

SÜLEYMAN DEMİREL ÜNİVERSİTESİ  
**İKTİSADİ VE İDARİ  
BİLİMLER FAKÜLTESİ  
DERGİSİ**  
JOURNAL OF  
FACULTY OF ECONOMICS  
ADMINISTRATIVE SCIENCES

**İB**

ISSN **1301-0603**  
e-ISSN **2980-3896**

**29**

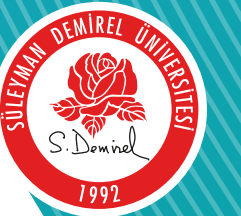
SDÜ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ / THE JOURNAL OF FACULTY OF ECONOMICS ADMINISTRATIVE SCIENCES

SÜLEYMAN DEMİREL  
ÜNİVERSİTESİ

# İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ DERGİSİ

JOURNAL OF  
FACULTY OF  
ECONOMICS AND  
ADMINISTRATIVE  
SCIENCES

Cilt / Volume **29** • Yıl / Year **2024** • Sayı / Issue **02**



**İB**

**Editor / Editor-in-Chief**

Doç. Dr. Oğuzhan ÇARIKÇI

**Editor Yardımcıları / Associate Editors**

Doç. Dr. Ahmet YILDIRIM

Doç. Dr. Özgür DAVRAS

Arş. Gör. Ramazan Furkan ÖZKUL

**Yayın Kurulu / Publication Board**

Prof. Dr. Azman Ismail	Universiti Kebangsaan Malaysia
Prof. Dr. Durmuş ACAR	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Hüseyin ÖZGÜR	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hayrettin USUL	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. İdil KAYA	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Hemi Mohd Ali	National University of Malaysia
Prof. Dr. İlker Hüseyin ÇARIKÇI	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. İsa İPÇİOĞLU	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr. Kürşat ÖZDAŞLI	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut SÖNMEZ	The University of Texas at San Antonio
Prof. Dr. Mohamed Gamal ABOELMAGED	University of Sharjah
Prof. Dr. Nuri ÖMÜRBEK	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Cem SAATÇIOĞLU	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Zulkefly Abdul Karim	National University of Malaysia
Assoc Prof. Dr. Abdulaziz H. ALGAEED	Dar al Uloom University
Assoc Prof. Dr. Khodakaram SALIMIFARD	Persian Gulf University

**Danışma Kurulu / Advisory Board**

Prof. Dr. Abed Al-Nasser ABDALLAH	American University of Sharjah
Prof. Dr. Bekir GÖVDERE	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Can Deniz KÖKSAL	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Fuat SEKMEN	Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. Falah F. ALSUBAIE	Al-Imam Mohammad Ibn Saud Islamic University
Prof. Dr. Hüseyin GÜL	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Irwan Adi Ekaputra	University of Indonesia
Prof. Dr. İbrahim Atilla ACAR	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi
Prof. Dr. Murat Ali DULUPÇU	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Murat OKCU	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Norman Mohd Saleh	National University of Malaysia
Prof. Dr. Olivia Fachrunnisa	Sultan Agung Islamic University
Prof. Dr. Ramazan ERDEM	Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Walailak ATTHIRAWONG	King Mongkut's Institute of Technology
Assoc Prof. Dr. Nasser ALOMAIM	Riyadh College of Technology
Assoc. Prof. Dr. Syed Shah Alam	National University of Malaysia
Dr. Neriman HANAHEMEDOV	Azerbaijan State University of Economics

**Alan Editörleri / Field Editors**

Prof. Dr. Hakan DEMİRGİL	Ekonometri
Prof. Dr. Mustafa ÖZTÜRK	Çalışma Ekonomisi
Doç. Dr. Ahmet YILDIRIM	İşletme
Doç. Dr. Aykut SEZGİN	İktisat
Doç. Dr. Elvettin AKMAN	Siyaset Bilimi / Kamu Yönetimi
Doç. Dr. Erdal EKE	Sağlık Yönetimi
Doç. Dr. Özen AKÇAKANAT	Finans ve Bankacılık / Maliye
Doç. Dr. Selim KANAT	Uluslararası İlişkiler / Hukuk

**Dil Editorü / Language Editor**

Doç. Dr. Tuğba ERHAN



**Yayın Ofisi / Editorial Office**

Arş. Gör./Res. Assist. Ramazan Furkan ÖZKUL  
Dr. Öğr. Üyesi/Assist. Prof. Dr. Murat KARA  
Bil. İşl./Computer Op. Ramazan DAĞ  
Arş. Gör./Res. Assist. Ramazan Furkan ÖZKUL

**Dergi Sekreteri / Secretary of the Journal**  
**Kapak Tasarım / Cover Design**  
**Dizgi / Type Setting**

**Baskı / Printing**

SDÜ Basımevi Isparta  
SDU Publication House Isparta

© SDÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Isparta – 2024  
Faculty of Economics and Administrative Sciences of SDU Isparta – 2024

Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi – SDÜİİBFD (ISSN 1301-0603; e-ISSN 2980-3896) Ocak, Nisan, Temmuz ve Ekim aylarında olmak üzere yılda dört sayı olarak yayınlanan uluslararası hakemli bir dergidir. Dergide yayınlanan yazılardaki görüşler derginin görüşleri değildir. Tüm sorumluluk yazarlarına aittir. Dergide yayınlanan yazıların her hakkı saklıdır. Yazarlara nakit olarak telif ücreti ödenmez. Telif ücreti olarak yazının yayımlandığı dergi gönderilir. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi; Academic Resource Index, Acarindex, Ajindex, EBSCO, EuroPub, Türkiye Makaleler Bibliyografyası ve SOBIAD tarafından taranan dergiler arasında yer almaktadır.

Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences - SDUJFEAS (ISSN 1301-0603; e-ISSN 2980-3896) is an international refereed publication of Süleyman Demirel University, published every January, April, July and October. Editorial board claims no responsibility for the opinions, expressed in the published papers. The authors are responsible for the content of their papers. All rights are reserved. No parts of this publication may be reproduced, or transmitted in any forms or by any means without appropriate citation. No royalty will be paid for the published papers. Instead, a complimentary copy of the issue will be sent to the authors. The journal is indexed by Academic Resource Index, Acarindex, Ajindex, EBSCO, EuroPub, Türkiye Makaleler Bibliyografyası ve SOBIAD databases.

**İletişim Adresi / Contact Info**

Süleyman Demirel Üniversitesi / Süleyman Demirel University  
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi / Faculty of Economics and Administrative Sciences  
Dergi Yayın Komisyonu Başkanlığı / Head of Journal Publication Office  
Doğu Kampüsü, 32260, Çünür / East Campus, 32260, Çünür  
ISPARTA / ISPARTA, TURKEY

☎ : 0 246 211 04 01  
Fax : 0 246 237 09 20  
E-mail : iibfdergi@sdu.edu.tr  
Web : <https://dergipark.org.tr/tr/pub/sduiibfd>



**BU SAYININ HAKEMLERİ / LIST OF THE REFEREES OF THE CURRENT ISSUE**

Prof. Dr./ Prof. Dr. Ahmet TEKİN	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr./ Prof. Dr. İsa İPÇİOĞLU	Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi
Prof. Dr./ Prof. Dr. Muammer ZERENLER	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Ahmet SARITAŞ	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Ali APALI	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Asiye ATA	Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Bora ÖÇAL	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Hasan Hüseyin UZUNBACAK	Süleyman Demirel Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Mehmet Ali TAŞ	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Mustafa TAYTAK	Uşak Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Nazlıgül GÜLCAN	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Doç. Dr./Assoc. Prof. Dr. Tuba IŞIK	Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi/Assist. Prof. Dr. Nuray AŞANTUĞRUL	Amasya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi/Assist. Prof. Dr. Zeynep İLHAN	Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi
Dr. / Dr. Hatice Handan ÖZTEMİZ	Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

## İ Ç İ N D E K İ L E R / C O N T E N T S

### *Araştırma Makalesi/Research Article*

E-Spor Oyuncularının Motivasyonu Üzerine Bir Araştırma  
*A Research on The Motivation of e-Sports Gamers*

**Dr. Sunay GÜNGÖR GÜLSOY**

**Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA**

**71-84**

### *Araştırma Makalesi/Research Article*

Z Kuşağının Teknoloji Bağımlılığı Türü Sanal Mağduriyet Eğilimlerini Etkiler Mi?  
Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF Örneği

*Does The Type of Technology Addiction of Generation Z Affect Their Cyber Victimization Tendencies?*

*Manisa Celal Bayar University Feas Example*

**Doç. Dr. Hilmiye TÜRESİM**

**Fatma Nur ALBAN**

**85-96**

### *Araştırma Makalesi/Research Article*

Muhasebede Dijitalleşme Üzerine Çalışılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi  
*Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on Digitization in Accounting*

**Öğr. Gör. Dr. Ayşe Gül GÖK**

**97-111**

### *Derleme Makale/Review Article*

Etik İkilemi Keşfetmek:

Çevrimiçi Siyasal Reklam Kampanyalarında İfade Özgürlüğü ve Etik Standartların Dengelenmesi

*Exploring The Ethical Dilemma:*

*Balanced Freedom of Expression and Ethical Standards in Online Political Advertising Campaign*

**Doç. Dr. Mehmet Erhan SUMMAK**

**112-120**

### *Derleme Makale/Review Article*

193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu'na Göre

Kazançların Basit Usulde Vergilendirilmesi ve 7338 Sayılı Kanun'un Getirdikleri

*Simple Taxation of Earnings According to The Income Tax Law No. 193 and*

*the Implications of The Law No. 7338*



**Dr. Öğr. Üyesi Ayşe ARMAĞAN**

**121-132**

## Araştırma Makalesi / Research Article

# E-Spor Oyuncularının Motivasyonu Üzerine Bir Araştırma\* \*\*

## A Research on The Motivation of e-Sports Gamers

Sunay Güngör Gülsoy<sup>1</sup>   
Mustafa Zihni Tunca<sup>2</sup> 

### MAKALE BİLGİSİ

**Başvuru:** 19.12.2023  
**Revizyon:** 29.04.2024  
**Kabul:** 21.08.2024  
**Yayın:** 31.08.2024

#### Anahtar Kelimeler

*E-spor*  
*E-spor Pazarlaması*  
*Motivasyon*  
*E-spor Motivasyonu*

#### Jel Kodları

Z0

### ÖZ

Teknoloji ve dijitalleşmenin diğer alanlar gibi spor alanını da etkileyerek, spor paradigmasına farklı bir boyut kazandırması sonucunda yeni bir spor aktivitesi olarak e-spor ortaya çıkmıştır. E-spor bünyesinde çeşitli niş spor dallarını oluşturmuş olup, Lol, Volarant, CS:GO ve Hado bunlardan bazılarıdır. E-spor kullanıcılarının çoğunlukla gençler olması ve e-sporun onlar arasında giderek daha popüler hale gelmesi bu çalışmanın temel motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. Bu çalışmada, Türkiye’de 90 ilde e-spor kulübü ve takımı bulunan üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri üzerinde etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmanın örneklemini Türkiye’de farklı şehirlerde bulunan ve üniversitelerde eğitim gören, e-sporde aktif olarak yer alan 558 amatör ve profesyonel e-spor oyuncuları oluşturmaktadır. Çalışmada Öz ve Üstün’ün (2019) yılında oluşturdukları beş alt boyuta sahip ‘E-spor Motivasyon Ölçeği’nden yararlanılmıştır. E-spor motivasyonları ile değişkenler arasında belirlenen hipotez testleri doğrultusunda korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir. Çalışma sonucunda, E-sporcuların motivasyonlarının genel not ortalaması üzerinde bir etkisinin olmadığı, yeni sosyal çevre oluşturmaya ise pozitif ve anlamlı yönde kısmen etkilediği sonucuna varılmıştır.

### MANUSCRIPT INFO

**Submitted:** 19.12.2023  
**Revised:** 29.04.2024  
**Accepted:** 21.08.2024  
**Published:** 31.08.2024

#### Keywords

*E-Sport*  
*E-Sport Marketing*  
*Motivation*  
*E-Sport Motivation*

#### Jel Codes

Z0

### ABSTRACT

Technology and digitization have introduced a new dimension to sports by giving rise to e-sports. Disciplines under e-sports include League of Legends (LoL), Valorant, Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO), and Hado. The predominance of young individuals among e-sports users has contributed to its rising popularity, which motivates this study. The research aims to explore how the motivations of students involved in e-sports clubs and teams across 90 cities in Turkey affect their general grade averages and the formation of new social environments. The sample consists of 558 amateur and professional e-sports players from various universities in Turkey. The study uses the 'E-sports Motivation Scale' developed by Öz and Üstün (2019), which includes five sub-dimensions. Correlation and multiple linear regression analyses were performed to test hypotheses regarding e-sports motivations and related variables. The results indicate that while e-sports motivation does not significantly impact general grade averages, it positively and significantly influences the creation of new social environments.

### Önerilen Atf

*Suggested Citation*

Gülsoy-Güngör, S., & Tunca, M. Z. (2024). E-spor oyuncularının motivasyonu üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 71-84.

\* Bu çalışma, Prof. Dr. Mustafa Zihni TUNCA danışmanlığında Sunay GÜNGÖR GÜLSOY tarafından hazırlanan “E-Spor Oyuncularının Motivasyonu Üzerine Bir Araştırma” başlıklı doktora tezinden faydalanılarak hazırlanmıştır.

\*\* Bu çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu’ndan 103/9 sayılı ve 24.02.2021 tarihli etik kurul izni alınmıştır.

<sup>1</sup> Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, sunaygulsoy@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-8390-9030>

<sup>2</sup> Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mustafatunca@sdu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-2315-905X>

## EXTENDED SUMMARY

### Introduction and Research Purpose

Technology and digitalization have impacted the sports field just as they have other areas, adding a new dimension to the sports paradigm. This dimension, shaped by the widespread use of computers and the rise of digital games, has shifted the application of sports to virtual environments. In this context, e-sports has emerged as a new sports activity. E-sports has created niche sports branches within itself, including games like League of Legends, Valorant, CS:GO, and Hado, among others. E-sports is predominantly practiced by young people. The sport's popularity, particularly among university students, has highlighted the need for research on e-sports. This study aims to examine how the motivations of university students who participate in e-sports through clubs and teams across 90 provinces in Turkey affect their overall grade point average and the development of new social environments.

### Methodology

The research model was established in the study by Öz and Üstün (2019) to investigate the effects of e-sports motivation dimensions on overall grade point average and new social environment-building variables. An easy sampling method was used for sample selection. The population comprised 5,200 e-sports professionals or amateurs from 90 universities in Turkey with e-sports teams or clubs. It was determined that a sample size of at least 357 was needed, and surveys were conducted accordingly (Chief, 2008, pp. 41). However, considering potential margin of error, a total of 558 e-sports surveys were included in the study. Surveys were distributed online to the 90 universities after obtaining the necessary permissions, and responses were collected online. Factor analysis was performed to assess the overall grade point average of e-sports motivation and the dimensions influencing the new social environment. The data obtained from the factor analysis was tested for suitability using the KMO and Bartlett's Test (Sample Adequacy Test) and the Sphericity Test. Since the global test result was significant at the p-level, the factor model was applied. In the rotation process, the Principal Components Analysis method and the Varimax Rotation Method were used, and four iterations were performed. Four factors were identified with values of 1 and above. Although the E-Sports Motivation Scale is a five-factor scale, the Taxonomic and Competency factors were combined into a single factor during the factor analysis phase and renamed Emotion and Skill. After evaluating the factor loadings, a four-factor scale with 30 items was used. To assess the impact of e-sports motivation on the creation of a new social environment, multiple linear regression analysis was conducted on all factors separately.

### Findings

Within the framework of the study's first hypothesis, the relationship between e-sports motivation and overall grade point average was examined. It was determined that there was no significant relationship between the two variables, leading to the conclusion that e-sports motivation does not affect the overall grade point average. However, e-sports motivation was found to have a meaningful impact on creating a new social environment. The hypothesis regarding this relationship was partially accepted, indicating a positive and meaningful association with the creation of a new social environment. The second hypothesis of the study explored the relationship between e-sports motivation and the creation of new social environments. It was found that there is a partially positive, moderate-level relationship. Additionally, the relationship between the Emotion and Skill factors and the creation of a new social environment showed a strong positive correlation. The relationship between the Self-Factor and the creation of a new social environment also demonstrated a high level of positive correlation. However, no significant relationship was found between the Competition and Success factors, leisure time evaluation dimensions, and the creation of new social environments.

### Conclusion and Discussion

This study aims to investigate the impact of motivation among university students participating in e-sports clubs and teams across 90 provinces in Turkey on their overall grade point average (GPA) and the formation of new social environments. A review of the literature on e-sports and GPAs reveals that while students who dedicate more time to e-sports tend to have lower GPAs, findings are inconsistent. Some studies suggest a negative relationship between e-sports participation and GPA, while others argue that engaging in e-sports during university years can lead to intellectual and social maturation, potentially resulting in higher GPAs as students progress in their education. Contrary to the belief that e-sports fosters isolation and loneliness, Kowert et al. (2014) contend that e-sports players are socially active online and have no significant difference in the number of friends compared to non-gamers. Online games are recognized as effective tools for communication, helping emotionally sensitive individuals form new friendships and maintain offline connections. Additionally, socially anxious individuals find online games to be an appealing space for self-expression and easier participation in social settings (Desjarlais and Willoughby, 2010). Tamminen et al. (2015) emphasize the importance of the social environment in e-sports, highlighting factors such as social norms and team roles. Other studies indicate that playing games can reduce feelings of loneliness, particularly among young people (Martoncik and Loksa, 2016; Yilmaz and Karaca, 2008). Delello et al. (2021) identify five main academic benefits of playing e-sports: social interactions and teamwork, real-world connections, critical thinking and problem solving, scholarships, and relaxation, focus, and stress management. In conclusion, this research is notable as the first study to examine the effects of e-sports players' motivations on overall GPA and the creation of new social environments at both national and international levels. Amid ongoing discussions about whether e-sports should be recognized as a sport, and concerns about its social and academic impact, this study advocates for academic research to support the healthy development of e-sports.

## Giriş

Toplumdaki bireylerin geçmişte çevrelerini gözlemlenmeleri ile taklit ederek oluşturdukları eylemler sonraki süreçte bilinçli bir yapıya dönüşerek kültürel bir değere sahip olan oyun kavramını oluşturmuştur (Uysal, 2005). 1958 yılında, NewYork, Brookheaven Ulusal Laboratuvarlarında, fizikçi Willy Higinbotham tarafından ilk kez karşılıklı etkileşim döngüsü ile geliştirilen oyun tarihte ilk bilgisayar oyunu olarak yerini almıştır (Nosowitz, 2008).

Teknolojinin gelişmesi ile oluşan dijitalleşme her alanda süreklilik arz etmektedir. Bireyin sosyal yaşamı içerisinde psiko-sosyal gelişimini desteleyerek hızlandırmasına yardımcı olan faktörlerin başında gelen spor alanı da bu değişimden ciddi bir biçimde etkilenerek diğer alanlara göre daha baskın bir konuma gelmiştir. (Ekmekçi, 2016). Çağdaş bilimde, hiçbir çalışma alanı diğer alanlardan kesin bir biçimde ayrılamamaktadır. Özellikle spor alanı gibi hızla gelişen bilişim ve bilgisayar bilim alanları içinde bu durum geçerlidir (Morgan, 2016). Spor alanında dijitalleşme, özellikle popüler branş olarak kendini gösteren e-spor çatısında gelişim göstermektedir. 1980'li yıllarda "arcade" isimli oyun makineleri ile gelişmeye başlayan e-spor, bireysel veya takım halinde oynanan, rekabet ve stratejiye dayalı bir spordur.

İnsan bilgisayar ara yüzleri aracılığı ile oyuncuların ve takımların rekabet ettikleri bir ortamda, sporun temel yönlerinin elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı bir spor türü olan E-spor, 21. yüzyılın en önemli spor dallarından biridir (Hamari ve Sjöblom, 2017). E-spor bilişim teknolojilerini kullanırken, oyuncuların mental yeteneklerini de geliştiren, organize edilmiş rekabete dayalı bir spor dalıdır (Kocadağ, 2017; Jenny vd.,2017). Rekabet avantajı, karmaşık pazar ortamında, firmaların rakiplerinden daha yüksek performans elde etme kabiliyetini ifade eder (Pratono vd., 2019). E-spor pazarlamasında firmalar değişen talepleri ticari ve mikro ekonomik düzeyde değerlendirerek, değer yaratan bir dijital pazarlama alanında değerlendirmelidir (ChaffeSey ve Patron, 2012). Algılanan değerinde tüketiciyi tanımak için birincil parametre olduğu düşünüldüğünde, motivasyonun davranış ve performans belirlemede (Caniëls vd., 2019; Kim vd., 2015; Williams vd., 2017) rolü bulunduğu düşünülmektedir. Motivasyon bir sporunun performansı için önemli bir bileşendir. Bu bileşenler; güç, başarı, statü fiziksel uygunluk, yarışma, hareket ve aktif olma (Lodewyk ve Muir, 2017), arkadaşlık alt boyutlarına ilişkin organizmayı belli bir sistemle eyleme geçiren uyarıların toplamıdır (Akman ve Can, 2017; Aycan ve Yıldız, 2016; Aydoğdu vd., 2018; Babbie, 2016; Bora ve Cengiz, 2016).

