekânda bulunma ihtiyacı olmadan etkili bir şekilde iletişim kurarak düşüncelerini aktarmaları sağlanmıştır. Araştırma sırasında katılımcılara açık uçlu, yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir. Oturumun tamamı veri bütünlüğünü ve detayını koruma amacıyla kaydedilmiştir. Kayıtlar, detaylı içerik analizi için yazılı formata dönüştürülmüştür. Elde edilen veriler titizlikle incelenerek sistematik bir yapıda kodlama yapılmış, belirgin temalar ve kategoriler oluşturulmuş ve derinlemesine analiz süreçlerine tabi tutulmuştur. Katılımcılara toplamda beş soru yöneltilmiştir. Sorular, çağrı merkezi çalışanlarının iş yaşantılarındaki zorluklara, bu zorluklarla başa çıkma stratejilerine, psikolojik dayanıklılığın tanımına ve bu kavramın iş yaşantısında nasıl tezahür ettiğine dair derinlemesine bilgiler elde etmek amacıyla yazarlar tarafından hazırlanmıştır.

Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Etik Kurulu'ndan 10.10.2023 tarih ve 19 sayılı karar ile araştırma onayı alınmıştır. Bilgilendirilmiş onam formu aracılığıyla katılımcılar, araştırmanın amacı, içeriği, araştırmanın gönüllülük esasına dayandığı ve bilgilerinin gizli tutulacağına dair bilgilendirilmişlerdir.

Odak grup görüşmesinde katılımcılara yöneltilen ve çalışmanın amacına uygun olarak hazırlanan beş adet açık uçlu soru aşağıda belirtildiği gibidir:

1. Psikolojik dayanıklılık kavramı sizin için ne ifade ediyor? Bir çağrı merkezi çalışanı olarak psikolojik dayanıklılığa sahip olmayı nasıl tanımlarsınız?
2. İş ortamında karşılaştığınız hangi faktörlerin psikolojik dayanıklılığınızı destekleyerek pozitif bir etki yarattığını düşünüyorsunuz?
3. İş ortamında karşılaştığınız hangi durum veya faktörlerin psikolojik dayanıklılığınızı zorlayarak negatif bir etkide bulunduğunu düşünüyorsunuz?

4. Çağrı merkezi sektöründe karşılaştığımız zorluklarla nasıl başa çıkıyorsunuz? Bu tür zorluklarla mücadele ederken başvurduğunuz özel stratejileriniz, yöntemleriniz veya uygulamalarınız var mıdır, varsa nelerdir?
5. Çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştığı zorluklar ve stres faktörleri göz önünde bulundurulduğunda, psikolojik dayanıklılık seviyeleri nasıl daha etkili ve sürdürülebilir bir şekilde güçlendirilebilir?

ARAŞTIRMA BULGULARI VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ

Çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık deneyimleri ve algıları içerik analiziyle incelenerek, bu kavramı etkileyen faktörler ve çalışanların dayanıklılıklarını nasıl artırabilecekleri hakkında derinlemesine bilgiler elde edilmiştir. İçerik analizi; metinler, belgeler ve diğer yazılı materyalleri, örnekleme, kodlama, kategori oluşturma gibi belirli yöntemler kullanarak incelemeyi hedefleyen, nesnel ve doğrulanabilir veriler sağlamayı amaçlayan bir nitel araştırma tekniğidir (Metin ve Ünal, 2022, s.273). Bu doğrultuda, katılımcıların, vermiş oldukları yanıtlar dikkate alınarak temalar, alt temalar ve kodlar oluşturulmuştur

“Psikolojik dayanıklılık kavramı sizin için ne ifade ediyor? Çağrı merkezi çalışanları arasında psikolojik dayanıklılığa sahip olmayı nasıl tanımlarsınız?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 2’de aktarıldığı gibidir.

Tablo 2: Psikolojik Dayanıklılık Algısı

	İfade (Kod)	Açıklama	Frekans
Tema: Psikolojik Dayanıklılık Algısı	Zorluklarla Başa Çıkma	Karşılaşılan engel ve sorunlara karşı uygun ve etkili yöntemler kullanarak olumsuz etkilerini azaltma ya da üstesinden gelme süreci	9
	Olumlu Tutum	Olaylara ve durumlara olumlu bir perspektiften bakarak, yaşam kalitesini artırmayı ve zorluklarla daha kolay başa çıkmayı hedefleyen bir yaklaşım	7
	Stres Altında Performans	Yoğun iş temposu ve stresli durumlar altında bile işlevselliğini sürdürme yeteneği	7
	Müşteri İletişimi	Farklı müşteri talepleri ve gerilimleriyle etkili bir şekilde iletişim kurma yeteneğine dair inanç	5
	Motivasyon Koruma	İçsel ve dışsal faktörlere rağmen ilgi ve enerjisini sürdürmeyi hedefleyerek hedeflerine ulaşma arzusunu canlı tutma süreci	4
	Empati Kurma	Başkasının duygularını ve perspektiflerini anlama yeteneği	1

Katılımcıların psikolojik dayanıklılık hakkındaki düşünceleri detaylı bir şekilde incelendiğinde, bu kavramın öne çıkan özelliğinin "zorluklarla başa çıkma" becerisi olduğu belirlenmiştir. Çağrı merkezi çalışanları için bu becerinin psikolojik dayanıklılığın temelini oluşturduğu görülmektedir. Psikolojik dayanıklılığın farklı boyutlarına da dikkat çeken katılımcılar, "olumlu tutum" ve "stres altında performans" konularını da sıkça dile getirmişlerdir. Ancak "empati kurma"

ifadesinin sadece bir yanıtta geçmesi, bu özelliğin çağrı merkezi çalışanları için psikolojik dayanıklılık kavramının merkezinde olmadığını göstermektedir. Öte yandan, "müşteri iletişimi" ve "motivasyon koruma" gibi ifadelerin belirginliği çalışanların karşılaştıkları zorluklarla başa çıkabilmeleri için bu becerilere ne kadar önem verdiklerini göstermektedir. Çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık kavramı hakkında benzer bir anlayışa sahip oldukları görülmektedir. Bu ortak anlayış; psikolojik dayanıklılığın temelde, işleri etkili bir şekilde sürdürebilme kapasitesi, karşılaşılan zorluklara rağmen pozitif bir tutum sergileyebilme ve beklenmedik engellere karşı dayanıklı olma yeteneği gibi unsurları içerdiğini ortaya koymaktadır.

"İş ortamında hangi faktörlerin psikolojik dayanıklılığınızı destekleyerek pozitif bir etki yarattığını düşünüyorsunuz?" sorusuna verilen yanıtlar Tablo 3'te aktarıldığı gibidir.

Tablo 3: Psikolojik Dayanıklılığı Destekleyen Etmenler

	Kod	Açıklama	Frekans
Tema: Psikolojik Dayanıklılığı Güçlendiren Faktörler	Destekleyici Ekip ve Yönetici	İş ortamındaki ekip ve yöneticinin destekleyici tavrı	9
	Eğitim ve Gelişim Fırsatları	Mesleki eğitimler ve kişisel gelişim fırsatları	5
	Açık ve Şeffaf İletişim	Yönetici ve iş arkadaşları ile açık ve şeffaf iletişimin olması.	4
	Esnek Çalışma İmkânları	Esnek çalışma saatleri veya yerinden çalışma imkânları	3
	Düzenli Geri Bildirim	İş performansı hakkında alınan düzenli geri bildirimler	2
	Takdir Edici İletişim	Yöneticilerin veya meslektaşların başarıları ve çabaları takdir etmeleri	2
	Dengeli İş Yükü	İş yükünün adil ve dengeli dağıtılması	1
	Kişisel Farkındalık	Kişisel ihtiyaçları ve sınırları tanıma	1
	Kontrol	Görevler ve çalışma saatleri üzerinde kontrol sahibi olma	1

Tablo 3'te yer verilen katılımcıların yanıtlarına göre, psikolojik dayanıklılık sadece bireysel özelliklerden değil, aynı zamanda iş ortamının dinamikleri ve bu ortamda sunulan fırsatlardan da etkilenmektedir. "Destekleyici ekip ve yönetici" faktörünün en yüksek frekansta belirtilmesi, sosyal destek mekanizmalarının psikolojik dayanıklılık için vazgeçilmez olduğunu doğrulamaktadır. Konuyla ilgili yapılan araştırmalar da sosyal destek mekanizmalarının bireylerin stresle başa çıkma yeteneklerini artırarak psikolojik dayanıklılıklarını güçlendirdiğini göstermiştir (Özby vd., 2007; Özşaban vd., 2019; Rees vd., 2015). Çalışma ortamında ekip

üyelerinin birbirlerine ve yöneticilerine duydukları güven, çalışanların zorluklarla daha etkili bir şekilde başa çıkabilmelerine yardımcı olabilir. Çağrı merkezi çalışanları, yoğun bir iş ortamında sürekli olarak adaptasyon ve öğrenme yeteneklerini kullanırlar. Eğitim ve gelişim fırsatları, bu çalışanların işlerinde daha etkili olmalarını, kariyerlerinde ilerlemelerini ve motivasyonlarını artırmalarını sağlar. Bu nedenle, çağrı merkezi çalışanlarının eğitim ve gelişim fırsatlarını psikolojik dayanıklılığı artırıcı bir etken olarak değerlendirmeleri olumlu bir durumdur.

Çağrı merkezi çalışanlarının, iş ortamında "açık ve şeffaf iletişim" unsurunu psikolojik dayanıklılığı destekleyici bir faktör olarak ön plana çıkarması, sektörün doğasının getirdiği zorlukları ve iletişimin bu zorlukları hafifletmedeki kritik rolünü yansıtmaktadır. Çağrı merkezi çalışanlarının hem müşterilerle hem kendi içlerinde etkili bir iletişim kurmaları gerekmektedir. Bu bağlamda "açık ve şeffaf iletişim" ise çalışanların, kurumun ve müşterilerin beklentilerini doğru anlamalarını ve misyonlarına uygun hareket etmelerini sağlar. Bu durum, iş süreçleri ve hedeflere daha hâkim olmalarına, sorunları çözüm odaklı ele almalarına ve iş stresini azaltmalarına yardımcı olur. Bu doğrultuda, açık ve şeffaf iletişimin psikolojik dayanıklılığı destekleyen bir faktör olarak görülmesi, çağrı merkezi çalışanlarının işlerindeki başarısının ve genel memnuniyetinin artmasında kritik bir rol oynamaktadır. Çağrı merkezi çalışanları, ek olarak esnek çalışma imkânları, düzenli geri bildirim, takdir edici iletişim, dengeli iş yükü, kişisel farkındalık ve kontrol unsurlarının da psikolojik dayanıklılıklarını artırarak pozitif bir etki yaptığını belirtmişlerdir.

“İş ortamında karşılaştığınız hangi durum veya faktörlerin psikolojik dayanıklılığınızı zorlayarak negatif bir etkide bulunduğunu düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 4’te aktarıldığı gibidir.