Son yıllarda e-spor motivasyonuna yönelik yapılan çalışmalarda; e-spordan hoşlanma, e-spor pazarlamasının içerisinde yer alan oyun tutkusu, maddi kazanç sağlama (Cranmer vd., 2021), kariyer sahibi olma, eğlence bileşenlerinin e-spor motivasyonuna teşvik ettiği faktörler olduğu belirtilmektedir (Lokhman vd., 2018; Mustafaoğlu vd., 2018). Ayrıca e-spor motivasyonuna yönelik olarak yapılan diğer çalışmalarda; beceri gösterme, kariyer, sosyalleşme, gerçek hayattan kaçış, oyun bilgisi yönünden gelişme isteği, iletişim, keyif alma, spor yapma isteği, boş zaman değerlendirme, yetkinlik, ilişkisel benlik, kişisel kazanç, takım duygusu e-spor motivasyon boyutları olarak değerlendirilmektedir (Seo, 2016; Weiner ve Dwyer, 2017; Hamari ve Sjöblom, 2017; Himmelstein vd., 2017; Saleh vd., 2018; Gül vd., 2019; Öz ve Üstün, 2019; Ayas, 2020). E-spor motivasyonu boyutları aşağıda sunulmuştur.

**Başarı Motivasyonu:** Sporcunun hedefini gerçekleştirebilmek için zorluklara direnmesi, başarıya inanması, inancının davranışa dönüşmesi sürecidir. Başarılı olmak için öz benliğinde olumlu hedefe odaklanmış sporcular, hedefe odaklanmamış sporculara göre daha başarılıdır. Bu yüzden başarı motivasyonu psikolojik ve davranışa dönen bir süreçtir (Li vd., 2020; Moravecz ve Ágoston, Wilson vd., 2019).

**Eğlence:** Sporun insanların heyecan sağlayarak günlük yaşamın gerginliğini hafifletmesine izin verdiğini öne süren boyut eğlence boyutudur. Eğlencenin katılım ve aracılı spor tüketimi (izleyici olmak) üzerinde güçlü bir etkisi vardır (Kim ve Mao, 2019).

**Kariyer:** Bireyin belirlemiş olduğu amaçları doğrultusunda bu amaçlara ulaşma derecesi kariyeridir. Sporcunun da spor hayatında gelmek istediği nokta için yaptığı tüm çalışmaları spor kariyerini oluşturmaktadır. Bu durum içsel motivasyon sağlamaktadır. Bilgili, sağlıklı, kendi deneyimlerinden faydalanarak öz disiplin sağlayan sporcular iyi bir kariyer elde ederler (Bingöl ve Gündoğdu, 2020, s. 246; Cece vd, 2019).

**Kazanç:** Dışsal motivasyon türlerinden biri olan kazanç boyutu maddi ve kişisel kazanç olmak üzere iki bölümde değerlendirilebilir (Özdenk, 2018, s. 83). Sporcunun sporda maddi bir kazanç sağlayabilmesi için lisanslı olması gerekmektedir. Kişisel kazanç ise, sporcunun başarılı deneyimlerinin toplamı, onun ne kadar iyi bir sporcu olduğunun göstergesi olup kişisel kazanç olarak değerlendirilebilir (Nazlı ve Yağmur, 2021).

**Diğer:** Beceri, sporcunun bir işi başarma, gerektiği gibi davranma durumudur. Statü, sporcunun sahip olduğu durumdur. Yarışma, sporcunun girdiği her müsabakadır. Sosyalleşme, sporcunun takım ruhu içerisinde o gruba aidiyet duygusu hissederek, bir bütün olarak davranmasıdır. Hayattan kaçış durumu, sporcuların gündelik hayatın zorunluluklarından kaçarak, kendilerini rahatlatma, gevşeme için yapılan spor türüdür. Bilgi edinme, sporcunun kendi alanı konusundaki öğrenme ve bu öğrendiklerini eyleme dönüştürebilmesidir. Rekabet, sporcunun bireysel veya takım olarak kazanma içgüdüleri ile hareket etmesidir (Nazlı ve Yağmur, 2021; Parry, 2019, s. 4).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde, genel olarak e-spor motivasyonuna yönelik faktörlerin belirlenmeye çalışıldığı görülmektedir. Ayrıca, çalışmalarda e-sporun bireylerin genel not ortalamasını olumsuz yönde etkilediği, sosyal çevre ortamından uzaklaştırarak bireyleri yalnızlaştırdığına dair bulgular da yer almaktadır (Macey ve Hamari, 2018). E-spor oyuncularının motivasyonunun genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisini araştırmaya yönelik ulusal ve uluslararası çalışmalara ise literatürde yaygın olarak rastlanmamıştır. Bu sebepten ötürü, bu araştırmada Türkiye'de 90 ilde E-spor kulübü ve takımı bulunan üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisinin incelenmesi doğrultusunda aşağıda verilen hipotezler test edilmiştir.



- H<sub>1</sub>: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>1a</sub>: Duygu ve beceri boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>1b</sub>: İlişkisel benlik boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>1c</sub>: Rekabet ve başarı boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>1d</sub>: Boş zaman değerlendirme boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>2</sub>: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.  
H<sub>2a</sub>: Duygu ve beceri boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>2b</sub>: İlişkisel benlik boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>2c</sub>: Rekabet ve başarı boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.  
H<sub>2d</sub>: Boş zaman değerlendirme boyutunun, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.

## 1. Yöntem

Araştırmada e-spor motivasyon boyutları ile genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla ilişkisel tarama yaklaşımından yararlanılmıştır. Araştırmanın, bağımsız değişkeni e-spor motivasyon boyutları; duygu ve beceri, ilişkisel benlik, rekabet ve başarı, boş zaman değerlendirme ile bağımlı değişkenleri genel not ortalaması ve yeni sosyal çevredir.

### 1.1. Araştırma Grubu

Araştırmanın örneklem seçiminde kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Türkiye’de e-spor takımı veya kulübü bulunan 90 tane üniversitedeki amatör veya profesyonel 5.200 e-sporcu araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. 5.200 anakütle büyüklüğü için en az 357 adet örnek alınması ve anket yapılması gerektiği görülmüştür (Tabachnick ve Fidell 2007). Eksik ve hatalı anketlerin bulunabileceği göz önüne alınarak toplamda 558 e-sporcu anket uygulamasına dahil edilmiştir. Katılımcılara yönelik tanımlayıcı istatistikler Tablo 1’de sunulmuştur.

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Durumu ve E-spor Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımı

Cinsiyet	n	%	Yaş Grupları	n	%
Erkek	449	80,5	17-20 Yaş	162	29
Kadın	109	19,5	21-24 Yaş	254	45,5
			25 Yaş Üstü	142	25,4
Toplam	558	100		558	100
Öğrenim Alanı	Genel Not Ortalamaları				
Sosyal Bilimler	207	37,1	0-1,99	282	50,5
Fen Bilimleri	250	44,8	2-2,99	276	49,5
Eğitim Bilimleri	101	18,1			
Toplam	558	100		558	100
E-spor Oynama Süresi (Yıl)	E-spor Oynama Süresi (Saat [Gün Bazında])				
0-5	247	44,27	0-6	313	56,1
6-10	309	55,37	6+	245	43,9
11+	2	0,36			
Toplam	558	100		558	100
Aylık Gelir	Aylık Elde Edilen Gelir Düzeyi (TL.)				
Evet	47	8,4	0-100	511	91,6
Hayır	511	91,6	101-600	47	8,4
Toplam	558	100		558	100

**Tablo 1.** (Devamı) Katılımcıların Demografik Durumu ve E-spor Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımı

Aylık Yapılan Harcama Düzeyi (TL.)			Oynanan Cihaz		
Harcama Yapmayanlar	84	15,1	Bilgisayar	424	76
0-50	408	73,1	Akıllı Telefon	63	11,3
51-900	59	10,6	Birkaç Cihaz	71	12,7
901-1500	7	1,3			
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>		<b>558</b>	<b>100</b>
Yayıncı Kanal			En Çok Oynanan İlk 3 Oyun		
Twitch	353	63,3	Diğer Oyunlar	241	43,2
Youtube	205	36,7	LOL	169	30,3
			CS: GO	97	17,4
			Değerlendirmeyenler	51	9,1
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>		<b>558</b>	<b>100</b>
E-spor'da Başarılı			E-spor Teklif		
Evet	233	41,8	Evet	52	9,3
Hayır	325	58,2	Hayır	506	90,7
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>		<b>558</b>	<b>100</b>
E-spor Takımı			E-spor Geleceği		
Oynamadım	522	93,5	Gelecekteki İş	494	70,6
Oynadım	36	6,5	Destek Verilmeli	100	17,9
			Oyun	64	11,5
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>		<b>558</b>	<b>100</b>
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma					
Kesinlikle Katılmıyorum	86				
Katılmıyorum	42				
Ne katılıyorum ne katılmıyorum	105				
Katılıyorum	117				
Kesinlikle Katılıyorum	208				
<b>Toplam</b>	<b>558</b>	<b>100</b>			

## 1.2. Veri Toplama Aracı

Bu çalışmanın etik onayı, Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu'ndan alınmıştır (103/9 - 24.02.2021). Üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini ölçmeyi amaçlayan bu araştırma için geliştirilen hipotezleri test etmek amacı ile Öz ve Üstün (2019) tarafından hazırlanan E-spor Motivasyon Ölçeğinden yararlanılmıştır.

Oluşturulan anket beş faktörlü bir yapıda olup, ölçek 5'li Likert tipinde hazırlanmıştır (1=kesinlikle önemsiz,..., 5= kesinlikle önemli). Ölçekte olumsuz ifadeler içeren ters maddeler bulunmamaktadır. Toplam madde sayısı 47 olup, 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Alt boyutlar sırayla 1-15 arası maddeler Taksonomik Alan, 16-26 maddeler Yetkinlik, 27-33 maddeler İlişkisel Benlik, 34-41 arası maddeler Rekabet ve Başarı, 42-47 arası maddeler Boş Zaman Değerlendirme olarak yer almaktadır. Katılımcıların ölçekten alabileceği en düşük puan 47 ve en yüksek puan 235'tir. Ölçekten alınan puanların yüksek olması, ilgili alt boyutun ve unsurların bireyin motive olmasında daha etkili olduğunu ifade etmektedir. Madde toplam korelasyon katsayısı 0.665 ve 0.830 arasında değişmektedir. Toplam güvenilirlik katsayısı ise Cronbach Alpha Değeri 0,72 olarak bulunmuştur (Öz ve Üstün, 2019).

### 1.3. Verilerin Analizi

Araştırma grubunun özelliklerinin tanımlanması adına betimsel istatistik analizi yapılmıştır. Elde edilen verilerin analizine ve bulguların yorumlanmasına geçilmeden önce normallik, doğrusallık, varyans kovaryans homojenlik varsayımlarını karşılayıp karşılamadığı kontrol edilmiştir (Tabachnick ve Fidell, 2013). E-spor motivasyonunun genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturmasını etkileyen belirleyici faktör boyutlarının belirlenmesi için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör Analizi aşamasında elde edilen verilerin faktör analizine uygun olup olmadığı KMO ve Bartlett Testi/Örneklem Uygunluk Testi ve Küresellik Testi ile test edilmiştir. Toplam 47 maddeden oluşan 'e-spor boyutuna' uygulanan test sonucunda KMO değeri 0.966 çıkmıştır. ( $X^2=2223,147$ ;  $df=108$ ;  $p=0,000$ ). Faktör Analizinde KMO ölçütü 0,70-0,80 arasında olduğunda 'orta düzey' ve 0,80-0,90 arasında olduğunda 'iyi' olarak kabul edilmektedir (Çokluk ve Şekercioğlu, 2012). Ayrıca Küresellik Testi sonucu p değerinin anlamlılık seviyesinde bulunduğundan faktör modelinin uygulanmasına karar verilmiştir. Ölçeğin Güvenilirlik Analizi sonucunda elde edilen katsayının 0,70 ile 1,00 arasında olduğu görülmektedir. 0.961 olarak bulunan Güvenilirlik Katsayısı ölçeğin maddelerinin kabul edilebilir seviyede olduğunu göstermektedir. Araştırmada kullanılan ölçek puanlarının birbirleriyle ilişkisini analiz etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Normal dağılım sergilediği belirlenen veriler üzerinde, genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri ile oluşturulan çalışmanın hipotezleri doğrultusunda çoklu doğrusal regresyon analizleri uygulanmıştır.

## 2. Bulgular

Verilere uygulanan faktör analizi sonucunda, Temel Bileşenler analiz yöntemi ve döndürme işleminde Varimax Rotasyon Yöntemi kullanılmış ve dört iterasyon meydana gelmiştir. E-spor Motivasyon Ölçeği beş faktörlü bir ölçek olmasına rağmen; Faktör Analizi aşamasında Taksonomik ve Yetkinlik faktörlerinin tek faktör altında birleşmesinden dolayı, iki faktör birleştirilerek Duygu ve Beceri olarak yeniden adlandırılmıştır. Madde faktör yükleri değerlendirilerek, dört faktör ve 30 maddelik ölçek oluşturulmuştur. Öz değerleri bir ve üzerinde dört faktör elde edilmiştir. E-spor Motivasyon Boyutları; Duygu ve Beceri (14 madde), Rekabet ve Başarı (6 madde), Boş Zaman Değerlendirme (5 madde), İlişkisel Benlik (5 madde) olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Bu dört faktörün toplam açıklanan varyans değeri %61,093'tür. Tablo 2'de her bir faktör altında yer alan maddelerin faktör yüklerine yer verilmiştir.

**Tablo 1.** Maddelerin Faktör Yükleri

Maddeler	Duygusal Beceri	Rekabet ve Başarı	Boş Zaman Değerlendirme	İlişkisel Benlik
DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	0,773			
DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	0,766			
DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	0,746			
DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	0,741			
DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	0,734			
DB6. E-spor ilgimi çekiyor	0,721			
DB7. E-spor' da stratejilerimi simüle ederim	0,720			
DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor	0,692			
DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	0,683			
DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırırlar	0,636			
DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	0,634			
DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	0,624			
DB13. E-spor'da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum	0,599			
DB14. E-spor aktivitelerine katıldığımda spor bilgimi de kullanabiliyorum	0,589			
RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor		0,787		
RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor		0,78		
RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için oynamayı seviyorum		0,762		

RB6. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	0,737	
RB7. E-spor' da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	0,727	
RB8. E-spor "da başarılı olduğum için oynuyorum	0,731	
BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor		0,731
BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum		0,688
BZD3. E-spor normal rutinimden çıkıp mola vermeme yardımcı olur		0,668
BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oyalar/ daha çok dikkatimi dağıtır		0,630
BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar		0,591
BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum		0,783
İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum		0,723
İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum		0,720
İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum		0,596

Araştırmada kullanılan ölçek puanlarının birbirleriyle ilişkisini analiz etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır. Ölçeğin kendi boyutları ile değişkenler arasındaki ilişki Tablo 3'te sunulmuştur.

**Tablo 3.** Korelasyon Tablosu

	Duygu ve Beceri	İlişkisel Benlik	Rekabet ve Başarı	Boş Zaman Değerlendirme	Genel Not Ortalaması	Sosyal Çevre Ortamı
Duygu ve Beceri	-	0,560	0,633	0,735	0,008	0,699
İlişkisel Benlik		-	0,669	0,546	-0,014	0,592
Rekabet ve Başarı			-	0,593	-0,008	0,639
Boş Zaman Değerlendirme				-	0,101	0,595
Genel Not Ortalaması					-	
Yeni Sosyal Çevre						-

\*p<0,05, \*\* p<0,01

Duygu ve Beceri alt boyutu ile İlişkisel Benlik arasında ( $r=,560$ ) orta ilişki, Rekabet ve Başarı ( $r=,633$ ) ve Boş Zaman Değerlendirme ( $r=,735$ ) arasında yüksek ilişki mevcuttur. Duygu ve Beceri ve Genel Not Ortalaması ( $r=,008$ ) arasında, İlişkisel Benlik Genel Not Ortalaması ( $r=-,014$ ), Rekabet ve Başarı Genel Not Ortalaması ( $r=-,008$ ), Boş Zaman Değerlendirme ve Genel Not Ortalaması ilişkili olma ( $r=,101$ ) arasında ilişkinin olmadığı ya da çok zayıf ilişki mevcuttur. Duygu ve Beceri ile Yeni Sosyal Çevre Ortamı ( $r=,699$ ) arasında yüksek düzeyde ilişki, İlişkisel Benlik Yeni Sosyal Çevre Ortamı ( $r=,592$ ) orta düzeyde ilişki, Rekabet ve Başarı Yeni Sosyal Çevre Ortamı ( $r=,639$ ) yüksek düzeyde ilişki, Boş Zaman Değerlendirme ve Yeni Sosyal Çevre Ortamı ilişkili olma ( $r=,595$ ) arasında orta düzeyde ilişki mevcuttur.

Araştırmada ilk olarak e-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerindeki etkisini görebilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Daha sonra e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini görebilmek için tüm faktörler üzerinde ayrı ayrı çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır.

'H1: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde genel not ortalaması bağımlı değişken, e-spor motivasyon ölçeğindeki duygu ve beceri, rekabet ve başarı, boş zaman değerlendirme ve ilişkisel benlik faktörleri bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen veriler Tablo 4'te yer almaktadır.

**Tablo 4.** E-Spor Motivasyonunun Genel Not Ortalaması Üzerindeki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı			
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R <sup>2</sup>
Sabit (Constant)	1,859	0,076	-,04	24,52	0,000				
Ortalama Duygu ve Beceri	-,019	0,03	-,04	,6	0,51	-,014	-,027	2,533	0
Ortalama İlişkisel Benlik	-,014	0,02	-,03	,6	0,52	-,008	-,027	1,956	
Ortalama Rekabet ve Başarı	-,010	0,02	-,1	,5	0,65	-,054	-,019	2,248	
Ortalama Boş Zaman Değerlendirme	,053	0,03	,124	1,904	0,57	0,54	0,81	2,358	

p<0,05

Tablo 4 incelendiğinde 'H1: E-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve e-spor motivasyonunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir (p>0,05). Bu nedenle oluşturulan;

H1a: 'Duygu ve beceri boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve duygu ve beceri boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. (p>0,05)

H1b: 'İlişkisel benlik boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve ilişkisel benlik boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. (p>0,05)

H1c: 'Rekabet ve başarı boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve rekabet ve başarı boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. (p>0,05)

H1d: 'Boş zaman değerlendirme boyutunun, genel not ortalaması üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin reddedildiği ve boş zaman değerlendirme boyutunun genel not ortalaması üzerinde bir etkiye sahip olmadığı görülmektedir. (p>0,05)

'H2: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre oluşturma bağımlı değişken, e-spor motivasyon ölçeğindeki duygu ve beceri, rekabet ve başarı, boş zaman değerlendirme ve ilişkisel benlik faktörleri bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen veriler Tablo 5'te gösterilmiştir.

**Tablo 2.** E-Spor Motivasyonunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmada Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı			
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R <sup>2</sup>
Sabit (Constant)	0,18	0,153		1,178	0				
Ortalama Duygu ve Beceri	0,586	0,059	0,431	0,6	0	0,699	0,387	2,533	0,583
Ortalama İlişkisel Benlik	0,366	0,044	0,316	0,6	0	0,639	0,331	1,956	
Ortalama Rekabet ve Başarı	0,078	0,046	0,7	0,5	0,089	0,592	0,072	2,248	
Ortalama Boş Zaman Değerlendirme	0,085	0,056	0,64	1,904	0,13	0,595	0,064	2,358	

Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (0,18)=(0,586)\*DBF+(0,336)\*İB

p<0,05

Tablo 5 incelendiğinde; e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir. 'H2: E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin kısmen kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif, anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. F (4,553)= 193,258, P<0,05, ve bağımlı değişken varyansın %58'ini (R<sup>2</sup>=0,58) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, duygu ve beceri faktörünün yeni sosyal çevre oluşturmadaki etkisini ölçmek için oluşturulan:

'H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi kabul edilir (β=0,58, t (553)=0,6, P<0,05)

'H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi kabul edilir ( $\beta = 0,36$ ,  $t(553) = 0,6$ ,  $P < 0,05$ ).

'H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi reddedilir. E-spor rekabet ve başarı faktörünün yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisinin olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

'H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' hipotezi reddedilir. E-spor boş zaman değerlendirme faktörünün yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisinin olmadığı görülmektedir ( $p > 0,05$ ).

'H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, duygu ve beceri faktörünün içerisinde yer alan 14 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 6'da gösterilmiştir.