Tablo 4: Psikolojik Dayanıklılığı Olumsuz Etkileyen Faktörler

	Kod	Açıklama	Frekans
Tema: Psikolojik Dayanıklılığı Düşüren Faktörler	Olumsuz Müşteri Etkileşimleri	Agresif müşteriler, olumsuz müşteri geri bildirimleri ve zorlayıcı müşteri etkileşimleri	8
	Yoğun Çalışma ve Yüksek Tempolu İş Ortamı	Yoğun çağrı trafiği, yüksek çağrı yoğunluğu, aşırı iş yükü ve sürekli yüksek çağrı hacmi	7
	Teknolojik Sorunlar ve Stres	Teknik aksaklıklar, teknolojik stres, ses ve iletişim sorunları ve karmaşık yazılımlar	6
	Sürekli Değişen İş Koşulları ve Beklentiler	Sürekli değişen iş protokolleri, sürekli değişen beklentiler, belirsizlikler ve sürekli değişen hedefler	4
	Ekip İçi İletişim Sorunları	Ekip içi iletişimsizlikler, ekip içi iletişim sorunları ve yanlış anlaşılmalr	3

Uzun Çalışma Saatleri ve Yetersiz Dinlenme	Uzun çalışma saatleri ve yetersiz dinlenme süresi	3
Müşteri Tacizi ve Hakareti	Telefonda karşılaşılan taciz ve hakaretler	2

Tablo 4'te, çağrı merkezi çalışanlarının iş ortamında yaşadıkları zorluklar ve bu zorlukların psikolojik dayanıklılık üzerindeki olumsuz etkilerine dair elde edilen veriler sunulmaktadır. Çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılığını olumsuz etkileyen faktörler arasında "olumsuz müşteri etkileşimleri", araştırmada 8 frekans değeriyle en sık vurgulanan sorun olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca "yoğun çalışma ve yüksek tempolu iş ortamı" faktörü, araştırmada 7 frekans değeriyle belirgin zorluklar arasında öne çıkan bir diğer sorun olarak belirlenmiştir. "Teknolojik sorunlar ve stres" faktörü ise 6 frekans değeriyle çağrı merkezi çalışanlarının iş yaşamlarında sıkça karşılaştıkları ve psikolojik dayanıklılıklarını sınavan önemli zorluklardan birini temsil etmektedir. Bu faktör, teknik aksaklıklar, iletişim sorunları ve karmaşık yazılımlar gibi teknolojik meselelerin yanı sıra bu durumların yarattığı stresin çalışanlar üzerindeki etkilerini de kapsamaktadır. Ekip içi iletişim sorunları, uzun çalışma saatleri, yetersiz dinlenme, sürekli değişen iş koşulları ve beklentiler, müşteri tacizi ve hakareti gibi unsurlar da çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılığını olumsuz yönde etkileyen başka bir ifadeyle düşüren diğer faktörler olarak belirtilmiştir.

“Çağrı merkezi sektöründe karşılaştığınız zorluklarla nasıl başa çıkıyorsunuz? Bu tür zorluklarla mücadele ederken başvurduğunuz özel stratejileriniz, yöntemleriniz veya uygulamalarınız var mı, varsa nelerdir?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 5'te aktarıldığı gibidir.

Tablo 5: Olumsuzluklara Karşı Psikolojik Dayanıklılık İçin Bulunan Çözümler

Yanıtlar (Kategoriler)	Alt Kategoriler	Frekans
Dinlenme ve Ara Verme Yöntemi	Kısa molalar verme Meditasyon	9
Duyusal ve Zihinsel Kontrol Yöntemi	Öz-farkındalık Olumlu düşünme Duyusal tepkileri kontrol etme Objektif değerlendirme	8
İletişim ve Müşteri Etkileşimi Yöntemi	Aktif dinleme Empati kurma Müşterinin bakış açısını anlama Çözüm odaklı yaklaşım	8
Kişisel Bakım ve Stres Yönetimi	Derin nefes alma teknikleri Mindfulness Spor Hobi etkinlikleri Kişisel bakım ve rahatlama faaliyetleri	8
Eğitim ve Gelişim Stratejileri	Eğitimsel katılma Sürekli beceri geliştirme Zorluklarda öğrenme fırsatı görmek	5

Zaman Yönetimi Stratejisi	Görevleri önceliklendirme Zaman yönetimi	3
---------------------------	---	---

Tablo 5’te sunulan, çağrı merkezi çalışanlarının zorluklarla başa çıkma stratejilerine yönelik olarak verdikleri yanıtlar incelendiğinde, çalışanların, sektörün pek çok zorluğuna rağmen psikolojik dayanıklılıklarını artırmak için farklı yöntem ve stratejilere başvurdukları görülmektedir. Çalışanlar, karşılaştıkları zorluklarla başa çıkmak için en sık biçimde dinlenme ve ara verme yöntemini kullanmaktadırlar. Bu yöntem, çağrı merkezi çalışanlarının sürekli müşteri etkileşimine maruz kalmaları nedeniyle, zihinsel ve duygusal olarak tazelenmelerini sağlayarak performanslarını sürdürmelerine yardımcı olmaktadır. Çağrı merkezi çalışanları, zor durumlarla başa çıkmada duygusal ve zihinsel kontrol, iletişim stratejileri, kişisel bakım ve stres yönetimi yöntemlerini benzer sıklıkta kullanmaktadırlar. Gün içerisinde yaşanan stresli müşteri etkileşimleri nedeniyle duygusal tepkilerini kontrol etmek, müşteriyi aktif dinlemek ve olumsuz etkileşimlerden sonra kişisel bakıma özen göstermek, çalışanların performanslarını artırmalarına yardımcı olabilmektedir. Çalışanların, zorluklarla başa çıkabilmek için psikolojik dayanıklılıklarını güçlendirmek adına eğitim ve gelişim stratejilerini tercih etmeleri, sürekli değişen ve gelişen iş ortamında bireylerin bilgi ve becerilerini sürekli güncelleme ihtiyacını yansıtmaktadır. Özellikle teknolojinin hızla ilerlediği ve müşteri beklentilerinin sürekli olarak değişkenlik gösterdiği çağımızda, çalışanların bu değişimlere ayak uydurabilmesi için sürekli bir eğitim ve öğrenme süreci içinde olmaları gerekmektedir. Öte yandan, zaman yönetimi stratejilerinin daha düşük frekansta yer almasının nedeni, çalışanların görevlerini yerine getirme noktasında bağımsız olamamaları ve belirli bir kısıt altında hareket etmeleri olabilir. Dolayısıyla bu durum, çalışanların görevlerini önceliklendirme ve zamanlarını yönetme konusunda daha az özgürlüğe sahip olmalarıyla sonuçlanabilmektedir. Sonuç olarak, çağrı merkezi çalışanlarının zorluklarla başa çıkma stratejileri, bireylerin bu zorlukları hem bireysel hem de sosyal düzeyde nasıl algıladıklarını ve bu algıların iş performanslarına nasıl yansıdığını anlamaya yardımcı olmaktadır.

“Çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştığı zorluklar ve stres faktörleri göz önünde bulundurulduğunda, psikolojik dayanıklılık seviyeleri nasıl daha etkili ve sürdürülebilir bir şekilde güçlendirilebilir?” sorusuna verilen yanıtlar Tablo 6’da aktarıldığı gibidir.

Tablo 6: Çağrı Merkezi Çalışanlarında Psikolojik Dayanıklılığı Güçlendirme Yöntemleri

	Kategoriler	Frekans
Tema: Psikolojik	Stres Yönetimi ve Rahatlama Teknikleri	8
	Ekip Etkinlikleri ve Takım Ruhu	4
	Sürekli Öğrenme ve Gelişim Fırsatları	4

Kişisel Beceri Eğitimleri ve Mentorluk	3
Olumlu İş Ortamı ve Destekleyici Takım Ruhu	3
Psikolojik Danışmanlık Hizmetleri	3
Esnek Çalışma Saatleri ve Uzaktan Çalışma	2
Gerçek Zamanlı Geri Bildirim ve Olumlu Geri Bildirim	2
Sağlıklı Yaşam Alanları	2
Adil Yönetim Anlayışı	1
Duygusal İstismarın Önlenmesi ve Tacizden Koruma	1

Tablo 6’da sunulan araştırma verilerine göre, "stres yönetimi ve rahatlama teknikleri", çağrı merkezi çalışanları tarafından psikolojik dayanıklılığı güçlendirme amacıyla 8 frekans değeriyle en sık önerilen yöntem olarak öne çıkmaktadır. Stres yönetimi ve rahatlama tekniklerinin öncelikli bir biçimde dile getirilmesinin nedeni, çağrı merkezi çalışanlarının yoğun bir iş temposunda, sıklıkla müşteri şikayetleriyle doğrudan ilgilenmeleri ve bu süreçte psikolojik olarak büyük bir baskı altında hissetmeleri olabilir. Bu durum, katılımcıların, stresin dayanıklılık üzerindeki olumsuz etkilerini kabul ettiklerini ve dolayısıyla stres yönetiminin bu alanda kritik bir öneme sahip olduğunu düşündüklerini göstermektedir. Çalışanların psikolojik dayanıklılığı güçlendirme önerileri arasında "ekip etkinlikleri ve takım ruhu" ile "sürekli öğrenme ve gelişim fırsatları" stratejileri de öne çıkmaktadır. Bulgular, çağrı merkezi çalışanlarının, psikolojik dayanıklılıklarını artırmak için birey ve takım bazında stratejilere ihtiyaç duyduklarını göstermektedir.

Çağrı merkezi çalışanlarının zorluklar ve stres faktörleriyle başa çıkmak için psikolojik dayanıklılıklarını artırmada önerdikleri yöntemler arasında kişisel beceri eğitimleri, mentorluk, olumlu iş ortamı, destekleyici takım ruhu, psikolojik danışmanlık hizmetleri, esnek çalışma saatleri, uzaktan çalışma, gerçek zamanlı ve olumlu geri bildirim, sağlıklı yaşam alanları, adil yönetim anlayışı, duygusal istismarın önlenmesi ve tacizden koruma önerileri de bulunmaktadır. Katılımcıların yanıtları, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılığını güçlendirmek adına hangi stratejilere yönelmesi gerektiği hakkında önemli bilgiler sunmaktadır. Verilen yanıtlarda, stres yönetiminin merkezi bir öneme sahip olduğu, takım dayanışması ile sürekli eğitimin ise dayanıklılığı destekleyen anahtar unsurlar olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Çalışma, çağrı merkezi çalışanlarının, psikolojik dayanıklılık kavramını nasıl algıladıklarını ve bu dayanıklılığı etkileyen faktörleri incelemek üzere nitel desende gerçekleştirilmiştir. Araştırma, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık algıları hakkında ayrıntılı bilgiler sunarak, konunun sektörde daha net

anlaşılmasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, çağrı merkezi sektöründe çalışan müşteri temsilcileriyle derinlemesine görüşmeler yapabilmek ve katılımcıların deneyimlerini, hislerini ve düşüncelerini serbestçe ifade edebilmelerini sağlamak adına odak grup görüşmesi yöntemi tercih edilmiştir.

Araştırma sonuçları, çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık kavramını; zorluklarla başa çıkma, olumlu tutum, stres altında sürdürülen performans, empati kurma yeteneği, etkili müşteri iletişimi ve motivasyonun korunması gibi farklı boyutlarla tanımladıklarını ortaya koymaktadır. Bu sonuçlara göre, katılımcılar açısından psikolojik dayanıklılık kavramının çok katmanlı bir yapıya sahip olduğu görülmektedir. Zorluklarla başa çıkma, katılımcılar arasında psikolojik dayanıklılığın en belirgin özelliği olarak öne çıkmıştır. Bu durum, çalışanlar için çağrı merkezi sektörünün zorluklarla başa çıkma üzerine kurulu bir sektör olarak algılandığını ortaya koymaktadır.