**Tablo 6.** Duygu ve Beceri Faktörünün Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar			Standartlaştırılmış Katsayılar		%95 Güven Aralığı			Adjusted R <sup>2</sup>	F
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF		
Sabit (Constant)	0,051	0,161		0,316	0,000	-0,27	0,368	2,112	0,53	45,97
DB1. E-spor ile yeni beceriler kazanıyorum	-0,02	0,045	0,022	0,512	0,609	-0,11	0,065	2,073		
DB2. E-spor aktiviteleri özgür hissettiriyor	-0,01	0,041	0,011	-0,27	0,788	-0,09	0,07	2,763		
DB3. E-spor aktivitelerinde oynarken oyuncular ve takımlar hakkındaki bilgimi kullanıyorum	-0,03	0,053	0,022	0,464	0,643	-0,13	0,079	1,695		
DB4. E-spor aktivitelerinin tasarımları ilgimi çekiyor.	0,01	0,038	0,01	0,26	0,795	-0,06	0,084	2,64		
DB5. Canlı grafiklerle E-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum	0,111	0,052	0,102	2,153	0,032	0,01	0,213	2,712		
DB6. E-spor ilgimi çekiyor.	0,033	0,053	0,03	0,625	0,532	-0,07	0,137	3,037		
DB7. E-spor' da stratejilerimi simüle ederim	0,034	0,057	0,03	0,598	0,55	-0,08	0,146	2,286		
DB8. E-spor aktivitelerinde başka bir ben ortaya çıkıyor ve bambaşka bir dünyayı görmemi sağlıyor	-0,02	0,045	0,018	0,418	0,676	-0,11	0,069	2,204		
DB9. E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor	0,121	0,041	0,126	2,924	0,004	0,04	0,203	3,909		
DB10. Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar	0,341	0,06	0,325	5,671	0,000	0,223	0,459	2,166		
DB11. Bazı Spor Aktivitelerinden aldığım keyfi dijital platformdan da aldığım için katılım sağlıyorum	0,011	0,04	0,012	0,271	0,786	-0,07	0,09	3,899		
DB12. Gerçekçi grafikler nedeniyle dijital platformda spor video oyunları oynuyorum	0,012	0,059	0,012	0,202	0,84	-0,1	0,127	2,914		
DB13. E-spor da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.	0,112	0,053	0,103	2,085	0,037	0,006	0,217	3,472		
DB14. E-spor aktivitelerine katıldığım da spor bilgimi de kullanabiliyorum.	0,199	0,063	0,171	3,167	0,002	0,076	0,323	2,112		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)=0,051+(0,111)*DB5+(0,121)*DB9+(0,341)*DB10+(0,112)*DB13+(0,199)*DB14										
p<0,05										

Tablo 6 incelendiğinde; e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir 'H2a: Duygu ve beceri boyutu yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.  $F(14,543) = 45,975$   $P < 0,05$ , ve bağımlı değişken varyansın %53'ünü ( $R^2 = 0,53$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, 'Canlı grafiklerle e-spor aktivitelerinin sanal yönlerinden keyif alıyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta = 0,10$ ,  $t(543) = 2,15$ ,  $P < 0,05$ ). 'E-spor aktiviteleri beni rahatlatıyor.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta = 0,12$ ,  $t(543) = 2,92$ ,  $P < 0,05$ ). 'Spor video oyunları oynuyorum çünkü beni heyecanlandırıyorlar.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta = 0,32$ ,  $t(553) = 5,67$ ,  $P < 0,05$ ). 'E-spor da kendimi geliştireceğime/yükseleceğime inanıyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta = 0,10$ ,  $t(543) = 2,085$ ,  $P < 0,05$ ). 'E-spor aktivitelerine katıldığım da spor bilgimi de kullanabiliyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta = 0,17$ ,  $t(543) = 3,167$ ,  $P < 0,05$ ).

'H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, ilişkisel benlik faktörünün içerisinde yer alan 4 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 7'de gösterilmiştir.

**Tablo 7.** İlişkisel Benlik Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar				%95 Güven Aralığı			F
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF	Adjusted R <sup>2</sup>	
Sabit (Constant)	1,382	0,109		12,68	0	1,168	1,596			
İB1. Çevrem E-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum	0,502	0,045	0,539	11,14	0	0,414	0,591	2,521	0,484	31,6
İB2. Yeni insanlar ile tanışmak için oynuyorum	-0,024	0,035	-0,025	-0,68	0,497	0,094	0,046	1,434		
İB3. Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum	0,099	0,047	0,105	2,124	0,034	0,007	0,191	2,628		
İB4. E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor	0,12	0,039	0,126	3,038	0,002	0,042	0,197	1,866		
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 1,382+(0,502)*İB1+(0,099)*İB3+(0,12)*İB4										
p<0,05										

Tablo 7 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin anlamlı olduğu görülmektedir. 'H2b: İlişkisel benlik boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin kabul edildiği e-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.  $F(4,553)= 131.575$   $P<0,05$ , ve bağımlı değişken varyansın %48'ini ( $R^2=0,48$ ) bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı bulunmuştur. Buna göre, 'Çevrem e-spor aktivitelerine katılmamı istediği için oynuyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta=0,53$ ,  $t(553)=11,14$ ,  $P<0,05$ ). 'Kendimi sanal ortamda daha iyi ifade edebiliyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta=0,10$ ,  $t(553)=2,12$   $P<0,05$ ). 'E-spor aktivitelerine katılıyorum çünkü başkalarıyla bağlantı kurma fırsatları sağlıyor.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmaya olumlu ve anlamlı olarak yordamaktadır ( $\beta=0,12$ ,  $t(553)=3,03$   $P<0,05$ ).

'H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, rekabet ve başarı faktörünün içerisinde yer alan 4 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 8'de gösterilmiştir.

**Tablo 8.** Rekabet ve Başarı Boyutunun, Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar				%95 Güven Aralığı			
	B	Standart Hata	Beta	t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF		
Sabit (Constant)	1,579	0,13		12,138	0	1,324				
RB3. E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor	2,69	0,062	0,293	4,361	0	0,148	0,369	55,168		
RB4. E-spor bana popülerlik kazandırıyor	0,062	0,062	0,067	0,989	0,323	-0,061				
RB5. Başkalarına da en iyi olduğumu kanıtlamak için	-0,021	0,05	-0,024	-0,423	0,672	-0,119				
RB6. Birine karşı kaybettiğimde, hemen onu yenmek için tekrar oynamak istiyorum	0,011	0,042	0,012	0,26	0,795	-0,072				
RB7. E-spor'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli	0,155	0,054	0,167	2,872	0,004	0,049				
RB8. E-spor'da başarılı olduğum için oynuyorum	0,176	0,052	0,18	3,395	0,001	0,074				
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 1,579+(2,69)*RB3+(0,155)*RB7+(0,176)*RB8										
p<0,05										

Tablo 8 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin her ne kadar anlamlı olduğu görülse de bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Tablo 5'te anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. 'H2c: Rekabet ve başarı boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, 'E-spor bana statü ve saygınlık kazandırıyor.' maddesi, 'E-spor'da en hızlı ve en yetenekli kişi olmak benim için önemli.' maddesi,

'E-spor'da başarılı olduğum için oynuyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır (P<0,05).

'H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotezin analizi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analizde yeni sosyal çevre bağımlı değişken, boş zaman değerlendirme faktörünün içerisinde yer alan 6 madde bağımsız değişken olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 9'da gösterilmiştir.

**Tablo 9.** Boş Zaman Değerlendirme Boyutunun Yeni Sosyal Çevre Oluşturmadaki Etkisi

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Beta	Standartlaştırılmış Katsayılar			%95 Güven Aralığı			Adjusted R <sup>2</sup>	F
	B	Standart Hata		t	P	Üst Sınır	Alt Sınır	VIF			
Sabit (Constant)	0,484	0,173		2,788	0,05	0,143	0,824				
BZD1. E-spor, ciddi boş zaman aktivitesi olarak tempomun değişmesini sağlıyor sağlıyor.	0,78	0,053	0,074	1,486	0,138	-0,025	0,182	2,243	0,38	59,6	
BZD2. E-spor oyunlarına kolay ulaşıldığı için tercih ediyorum.	0,04	0,042	0,041	0,95	0,343	-0,043	0,123	1,682			
BZD3. E-spor normal rutinininden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.	0,096	0,047	0,094	2,059	0,04	0,004	0,198	1,894			
BZD4. E-spor diğer boş zaman aktivitelerinden daha çok beni oyalar/ daha çok dikkatimi dağıtır.	0,014	0,043	0,014	0,327	0,744	-0,07	0,098	1,639			
BZD5. E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar	0,338	0,049	0,322	6,891	0	0,242	0,435	1,984			
BZD6. E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum	0,233	0,055	0,21	4,237	0	0,125	0,341	2,238			
Yeni Sosyal Çevre Oluşturma (Sabit)= 0,484+(0,096)*BZD3+(0,338)*BZD5+(0,233)*BZD6											
p<0,05											

Tablo 9 incelendiğinde; E-spor motivasyonunun yeni sosyal çevre oluşturma üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizine göre kurulan modelin her ne kadar anlamlı olduğu görülse de bir bütün olarak değerlendirildiğinde, Tablo 5'te anlamsız olduğu ortaya çıkmıştır. 'H2d: Boş zaman değerlendirme boyutu, yeni sosyal çevre oluşturmada anlamlı bir etkisi vardır.' şeklinde oluşturulan hipotez reddedilmiştir. Rekabet ve başarı faktörünün alt maddeleri incelendiğinde, 'E-spor normal rutinininden çıkıp mola vermeme yardımcı olur.' maddesi, 'E-spor gerçek hayattaki problemlerden uzaklaşmamı sağlar.' maddesi, 'E-spor aktivitelerine müsait olduğumda ne zaman istersem katılabiliyorum.' maddesi yeni sosyal çevre oluşturmada kısmen olumlu ve anlamlı olarak katkısı bulunmaktadır. (P<0,05).

## Sonuç ve Tartışma

Bu araştırmada, Türkiye'de 90 ilde e-spor kulübü ve takımı bulunan üniversitelerde e-spor oynayan öğrencilerin motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır.

Literatürdeki araştırmalar incelendiğinde; Farklı bilim alanlarında incelenen e-spora yönelik; E-spor'un kavram olarak spor olarak sayılıp sayılmayacağı, e-sporun gelişimi için yapılması gerekenler, e-sporun hukuki boyutları, e-spor pazarı gibi konulara yer verilmiştir. E-spor ile genel not ortalamasını içeren çalışmalar incelendiğinde; Harris ve Williams (1985), Anand (2007), Stinebrickner ve Stinebrickner (2008) çalışmalarında zamanını daha fazla e-spora ayıran öğrencilerin, zamanını daha az e-spora ayıran öğrencilere göre daha düşük not ortalamasına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Goleman (2013) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin e-spor ile genel not ortalaması üzerindeki görüşleri hakkında; konu ile ilgili paylaşılan olumsuz haber akışları, e-postalar, telefon görüşmeleri, tweet'ler, bloglar, çizelgeler vd. ile düşüncelerinin karmaşıklaştığını bildirmiştir. Bununla birlikte, bu çalışmaya katılan çalışmadaki birinci sınıf öğrencileri, diğer sınıflandırmalara göre büyük turnuvalarda daha fazla rekabet ettiklerini ve oyun oynamanın ödevlerini yapmak için bir engel olmadığını algıladıklarını bildirmiştir. Delello ve McWhorter (2017) çalışmalarında; genel olarak öğrencilerin üniversite de ilerledikçe entelektüel ve sosyal olarak olgunlaştığını bildirerek e-spora ayırdıkları vakit konusunda bilinçlendiklerini belirtmişlerdir. Bu aynı zamanda, artan eğitim seviyeleri ile öğrenci genel not ortalamalarının neden daha yüksek olduğunun bir göstergesi olabilir. Yapılan araştırmaların çoğunda günde daha fazla e-spor ile ilgilenen öğrencilerin genel not ortalamalarının daha düşük olduğu kanısına varılmıştır. Araştırma diğer araştırmalardan farklılık göstererek e-spor motivasyonlarının genel not ortalaması üzerinde bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma, diğer araştırmaların bulgularına göre farklılık göstermektedir.

E-spor ile sosyal çevre oluşturma üzerine yapılan çalışmalar incelendiğinde; Kowert vd. (2014), e-sporun tecrit ve yalnızlığı teşvik ettiği yönündeki önyargılar gerçeği yansıtmakta olmayıp aslında sosyal çevrimiçi oyuncular, diğer çevrimiçi oyuncular ve çevrimiçi oyunlara hiç aşına olmayanlar arasında genel arkadaş sayısında hiçbir fark olmadığını bildirmişlerdir. Çevrimiçi oyunların bilgisayar aracılı iletişim için iyi bir araç olduğu ve yeni arkadaşlar edinme ve çevrimdışı arkadaşlıkları sürdürme konusunda duygusal olarak hassas bireylere yardımcı olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde, sosyal kaygılı genç bireyler, çevrimiçi oyunları



gerçek benlikleri olabilecekleri ve sosyal bir atmosfere daha kolay katılabilecekleri çekici bir alan olarak bulmuşlardır (Desjarlais ve Willoughby, 2010).

Tamminen vd. (2015) araştırmalarında; sporcuların öz düzenleme ve kişilerarası düzenleme yaparken sosyal normlar ve takım rolleri gibi sosyal ve bağlamsal faktörleri nasıl dikkate alabileceklerini bildirerek sosyal çevrenin önemini vurgulamışlardır. Bireysel yaşamlarında yalnızlık duygusu yaşayan gençlerin oyun oynayarak kendilerini sosyal bir ortamda yalnızlık duygusunu azalttığını yansıtan araştırmalar da bulunmaktadır (Martončík ve Lokša, 2016; Yılmaz ve Karaca, 2008). Macey ve Hamari (2018)'ye göre; gün boyu e-spor oynayan bir oyuncu toplumsal faaliyetlere katılmadığı ve iletişim kurmadığı için, toplumdaki diğer bireylerden koparak etkileşim eksikliği yaşamaktadır. Bu nedenle sosyal becerilerini kaybetmektedir. Delello vd. (2021) yaptıkları araştırmada; E-spor oynamanın akademik yararlarının neler olduğu sorulduğunda beş ana tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar; sosyal etkileşimler/takım çalışması, gerçek dünya bağlantıları, eleştirel düşünme/problem çözme, burslar, rahatlama, odaklanma ve stres yönetimi konularıdır. Araştırmada, e-spor motivasyonlarının sosyal çevre oluşturma üzerinde olumlu bir etkisinin olması, diğer araştırmaların sonuçlarına göre benzerlik göstermektedir.

Sonuç olarak bu araştırma, işletme alanında e-spor oyuncularının motivasyonlarının genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma değişkenleri üzerine etkilerini incelemeye yönelik ulusal ve uluslararası e-spor üzerine yapılan araştırmalarda üniversitelere yönelik ilk çalışma olarak yer almaktadır. Günümüzde e-sporun bir spor olarak sayılıp sayılmayacağı, olumsuz yönleri, bireyi asosyal olarak nitelendirdiği, e-spor oyuncularının akademik olarak düşük seviyede bulunduğuna dair çalışmalar yer almaktadır. Özellikle Asya ülkelerinde çok gelişmiş potansiyele sahip olan e-spor, ülkemizde 2018 yılında Gençlik ve Spor Bakanlığı'na bağlı Türkiye E-Spor Federasyonu'nun kurulması ile resmileştirilmiştir. E-sporun hızla geliştiği ülkemizde e-spor bir spor mu değil mi gibi konuların tartışılması yerine, e-sporun daha nitelikli ve sağlıklı gelişimi için akademik alanda çalışmalar yapılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Araştırmanın sadece üniversite öğrencileri üzerinde değil Türkiye genelinde tüm öğrenciler üzerine gerçekleştirilmesi başta Türkiye E-spor Federasyonu olmak üzere diğer ilgili kuruluşlara aydınlatıcı bilgiler sağlayacaktır. Ayrıca araştırmada incelenen iki değişken (genel not ortalaması ve yeni sosyal çevre oluşturma) üzerinde; geleneksel sporcular ile e-spor oyuncularını, amatör ve profesyonel e-sporcuların motivasyonlarına yönelik karşılaştırmalı çalışmalar yapılarak, literatüre yeni katkılar sağlanabilir. E-sporun gelişmişlik düzeyinde; ülkemiz ile aynı konumda olan ülkeler arasında; araştırmada incelenen iki değişken üzerinde karşılaştırmalı çalışmalar yapılabilir. Yapılan çalışmalara paralel olarak özellikle turizm ve rekreasyon alanında ülkemizin bulunduğu jeopolitik konumu göz önüne alındığında, e-sporun turizm açısından gelişmesi için akademik çalışmalar yapılabilir. Asya ve Avrupa'yı birleştirici konumda olan ülkemizde e-sporun nitelikli olarak gelişmesi için ülkeler arası akademik protokoller düzenlenebilir. E-sporcuların motivasyonlarının sağlanması konusunda özellikle e-sporcuların yakın çevresi ile (aile, arkadaş, eğitimciler) iletişim sağlanması, farkındalık oluşturulması konusunda yapılacak yeni araştırmalar e-spor ile ilgili ön yargıyı hafifletme konusunda yardımcı olacaktır. E-spor'un ülkemizde gelişmesi için, Türkiye E-spor Federasyonu tarafından yapılan çalıştay ve akademik toplantılarda başta spor alanında e-spor alanında çalışmalar yapmış akademisyenler ile farklı bilim dallarında e-spor alanında araştırmalar yapmış akademisyenlerin katılımının sağlanması ve önerilerine yer verilmesi e-sporun işlevi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Demografik veriler doğrultusunda niş pazarlama sistemine göre oluşturulacak e-spor pazarları gerek sektörel bazda gerekse toplum bazındaki tüm bireylere değer katacaktır. Ülkemizde ve dünyada yer alan her takım, kulüp veya sporcunun desteklenmesinde sponsor desteği yadsınamayacak kadar büyüktür. Özellikle pazarda yer alan markalardan e-sporun gelişmesi için sponsor olarak destek sağlanması e-sporu ülkemizde daha iyi bir seviyeye getireceği düşünülmektedir.

## Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Bu çalışma için Süleyman Demirel Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 103/9 sayılı ve 24.02.2021 tarihli etik kurul izni alınmıştır.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %80; Yazar 2'nin makaleye katkısı %20'dir.

## Kaynakça

- Akman, K., & Can, H. H. (2017). Oryantiring sporu yapan lise öğrencilerinin sporda güdülenme düzeylerinin farklı değişkenler açısından incelenmesi. *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi & Spor Bilimleri Dergisi*, 6(3), 12-21.
- Anand, V. (2007). A study of time management: The correlation between video game usage and academic performance markers. *CyberPsychology & Behavior*, 10(4), 552-559.
- Ayas, E. B. (2020). Comparison of the attitudes towards learning with the participation motivation level in e-sports players. *African Educational Research Journal*, 8(1), 83-89.



- Aycan, A., & Yıldız, K. (2016). 11-14 yaş grubu öğrencilerin spora katılım motivasyonlarının cinsiyetleri açısından incelenmesi. *International Journal of Social Science Research*, 5(2), 1-9.
- Aydoğdu, C., Şahan, A., & Erdem, K. A. (2018). Genç tenisçilerde spora özgü başarı motivasyon düzeyinin müsabaka performansı üzerine etkisinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 18(2), 655-666.
- Babbie, E. (2016). *The practice of social research* (14th ed.). Cengage Learning.
- Bingöl, H., & Gündoğdu, C. (2020). Sporda kariyer planlamasının önemi. M. Özdemir & M. İlkım (Ed.), *Sporda yeni akademik çalışmalar-6* (s. 119-128) içinde. Akademisyen Yayınevi.
- Bora, M. V., & Cengiz, R. (2016). The effects of communication between student athletes and physical education teachers on competition success and motivation. *SHS Web of Conferences*, 31. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20163101016>
- Caniëls, M. C., Chiocchio, F., & Van Loon, N. P. (2019). Collaboration in project teams: The role of mastery and performance climates. *International Journal of Project Management*, 37(1), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ijproman.2018.09.006>
- Cece, V., Lienhart, N., Nicaise, V., Guillet-Descas, E., & Martinet, G. (2019). Longitudinal Sport Motivation Among Young Athletes in Intensive Training Settings: Using Methodological Advances to Explore Temporal Structure of Youth Behavioral Regulation in Sport Questionnaire Scores. *Journal of sport & exercise psychology*, 41(1), 24-35. <https://doi.org/10.1123/jsep.2017-0194>
- Chaffey, D., & Patron, M. (2012). From web analytics to digital marketing optimization: Increasing the commercial value of digital analytics. *Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice*, 14, 30-45.
- Cranmer, E. E., Han, D. I. D., Van Gisbergen, M., & Jung, T. (2021). Esports matrix: Structuring the esports research agenda. *Computers in Human Behavior*, 117, 106671. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106671>
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik: SPSS & LISREL uygulamaları*. Pegem Akademi.
- Delello, J. A., & McWhorter, R. R. (2017). Reducing the digital divide: Connecting older adults to iPad technology. *Journal of Applied Gerontology*, 36(1), 3-28. <https://doi.org/10.1177/0733464815589985>
- Delello, J. A., McWhorter, R. R., Roberts, P., Dockery, H. S., De Giuseppe, T. & Corona, F. (2021). The rise of esports: Insights into the perceived benefits and risks for college students. *International Journal of eSports Research*, 1(1), 1-19.
- Desjarlais, M., & Willoughby, T. (2010). A longitudinal study of the relation between adolescent boys and girls' computer use with friends and friendship quality: Support for the social compensation or the rich-get-richer hypothesis? *Computers in Human Behavior*, 26(5), 896-905.
- Ekmekçi, R. (2016). Spor yönetimine giriş: Temel konular. H. N. Basım & M. Argan (Ed.), *Spor yönetimi* içinde (s. 2-32). Detay Yayıncılık.
- Goleman, D. (2013). *Focus: The hidden driver of excellence*. HarperCollins.
- Gül, M., Gül, O. & Uzun, R. (2019). Participation motivation scale for e-sports: validity and reliability study (PMSES). *Turkish Journal of Sport and Exercise*, 21(2), 281-294.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is esports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2), 211-232. <https://doi.org/10.1108/IntR-04-2016-0085>
- Harris, M. B., & Williams, R. (1985). Video games and school performance. *Education*, 105(3), 306-309.
- Himmelstein, D., Liu, Y., & Shapiro, J. L. (2017). An exploration of mental skills among competitive league of legend players. *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations*, 9(2), 1-21.
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual(ly) athletes: Where esports fit within the definition of "Sport". *Quest*, 69(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/00336297.2016.1144517>
- Kim, Y. H., Duncan, J. & Chung, B. W. (2015). Involvement, satisfaction, perceived value, and revisit intention: A case study of a food festival. *Journal of Culinary Science & Technology*, 13(2), 133-158.
- Kocadağ, M. (2017). Elektronik spor kariyeri & eğitim, *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1(2), 49-63.
- Kowert, R., Domahidi, E. & Quandt, T. (2014). The relationship between online video game involvement and gaming-related friendships among emotionally sensitive individuals. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(7), 447-453. <https://doi.org/10.1089%2Fcyber.2013.0656>
- Li, M., Li, W., Kim, J., Xiang, P., Xin, F., & Tang, Y. (2021). A conceptual model of perceived motor skill competence, successful practice trials, and motor skill performance in physical education. *Journal of Teaching in Physical Education*, 40(4), 635-641. <https://doi.org/10.1123/jtpe.2020-0141>