Çağrı merkezi çalışanlarının iş hayatında karşılaştıkları zorluklara rağmen nasıl ayakta kaldıkları ve motivasyonlarını sürdürdükleri, bu araştırmanın merkezindeki noktalardan birisidir. Bu bağlamda edinilen sonuçlara göre, iş ortamındaki bazı belirleyici faktörlerin çalışanların psikolojik dayanıklılığını doğrudan etkilediği saptanmıştır. Öncelikle, destekleyici bir ekip ve yönetici davranışının varlığının, çalışanların psikolojik dayanıklılıklarını önemli ölçüde güçlendiren anahtar bir faktör olduğu tespit edilmiştir. Etkili bir takım çalışması ortamı, bireylerin zorluklarla başa çıkarken yalnız olmadıklarını hissetmelerine yardımcı olmaktadır. Yöneticilerin destekleyici ve anlayışlı tavrı ise çalışanların karşılaştıkları sorunları çözmeye daha proaktif olmalarını teşvik eden ve bireyin işe bağlılığını artıran bir unsurdur. Bunun yanı sıra, araştırma sonuçları; eğitim ve gelişim fırsatlarının, çalışanların kendi yeteneklerini ve becerilerini geliştirebilmeleri için kritik öneme sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Sürekli öğrenme ve kendini geliştirme imkânı, çalışanların zorluklar karşısında daha hazırlıklı olmalarını sağlamakta, bu durum ise çalışanların psikolojik dayanıklılıklarını artırarak stresle daha etkili bir şekilde başa çıkmalarına yardımcı olabilmektedir. Ayrıca açık ve şeffaf iletişim, iş ortamındaki belirsizlikleri giderirken çalışanların beklenenleri net olarak anlamalarını sağlayıp daha etkili çalışmalarına imkân sağlamaktadır. Esnek çalışma olanakları, bireylerin iş ve özel hayat dengesini sürdürmelerini destekleyerek hem fiziksel hem psikolojik sağlık içinde daha verimli olmalarını teşvik etmektedir. Çalışma ortamında psikolojik dayanıklılığı güçlendiren bu unsurlar, bireylerin işteki performansları ile genel yaşam kalitelerini doğrudan etkilemektedir. Çağrı merkezi sektöründe bu unsurların çalışanlara uygulanması, onların işlerinde daha verimli, motive olmuş ve tatmin edilmiş bireyler olmalarını desteklemektedir.

Araştırmanın bir başka yönü, çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştığı temel zorlukların nedenlerini belirlemeye yöneliktir. Analiz sonuçlarına göre, olumsuz müşteri etkileşimleri, çalışanların en sık karşılaştığı zorlayıcı faktördür. Gün

içerisinde çok sayıda müşteri ile etkileşimde bulunan çalışanlar, müşteriler tarafından memnuniyetsizlik ya da öfke gibi olumsuz tepkilerle sıkça karşılaşabilmektedirler. Bu tür olumsuz etkileşimlerin sürekliliği çalışanların moralini bozabilmekte, stres seviyelerini artırabilmekte ve genel olarak psikolojik dayanıklılıklarını zorlayabilmektedir. Yoğun çalışma temposu da çalışanların sıkça karşılaştığı bir diğer zorlayıcı faktördür. Özellikle yoğun saatlerde veya belirli kampanya dönemlerinde, arka arkaya gelen çağrılara cevap verme baskısı çalışanlarda yorgunluk ve tükenmişlik hissine neden olabilmektedir. Ayrıca bu yoğunluk, hata yapma olasılığını artırarak çalışanın genel performansını olumsuz etkileyebilmektedir. Bunun yanı sıra teknolojik sorunlar, çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştığı zorlayıcı faktörler arasındadır. Sistem aksamaları, bilgi erişim sorunları ve çağrı sırasındaki teknik aksaklıklar gibi teknolojik engeller, çalışanların işlerini kesintiye uğratarak streslerini artırabilmektedir. Bu durum ise hem müşteriyle olan etkileşimi olumsuz yönde etkileyebilmekte hem de genel iş verimliliğini azaltabilmektedir.

Çağrı merkezlerinde, yoğun müşteri etkileşimi ve teknolojik zorluklara rağmen çalışanların işlerini sürdürebilmeleri ve performanslarını koruyabilmeleri için etkili başa çıkma stratejilerine ihtiyaç vardır. Araştırma sonuçları, çağrı merkezi çalışanlarının karşılaştıkları zorlukları aşmak için çok yönlü stratejilere başvurduklarını ortaya koymaktadır. Çalışanlar, yoğun çağrı trafiği esnasında alınan kısa molalarla zihinsel ve fiziksel enerjilerini yenileme ve streslerini azaltarak konsantrasyonlarını artırma stratejisini benimsemektedirler. Bununla birlikte, duygusal ve zihinsel kontrol stratejileri, çalışanların yoğun stresle başa çıkabilmeleri için kullandıkları diğer yöntemlerdir. Çalışanlar, olumsuz müşteri etkileşimlerinden sonra duygusal dengeyi korumak adına derin nefes alma, meditasyon ve olumlu düşünme gibi teknikleri kullanmaktadırlar. Bu teknikler, çalışanların duygusal tepkilerini kontrol altında tutmalarına ve daha tarafsız bir bakış açısıyla müşteri etkileşimlerine devam etmelerine destek olmaktadır. Ayrıca çağrı merkezi çalışanları, karşılaştıkları zorlukları aşmak için iletişim ve müşteri etkileşimi stratejilerini kullanarak, empati kurma, aktif dinleme ve sorun çözme becerileriyle olumsuz etkileşimleri olumlu sonuçlara dönüştürmektedirler.

Araştırma sürecinin son bölümünde, çağrı merkezi çalışanlarının zorluklarla nasıl başa çıkabilecekleri ve psikolojik dayanıklılıklarını nasıl koruyabileceklerine dair bilgiler toplanmıştır. Elde edilen bulgular doğrultusunda, stres yönetimi ve rahatlama tekniklerine olan ilgi ve ihtiyaç oldukça yüksektir. Çalışanlar, stresle başa çıkmalarını kolaylaştıracak tekniklerin, iş yerinde düzenli olarak eğitim ve seminerler aracılığıyla tanıtılmasını talep etmektedirler. Özellikle mindfulness, derin nefes alma ve meditasyon gibi tekniklerin etkili olduğu belirtilmektedir. Bu tekniklerin öğretilmesi ve uygulanmasının teşvik edilmesi, çalışanların hem fiziksel hem psikolojik sağlıklarını korumalarına yardımcı olabilir. Ayrıca çağrı merkezi çalışanları, psikolojik dayanıklılığı artırmada kritik bir rol oynayan ekip

etkinliklerini vurgulamakta ve çalışanların birbirleriyle daha sıkı bağlar kurarak empati oluşturması ve iş yerinde olumlu bir atmosfer yaratması için ekip içi sosyal aktivitelerin düzenlenmesini önermektedirler. Bu tür etkinlikler çalışanların birbirleriyle daha derinlemesine bağlantı kurmalarını ve bir ekip olarak zorlukların üstesinden gelmelerini kolaylaştırabilir. Ayrıca çalışanlar, sürekli öğrenme ve gelişim fırsatlarını da motivasyonlarına ve psikolojik dayanıklılıklarına katkıda bulunan kritik bir unsur olarak görmektedirler.

Bu araştırma, belirli metodolojik yaklaşımlar ve kapsam dâhilinde gerçekleştirilmiş olduğundan bazı sınırlamalara sahiptir. İlk olarak, odak grup görüşmesi yönteminin nitel bir yöntem olması sebebiyle, elde edilen sonuçlar katılımcıların subjektif yorumlarına dayanmaktadır ve bu sonuçlar genellemeye açık olmayabilir. Aynı zamanda, çalışmada sınırlı sayıda çağrı merkezi çalışanıyla yapılan görüşmeler nedeniyle diğer çağrı merkezlerinde veya farklı demografik özelliklere sahip bireylerde benzer sonuçların elde edilip edilmeyeceği konusunda kesin bir yargıya varmak zordur. Bunun yanı sıra, çalışmanın yapıldığı coğrafi bölge veya kurumsal kültür, psikolojik dayanıklılık algıları üzerinde belirleyici bir rol oynayabilir. Araştırmada elde edilen bulgular, bir yandan çağrı merkezi çalışanlarının psikolojik dayanıklılık algılarına dair önemli bilgiler sunarken diğer yandan çağrı merkezi yöneticileri için çalışanların ihtiyaçlarına ve duygusal durumlarına daha duyarlı yaklaşarak çalışma ortamını ve çalışan performansını daha verimli hale getirme konusunda önemli bilgiler sunmaktadır.

Gelecekteki araştırmacılara, daha geniş katılımcı gruplarıyla nicel yöntemlerin de kullanıldığı kapsamlı çalışmalar yapmaları önerilebilir. Bu sayede, elde edilen sonuçların genellenmesi ve daha derinlemesine analizlerin yapılması mümkün olabilir. Farklı coğrafi bölgelerdeki çağrı merkezi yapılarına yönelik yapılacak benzer araştırmalar, psikolojik dayanıklılık algısının kültürel, demografik ya da kurumsal faktörlere bağlı olarak nasıl şekillendiğinin anlaşılmasında rehber olabilir. Son olarak, çağrı merkezi çalışanları dışında, benzer iş yükü ve stres seviyelerine sahip diğer meslek gruplarıyla yapılan karşılaştırmalı çalışmalar, psikolojik dayanıklılığın mesleğe özgü yönlerini aydınlatmaya yardımcı olacaktır.

Odak grup görüşmesine dayalı olarak gerçekleştirilen bu çalışmanın, psikolojik dayanıklılık algısına ve söz konusu olgunun çağrı merkezi çalışanlarındaki önemine dikkat çekmesi açısından literatüre katkı sağlayacağı umulmaktadır. Araştırmadan elde edilen bulguların, çağrı merkezi çalışanlarının iş yaşantısını iyileştirmek adına eğitim programları ve müdahale stratejileri geliştirmede uygulamacılara rehberlik etmesi ve yönlendirici bir rol oynaması beklenmektedir. Çalışmanın ayrıca, bu alanda yapılacak diğer nitel ve nicel araştırmalar için temel oluşturacağı düşünülmektedir.

Yazar Katkı Oranı ve Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar çalışmaya eşit katkı vermiştir ve herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA

Baş, T. & Akturan, U. (2008). *Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Bec, A., Moyle, B. D. & Moyle, C. (2018). Resilient and sustainable communities. *Sustainability*, 10 (12), 4810.

Bernuzzi, C., Sommovigo, V. & Setti, I. (2022). The role of resilience in the work-life interface: A systematic review. *Work*, 73 (4), 1147-1165.

Campbell-Sills, L., Cohan, S. L. & Stein, M. B. (2006). Relationship of resilience to personality, coping, and psychiatric symptoms in young adults. *Behaviour Research and Therapy*, 44 (4), 585-599.