- Lodewyk, K. R., & Muir, A. (2017). High school females' emotions, self-efficacy, and attributions during soccer and fitness testing in physical education. *Physical Educator*, 74(2), 269-295. <https://doi.org/10.18666/TPE-2017-V74-I2-7136>
- Lokhman, N., Karashchuk, O., & Kornilova, O. (2018). Analysis of eSports as a commercial activity. *Problems and Perspectives in Management*, 16(1), 207-213. [https://doi.org/10.21511/ppm.16\(1\).2018.20](https://doi.org/10.21511/ppm.16(1).2018.20)
- Macey, J., & Hamari, J. (2018). Investigating relationships between video gaming, spectating esports, and gambling. *Computers in Human Behavior*, 80, 344-353. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.11.027>
- Martončík, M., & Lokša, J. (2016). Do World of Warcraft (MMORPG) players experience less loneliness and social anxiety in online world (virtual environment) than in real world (offline)? *Computers in Human Behavior*, 56, 127-134.
- Moravec, M., & Ágoston, N. (2019). Study success as a function of out-of-school sports activities. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Educatio Artis Gymnasticae*, 64(2), 5-16. [https://doi.org/10.24193/subbeag.64\(2\).10](https://doi.org/10.24193/subbeag.64(2).10)
- Morgan, C. C. (2016). *Trauma fractures and the brutality of sport: exploring evidence of gaming in the Mississippian Southeast* [Doctoral dissertation]. University of Alabama.
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., & Yasacı, Z. (2018). E-spor oyuncularının demografik özellikleri, oyun oynama süreleri & başarılarını etkileyen faktörler. *Bağımlılık Dergisi*, 19(4), 115-122.
- Nazlı, R. S., & Yağmur, F. (2021). Sporun yeni yüzü: E-sporcuların e-spora yönelik düşünceleri. *International Journal of Communication and Media Research*, 1(2), 108-119.
- Nosowitz, D. (2008). *Retromodo: Tennis for two, the world's first graphical videogame*. <https://web.archive.org/web/20160624071722/http://gizmodo.com/5080541/retromodo-tennis-for-two-the-worlds-first-graphical-videogame> adresinden 27 Eylül 2022 tarihinde erişilmiştir.
- Öz, N. D., & Üstün, F. (2019). E-spor katılım motivasyonu ölçeğinin (EKMÖ) geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Türk Spor Bilimleri Dergisi*, 2(2), 115-125.
- Özdenk, S. (2018). Beden eğitimi ve spor, faydaları, önemi ve sınıflandırılması. M. Eraslan (Ed.), *Spor bilimlerinde akademik araştırmalar*. (s. 77 -89) içinde. Gece Kitaplığı.
- Parry, J. (2018). E-sports are not sports. *Sport, Ethics and Philosophy*, 13(1), 3-18. <https://doi.org/10.1080/17511321.2018.1489419>
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudianto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *The Bottom Line*, 32(1), 2-15.
- Saleh, H. H., Nsaif, W. S., & Rashied, L. T. (2018). Are an electronic sports phenomena will become a sport for the future? Some of opportunities and risks. In *The first international scientific conference, faculty of physical education and sports sciences* (p. 704-715). Diyala.
- Seo, Y. (2016). Professionalized consumption and identity transformations in the field of eSports. *Journal of Business Research*, 69(1), 264-272.
- Stinebrickner, R., & Stinebrickner, T. R. (2008). The causal effect of studying on academic performance. *The BE Journal of Economic Analysis & Policy*, 8(1), 1-55. <https://doi.org/10.2202/1935-1682.1868>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Experimental designs using anova*. Thomson Brooks Cole.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2013). *Using multivariate statistics*. Pearson.
- Tamminen, K. A., Palmateer, T., Denton, M., Eys, M. A., Crocker, P. R., & Sabiston, C. M. (2015). An interpretive analysis of the social functions of emotions in sport. *Journal of Exercise, Movement, and Sport*, 47(1), 131.
- Uysal, A. (2005). *Üç boyutlu bilgisayar oyunları görsel tasarımı* [Yüksek Lisans Tezi]. Anadolu Üniversitesi.
- Weiner, J. & Dwyer, B. (2017). A new player in the game: Examining differences in motives and consumption between traditional, hybrid, and daily fantasy sport users. *Sport Marketing Quarterly*, 26(3), 140-152.
- Williams, P., Soutar, G., Ashill, N. J. & Naumann, E. (2017). Value drivers and adventure tourism: A comparative analysis of Japanese and Western consumers. *Journal of Service Theory and Practice*. 27(1), 102-122.
- Wilson, S. G., M. J., & Baker, J. (2019). Parental sport achievement and the development of athlete expertise. *European Journal of Sport Science*, 19, 661- 670. <https://doi.org/10.1080/17461391.2018.1551424>
- Yılmaz, E., & Karaca, F. (2008). Üniversite öğrencilerinin sosyal destek ve yalnızlık düzeylerinin incelenmesi. *Genel Tıp Dergisi*, 18(2), 71-79.

Araştırma Makalesi / Research Article

## Z Kuşağının Teknoloji Bağımlılığı Türü Sanal Mağduriyet Eğilimlerini Etkiler Mi? Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF Örneği\* \*\*

*Does The Type of Technology Addiction of Generation Z Affect Their Cyber Victimization Tendencies? Manisa Celal Bayar University Feas Example*

Hilmiye Türesin<sup>1</sup>  
Fatma Nur Alban<sup>2</sup>

### MAKALE BİLGİSİ

**Başvuru:** 20.07.2024  
**Revizyon 1:** 10.08.2024  
**Revizyon 2:** 21.08.2024  
**Kabul:** 21.08.2024  
**Yayın:** 31.08.2024

**Anahtar Kelimeler**  
*Sanal Mağduriyet  
Teknoloji Bağımlılığı  
Z Kuşağı  
Üniversite Öğrencileri*

**Jel Kodları**  
*C12, I23*

### ÖZ

Bu çalışmanın amacı Z kuşağını temsil eden lisans öğrencilerinin teknoloji bağımlılığı türünü, sanal mağduriyet eğilimlerini ve bu değişkenler arasındaki nedensel ilişkiyi belirlemektir. Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören 544'ü kadın 391'i erkek olmak üzere toplam 895 öğrenci çalışmanın örneklemini oluşturmaktadır. Teknoloji bağımlılığının alt boyutlarından ve bağımsız değişkenlerden web sitelerini kullanmanın dışındaki, sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma ve çevrimiçi oyun oynama değişkenlerinin sanal mağduriyet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. En yüksek etki çevrimiçi oyun oynamaya ait olmakla birlikte ( $\beta=0.201$ , S.H.=0.019,  $p<0.001$ ) anlık mesajlaşmanın ( $\beta=0.151$ , S.H.=0.029,  $p<0.001$ ) ve sosyal ağ kullanmanın ( $\beta=0.100$ , S.H.=0.030,  $p<0.001$ ) sanal mağduriyet üzerine etkileri benzer düzeyde gerçekleşmektedir. Bulgular sanal mağdur olmada teknoloji bağımlılığı türlerinden üçünün etkili olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan öğrencilerin çevrim içi oyun oynama, anlık mesajlaşma ve sosyal ağ kullanma düzeyleri arttıkça sanal mağduriyet yaşamaları artmaktadır. Teknoloji bağımlılığı türlerini azaltılmasının sanal mağduriyeti azaltmada etkili unsurlardan biri olduğu görülmektedir. Bu çalışmayla teknoloji bağımlılığı türü ve sanal mağduriyet eğilimi hakkında yapılan çalışmalara katkı sağlanmaktadır.

### MANUSCRIPT INFO

**Submitted:** 20.07.2024  
**Revised (1):** 10.08.2024  
**Revised (2):** 21.08.2024  
**Accepted:** 21.08.2024  
**Published:** 31.08.2024

**Keywords**  
*Cyber Victimization  
Technology Addiction  
Generation Z  
University Students*

**Jel Codes**  
*C12, I23*

### ABSTRACT

The aim of this study is to determine the type of technology addiction, cyber victimization tendencies, and the causal relationship between these variables among undergraduate students representing Generation Z. A total of 895 students, including 544 female and 391 male students, from the Faculty of Economics and Administrative Sciences at Manisa Celal Bayar University constitute the sample of the study. In addition to using websites, which are among the sub-dimensions of technology addiction and independent variables, using social networks, instant messaging, and playing online games have a significant effect on virtual victimization. Although the highest effect is attributed to playing online games ( $\beta=0.201$ , S.E.=0.019,  $p<0.001$ ), instant messaging ( $\beta=0.151$ , S.E.=0.029,  $p<0.001$ ) and using social networks ( $\beta=0.100$ , S.E.=0.030,  $p<0.001$ ) also have significant effects on cyber victimization. The findings show that all three types of technology addiction are effective in cyber victimization. According to the analysis results, as the level of online gaming, instant messaging, and social networking usage among the students increases, their experience of cyber victimization also increases. It appears that reducing types of technology addiction could be an effective factor in decreasing cyber victimization. This study contributes to research on technology addiction and tendencies toward cyber victimization.

**Önerilen Atf**  
*Suggested Citation*

Türesin, H., & Alban, F. N. (2024). Z kuşağının teknoloji bağımlılığı türü sanal mağduriyet eğilimlerini etkiler mi? Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 85-96.

\* Bu çalışma, TÜBİTAK Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı (BİDEB) tarafından yürütülen, 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı, 2022 yılı 2. dönem projesi (Proje No: 1919B012213815) tarafından desteklenmektedir.

\*\* Bu çalışma için Manisa Celal Bayar Üniversitesi Etik Kurulu'ndan E-050.01.04-556210 sayılı ve 02.06.2023 tarihli etik kurul izni alınmıştır.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, hilmiye.turesin@cbu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-7050-0495>

<sup>2</sup> Lisans Mezunu, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, fatmanuralban288201@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0000-8619-2506>

## **EXTENDED SUMMARY**

### **Introduction and Research Purpose**

It is well known that young people extensively use technological products and the internet. Reports from our country also suggest that Generation Z spends a significant portion of their daily lives using technological products such as computers, smartphones, tablets, and others. This intense usage can lead to the development of technology addiction. Excessive and harmful use of technology is indicative of technology addiction. Such use is associated with cyberbullying and cyber victimization. Cyberbullying is characterized by the conscious use of communication technologies to harm others in the virtual environment, while those exposed to such bullying experience cyber victimization. Individuals who experience cyber victimization often suffer from issues such as anxiety, concentration problems, and sleep disturbances, making them more prone to depression and reduced life satisfaction. Therefore, this study aims to identify the types of technology addiction and the levels of exposure to cyberbullying among university students. Additionally, the study seeks to determine how technology addiction and its sub-dimensions affect the level of cyber victimization. Another objective is to investigate whether technology addiction and cyber victimization, along with their sub-dimensions, show significant differences based on gender, department, and class.

### **Methodology**

In the research, the field research method was used, with surveys as the data collection technique. Convenience and snowball sampling methods were employed for sample selection. To determine the level and types of technology addiction among the participants, the "Technology Addiction Scale" developed by Aydın (2017) was used. To assess the levels of cyberbullying, the "Cyberbullying Scale" developed by Stewart et al. (2014) and adapted to Turkish by Küçük (2016) was utilized. The Technology Addiction Scale consists of 24 items and 4 dimensions: social network usage, instant messaging, online gaming, and website usage. The Cyberbullying Scale has 13 items and 2 dimensions: emotional harm and humiliation; and exclusion and violence. Questions aimed at gathering information about gender, department, class, the most frequently used technological product (one of the options: desktop computer, smartphone, laptop, tablet, other—please specify), and daily hours of technological product usage (one of the options: 0-1 hour, 1-2 hours, 2-3 hours, 3-4 hours, 5-6 hours, more than 6 hours) were also added to the form. The sample was stratified so that each department of the Faculty of Economics and Administrative Sciences at Manisa Celal Bayar University represented a separate stratum. The sample consisted of students in the 1st, 2nd, 3rd, and 4th grades during the fall semester of the 2023-2024 academic year. The Faculty of Economics and Administrative Sciences at Manisa Celal Bayar University includes 7 departments that offer face-to-face education: Economics, Business Administration, Finance, Labor Economics and Industrial Relations, Econometrics, Public Administration, and Political Science and International Relations. When examining the reliability and validity of the scales, it was found that the values were at an acceptable level.

### **Findings**

It is observed that the vast majority of students primarily use smartphones during the day. Additionally, 35 students reported using laptops, while 26 reported using desktop computers. A total of 226 students reported spending more than 6 hours a day on technological devices. Furthermore, 272 students spend 3-4 hours, and 284 students spend 5-6 hours a day using these devices. A total of 163 students reported being most frequently harassed via social networking sites and text messages (such as SMS) in the last few months. Women are observed to experience both types of harassment more intensely than men. Seventy students reported being harassed via instant messaging, and 63 reported being harassed through chat rooms. Again, women were more frequently harassed via these methods compared to men. Sixty-three students admitted to harassing others through text messages (such as SMS) in the last few months, and fifty-four students reported using social networking sites to harass others. It is noteworthy that each of the nine different harassment methods was employed by varying numbers of students. Female students were found to have higher levels of social network usage, instant messaging, and website usage than male students. Female students have higher addiction levels to instant messaging and website usage compared to male students. However, male students have a significantly higher addiction to online gaming than female students. There is a significant and positive relationship between all types of technology addiction and cyber victimization. Students with high levels of social network usage, instant messaging, online gaming, and website usage also experience higher levels of cyber victimization. According to the analysis results, as levels of online gaming, instant messaging, and social network usage increase among participating students, their experiences of cyber victimization also increase.

### **Conclusion and Discussion**

It is observed that 862 students, the majority, primarily use smartphones during the day. Research indicates that young people with high smartphone addiction often experience loneliness and social phobia. It can be inferred that the students involved in this study may face similar risks. Students who spend a significant portion of their day on technological devices may be at risk of developing psychiatric disorders such as attention deficit/hyperactivity disorder, obsessive-compulsive disorder, anxiety, and depression. The research results show that anyone, regardless of gender, can be a victim of cyberbullying. As the levels of online gaming, instant messaging, and social network usage increase among participating students, their likelihood of experiencing cyber victimization also rises. Those identified as cyber victims tend to have the most negative scores in psychological health, physical health, and academic performance. Therefore, programs and policies designed to protect young people effectively should be developed. To prevent addictive use of technological tools and online platforms, training, campaigns, and seminars aimed at promoting responsible use of these media should be organized. Participation in these activities should be encouraged among young people.

## Giriş

Türkiye İstatistik Kurumu'nun Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması'na (2023) göre evden internete erişim imkânı olan hanelerin oranı %95.5'dir. 16-74 yaş grubunda internet kullanan bireylerin oranı ise %87.1'dir. Öte yandan, yine TÜİK'in yayınladığı İstatistiklerle Gençlik, 2022 Raporu'na (1) göre 15-24 yaş grubundaki genç nüfus, toplam nüfusun %15.2'sini oluşturmaktadır. Genç nüfusun %70.3'ünü ise 18-24 yaş grubu oluşturmaktadır. Z kuşağını temsil eden lisans öğrencilerinin yer aldığı bu grubun, genç nüfusun büyük çoğunluğunu temsil ettiği görülmektedir. 16-24 yaş grubundaki genç nüfusun internet kullanım oranı %96.9 iken, bu oran erkeklerde %98.4, kadınlarda %96.6'dır. Bilgisayarlar, akıllı telefonlar, tabletler vb. teknolojik ürünlerin günlük hayatın en önemli parçalarından bir olarak kabul edildiği görülmektedir. Öte yandan, bazı araştırmalarda (Kuss vd., 2012; Eleuteri vd., 2017) teknolojik ürünlerin ve internetin yoğun olarak kullanımının özellikle gençler için oldukça riskli olduğu ileri sürülmektedir. Bu risklerden en önemlilerinden biri olarak teknoloji bağımlılığının artması (Kuss ve Billieux, 2017) gösterilmektedir. Bağımlılık yapıcı kullanım, davranışı gerçekleştirmek için kontrol edilemeyen bir motivasyonla hareket etmek ve diğer önemli yaşam alanlarına zarar verecek düzeyde çok zaman ve çaba harcamak ile ve çevrimiçi etkinliklerle ilgili aşırı endişe duymak ile karakterize edilmektedir (Andreassen ve Pallesen, 2014). Griffiths (1996) teknoloji bağımlılığını, insan-makine etkileşimini içeren davranışsal bağımlılıklar olarak tanımlamıştır. Bazıları ise teknoloji bağımlılığı kavramından ziyade teknolojik ürünlerin sorunlu kullanımına işaret etmektedir (Panova ve Carbonell, 2018). Her iki yaklaşımda da teknolojik ürünlerin aşırı ve zararlı kullanımının ifade edilmeye çalışıldığı açıktır. İnternet, sosyal medya, dijital oyun ve akıllı telefon bağımlılıkları teknoloji bağımlılığının türlerindedir (Gugliandolo vd., 2020; Savcı ve Aysan, 2017). Yapılan başka bir sınıflandırmaya göre, teknolojik bağımlılıklar aktif (bilgisayar oyunları gibi) ve pasif (televizyon gibi) olarak belirtilmektedir. Buna göre, internet bağımlılığı sanal alemin soyutluğu içinde çok boyutlu davranışları içeren aktif bir teknoloji bağımlılığıdır. Çevrimiçi kumar, sanal ilişki kurma ve sürdürme, online alışveriş vb. bağımlılıklar internet bağımlılığı türlerinden sayılmaktadır (Caretti ve Craparo, 2009).

Kuşak sınıflandırmaları ülkelerin siyasi, sosyal ve teknolojik gelişmelerine göre yapılmaktadır. Yerli yazındaki genel kabule göre (Altunbay ve Bıçak, 2018; Eratlı Şirin vd., 2023; Hafizoğlu, 2021) 2000-2020 yılları arasında doğanlar Z kuşağı olarak isimlendirilmektedir. 2000 ve sonraki yıllarda teknolojinin içine doğan ve teknolojiyle içli dışlı olarak teknolojiyi ileri derecede kullanan Z kuşağı gençlerinin en belirgin özelliklerinden biri teknoloji bağımlılığıdır (Toprakçı-Alp vd., 2019). Yıllar itibarıyla de bu bağımlılık düzeyinin artacağı ileri sürülmektedir (Kavalcı ve Ünal, 2016). Z kuşağı gençleri ileri teknolojinin içine doğdukları ve bunun içinde yetiştiklerinden dolayı sanal dünya ile ilgili önceki kuşaklardan çok daha fazla bilgiye sahiptirler (Mercan, 2016).

Zorbalığın temel çeşitleri fiziksel, sözlü, ilişkisel (sosyal dışlama gibi) ve sanal (cep telefonları ve internet yoluyla olan gibi) olarak belirtilmektedir (Smith vd., 2019). Online teknolojilerin yoğun bir şekilde kullanımının sosyal izolasyona ve sanal zorbalığa neden olduğu ileri sürülmektedir (Best vd., 2014). Gençlerin hem sanal zorbalık yapma hem de sanal mağduriyet yaşama potansiyelleri oldukça yüksektir (Erdur Baker, 2010; Slonje vd., 2013). Sanal zorbalık, gençler arasındaki sosyal problemlerden biri olarak da kabul edilmektedir (Çakır, 2020; Dursun vd., 2020). Sanal ortamdaki iletişim teknolojilerini diğerlerine zarar vermek ve onları yıldırma amacıyla kasıtlı olarak kullanmak sanal zorbalığa işaret etmektedir (Holladay, 2010). Smith vd. (2008) göre sanal zorbalık eyleminde bulunanlar, kendini savunmayacak kişilere karşı elektronik araçlar vasıtasıyla düzenli ve kasıtlı olarak zarar verme amacı gütmektedir. Bireyler cep telefonları, bilgisayarlar, tablet vb. araçlar yoluyla e-posta, internet siteleri, sosyal medya, çevrimiçi forumlar ve çevrimiçi oyunlar, kısa mesajlar gibi birçok ortamda sanal zorbalığa maruz kalmaktadırlar (Kowalski vd., 2014; Mehari vd., 2014). Sanal zorbalığa maruz kalanlar kırgınlık, kaygı, üzüntü, uyku ve konsantrasyon sorunları yaşamaktadırlar (Dursun vd., 2020). Bu kişilerin özsaygıları ve yaşam doyumları azalmakta, depresyon, kaygı ve yalnızlık hissetmektedirler (Kowalski vd., 2014). Sanal mağduriyet yaşayan kadınların intihar ve depresyon eğilimlerinin daha yüksek olduğu belirtilmektedir (Bauman vd., 2013). Sanal mağduriyet yaşayanların birçok psikolojik ve psikosomatik rahatsızlıklar yaşadıkları söylenebilir.

Çeşitli araştırmalarda (Akay, 2023; Güngör ve Koçak, 2005; Lee ve Lee, 2017) en önemli teknoloji bağımlılığı türünün akıllı telefon olduğu görülmektedir. Bazı çalışmalarda ise (Enez ve Darçın, 2016; Güngör ve Koçak, 2005) teknoloji bağımlılığının olumsuz sonuçlarından bahsedilmektedir. Bu sonuçlardan biri sanal mağduriyet olarak belirtilmektedir. Sanal mağduriyeti kadınların erkeklerden daha fazla yaşadığını gösteren araştırma sonuçları (Smith vd., 2009 ve Waasdorp ve Bradshaw, 2015) bulunmaktadır. Öte yandan, problemler internet kullanımının sanal zorbalık davranışlarını arttırdığına (Demir ve Seferoğlu, 2016; Üner ve Koç, 2017) yönelik çalışmalar bulunmakla birlikte; bu araştırma diğer araştırmalardan farklı olarak, lisans öğrencileri örnekleminde hem teknoloji bağımlılığı türlerini hem de bu bağımlılık türlerinin öğrencilerin sanal mağduriyet eğilimlerini hangi düzeyde etkilediğini göstermesi açısından önemlidir. Teknoloji bağımlılığı türlerinin belirlenmesinin önleyici rehberlik uygulamaları ve etkinlikleri başlatabilmede yol gösterici olduğu düşünülmektedir. Bunun alandaki uygulayıcılar için de önemli olduğu söylenebilir. Bu nedenlerle, çalışmada şu hipotezler test edilmiştir:

H<sub>1</sub>: Teknoloji bağımlılığı ve alt boyutları sanal mağduriyeti farklı düzeylerde etkilemektedir.