Carver, C. S. & Connor-Smith, J. (2010). Personality and coping. *Annual Review of Psychology*, 61, 679-704.

Cheavens, J. S., Feldman, D. B., Woodward, J. T. & Snyder, C. R. (2006). Hope in cognitive psychotherapies: On working with client strengths. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 20 (2), 135-145.

Connor, K. M. & Davidson, J. R. (2003). Development of a new resilience scale: The Connor-Davidson Resilience Scale (CD-RISC). *Depression and Anxiety*, 18 (2), 76-82.

Çam, O. & Büyükbayram, A. (2017). Hemşirelerde psikolojik dayanıklılık ve etkileyen faktörler. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 8 (2), 118-126.

Çetin, F. & Basım, H. N. (2011). Psikolojik Dayanıklılığın İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Tutumlarındaki Rolü. *Is, Guc: The Journal of Industrial Relations & Human Resources*, 13 (3).

Çetin, C. & Anuk, Ö. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde yalnızlık ve psikolojik dayanıklılık: bir kamu üniversitesi öğrencileri örneklemini. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7 (5), 170-189.

Çokluk, Ö., Yılmaz, K. & Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi. *Kuramsal Eğitim Bilim Dergisi*, 4 (1), 95-107.

Dray, J., Bowman, J., Wolfenden, L., Campbell, E., Freund, M., Hodder, R. K. & Wiggers, J. (2015). Systematic review of universal resilience interventions targeting child and adolescent mental health in the school setting: review protocol. *Systematic Reviews*, 4 (1).

First, J. M. & Houston, J. B. (2022). The mental health impacts of successive disasters: examining the roles of individual and community resilience following a tornado and Covid-19. *Clinical Social Work Journal*, 50 (2), 124-134.

Fisher, D. M., Ragsdale, J. M. & Fisher, E. C. (2019). The importance of definitional and temporal issues in the study of resilience. *Applied Psychology: An International Review*, 68 (4), 583–620. <https://doi.org/10.1111/apps.12162>.

Garnezy, N. (1970). Process and reactive schizophrenia: Some conceptions and issues. *Schizophrenia Bulletin*, 1 (2), 30.

Haeken, S. V., Braeken, M., Nuyts, T., Franck, E., Timmermans, O. & Bogaerts, A. (2020). Perinatal resilience for the first 1,000 days of life. Concept analysis and delphi survey. *Frontiers in Psychology*, 11.

Han, F. & Wang, Q. (2022). Positive and negative mood states mediated the effects of psychological resilience on emotional stability among high school students during the Covid-19 pandemic. *Frontiers in Psychology*, 13, 967669.

Harry, N. (2015). Constructing a psychological coping profile in the call centre environment: Wellness-related dispositions in relation to resiliency-related behavioural capacities. *SA Journal of Industrial Psychology*, 41(1), 1-11.

Hartling, L. M. (2008). Strengthening resilience in a risky world: It's all about relationships. *Women & Therapy*, 31(2-4), 51-70.

Hartmann, S., Weiss, M., Newman, A. & Hoegl, M. (2020). Resilience in the workplace: A multilevel review and synthesis. *Applied Psychology: An International Review*, 69 (3) 913–959.

Holt-Lunstad, J., Smith, T. B. & Layton, J. B. (2010). Social relationships and mortality risk: A meta-analytic review. *PLoS Medicine*, 7 (7), e1000316.

Jiménez, C. A. R. (2020). Resilience the science of mastering life's greatest challenges. *Revista De Psicologia*, 11 (1), 173-174. <https://doi.org/10.36517/revpsiufc.11.1.2020.19>

Jiménez-Rodríguez, D., Molero Jurado, M. D. M., Pérez-Fuentes, M. D. C., Arrogante, O., Oropesa-Ruiz, N. F. & Gázquez-Linares, J. J. (2022). The Effects of a Non-Technical Skills Training Program on Emotional Intelligence and Resilience in Undergraduate Nursing Students. *In Healthcare*, 10(5),866.

Karacaoğlu, K. & Köktaş, G. (2016). Psikolojik Dayanıklılık ve Psikolojik İyi Olma İlişkisinde İyimserliğin Aracı Rolü: Hastane Çalışanları Üzerine Bir Araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 3 (2), 119-127.

Kashfitanto, D. & Febriansyah, H. (2023). The Effect of Work Stress and Work Values on Turnover Intention of Generation Z Employees in Call Center Company (Case Study of PT ABC in Java, Indonesia). *International Journal of Current Science Research and Review*, 06, 3962-3974.

Karademir, T. & Aak, M. (2019). niversiteli Sporcuların Psikolojik Dayanıklılık Düzeylerinin İncelenmesi. *Kahramanmaraş St İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 16 (2), 803-816.

Krueger, R. A. (2014). *Focus groups: A practical guide for applied research*. Sage publications.

Labrague, L. J. (2021). Psychological resilience, coping behaviours and social support among health care workers during the Covid-19 pandemic: A systematic review of quantitative studies. *Journal of nursing management*, 29 (7), 1893-1905.

Lee, J., Blackmon, B., Cochran, D., Kar, B., Rehner, T. & Gunnell, M. (2017). Community resilience, psychological resilience, and depressive symptoms: An examination of the Mississippi Gulf Coast 10 years after Hurricane Katrina and 5 years after the Deepwater Horizon oil spill. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 12 (2), 241-248.

Leipold, B. & Greve, W. (2009). Resilience: A conceptual bridge between coping and development. *European Psychologist*, 14 (1), 40-50.

Liao, Z., Zhou, H. & He, Z. (2022). The mediating role of psychological resilience between social participation and life satisfaction among older adults in China. *BMC Geriatrics*, 22 (1).

Liu, Q., Jiang, M., Li, S. & Yang, Y. (2021). Social support, resilience, and self-esteem protect against common mental health problems in early adolescence. *Medicine*, 100 (4), e24334.

Liu, H., Zhang, C., Ji, Y. & Yang, L. (2018). Biological and psychological perspectives of resilience: is it possible to improve stress resistance?. *Frontiers in human neuroscience*, 12, 326.

Luthar, S. S., Cicchetti, D. & Becker, B. (2000). The construct of resilience: A critical evaluation and guidelines for future work. *Child Development*, 71 (3), 543-562.

Mak, W. W. S., Ng, I. S. W. & Wong, C. (2011). Resilience: Enhancing well-being through the positive cognitive triad. *Journal of Counseling Psychology*, 58 (4), 610-617.

Manomenidis, G., Panagopoulou, E. & Montgomery, A. (2019). Resilience in nursing: The role of internal and external factors. *Journal of Nursing Management*, 27(1), 172–178.

Masten, A. S. (2001). Ordinary magic: Resilience processes in development. *American Psychologist*, 56 (3), 227-238.

Masten, A. S., & Coatsworth, J. D. (1998). The development of competence in favorable and unfavorable environments: Lessons from research on successful children. *American psychologist*, 53 (2), 205.

Metin, O. ve Ünal, Ş. (2022). İçerik analizi tekniği: İletişim bilimlerinde ve sosyolojide doktora tezlerinde kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22 (Özel Sayı 2), 273-294.

Navsaria, N. (2020). *Developing healthy coping skills for resilience*. <https://hr.wustl.edu/developing-healthy-coping-skills-for-resilience/> (Erişim Tarihi: 01.11.2023).

Özbay, F., Johnson, D. C., Dimoulas, E., Morgan, C. A., Charney, D. & Southwick, S. (2007). Social support and resilience to stress: From neurobiology to clinical practice. *Psychiatry (Edgmont)*, 4 (5), 35-40.

Özsaban, A., Turan, N., & Hatice, K. A. Y. A. (2019). Resilience in nursing students: The effect of academic stress and social support. *Clinical and Experimental Health Sciences*, 9 (1), 69-76.

Özdemir, N. (2019). The investigation of elite athletes' psychological resilience. *Journal of Education and Training Studies*, 7 (10), 47.

Park, C. L. (2016). Meaning making in the context of disasters. *Journal of Clinical Psychology*, 72 (12), 1234-1246.

Parsons, S., Kruijt, A. W. & Fox, E. (2016). A cognitive model of psychological resilience. *Journal of Experimental Psychopathology*, 7 (3), 296-310.

PeConga, E. K., Gauthier, G. M., Holloway, A., Walker, R., Rosencrans, P., Zoellner, L. A. & Bedard-Gilligan, M. (2020). Resilience is spreading: Mental health within the Covid-19 pandemic. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12 (1), 47-48.

Rees, C. S., Breen, L. J., Cusack, L. & Hegney, D. (2015). Understanding individual resilience in the workplace: The international collaboration of workforce resilience model. *Frontiers in Psychology*, 6, 73.

Rutten, B. P. F., Hammels, C., Geschwind, N., Menne-Lothmann, C., Pishva, E., Schruers, K. & Wichers, M. (2013). Resilience in mental health: Linking psychological and neurobiological perspectives. *Acta Psychiatrica Scandinavica*, 128 (1), 3–20.

Santos, D., Mateos-Pérez, E., Cantero, M., & Gámez-Guadix, M. (2021). Cyberbullying in adolescents: Resilience as a protective factor of mental health outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24 (6), 414-420.

Southwick, S. M. & Charney, D. S. (2018). *Resilience: The science of mastering life's greatest challenges*. Cambridge University Press.

Srivastava, S. & Madan, P. (2020). The relationship between resilience and career satisfaction: Trust, political skills, and organizational identification as moderators. *Australian Journal of Career Development*, 29 (1), 44-53.

Stewart, D. (2011). Toward understanding resilient outcomes. *The Canadian Journal of Psychiatry*, 56 (5), 256-257.

Tugade, M. M. & Fredrickson, B. L. (2004). Resilient individuals use positive emotions to bounce back from negative emotional experiences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86 (2), 320-333.

Tümlü, G. Ü. & Receptoğlu, E. (2013). Üniversite akademik personelinin psikolojik dayanıklılık ve yaşam doyumu arasındaki ilişki. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, (3), 205-213.

Uchino, B. N. (2006). Social support and health: A review of physiological processes potentially underlying links to disease outcomes. *Journal of Behavioral Medicine*, 29 (4), 377-387.

Waugh, C. E., Wager, T. D., Fredrickson, B. L., Noll, D. C. & Taylor, S. F. (2008). The neural correlates of trait resilience when anticipating and recovering from threat. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, 3 (4), 322-332.

Weitzel, E. C., Löbner, M., Glaesmer, H., Hinz, A., Zeynalova, S., Henger, S. & Riedel-Heller, S. G. (2022). The association of resilience with mental health in a large population-based sample (life-adult-study). *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19 (23), 15944.

Werner, E. E. (1995). Resilience in development. *Current Directions in Psychological Science*, 4 (3), 81-85.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (6. Baskı). Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Yi, F., Li, X., Song, X. & Zhu, L. (2020). The underlying mechanisms of psychological resilience on emotional experience: Attention-bias or emotion disengagement. *Frontiers in Psychology*, 11 (1993).

Zito, M., Emanuel, F., Molino, M., Cortese, C. G., Ghislieri, C. & Colombo, L. (2018). Turnover intentions in a call center: The role of emotional dissonance, job resources, and job satisfaction. *PLoS ONE*, 13 (2), e0192025.