H<sub>2</sub>: Teknoloji bağımlılığı ve alt boyutlarının düzeyi çeşitli değişkenler (cinsiyet, bölüm, sınıf) açısından anlamlı fark göstermektedir.

H<sub>3</sub>: Sanal mağduriyet ve alt boyutlarının düzeyi çeşitli değişkenler (cinsiyet, bölüm, sınıf) açısından anlamlı fark göstermektedir.

## 1. Yöntem

Araştırmada alan araştırması yöntemi, veri toplama tekniği olarak anket, araştırmanın örnekleminin seçiminde kolayda ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde ulaşılması en kolay ve en az maliyetli kişiler seçilmektedir (Benoot vd., 2016). Kartopu örnekleme yönteminde katılımcılar araştırmacıyı yönlendirmekte, referans olarak seçilen kişi aracılığıyla diğer katılımcılara ulaşılmaktadır (Noy, 2008). Araştırmanın amacına yönelik bir soru formu hazırlanmıştır. Cinsiyet, bölüm, sınıf, en çok kullanılan teknolojik ürün (masaüstü bilgisayar, akıllı telefon, dizüstü bilgisayar, tablet bilgisayar, diğer -lütfe

yazınız- seçeneklerinden biri seçilecek) ve gün içinde teknolojik ürün kullanım saati (0-1 saat, 1-2 saat, 2-3 saat, 3-4 saat, 5-6 saat, 6 saatten fazla seçeneklerinden biri seçilecek) dağılımına ilişkin bilgi almaya yönelik sorular da forma eklenmiştir.

### 1.1. Örneklem

Manisa Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nin her bölümü ayrı birer tabakayı oluşturacak şekilde örneklem belirlenmiştir. Her tabakaya bağlı 2023-2024 yılları arasındaki güz öğretim döneminde 1., 2., 3. ve 4. sınıflarında öğrenim gören öğrenciler arasından örneklem oluşturulmuştur. Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF bünyesinde yüz yüze eğitim veren İktisat, İşletme, Maliye, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Ekonometri, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler olmak üzere 7 bölüm bulunmaktadır.

### 1.2. Uygulama

Anket verileri katılımcılarla bizzat görüşülerek yüz yüze toplanmıştır. Ölçme araçları uygulanmadan önce katılımcılara araştırmanın konusu, amacı, önemi ve süresi hakkında bilgi verilmiştir. Derslerin başlamasından kısa süre önce sınıflara gidilerek en fazla katılımın sağlanması amaçlanmıştır. Bu çalışma için Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu'ndan 02.06.2023 tarih ve E-050.01.04-556210 sayılı kararına göre etik kurul izni alınmıştır.

### 1.3. Ölçekler

Araştırmaya katılanların teknoloji bağımlılığı düzeyini ve türlerini tespit etmek üzere Aydın (2017) tarafından geliştirilen "Teknoloji Bağımlılığı Ölçeği"; sanal zorbalık düzeylerini tespit üzere Stewart vd. (2014) tarafından geliştirilen ve Küçük (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Siber Zorbalık Ölçeği" kullanılmıştır. Teknoloji Bağımlılığı Ölçeği 24 madde ve 4 boyuttan (sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma, çevrimiçi oyun oynama ve web siteleri kullanma) oluşmaktadır. Maddelere ilişkin katılım düzeyini belirlemek için 5'li likert ölçeği (1-hiçbir zaman gösterilmiyorsa, 2-nadiren gösteriliyorsa, 3-orta sıklıkta gösteriliyorsa, 4-çok sık gösteriliyorsa, 5- her zaman gösteriliyorsa) kullanılmıştır. "Sosyal ağlarda olmadığım zamanlarda, en son bağlandığımda yaptıklarımı düşünüyorum", "Anlık mesajlaşma uygulamalarını kullanırken çok zaman harcıyorum", "Çevrimiçi oyun oynayabilmek için uykusuz kaldığım geceler oluyor" ve "Web sitelerinde gezinmek için derslerimi ihmal ediyorum" maddeleri her bir boyut için sırasıyla örnek verilebilir. Siber Zorbalık Ölçeği ise 2 boyut (duygusal zarar görme ve aşağılanma; dışlanma ve şiddet) ve 13 maddeden oluşmaktadır. Siber Zorbalık Ölçeği'ndeki maddelere ilişkin katılım düzeyini belirlemek için 5'li likert ölçeği (1- hiç, 2-neredeyse hiç, 3-bazen, 4-hemen hemen her zaman, 5-her zaman) kullanılmıştır. "Başka bir öğrenci yazılı mesaj ya da online ortamda size kaba bir şey söyler mi?" maddesi, Siber Zorbalık Ölçeği'ndeki maddelerden biridir.

Siber zorbalık ölçeğinin ve teknoloji bağımlılığı ölçeğine ait güvenilirlik değerleri Tablo 1'de görülmektedir.

**Tablo 1.** Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri

	Cronbach's Alpha Değerleri
Siber Zorbalık Ölçeği	0.753
Sasyal ağ kullanma boyutu	0.653
Anlık mesajlaşma boyutu	0.678
Çevrimiçi oyun oynama boyutu	0.775
Web siteleri kullanma boyutu	0.664

Ölçeklerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde, değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmektedir. Teknoloji bağımlılığı ve Sanal Zorbalık ölçeklerinin yapı geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen uyum indekslerine göre yorum yapılmıştır. Bu bağlamda, Karşılaştırmalı Uyum İndeksi (Comparative Fit Index, CFI), Yaklaşık Hataların Ortalama Karekökü (Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA), Ki-kare ve serbestlik derecesi (df) değerleri verilmiştir. Teknoloji bağımlılığı ölçeğinin dört boyutlu yapısı doğrulanmıştır. Ölçeğin dört faktörlü yapısının iyi uyum değerlerine ( $\chi^2=1129$ ,  $df=246$ ,  $\chi^2/df=4.5$ , CFI=0.90, TLI=0.89, RMSEA=0.06) sahip olduğu görülmektedir. Siber zorbalık ölçeğinin tek boyutlu yapısı doğrulanmıştır. Ölçeğin tek faktörlü yapısının iyi uyum değerlerine ( $\chi^2=652$ ,  $df=97$ ,  $\chi^2/df=6.7$ , CFI=0.91, TLI=0.89, RMSEA=0.08) sahip olduğu görülmektedir. Her iki ölçeğin orijinal yapısının Türkçeye uyarlanmış yapısının bu veri setiyle uyduğu görülmektedir.

### 1.4. Veri Analizi

Verilerin analizi sürecinde SPSS (Statistical Package for Sciences) ve Jamovi istatistiksel paket programı kullanılmıştır. Demografik bilgilere ilişkin frekans dağılımları yapılmıştır. Bağımlı değişken olarak düşünülen sanal zorbalık ve bağımsız değişken olarak düşünülen teknoloji bağımlılığı türleri düzeylerinin, kapalı-uçlu sorulara göre anlamlı fark gösterip göstermediğini belirlemek için fark testleri yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişki ve nedensellik analizleri yapılmıştır. Kullanılan ölçeklerin toplanan veriler tarafından doğrulanıp doğrulanmadığını tespit etmek üzere doğrulayıcı faktör analizi de yapılmıştır.

#### 1.4. Bulgular

Araştırmaya katılanların cinsiyet, bölüm ve sınıflarına ilişkin dağılım Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2.** Katılımcıların Demografik Dağılımı

Cinsiyet	N	Yüzde (%)
Kadın	544	%58.2
Erkek	391	%41.8
Bölüm	N	Yüzde (%)
İşletme	209	%22.4
İktisat	192	%20.6
Maliye	210	%22.5
Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	95	%10.2
Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler	65	%0.7
Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri	133	%14.3
Ekonometri	28	%0.3
Sınıf	N	Yüzde (%)
1	380	%40.9
2	225	%27.4
3	108	%11.6
4	187	%20.1

Tablo 2’den görüldüğü üzere, araştırmaya katılan öğrencilerin %58.2’si kadın iken %41.8’i erkektir. Öğrencilerin 209’u İşletme, 192’si İktisat, 210’u Maliye, 95’i Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, 65’i Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler, 133’ü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri ve 28’i Ekonometri bölümünde öğrenim görmektedir. Öte yandan, 1. sınıfta okuyan 380, 2. sınıfta okuyan 225, 3. sınıfta okuyan 108 ve 4. Sınıfta okuyan 187 öğrencinin araştırmaya katıldığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin gün içinde kullandıkları teknolojik ürünlerin dağılımına ilişkin bilgiler Tablo 3’te görülmektedir.

**Tablo 3.** Kadın ve Erkek Öğrencilerin Gün İçinde Kullandıkları Teknolojik Ürünler

	Masaüstü Bilgisayar	Akıllı Telefon	Dizüstü Bilgisayar	Tablet Bilgisayar	Diğer... Playstation	Tuşlu Telefon
Kadın	2	526	10	3	0	0
Erkek	24	336	25	3	2	1
Toplam	26	862	35	6	2	1

Tablo 3’e göre, öğrencilerin büyük çoğunluğunun gün içinde en fazla kullandıkları teknolojik ürünün akıllı telefon olduğu görülmektedir. Gün içinde, 35’i dizüstü bilgisayar ise 26’sı masaüstü bilgisayar kullandığını belirtmiştir.

Gün içinde teknolojik ürün kullanımına ayrılan süre Tablo 4’te görülmektedir.

**Tablo 4.** Kadın ve Erkek Öğrencilerin Teknolojik Ürünlere Gün İçinde Ayırdıkları Süre

	0-1 saat	1-2 saat	2-3 saat	3-4 saat	5-6 saat	6 saatten fazla
Kadın	0	15	73	154	172	126
Erkek	3	17	39	118	112	100
Toplam	3	32	112	272	284	226

Tablo 4’e göre, 226 öğrenci, günde 6 saatten fazla zamanlarını teknolojik ürünlere ayırdıklarını belirtmişlerdir. 272 öğrenci 3-4 saatlerini ve 284 öğrenci ise 5-6 saatlerini teknolojik ürünlerle geçirdiklerini ifade etmişlerdir. 2000 yılı sonrası doğan ve Z kuşağı olarak nitelendirilen hem kadın hem de erkek öğrencilerin teknolojik ürünlere ayırdıkları sürenin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Bu kuşağın özelliklerinden bir olarak kabul edilen teknolojiyle iç içe yaşamın bu sonuçlarla da desteklendiği söylenebilir.



Başka öğrencilerin, son birkaç ay içerisinde sanal ortamda çeşitli yöntemlerle rahatsızlık verip vermediğine ilişkin veriler Tablo 5'te yer almaktadır.

**Tablo 5.** Sanal Ortamda Rahatsız Edilme Yöntemleri

	Elektronik Posta	Kişisel video	Yazılı mesaj (SMS gibi)	Sosyal İletişim Ağları	Resimli mesajlar (MMS gibi)	Sohbet odaları (Chat)	Anında Karşılıklı Mesaj	Sanal ortamdaki oyunlar esnasında	Sizinle ilgili geliştirilen küçük düşürücü bir site
Kadın	8	19	115	130	11	33	46	18	5
Erkek	11	13	48	33	12	30	24	32	5
Toplam	19	32	163	163	23	63	70	50	10

Tablo 5'te görüldüğü üzere, 163 öğrenci son birkaç ay içerisinde en fazla sosyal iletişim ağları ve yazılı mesaj (SMS gibi) yollarıyla rahatsız edildiklerini belirtmişlerdir. Her iki türdeki rahatsızlığı kadınların oldukça yoğun yaşadıkları görülmektedir. 70 kişi anında mesajlaşma ile rahatsız edildiklerini, 63 kişi ise sohbet odaları (chat) yoluyla rahatsız edildiğini ifade etmişlerdir. Bu yollarda da kadınların erkeklere göre daha fazla rahatsız edildiği görülmektedir. Hem kadın hem de erkek öğrencilerin dokuz farklı yöntem ile sanal ortamda rahatsız edildiği tespit edilmiştir.

Öğrencilerin diğerlerini sanal ortamda rahatsız etme yöntemlerine ilişkin veriler Tablo 6'da görülmektedir.

**Tablo 6.** Diğerlerini Sanal Ortamda Rahatsız Etme Yöntemleri

	Elektronik Posta	Kişisel video	Yazılı mesaj (SMS gibi)	Sosyal İletişim Ağları	Resimli mesajlar (MMS gibi)	Sohbet odaları (Chat)	Anında Karşılıklı Mesaj	Sanal ortamdaki oyunlar esnasında	Sizinle ilgili geliştirilen küçük düşürücü bir site
Kadın	6	12	29	26	4	9	17	8	9
Erkek	6	14	34	28	14	30	19	25	8
Toplam	12	26	63	54	18	39	36	33	17

Tablo 6'dan görüldüğü üzere, 63 öğrenci son birkaç ay içinde diğerlerini yazılı mesaj (SMS gibi) rahatsız ettiğini belirtmiştir. 54'ü ise rahatsız etmek için sosyal iletişim ağlarından birini kullandığını ileri sürmüştür. Dokuz farklı rahatsız etme yöntemlerinden her birinin farklı sayılardaki öğrenciler tarafından kullanılması oldukça çarpıcı olarak değerlendirilebilir. Her türlü rahatsız etme yönteminin erkekler tarafından daha yoğun kullanıldığı da görülmektedir.

Örneklem sayısının yüksek olması sebebiyle normallik varsayımının sağlanamaması çok büyük sorun olarak kabul edilmemektedir (Pallant, 2007). Bu nedenle gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek üzere Anova ve bağımsız örneklem t-testi yapılmıştır. Bu doğrultuda, öğrencilerin okudukları sınıflara göre sanal zorbalığa maruz kalma düzeyleri Tablo 7'de görülmektedir. Gruplar arasındaki varyansların homojenliğini belirleyen Levene testine göre  $p > 0.05$  olduğunda varyansların eşit olduğu varsayılır. Aksi durumda ise varyansların eşit olmadığı varsayılır. Sanal zorbalık ortalaması için Levene p değeri, Tablo 8'de görüldüğü üzere 0.05'ten küçük olduğu için tek yönlü Anova testinin alternatifi olarak Welch's testi uygulanmıştır.

**Tablo 7.** Sınıf Düzeyleri Açısından Sanal Mağduriyet Düzeyleri

	N	Ortalama	Standart sapma
1	380	1.44	0.482
2	255	1.57	0.626
3	108	1.44	0.494
4	187	1.62	0.583

**Tablo 8.** Sınıf Düzeyleri İçin Anova Tablosu

	Serb. Der.	F	Anlamlılık Değeri	
Sanal Mağduriyet	Gruplararası	3	5.77	<.001
	Gruplar içi	359		
	Toplam	362		

Tablo 9’da görüldüğü üzere, sanal mağduriyet düzeyi öğrenim görülen sınıf düzeylerine göre anlamlı fark göstermektedir. Bu farklılığın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek üzere ikili karşılaştırma testlerinden Games-Howell testi yapılmıştır. Bu testin sonucuna göre, 1. ile 2., 1. ile 4. ve 3. ile 4. gruplar açısından anlamlı fark görülmektedir.

**Tablo 9.** Sanal Mağduriyet İçin Games-Howell Testi Sonucu

	Sınıf Düzeyi (I)	Sınıf Düzeyi(J)	Ortalama Farkı	df	Anlamlılık Değeri
Sanal Mağduriyet	1	2	-0.126*	449	0.003
		3	-0.003	169	1.000
		4	-0.180*	315	0.002
	2	1	0.126*	449	0.003
		3	0.122	253	0.195
		4	-0.049	416	0.831
	3	1	0.003	169	1.000
		2	-0.122	253	0.195
		4	-0.171*	254	0.038
	4	1	-0.180*	315	0.002
		2	0.049	416	0.831
		3	0.171*	254	0.038

Tablo 9’da görüldüğü üzere, 2. sınıf öğrencilerinin sanal zorbalığa maruz kalma düzeyleri 1. sınıf öğrencilerinden anlamlı düzeyde daha yüksektir. Benzer şekilde, 4. sınıf öğrencilerinin sanal zorbalığa maruz kalma düzeyleri 3. sınıf öğrencilerinden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Kadın ve erkek öğrencilerin teknoloji bağımlılığı türlerinin düzeylerine ilişkin bilgiler Tablo 10’da yer almaktadır.

**Tablo 10.** Kadın ve Erkek Öğrencilerin Teknoloji Bağımlılığı Düzeyleri

	Sosyal Ağ Kullanma	Anlık Mesajlaşma	Çevrimiçi Oyun Oynama	Web Siteleri Kullanma
Kadın	2.16	2.19	1.45	2.17
Erkek	2.02	1.88	2.13	1.93

Kadın ve erkek öğrencilerin teknoloji bağımlılığı düzeylerinin ortalamasının oldukça altında olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, öğrencilerin teknoloji bağımlılıklarının zayıf olduğu ileri sürülebilir. Kadın öğrencilerin sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma ve web siteleri kullanma düzeylerinin erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ancak, çevrimiçi oyun oynamada erkeklerin kadınlara göre daha yüksek puan aldıkları görülmektedir. Cinsiyetler arasındaki bu farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına ilişkin yapılan bağımsız örneklem t-testinin sonucu Tablo 11’de görülmektedir.

**Tablo 11.** Teknoloji Bağımlılık Düzeylerinin Cinsiyete göre Bağımsız Örneklem t-testi Sonuçları

	N	Standart Sapma	Serbestlik Derecesi	p
Sosyal ağ kullanma	935	2.63	903	0.009
Anlık mesajlaşma	935	5.73	882	<.001
Çevrimiçi oyun oynama	935	-11.02	883	<.001
Web siteleri kullanma	935	3.88	911	<.001

Tablo 11’de görülen bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre, teknoloji bağımlılığı düzeyleri cinsiyet açısından anlamlı fark göstermektedir. Kadın öğrenciler erkek öğrencilerden daha yüksek düzeyde anlık mesajlaşma ve web sitelerini kullanma bağımlılığına sahiptir. Ancak, erkek öğrencilerin çevrim içi oyun oynama bağımlılığı kadın öğrencilerden anlamlı düzeyde daha yüksektir.

Sanal zorbalığa maruz kalma düzeyi ile teknoloji bağımlılığı türleri arasındaki ilişkiyi belirlemek üzere yapılan Pearson korelasyon testinin sonuçları Tablo 12’de görülmektedir.

**Tablo 12.** Sanal Mağduriyet ile Teknoloji Bağımlılığı Türleri Arasındaki İlişkiler

	1	2	3	4	5
1 Sanal Mağduriyet	-	.299***	.306***	.310***	.306***
2 Sosyal Ağ Kullanma		-	.619***	.335***	.617***
3 Anlık Mesajlaşma			-	.237***	.557***
4 Çevrim içi oyun oynama				-	.333***
5 Web Siteleri Kullanma					-

\*\*\* $p < .001$

Tablo 12’den görüldüğü üzere, her türlü teknoloji bağımlılığı türü ile sanal mağduriyet arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma, çevrimiçi oyun oynama ve web sitelerini kullanma düzeyi yüksek olanların sanal mağduriyet düzeylerinin de daha yüksek olduğu görülmektedir.

Öğrencilerin teknoloji bağımlılığı türlerinin, sanal mağduriyet düzeylerini etkileyip etkilemediğini belirlemek üzere çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Analiz gerçekleştirilmeden önce regresyon analizlerinin varsayımları olarak normallik, otokorelasyon ve çoklu bağlantı sorunu test edilmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçlarının istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $F=37.6$ ,  $p<0.001$ ,  $R^2= 0.16$ ). Bağımsız değişkenlerden web sitelerini kullanmanın dışındaki, sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma ve çevrimiçi oyun oynama değişkenlerinin sanal mağduriyet üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır. En yüksek etki çevrimiçi oyun oynamaya ait olmakla birlikte ( $\beta=0.201$ , S.H.=0.019,  $p<0,001$ ) anlık mesajlaşmanın ( $\beta=0.151$ , S.H.=0.029,  $p<0.001$ ) ve sosyal ağ kullanmanın ( $\beta=0.100$ , S.H.=0.030,  $p<0.001$ ) sanal mağduriyet yaşama üzerine etkileri benzer düzeyde gerçekleşmektedir. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan öğrencilerin çevrim içi oyun oynama, anlık mesajlaşma ve sosyal ağ kullanma düzeyleri arttıkça sanal mağduriyet yaşamaları artmaktadır.

## Sonuç ve Tartışma

Teknolojik ürünlerin hayatı kolaylaştırmasının yanı sıra yoğun olarak kullanımının getirdiği sıkıntılar bulunmaktadır. Bireylerin dikkat sorunları yaşamaları, sosyal medyayı takip etmedikleri her an bir şeyler kaçırdıklarına yönelik kaygı yaşamaları, yaşam doyumlarının ve öz saygılarının, yüz yüze iletişimin azalması önemli sorunlar olarak kabul edilebilir. Öte yandan, özellikle elektronik cihazlara erişimin artması ve çevrimiçi denetimin azalması nedeniyle gençler arasında sanal mağduriyetin arttığı (Waasdorp ve Bradshaw, 2015) ileri sürülmektedir. Bu kapsamda, araştırmada test edilen ilk hipotez teknoloji bağımlılığının ve alt boyutlarının sanal mağduriyeti hangi düzeyde etkilediğidir. Öte yandan, teknoloji bağımlılığı ve alt boyutlarının ve sanal mağduriyet düzeylerinin çeşitli demografik değişkenler açısından anlamlı fark gösterip göstermediği de test edilmiştir. Alan araştırması yönteminin kullanıldığı bu çalışmada, kolayda ve kartopu örnekleme yöntemine göre yüz yüze toplanan verilerden kullanılabilir 935 veri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Manisa Celal Bayar Üniversitesi İİBF bünyesinde yüz yüze eğitim veren İktisat, İşletme, Maliye, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri, Ekonometri, Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler olmak üzere 7 bölümde farklı sınıf düzeylerinde öğrenim gören öğrencilerle çalışılmıştır.

Öğrencilerden 862’sinin, dolayısıyla büyük çoğunluğunun gün içinde en fazla kullandıkları teknolojik ürünün akıllı telefon olduğu görülmektedir. Güngör ve Koçak (2020), Kumcağız vd. (2020) ve Lee ve Lee (2017) üniversite öğrencileri ile yaptıkları araştırmalarda da benzer sonuçlar bulmuşlardır. Güngör ve Koçak (2020) tarafından yapılan bir araştırmada akıllı telefon bağımlılığının akademik erteleme ile pozitif ilişkili olduğu belirtilmiştir. Enez Darcin vd. (2016) tarafından yapılan bir araştırmada teknoloji bağımlılığı türlerinden akıllı telefon bağımlılığı yüksek olan gençlerin yalnızlık ve sosyal fobi yaşadıkları belirtilmektedir. Araştırmaya dahil olan öğrencilerin de benzer tehlikelerle karşı karşıya oldukları ileri sürülebilir.

226 öğrenci, günde 6 saatten fazla zamanlarını teknolojik ürünlere ayırdıklarını belirtmişlerdir. 272 öğrenci 3-4 saatlerini ve 284 öğrenci ise 5-6 saatlerini teknolojik ürünlerle geçirdiklerini ifade etmişlerdir. 2000 yılı sonrası doğan ve Z kuşağı olarak nitelendirilen hem kadın hem de erkek öğrencilerin teknolojik ürünlere ayırdıkları sürenin oldukça fazla olduğu görülmektedir. Araştırma bulgularıyla uyumlu olarak, Akay vd. (2023)’nin üniversite öğrencileri ile yaptıkları bir araştırmada üniversite öğrencilerinin teknolojik ürünlere oldukça fazla zaman ayırdıkları görülmektedir. Bağımlılık düzeyindeki teknoloji kullanımı ile dikkat eksikliği/hiperaktivite bozukluğu, obsesif kompulsif bozukluğu, anksiyete ve depresyon gibi psikiyatrik bozukluklar arasında güçlü ilişkiler olduğu ileri sürülmektedir (Andreassen vd., 2016). Gün içinde zamanlarının oldukça büyük bir kısmını teknolojik cihazlara ayıran öğrencilerin de benzer bozukluklar yaşayacakları tahmin edilebilir.

Öğrencilerin sanal ortamda rahatsız edilme yöntemleri incelendiğinde, 163’er öğrenci son birkaç ay içerisinde en fazla sosyal iletişim araçları ve yazılı mesaj (SMS gibi) yollarıyla rahatsız edildiklerini belirtmişlerdir. Her iki türdeki rahatsızlığı kadınların oldukça yoğun yaşadıkları görülmektedir. Yazında da kadınların erkeklere göre daha fazla sanal mağduriyet yaşadıkları belirtilmektedir (Akbaba ve Eroğlu, 2013; Smith vd., 2019; Waasdorp ve Bradshaw, 2015). Öte yandan üniversite öğrencileri ile yapılan bir araştırmada, öğrencilerin yaklaşık 3’te 1’inin internette geçirdikleri süre günlük 4-7 saat iken katılımcıların %41’i sanal mağduriyeti

en az bir defa yaşadığını ileri sürmüştür (Durdun vd., 2020). Başka bir çalışmada ise sanal mağduriyet yaşayanların oranı %62 olarak belirtilmiştir (Zhang vd., 2010). Kadın ya da erkek fark etmeksizin herkesin sanal zorbalık mağduru olabileceği görülmektedir. Araştırma bulgularının yerli ve yabancı literatürdeki çalışmalarla uyumlu olduğu görülmektedir.

Kadın öğrenciler erkek öğrencilerden daha yüksek düzeyde anlık mesajlaşma ve web sitelerini kullanma bağımlılığına sahip iken, erkek öğrencilerin çevrim içi oyun oynama bağımlılığı kadın öğrencilerden anlamlı düzeyde daha yüksektir. Çavuş vd. (2016) üniversite öğrencileri ile yaptıkları bir çalışmada da erkek öğrencilerin bilgisayar oyun bağımlılıklarının kadın öğrencilerden daha yüksek olduğunu ileri sürmüştür. Araştırma bulgularına uyumlu olarak, literatürdeki çalışmalarda (Andreassen vd., 2016; Chiu vd., 2013) erkeklerin çevrimiçi video oyunu, çevrimiçi kumar oynamaya ilişkin bağımlılık düzeyleri daha yüksek iken, kadınların sosyal medya, online alışveriş, kısa mesajlaşmaya ilişkin bağımlılık düzeyleri daha yüksek olduğu belirtilmektedir.

Her türlü teknoloji bağımlılığı türü ile sanal mağduriyet arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Sosyal ağ kullanma, anlık mesajlaşma, çevrimiçi oyun oynama ve web sitelerini kullanma düzeyi yüksek olanların sosyal mağduriyet düzeylerinin de daha yüksek olduğu görülmektedir. Değişkenler arasındaki nedenselliği tespit etmek üzere yapılan regresyon analizi sonucunda, en yüksek etki çevrimiçi oyun oynamaya ait olmakla birlikte ( $b=0.201$ ,  $S.H.=0.019$ ,  $p<0.001$ ) anlık mesajlaşmanın ( $b=0.151$ ,  $S.H.=0.029$ ,  $p<0.001$ ) ve sosyal ağ kullanmanın ( $b=0.100$ ,  $S.H.=0.030$ ,  $p<0.001$ ) sanal mağduriyet yaşama üzerine etkileri benzer düzeyde gerçekleşmektedir. Analiz sonuçlarına göre, araştırmaya katılan öğrencilerin çevrim içi oyun oynama, anlık mesajlaşma ve sosyal ağ kullanma düzeyleri arttıkça sanal mağduriyet yaşama olasılıkları artmaktadır. Araştırma bulgularıyla uyumlu olarak, Demir ve Seferoğlu (2016), Ünver ve Koç (2017) ve Yüksel ve Yılmaz (2016) yaptıkları araştırmalarda problemlü internet kullanım süresi arttıkça siber zorbalık davranışlarının arttığını ileri sürmüşlerdir.

Bağımlılık yaratan çevrimiçi katılım düzeyinin genişlemesini önleme konusunda genç yetişkinlerin hedef alınabileceği ileri sürülmektedir (Andreassen vd., 2016). Öte yandan, tüm bu bulgular kapsamında, teknoloji bağımlılığının getirilerinden biri olarak sanal zorbalık ve sanal mağduriyet kabul edildiğinden, teknolojinin bu bağlamda kötü kullanılmasına ilişkin uygulamaların geliştirilmesi oldukça önemlidir. Zorbalığa geleneksel ya da sanal olmak üzere her biçimine maruz kalmak gençler için fiziksel ve duygusal sonuçlar doğmaktadır (Modecki vd., 2014). Kowalski ve Limber (2013) tarafından yapılan bir çalışmada, sanal zorba mağdur grubundakiler psikolojik sağlık, fiziksel sağlık ve akademik performans ölçümlerinde en olumsuz puana sahiptirler. Bu nedenle, özellikle gençleri en doğru şekilde korumaya yönelik programlar ve politikalar geliştirilmelidir. Gaffney vd. (2019) tarafından yapılan bir meta analiz çalışmasında, sanal zorbalıkla mücadele programlarının sanal zorbalık eylemlerinin yaklaşık %10-15 oranında ve sanal zorbalık mağduriyetini %14 oranında azaltabildiğini göstermektedir. Öte yandan, sanal zorbalık ve sanal mağduriyet ile ilgili çalışmalarda kültürel farklılıkların da (Genta vd., 2012) dikkate alınması önerilmektedir. Yeni deneyimlere açık ve nevroitiklik düzeyi yüksek olanlar daha fazla sanal mağduriyet yaşamaktadırlar. Daha dışa dönük ve daha az yardımsever olanlar ise daha fazla sanal zorbalık gösterme eğiliminde olmaktadır (Vikhman, 2023). Dolayısıyla, gelecekte yapılacak çalışmalarda kişilik özellikleri de sanal zorbalık ve sanal mağduriyet düzeyini etkileyen değişkenlerden biri olarak kabul edilebilir.

Araştırmanın örneklemini sadece bir devlet üniversitesinin bir fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin oluşturması araştırmanın kısıtlarından bir olarak kabul edilebilir. Araştırmanın kesitsel türde yapılmış olması bir diğer kısıttır. İleride boylamsal türde çalışmalar yapılması ve yapılandırılmış mülakatlar, odak grup görüşmeleri ile daha derinlemesine bilgiler elde edilmesini önerilebilir.

## Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Bu çalışma için Manisa Celal Bayar Üniversitesi Etik Kurulu'ndan E-050.01.04-556210 sayılı ve 02.06.2023 tarihli etik kurul izni alınmıştır.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu çalışma, TÜBİTAK Bilim İnsanı Destek Programları Başkanlığı (BİDEB) tarafından yürütülen, 2209-A Üniversite Öğrencileri Araştırma Projeleri Destekleme Programı, 2022 yılı 2. dönem projesi (Proje No: 1919B012213815) tarafından desteklenmektedir.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %50; Yazar 2'nin makaleye katkısı %50'dir.

## Kaynakça

- Akay, B., Ayhan, R., Orhan, R., & Öçalan, M. (2023). Üniversite öğrencilerinin serbest zaman yönetimi ile teknoloji bağımlılık düzeylerinin incelenmesi. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 71-84. <https://doi.org/10.46442/intjcss.1168021>
- Akbaba, S., & Eroğlu, Y. (2013). İlköğretim öğrencilerinde siber zorbalık ve mağduriyetin yordayıcıları. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 105-121.
- Altunbay, M., & Bıçak, N. (2018). Türkçe eğitimi derslerinde “z kuşağı” bireylerine uygun teknoloji tabanlı uygulamaların kullanımı. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 10(1), 127-142.
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction: An overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20, 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>

- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors, 30*(2), 252. <https://doi.org/10.1037/adb0000160>
- Aydın, F. (2017). Teknoloji bağımlılığının sınıf ortamında yarattığı sorunlara ilişkin öğrenci görüşleri [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Üniversitesi.
- Bauman, S., Toomey, R. B., & Walker, J. L. (2013). Associations among bullying, cyberbullying, and suicide in high school students. *Journal of Adolescence, 36*(2), 341-350. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2012.12.001>
- Benoot, C., Hannes, K., & Bilsen, J. (2016). The use of purposeful sampling in a qualitative evidence synthesis: A worked example on sexual adjustment to a cancer trajectory. *BMC medical research methodology, 16*, 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12874-016-0114-6>
- 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>
- Caretti, V., & Craparo, G. (2009). Psychopathological issues of technological addiction: New diagnostic criteria for addiction. *Annual Review of Cybertherapy and Telemedicine, 7*, 277-280. <https://doi.org/10.3233/978-1-60750-017-9-277>
- Chiu, S.-I., Hong, F.-Y., & Chiu, S.-L. (2013). An analysis on the correlation and gender difference between college students' Internet addiction and mobile phone addiction in Taiwan. *ISRN Addiction, 2013*. <https://doi.org/10.1155/2013/360607>
- Çakır, M. (2020). Dijital çağın sanal zorbalık ile imtihanı: UnFriended, dark web filmi örneği. A. G. Baran, O. Hazer, & M. S. Öztürk (Ed.), *Gençlik ve dijital çağ* (s. 69-79) içinde. Hacettepe Üniversitesi Gençlik Araştırmaları ve Uygulama Merkezi.
- Çavuş, S., Ayhan, B., & Tuncer, M. (2016). Bilgisayar oyunları ve bağımlılık: Üniversite öğrencileri üzerine bir alan araştırması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 2016*(43), 265-289.
- Demir, Ö., & Seferoğlu, S. (2016). Bilgi okuryazarlığı, internet bağımlılığı, sanal aylıklık ve çeşitli diğer değişkenlerin sanal zorbalık ile ilişkisinin incelenmesi. *Online Journal of Technology Addiction & Cyberbullying, 3*(1), 1-26.
- Dursun, S., Gökçe, A., & Aytaç, S. (2020). Siber zorbalık: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *International Journal of Social Inquiry, 13*(2), 465-485. <https://doi.org/10.37093/ijisi.837694>
- Eleuteri, S., Saladino, V., & Verrastro, V. (2017). Identity, relationships, sexuality, and risky behaviors of adolescents in the context of social media. *Sexual and Relationship Therapy, 32*(3-4), 354-365. <https://doi.org/10.1080/14681994.2017.1397953>
- Enez Darcin, A., Köse, S., Noyan, C. O., Nurmedov, S., Yılmaz, O., & Dilbaz, N. (2016). Smartphone addiction and its relationship with social anxiety and loneliness. *Behaviour & Information Technology, 35*(7), 520-525. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2016.1158319>
- Eratlı Şirin, Y., Şeker, İ., Can, B., & Uzunca, C. (2023). Z kuşağı sporcu-öğrencilerin e-spor katılım motivasyonlarının akademik başarıları üzerine etkisi: tanımlayıcı araştırma. *Türkiye Klinikleri Journal of Sports Sciences, 15*(3), 389-398. <https://doi.org/10.5336/sportsci.2022-93472>
- Erdur-Baker Ö. (2010). Cyberbullying and its correlation to traditional bullying, gender and frequent and risky usage of internet-mediated communication tools. *New Media & Society, 12*(1), 109-125. <https://doi.org/10.1177/1461444809341260>
- Gaffney, H., Farrington, D. P., Espelage, D. L., ve Ttofi, M.M. (2019). Are cyberbullying intervention and prevention programs effective? A systematic and meta-analytical review. *Aggression and violent behavior, 45*, 134-153. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.07.002>
- Genta, M. L., Smith, P. K., Ortega, R., Brighi, A., Guarini, A., Thompson, F., Tippett, N., Mora-Merchán, J., & Calmaestra, J. (2012). Comparative aspects of cyberbullying in Italy, England, and Spain: Findings from a DAPHNE Project. In Q. Li, D. Cross, & P. K. Smith (Eds.), *Cyberbullying in the global playground: Research from international perspectives* (p. 15-31). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119954484.ch2>
- Griffiths, M. (1996). Gambling on the Internet: A brief note. *Journal of Gambling Studies, 12*(4), 471-473. <https://doi.org/10.1007/BF01539190>
- Güngör, A. B., & Koçak, O. (2020). Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon bağımlılığı ve akademik erteleme davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi, 7*(2), 397-419.
- Gugliandolo, M. C., Costa, S., Kuss, D.J., Cuzzocrea, F., & Verrastro, V. (2020). Technological addiction in adolescents: The interplay between parenting and psychological basic needs. *International Journal of Mental Health and Addiction, 18*(5), 1389-1402. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00156-4>
- Hafizoğlu, Y. (2021). Z kuşağı seçmen davranışları. *Eğitim ve Yeni Yaklaşımlar Dergisi, 4*(2), 141-164. <https://doi.org/10.52974/jena.1035189>
- Holladay, J. (2010). Cyberbullying: The stakes have never been higher for students or schools. *Teaching Tolerance, 38*, 42-46.

- Kavalcı, K., & Ünal, S. (2016). Y ve Z kuşaklarının öğrenme stilleri ve tüketici karar verme tarzları açısından karşılaştırılması, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(3), 1033-1050.
- Kowalski, R. M., & Limber, S. P. (2013). Psychological, physical, and academic correlates of cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, 53(1), 13-20. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2012.09.018>
- Kowalski, R. M., Giumetti, G. W., Schroeder, A. N., & Lattanner, M. R. (2014). Bullying in the digital age: A critical review and meta-analysis of cyberbullying research among youth. *Psychological Bulletin*, 140(4), 1073-1137. <https://doi.org/10.1037/a0035618>
- Kumcağız, H., Terzi, Ö., Koç, B., & Terzi, M. (2020). Üniversite öğrencilerinde akıllı telefon bağımlılığı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 13-39. <https://doi.org/10.15869/itobiad.629737>
- Kuss, D. J., & Griffiths, M. D. (2012). Online gaming addiction in children and adolescents: A review of empirical research. *Journal of Behavioral Addictions*, 1(1), 3-22. <https://doi.org/10.1556/JBA.1.2012.1.1>
- Kuss, D. J., & Billieux, J. (2017). Technological addictions: Conceptualisation, measurement, etiology and treatment. *Addictive Behaviors*, 64, 231-233. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.04.005>
- Küçük, S. (2016). *Siber Zorbalık Ölçeği Türkçe Uyarlaması* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Lee, C., & Lee, S. J. (2017). Prevalence and predictors of smartphone addiction proneness among Korean adolescents. *Children and Youth Services Review*, 77, 10- 17. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2017.04.002>
- Mehari, K. R., Farrell, A. D., & Le, A.-T. H. (2014). Cyberbullying among adolescents: Measures in search of a construct. *Psychology of Violence*, 4(4), 399-415. <https://doi.org/10.1037/a0037521>
- Mercan, N. (2016). X, Y ve Z kuşağı kadınların farklı tüketim alışkanlıklarının modern dünyada inşa edilmesi. *Kadın Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 59-70. <https://doi.org/10.21798/kadem.20161197970>
- Modecki, K. L., Minchin, J., Harbaugh, A. G., Guerra, N. G., & Runions, K. C. (2014). Bullying prevalence across contexts: A meta-analysis measuring cyber and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health*, 55(5), 602-611. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.06.007>
- Noy, C. (2008). Sampling knowledge: The hermeneutics of snowball sampling in qualitative research. *International Journal of social research methodology*, 11(4), 327-344. <https://doi.org/10.1080/13645570701401305>
- Pallant, J. F. (2007). *SPSS survival manual: A step-by-step guide to data analysis with SPSS*. McGrath Hill.
- Panova, T. & Carbonell, X. (2018). Is smartphone addiction really an addiction?. *Journal of behavioral addictions*, 7(2), 252-259. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.49>
- Savcı, M., & Aysan, F. (2017). Technological addictions and social connectedness: predictor effect of internet addiction, social media addiction, digital game addiction and smartphone addiction on social connectedness. *Dusunen Adam: Journal of Psychiatry ve Neurological Sciences*, 30(3), 202-216.
- Slonje, R., Smith, P. K., & Frisén, A. (2013). The nature of cyberbullying, and strategies for prevention. *Computers in h-Human Behavior*, 29(1), 26-32. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.05.024>
- Smith, P. K., Mahdavi, J., Carvalho, M., Fisher, S., Russell, S., & Tippett, N. (2008). Cyberbullying: Its nature and impact in secondary school pupils. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 49(4), 376-385. <https://doi.org/10.1111/j.1469-7610.2007.01846.x>
- Smith, P. K., López-Castro, L., Robinson, S., & Görzig, A. (2019). Consistency of gender differences in bullying in cross-cultural surveys. *Aggression and Violent Behavior*, 45, 33-40. <https://doi.org/10.1016/j.avb.2018.04.006>
- Stewart, R. W., Drescher, C. F., Maack, D. J., Ebesutani, C., & Young, J. (2014). The development and psychometric investigation of the cyberbullying scale. *Journal of Interpersonal Violence*, 29(12), 2218-2238. <https://doi.org/10.1177/0886260513517552>
- Toprakçı-Alp, G., Tuncer, A. D., Sulaiman, S. A. B., & Güngör, A. (2019). Çalışma hayatında y ve z kuşağının motivasyonel farklılıkları (s. 803-810). *Proceedings on 2nd International Conference on Technology and Science*. Burdur, Türkiye.
- Türkiye İstatistik Kurumu'nun Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması (2023). [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-\(BT\)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2023-49407) adresinden 4 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ünver, H., & Koç, Z. (2017). Siber zorbalık ile problemlı internet kullanımı ve riskli internet davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 15(2), 117-140.
- Vikhman, A. A. (2023). Personality predictors of cyber-victimization and cyber-bullying in adolescence. *Psychology and Law*, 13(1), 94-106. <https://doi.org/10.17759/psylaw.2023130107>

- Yüksel, M., & Yılmaz, E. (2016). Lise öğrencilerinin internet bağımlılık düzeyleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişkinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *İlköğretim Online, 15*(3), 1031-1042.
- Waasdorp, T. E., & Bradshaw, C. P. (2015). The overlap between cyberbullying and traditional bullying. *Journal of Adolescent Health, 56*(5), 483-488. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.12.002>
- Zhang, A. T., Land, L. P. W., & Dick, G. (2010). Key influences of cyberbullying for university students. *PACIS 2010 Proceedings*, 83. Taipei, Taiwan.

## Araştırma Makalesi / Research Article

# Muhasebede Dijitalleşme Üzerine Çalışılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

## Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on Digitization in Accounting

Ayşe Gül Gök<sup>1</sup>

### MAKALE BİLGİSİ

**Başvuru:** 15.08.2024  
**Revizyon:** 27.08.2024  
**Kabul:** 31.08.2024  
**Yayın:** 31.08.2024

#### Anahtar Kelimeler

Dijital Dönüşüm  
Muhasebede Dijitalleşme  
Bibliyometrik Analiz

#### Jel Kodları

X1, X2

### ÖZ

Teknolojik ilerlemelerin bir neticesi olarak ortaya çıkan dijitalleşme süreci tüm meslekleri olduğu gibi muhasebe mesleğini de etkilemekte ve dönüştürmektedir. Ayrıca dijitalleşme süreci organizasyonların kültürel ve yapısal dönüşümünü de gerektirmektedir. Başka bir ifadeyle dijitalleşme süreci sadece teknolojik adaptasyonu değil, aynı zamanda yeni iş modelleri ve stratejiler geliştirmeyi de içermektedir. Bu doğrultuda dijitalleşme muhasebe mesleğinin gelişimini etkileyen önemli bir faktördür. Son yıllarda, muhasebede dijitalleşme konusunun önemi ve bu alanda yapılan araştırmaların sayısı giderek artmaktadır. Dijitalleşmenin muhasebe üzerindeki etkileri ve gelecekteki potansiyel fırsatlar, bu alandaki araştırmaların odak noktası haline gelmiştir. Bu sebeple YÖK tez veri tabanında bulunan dijital dönüşüm ve muhasebe ilişkisini ele alan, tez başlığında ve özet kısmında “muhasebe ve dijitalleşme” ve benzer yazımları bulunan tezler araştırmaya dahil edilerek 56 tez için bibliyometrik analiz uygulanmıştır. Tezler; yazım dili, türü, yayın yılları, sayfa sayıları, danışman ünvanları, yazar cinsiyetleri, hazırlandığı üniversiteler, kabul edildiği enstitüler, ana bilim dalları, araştırma yöntemleri, anahtar kelimeler ve bulgulara göre değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre konu ile ilgili lisansüstü çalışmaların 2018 yılında başladığı, araştırma yöntemleri açısından 28 tezin nitel, 26 tezin nicel ve 2 tezin de karma yöntemler ile oluşturulduğu belirlenmiştir. Ayrıca tezlerde en sık kullanılan anahtar kelimelerin “muhasebe”, “dijitalleşme”, “dönüşüm” ve “dijital dönüşüm” olduğu tespit edilmiştir.

### MANUSCRIPT INFO

**Submitted:** 15.08.2024  
**Revised:** 27.08.2024  
**Accepted:** 31.08.2024  
**Published:** 31.08.2024

#### Keywords

Digital transformation  
Digitalisation in Accounting  
Bibliometric Analysis

#### Jel Codes

M10

### ABSTRACT

The digitalization process, driven by technological advancements, is transforming the accounting profession, as it does in other fields. This transformation not only requires technological adaptation but also necessitates cultural and structural changes within organizations, including the development of new business models and strategies. Consequently, digitalization has become a significant factor influencing the evolution of the accounting profession. In recent years, the importance of digitalization in accounting has grown, leading to an increase in related research. The effects of digitalization on accounting and future opportunities have become central topics in this area. To explore these developments, 56 theses from the Higher Education Council (YÖK) database, which examine the relationship between digital transformation and accounting and include terms like “accounting and digitalization” in their titles and summaries, were analyzed using bibliometric methods. These theses were evaluated based on language, type, publication year, page count, advisor titles, author genders, universities, institutes, departments, research methods, keywords, and findings. The analysis revealed that postgraduate studies on this topic began in 2018, with 28 theses using qualitative methods, 26 using quantitative methods, and 2 using mixed methods. The most frequently used keywords were “accounting,” “digitalization,” “transformation,” and “digital transformation.”

### Önerilen Atf

Suggested Citation

Gök, A. G. (2024). Muhasebede Dijitalleşme Üzerine Çalışılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 97-111.

<sup>1</sup> Öğr. Gör. Dr., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, ayse.gok@alanya.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0003-3263-1213>



## **EXTENDED SUMMARY**

### **Introduction and Research Purpose**

The concept of digitization was first introduced in a presentation by Kevin Ashton in 1999. Digitization involves representing and processing information, physical objects, or processes in digital formats (Artık & Arslan, 2024, p. 106). In other words, digitization is the integration of technology into all sectors of a business (Ritter & Pedersen, 2020). It encompasses management processes, production processes, and organizational processes (Arslan & Karkacıer, 2019). This process is facilitated by computers and other digital devices. The digitization process initially began with the advent of computers, followed by the internet (Artık & Arslan, 2024, p. 106). Recent years have seen rapid developments and changes in digitization due to advancements in information technologies, enabling processes and transactions to be carried out more quickly and efficiently. Information and data are now recorded, obtained in real-time, and reported instantly. Consequently, digitization has become essential across all sectors (Erdoğan, 2020; Gökçen & Özdemir, 2016). The accounting field is particularly affected by digital transformation. With the shift of accounting tasks and processes to digital platforms, traditional manual record-keeping limitations have been overcome, facilitating access to information, data storage, and real-time monitoring (Demirkan & Arslan, 2019). However, digitization has not only necessitated changes in professional tasks but also in the skills of those performing these tasks, requiring both professional knowledge and digital adaptation. Therefore, the aim of this study is to determine the current state and trends of digitization in the accounting field.

### **Methodology**

The study focuses on a bibliometric analysis of postgraduate theses. Theses from the YÖK thesis database that include terms such as “accounting and digitization” or similar phrases in their titles or abstracts were included in the analysis. A total of 56 postgraduate theses were collected and subjected to bibliometric analysis based on various parameters. These parameters include language, type of thesis, number of pages, publication years, advisor titles, author genders, universities where the theses were prepared, institutes where they were accepted, main scientific disciplines of the theses, research methods, keywords, and findings.

### **Findings**

The analysis revealed that the majority of the theses were master's theses. Most of these theses were written in Turkish, and the page counts were predominantly in the 121-150 range. Studies on digitization in accounting began to be addressed in 2018, with the number of theses increasing from 2020 and peaking in 2022; however, a decline was observed after 2022. Regarding advisor titles, 27 of the 56 theses were supervised by professors, 21 by associate professors, and 8 by assistant professors. The gender distribution among authors was balanced, with 26 female and 26 male authors. The theses were prepared at 37 universities, with Süleyman Demirel University, Sivas Cumhuriyet University, and Dokuz Eylül University each contributing 4 theses. Other universities had fewer contributions. Among the institutes where the theses were accepted, 42 were in the Social Sciences Institute, 12 in the Graduate Education Institute, and 2 in the Institute of Science. Additionally, 36 of the 56 theses were accepted in the Business Administration Department, 4 in the Department of Finance, 4 in the Department of Accounting, Finance, and Banking, 3 in the Department of Accounting and Auditing, and 2 in the Department of Industrial Engineering. Other departments had one thesis each. In terms of research methods, 28 theses used qualitative methods, 26 used quantitative methods, and 2 used mixed methods. The most frequently used keywords were “accounting,” “digitization,” “transformation,” and “digital transformation.”

### **Conclusion and Discussion**

The study provides a comprehensive overview of the prevailing trends in the examined postgraduate theses. Although the e-application process in accounting in Turkey commenced back in 2005 with the introduction of e-declarations and e-reports (Bağdat, 2022), it is noteworthy that dedicated postgraduate studies on this specific topic only began to emerge in 2018. This indicates a significant gap that suggests a pressing need for expanded research on digitization in accounting to keep pace with ongoing technological advancements. By increasing the number of studies conducted in this field, researchers would be better positioned to access up-to-date insights and improve the overall management and implementation of digitization efforts in accounting practices. Future research could greatly benefit from strategies such as expanding or merging existing databases, as well as utilizing a broader range of indexes, keywords, and study types beyond those covered in this review. Such approaches hold the potential to yield new and diverse results that could further enrich the understanding of digitization in accounting.

## Giriş

Muhasebe, tarih boyunca iş dünyasının ve ticaretin temel taşlarından biri olarak varlığını devam ettirmektedir (Barışık ve Yirmibeşçik, 2006, s. 40). Muhasebe, binlerce yıllık kayıtlı bir geçmişe sahip sistemdir. Ayrıca canlı bir yapıda olup çevresindeki gelişmelerden ve toplum ihtiyaçlarından etkilenmiştir. Bu süreçte, etrafındaki araçları etkin bir şekilde kullanarak sürekli gelişim göstermiştir (Küçükler, 2023, s. 876).

Dijitalleşme süreci, üçüncü sanayi devrimiyle başlamıştır. Birinci sanayi devrimi, su ve buhar gücünün mekanik üretim sistemlerinde kullanılmasıyla ortaya çıkmıştır. İkinci sanayi devrimi ise elektrik gücünün kullanılmasıyla seri üretimlerin başlamasıyla tanımlanır. Üçüncü sanayi devrimi, elektroniklerin ve bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle üretimin giderek otomatikleştiği bir süreçtir. Bu dönem, dijitalleşmenin başladığı ve hayatımızın her alanına yayılmaya devam ettiği bir süreci başlatmıştır (Mert vd., 2022, s. 197). 21'inci yüzyılın başlarından itibaren, teknolojik gelişmelerin hızı ve etkisi belirgin şekilde artmıştır (Tekbaş, 2019). Teknolojik gelişmeler ve dijitalleşme süreci, diğer mesleklerde olduğu gibi muhasebe mesleğini de değişime yöneltmiştir. Dijitalleşme süreci, iletişim teknolojilerinin ve bilgi transfer teknolojilerinin yenilenmesini, kodlama yazılımlarıyla uyumluluğunu ve e-iş programlarını içeren ve “bilgi teknolojisinde devrim” olarak adlandırılan süreci ifade etmektedir (Barışık ve Yirmibeşçik, 2006, s. 40). Frey vd. (2017)'nin yaptığı araştırma sonuçlarına göre, 702 meslek otomasyon riski altında bulunmakta ve muhasebe mesleği bu listede otomasyon ve dijitalleşme olasılığı yüksek olan meslekler arasında yer almaktadır. 17 Aralık 2017 tarihinde yayımlanan 30273 sayılı Resmî Gazete’de yer alan Tebliğ ile muhasebe meslek mensuplarına ve mükelleflerine e-beyanname, e-fatura gibi teknolojik gelişmeleri kullanma zorunluluğu getirilmiştir. Bu düzenleme, dijital dönüşümün ve avantajlarının muhasebe mesleğine yansımaları sağlamıştır. Bu dönüşüm işletmeler, meslek mensupları ve devlet arasındaki bilgi akışını ve raporlamayı daha hızlı, güvenli ve etkin hale getirmektedir (Dursun vd., 2019, s. 267; Köse ve Polat, 2021). Buna ek olarak dijital dönüşüm, muhasebecilerin rolünü de dönüştürmektedir. Kokina ve Blanchette (2019), teknolojideki ilerlemenin muhasebecilerin üstleneceği rollerle ilgili birçok belirsizlik getirdiğini vurgulamaktadır. Gulin vd. (2019) ise yapmış oldukları çalışmada, dijitalleşme ile muhasebe işlerinin robotlar tarafından yapılmaya başlanacağı düşüncesine vurgu yapmakta ve bunun yanı sıra kritik düşünme ve yaratıcılık gerektiren görevlerin ve faaliyetlerin otomatikleştirilmesinin kolay olmayacağını ifade etmektedirler. Bu doğrultuda dijitalleşme muhasebe mesleğinin gelişimini etkileyen önemli bir faktördür (Gulin vd., 2019, s. 435; Mancini vd., 2017; Murthy, 2016). Prasad ve Green (2015), teknolojinin dinamik bir organizma olduğunu ve bu doğrultuda teknolojinin muhasebe üzerindeki etkisine ilişkin daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedirler. Bu doğrultuda teknolojik ilerlemelerin muhasebe mesleği üzerindeki etkisi, birçok araştırmacının dikkatini çekmiş ve bu alanda yapılan çalışmaların sayısı artmıştır.

Çalışma, YÖK tez veri tabanında dijital dönüşüm ve muhasebe ilişkisini ele alan lisansüstü çalışmaları kapsamaktadır. Bu bağlamda incelenen 56 lisansüstü çalışma çeşitli parametrelere tabi tutularak bibliyometrik analiz yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmanın bu alandaki lisansüstü tezlere genel bir bakış sunması ve araştırma eğilimlerinin belirlenmesi açısından literatüre katkısının olacağı düşünülmektedir.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Bibliyometri, nitel araştırma yöntemlerinden biridir ve birçok disiplinde uygulama alanı bulmaktadır (Okuba, 1997, s. 9). Bibliyometri, temel olarak sayısal verilerle yapılan bir inceleme alanı olarak kabul edilmektedir (Al ve Coştur, 2007). Bibliyometri, belirli araştırma fenomenlerini belirlemek amacıyla bilimsel yayınları nicel olarak analiz edebilen sistematik bir yaklaşımdır (Jacobs, 2010; Merigó ve Yang, 2017). Bu açıdan, bibliyometrik analiz zamanla önemli bir ilerleme kaydetmiş ve araştırmacılara daha detaylı ve etkili ölçümler yapma konusunda rehberlik etmiştir (Okuba, 1997, s. 9). Bibliyometrik analiz, yazarlar, dergiler ve makaleler tarafından sınıflandırılabilen bir araştırma alanının genel bir çerçeve sunmaktadır (Merigó ve Yang, 2017). Bibliyometrik çalışmalar; ülke gruplarına ya da ülkelere, incelenen bilim dalına, kurumlara ya da bireylere ait bilimsel çalışmaların değerlendirilerek mevcut duruma ilişkin belirlemelerin yapılmasına olanak vermektedir. Ulaşılan bulgular ve tespitler doğrultusunda, incelenen bilim dalı, kurum, ülke ve benzeri için ilerlemeler ve geçirilen aşamalar dikkate alınarak gelecekteki durumlarına yönelik değerlendirmeler yapılabilmektedir (Denktaş Şakar ve Cerit, 2013, s.38). Buna ek olarak, büyük hacimli yapılandırılmamış verileri titiz yollarla anlamlandırarak, köklü alanların kümülatif bilimsel bilgisini ve evrimsel durumlarını açığa çıkarmak ve görselleştirmek için fayda sağlamaktadır. Bu doğrultuda bibliyometrik çalışmalar, bir alanı anlamlı ve yeni yöntemlerle ilerletmek için sağlam bir altyapıyı meydana getirebilmekte; bilim insanlarının tek elden genel bir bakış elde etmesini, bilgi boşluklarını belirlemesini, araştırma için yeni fikirler üretmesini ve alana yönelik hedeflenen katkılarını konumlandırmasını sağlamakta ve güçlendirmektedir (Donthu vd., 2021).

## 2. Metodoloji

Bu çalışmanın amacı, YÖK tez veri tabanında özetinde ve başlığında (farklı ekleriyle birlikte) “muhasebe ve dijitalleşme” kelimeleri geçen lisansüstü çalışmaların bibliyometrik olarak analiz edilmesidir. Çalışma kapsamında incelenen lisansüstü tezler 1 Haziran 2024 olarak sınırlandırılmıştır. Çalışma kapsamındaki tezler aşağıda belirtilen bibliyometrik parametrelere göre incelenmiştir.

- Tezlerin yazım dilleri,
- Tezlerin çalışma konularına göre dağılımları,
- Tezlerin anahtar kelime dağılımı,
- Tezlerin sözcük dağılımı,
- Tez yazarının cinsiyeti,
- Tezlerin türleri,

- Tezlerin yayın yılları,
- Tezlerin sayfa sayıları,
- Tez danışman ünvanları,
- Tezlerin kabul edildiği üniversitelerin buldukları şehirler,
- Tezlerin kabul edildiği ana bilim dalları, enstitüleri,
- Tezlerin araştırma yöntemleri,
- Tezlere ilişkin bazı önemli bulgular araştırılmıştır.

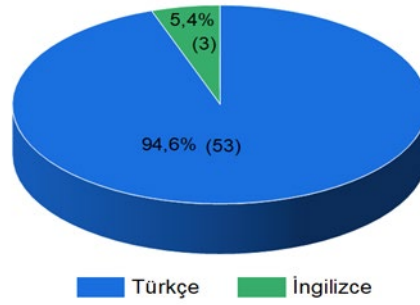
Çalışma nitel analiz yöntemlerinden bibliyometrik analiz çerçevesinde Origin 2024, MAXQDA 2020 ve Microsoft Excel paket programları kullanılarak yorumlanmıştır.

### 3. Bulgular

#### 3.1. İncelenen Tezlerin Yazım Dili

Çalışma kapsamında YÖK tez veri tabanında incelenen tezlerin yazım dilleri ve yüzdeleri Şekil 1’de sunulmaktadır.

Şekil 1. İncelenen Tezlerin Yazım Dili

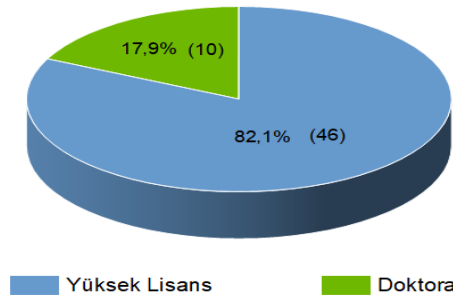


Şekil 1 incelendiğinde, 53 tezin (%94,6) Türkçe, 3 tezin (%5,4) ise İngilizce dilinde yazıldığı görülmektedir.

#### 3.2. İncelenen Tezlerin Türü

Çalışma kapsamında YÖK tez veri tabanında incelenen tezlerin türü ve yüzdeleri Şekil 2’de verilmiştir.

Şekil 2. İncelenen Tezlerin Türü

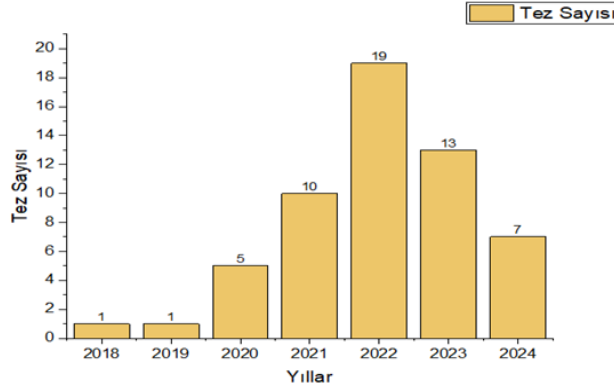


Şekil 2 incelendiğinde, 46 tezin (%82,1) yüksek lisans tezi, 10’unun (%17,9) ise doktora tezi olduğu belirlenmiştir.

#### 3.3. İncelenen Tezlerin Yayın Yılları

Çalışma kapsamında YÖK tez veri tabanında incelenen tezlerin yayın yılları Şekil 3’te verilmiştir.

Şekil 3.İncelenen Tezlerin Yayın Yılları

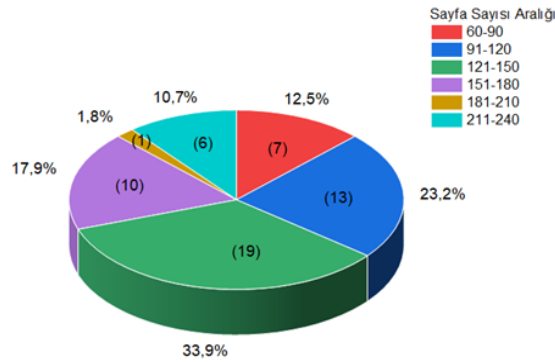


Şekil 3 incelendiğinde, 2018 yılında 1 tez, 2019 yılında 1 tez, 2020 yılında 5 tez, 2021 yılında 10 tez, 2022 yılında 19 tez, 2023 yılında 13 tez ve 2024 yılı Ocak-Haziran ayları arası 7 tezin yayınlandığı saptanmıştır.

### 3.4. İncelenen Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı

Çalışma kapsamında YÖK tez veri tabanında incelenen tezlerin sayfa sayılarına göre dağılımı Şekil 4'te verilmiştir.

Şekil 4.Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı

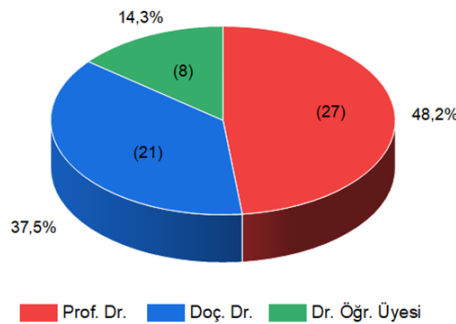


Şekil 4 incelendiğinde, 19 (%33,9) tezin 121-150 sayfa aralığında, 13 (%23,2) tezin 91-120 sayfa aralığında, 10 (%17,9) tezin 151-180 sayfa aralığında, 7 tezin (%12,5) 60-90 sayfa aralığında, 6 (%10,7) tezin 211-240 sayfa aralığında ve 1 (%1,8) tezin ise 181-210 sayfa aralığında olduğu belirlenmiştir.

### 3.5. İncelenen Tezlerin Danışmanlarının Ünvanları

Çalışma kapsamında YÖK tez veri tabanında incelenen tezlerin danışmanların ünvanlarına göre dağılımı Şekil 5'te verilmiştir.

Şekil 5.Danışman Ünvanları

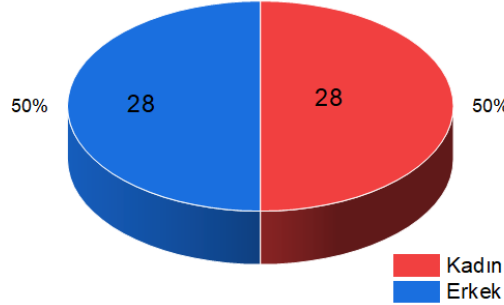


Şekil 5 incelendiğinde, lisansüstü tezlerin 27'si (%48,2) Prof. Dr., 21'i (%37,5) Doç. Dr., 8'i (%14,3) Dr. Öğretim üyesi ünvanındaki danışmanlar ile yapılmıştır.

### 3.6. İncelenen Tezlerin Yazar Cinsiyetleri

İncelenen lisansüstü çalışmaların yazar cinsiyetleri Şekil 6’da sunulmaktadır.

Şekil 6. Yazar Cinsiyetleri

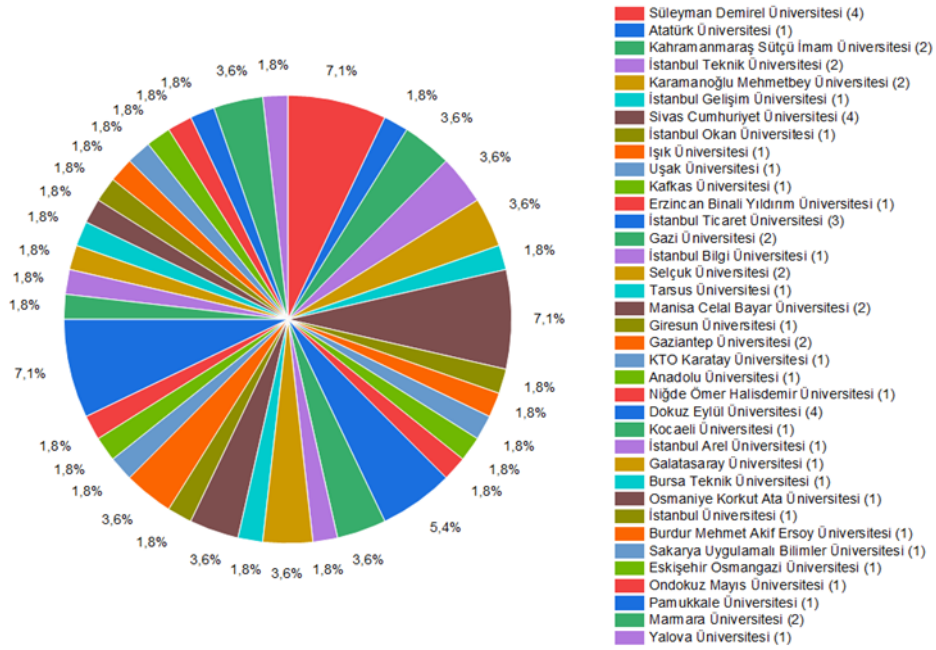


Şekil 6 incelendiğinde, 28 (%50) yazarın kadın, 28 (%50) yazarı erkek olduğu belirlenmiştir.

### 3.7. İncelenen Tezlerin Hazırlanmış Üniuersiteler

İncelenen 56 lisansüstü çalışmanın kabul edildiği üniversiteler Şekil 7’de sunulmaktadır.

Şekil 7. Tezlerin Hazırlanmış Üniuersiteler

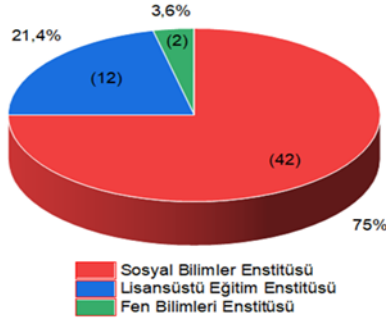


Şekil 7 incelendiğinde, Süleyman Demirel Üniversitesi’nde 4 (%7,1), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi’nde 4 (%7,1) ve Dokuz Eylül Üniversitesi’nde 4 (%7,1) tez hazırlandığı görülmüştür. Diğer üniversitelerde ise bu dağılımın daha az olduğu gözlemlenmiştir.

### 3.8. İncelenen Tezlerin Kabul Edildiği Enstitülere Göre Dağılımı

İncelenen 56 lisansüstü çalışmanın kabul edildiği enstitülere göre dağılımı Şekil 8’de verilmiştir.

Şekil 8. Tezlerin Enstitülere Göre Dağılımı

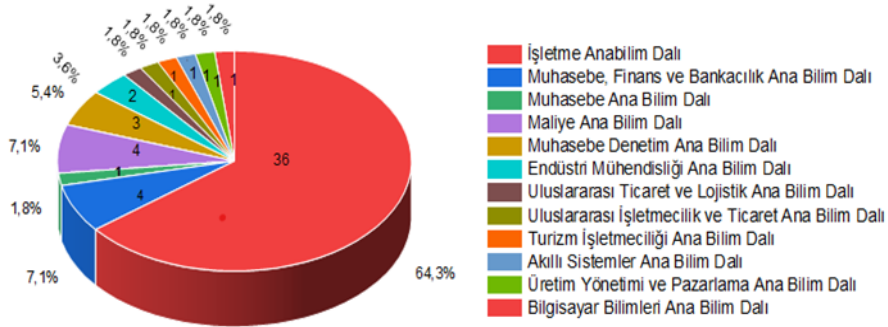


Şekil 8 incelendiğinde 56 lisansüstü çalışmanın 42’si (%75) Sosyal Bilimler Enstitüsünde, 12’si (%21,4) Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde, 2’si (%3,6) Fen Bilimleri Enstitüsünde yapıldığı görülmüştür.

### 3.9. İncelenen Tezlerin İlgili Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı

İncelenen 56 lisansüstü çalışmanın kabul edildiği ana bilim dalları Şekil 9’da sunulmaktadır.

Şekil 9. Ana Bilim Dallarına Göre Dağılımı

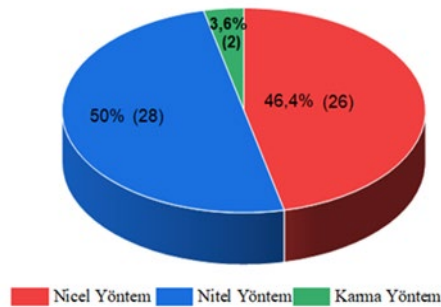


Şekil 9 incelendiğinde, 56 lisansüstü çalışmanın 36’sının (%64,3) işletme ana bilim dalında, 4’ünün (%7,1) maliye ana bilim dalında, 4’ünün (%7,1) muhasebe finans ve bankacılık ana bilim dalında, 3’ünün (%5,4) muhasebe denetim ana bilim dalında, 2’sinin (%3,6) endüstri mühendisliği ana bilim dalında kabul edildiği görülmüştür. Diğer 7 ana bilim dallarında ise 1’er (%1,8’er) çalışma yapıldığı görülmektedir.

### 3.10. İncelenen Tezlerin Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı

İncelenen 56 lisansüstü çalışmanın araştırma yöntemlerine göre dağılımı Şekil 10’da sunulmaktadır.

Şekil 10. Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı



Şekil 10 incelendiğinde, 56 lisansüstü çalışmanın 28’inin (%50) nitel yöntemlerden, 26’sının (%46,4) nicel yöntemlerden ve 2’sinin (%3,6) karma yöntemlerden faydalanarak yapıldığı görülmektedir.

### 3.11. İncelenen Tezlerin Anahtar Kelime Analizi

İncelenen 56 lisansüstü çalışmada kullanılan anahtar kelimeler analize tabi tutulmuş ve en çok kullanılan anahtar kelimeler Şekil 11’de verilmiştir.

Şekil 11. Anahtar Kelime Analizi



Şekil 11’deki anahtar kelimeler incelendiğinde, en çok tercih edilen kelimelerin sırasıyla “muhasabe”, “dijitalleşme”, “dönüşüm” ve “dijital dönüşüm” olduğu görülmektedir.

### 3.12. İncelenen Tezlerin Bulgulara Göre Dağılımı

Konu ile ilgili incelenen 56 lisansüstü çalışmanın bazı önemli bulguları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Tezlerin Bulgulara Göre Dağılımı

Yazar	Bazı Önemli Bulgular	n (%)
Eker (2024)	Çalışmada dijitalleşme ve dijitalleşme sürecine uyum, dijital sistemin sunduğu fırsatlar ve tehditler üzerine literatür taraması yapılarak muhasabe bilgi sistemi üzerindeki etkileri ortaya konmuştur.	1 (%1,78)
Sarı (2024)	Araştırma neticesinde dijitalleşmenin iş tatmini ve çalışan performansı üzerinde etkileri olduğu tespit edilmiştir.	1 (%1,78)
Erdost (2024)	Araştırma neticesinde firmanın dijitalleşme konusunda kendini sürekli geliştirme eğiliminde olduğu ve alanıyla ilgili güncel teknolojiyi yakalamak amacıyla prosedürlerini oluşturduğu görülmektedir.	1 (%1,78)
Çağan (2024)	Araştırma neticesinde muhasabe meslek mensuplarının e-uygulamaların kendilerine işlerini yapmaları sırasında birçok avantaj sağlıyor olmasından dolayı e-uygulamalara yönelik farkındalık düzeylerinin yüksek olduğu belirlenmiştir.	1 (%1,78)
Şahin (2024)	Çalışmada, dijitalleşen vergi denetiminin mükelleflerin vergi uyumunu artırdığı, kurumların etkinliğini geliştirdiği ve vergi suçlarının tespitini kolaylaştırdığı sonucuna varılmıştır.	1 (%1,78)
Işık (2024)	Çalışmada, muhasabe eğitimi gören öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeylerinin ve dijitalleşme algılarının, muhasabe mesleğini seçme niyetlerini etkilediği sonucuna varılmıştır.	1 (%1,78)
Kaya (2024)	Araştırma neticesinde muhasabe meslek mensuplarının dijital araçları kullanmada olumlu bir yaklaşıma sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Cadaklı (2023)	Çalışmada, dijitalleşme bağlamında muhasabe kayıtlarının Vergi Usul Kanunu (VUK) ve Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) çerçevesinde ayrı ayrı tutulması gerekliliği ortaya konmuş ve bu gerekliliklerin muhasabe meslek çalışanları için zorluklar yarattığı tespit edilmiştir.	1 (%1,78)
Cimşit (2023)	Çalışmada dijitalleşmenin iş süreçlerini kısalttığı, kâğıt depolama maliyetlerini azalttığı ve buna karşın bilgili ve tecrübeli personel bulma sıkıntılarının yaşandığı tespit edilmiştir.	1 (%1,78)
Okyay (2023)	Çalışmada Endüstri 4.0 konseptinde dijital altyapısını oluşturma konusunda çalışmalar yapan bir cam işleme üreticisinde değişen üretim sistemleri karşısında stratejik maliyet yönetim sistemlerinin artan önemini ve bu sistemlerin değişim ve gelişim gerekliliğini ortaya koymuştur.	1 (%1,78)

Avcı (2023)	Çalışmada muhasebe eğitimi alan öğrencilerin dijitalleşme algılarının ve finansal okuryazarlık seviyelerinin muhasebe meslek seçme niyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Yıldız (2023)	Çalışmada muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme/teknolojik gelişmelere yönelik olumlu ve olumsuz tutumlar olduğu belirtilmektedir. Ayrıca tutumlarının en yüksek ilgi alt boyutunda en düşük ise endişe alt boyutunda olduğu belirlenmiştir.	1 (%1,78)
M. Yıldız (2023)	Araştırmada yeni sayı ve yapay zekâ sistemlerinin finans ve muhasebe alanında uygulaması hakkında bilgilerin sunulması amaçlanmış ve bu amaç doğrultusunda bazı örnekler sunulmuştur.	1 (%1,78)
Mahmood (2023)	Araştırma sonucunda, Türkiye'nin gelişmiş bir blockchain teknolojisi olarak değerlendirildiği ve Endüstri 4.0 sürecinin teknolojik olarak aktif bir şekilde varlığını sürdürdüğü sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, Irak'ta Endüstri 4.0'ın muhasebe sistemleri ve vergi gibi destekleyici alanlarda tam olarak uygulanmadığı, bu sürecin modelleme yoluyla gelişim aşamasında olduğu tespit edilmiştir.	1 (%1,78)
Satar (2023)	Çalışmada muhasebenin dijitalleşmesinde muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme kararının çeşitli faktörlerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Göker (2023)	Çalışmada dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve işletme performansına etkilerini değerlendirmeyi amaçlanmış ve araştırma neticesinde dijitalleşmenin muhasebe hizmetlerini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca mezuniyet sonrası meslekle ilgili teknoloji alanında eğitime gereksinim duyulduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Çoban (2023)	XBRL'nin muhasebenin dijitalleşme sürecinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur.	1 (%1,78)
Artemel (2023)	Araştırma neticesinde muhasebe meslek mensuplarının yüksek düzeyde muhasebe dijital okuryazarlık düzeylerinde oldukları belirlenmiştir.	1 (%1,78)
Özcan (2023)	Araştırmada muhasebe meslek mensuplarının elektronik dönüşüm hakkındaki bazı genel kanıları; dijitalleşme adına ofislerdeki teknolojik alt yapı iyileştirmelerinin ekonomik maliyetler gerektirdiği, e-defter müşterilerinin ücretlendirme sisteminde artış olması gerekliliği olarak belirlenmiştir.	1 (%1,78)
Kayabaşı (2023)	Araştırma kapsamında şirketlerin dijital olgunluk düzeyinin ölçülmesi amaçlanmış ve bu amaç doğrultusunda ölçek geliştirilmiş ve katılımcıların dijital olgunluk seviyeleri belirlenmiştir.	1 (%1,78)
Öner (2022)	Çalışmada, e-muhasebe uygulamalarının muhasebe bilgi sistemi ve vergi denetimi üzerindeki etkisi ile VEDAS denetim programının etkinliği konusundaki görüşlerin oldukça olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Sevim (2022)	Araştırmada nesnelere interneti aracılığıyla Endüstri 4.0 kapsamında kullanılan akıllı barkod sisteminin maliyet avantajını ortaya koymuştur.	1 (%1,78)
Gülçin (2022)	Araştırmada Türkiye'de yazılım ve yapay zeka projelerine ilişkin maliyetlerin, Muhasebe Sistemi Uygulama Genel Tebliği ve Vergi Mevzuatına göre muhasebe kayıtlarının, Türkiye Muhasebe/ Finansal Raporlama Standartlarına göre muhasebe kayıtları karşılaştırılmalı bir biçimde ortaya koyulmuştur.	1 (%1,78)
Ekinci (2022)	Çalışmada dijitalleşmenin muhasebe meslek mensupları için zaman ve maliyet tasarrufu sağladığı, sistemli denetim sağladığı ve iş yükünü azalttığı sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Köktener (2022)	Çalışmada, teknolojinin meslekler üzerindeki etkilerini incelemeye olanak tanıyan teorik bir yaklaşım geliştirilmiştir. Ayrıca, teknolojik değişimlerin meslekleri devralabileceği, yeni meslekler yaratabileceği, mevcut mesleklerin üretkenliğini artırabileceği veya bazı meslekleri işlevsiz hale getirebileceği sonucuna varılmıştır.	1 (%1,78)
Doğan (2022)	Çalışmada dijitalleşmenin meslek mensupları ve mükellefler üzerinde çeşitli olumlu ve olumsuz etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
İbiş (2022)	Çalışmada muhasebe meslek mensuplarının dijital veri güvenliğine uyumları, dijital denetimden beledikleri fayda ve denetimin sorumluluğuna yönelik algılarının oldukça yüksek olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Tekelioğlu (2022)	Çalışma neticesinde muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmeyi benimsedikleri fakat iş yükünü arttığı ancak muhasebe mesleğinde yaşanan dijital dönüşümü gerekli bulduklarını sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Çetintaş (2022)	Araştırmada e-ticaretin hızlı gelişimini yakalayabilmesi için yazılım ve uygulama alanında yeni web tabanlı muhasebe ve sistem yazılımlarının önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Eroğlu (2022)	Çalışmada dijitalleşmenin muhasebe hizmetlerini; zaman tasarrufunun sağlanması, kurumlara gidiş-gelişlerin azalması, arşivlemenin kolaylaşması ve kırtasiyeciliğin azalması gibi olumlu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca iş yükünün artması, mesai saatlerini genişletmesi, muhasebe bürolarındaki teknolojik altyapının geliştirilmesi, muhasebe personelinin dijitalleşme niteliklerinin artırılması gerekliliği gibi olumsuz etkilerinin olduğu vurgulanmıştır.	1 (%3,45)
Tigre (2022)	Araştırmada Uluslararası Muhasebe Federasyonunu temel alarak Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Avustralya ve Türkiye'deki etik düzenlemeler, teknolojik gelişmeler ve değişmeler sonucu bu düzenlemelerdeki değişiklikleri karşılaştırmalı olarak ortaya koymuştur.	1 (%1,78)
Zaimoğlu (2022)	Araştırmada muhasebe meslek mensuplarının defter beyan sisteminin kullanımı yönünden avantajlarından çok dezavantajlarının olduğu düşüncesine ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Arı (2022)	Araştırma neticesinde işletmelerin, halkla ilişkiler, yönetim, satın alma, pazarlama, muhasebe ve finansman, üretim süreçleri ve insan kaynakları bölümlerinde sahip oldukları vizyon ve hedef doğrultusunda dijitalleştikleri sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)



Akıncı (2022)	Araştırmada dijitalleşme olgusunun beraberinde getirdiği blokzincir teknolojisinin kamuya, muhasebeye ve vergilendirme alanlarına olabilecek muhtemel faydaları ve alanda çalışan uzmanların teknolojik alt yapıya bakış açılarını ortaya koymuştur.	1 (%1,78)
Sayın (2022)	Araştırma neticesinde blockchain teknolojisinin uluslararası ticarete, vergi kaçırma, aşırı zaman harcanması, fiziksel arşivleme ve akreditif maliyetleri azalttığı sonucuna varılmıştır.	1 (%1,78)
Yalın (2022)	Araştırmada dijital dönüşümün etkisiyle muhasebe mesleğinin görev tanımındaki değişimlerin; muhasebe eğitimindeki müfredat, derslerde kullanılan teknolojiler, öğretim elemanlarının nitelikleri ve iş dünyası ile etkileşimler gibi pek çok açıdan yeniden tasarlanması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Yılmaz (2022)	Araştırma kapsamında dijitalleşme sürecinde girişimcilik becerilerinin işletme başarısı üzerine etkisinin incelenmesi amaçlanmış ve araştırma neticesinde kullanılan dijital araçlarla işletmeleri etkileyen başarı faktörleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.	1 (%1,78)
Özköse (2022)	Araştırma neticesinde sanayi işletmelerine yönelik üretim ve tedarik planlama yazılımının geliştirilmesi hedeflenmiş ve bu uygulama aracılığı ile işletmelerin dijitalleşme anlamında ilk adımlarını atabileceği neticesine ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Akdoğan (2022)	Araştırmada dijitalleşmenin vergi uyumuna etkisi serbest muhasebeci mali müşavir üzerinde ölçülmüş ve araştırma neticesinde dijitalleşmenin vergi uyumu üzerindeki pozitif etkisi ortaya konulmuştur.	1 (%1,78)
Yeşilyurt (2021)	Araştırma neticesinde hem denetçinin hem de dijitalleşmenin olduğu hibrit bir süreci muhasebe hilelerinde kullanılan yeni teknolojiler ve bulut teknolojileri hakkında teorik bilgi sunmuştur.	1 (%1,78)
Kafa (2021)	Araştırmada eğitim sektöründe dijital olgunluk seviyesi ölçümü hedeflenmiş ve bu hedef doğrultusunda belirlenen eğitim kurumunun henüz benimseyiciler kategorisinde bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Rasgen (2021)	Araştırmada, nesnelerin interneti kullanılarak enerji tüketim verilerinin sinyal dönüştürücüler aracılığıyla muhasebe bilgisine dönüştürülmesi ve raporlanması süreci, örnek olay yöntemiyle ele alınmıştır.	1 (%1,78)
Saral (2021)	Araştırmada kullanıcı alışkanlıkları nedeniyle kaynaklanan usulsüzlüklerin giderilmesi adına satın alma programının geliştirilmesi ve organizasyonun da buna uygun olarak düzenlenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Kucur (2021)	Araştırmada Endüstri 4.0'ın muhasebe mesleğinde kullanılmasından ve muhasebe mesleğinin bu süreçte dönüşümü ile ilgili oluşacak yeni uzmanlık alanları hakkında bilgi verilmiştir.	1 (%1,78)
Yılmaz (2021)	Araştırmada bankaların maliyet hesaplamalarını doğru ve güvenilir bir şekilde hesaplayabilmesi için KTM yöntemi önerilerek uygulamalı bir şekilde sunulmuştur.	1 (%1,78)
Gök (2021)	Araştırmada bir firmanın e-fatura servisi sağlayıcısı seçimi konusundaki gereksinimlerini tespit edebilmek için Türkiye'deki e-fatura uzmanlarının görüşleri alınarak kullanıcı firma ihtiyaçları tespit edilmiştir.	1 (%1,78)
İşık (2021)	Araştırmada bir işletmenin muhasebe paket programı kullanımına ilişkin inceleme yapılarak yazılımsal çözüm önerileri getirilmiştir.	1 (%1,78)
Kızmaz (2021)	Araştırmada blok zinciri teknolojisinin bağımsız denetim, iç denetim ve finansal muhasebe üzerine etkileri sunularak test aşamasındaki uygulamalara yer verilmiştir.	1 (%1,78)
Akdoğan (2021)	Araştırma kapsamında, yapay zeka teknikleri kullanılarak faturaların hızlı, doğru ve daha az kaynakla işleme süreci incelenmiştir. Bu doğrultuda, derin öğrenme yaklaşımıyla fatura görüntülerinden bilgi çıkarma algoritmaları ve uygulamaları detaylandırılmıştır.	1 (%1,78)
Avcı (2020)	Çalışmada dijital muhasebenin meslek çalışanlarının işlerini kolaylaştırdığı fakat sorumluluklarını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Şitak (2020)	Araştırma sonucunda dijitalleşmenin muhasebe mesleğine olan saygınlığı arttırabileceği, haksız rekabetin önüne geçilebileceği kanaatine varılmıştır. Ayrıca finans ve muhasebe eğitimi konusunda güncel ve köklü bir değişimin önüne geçilmez bir gereklilik olduğu vurgulanmıştır.	1 (%1,78)
Karahan (2020)	Araştırma kapsamında finansal tabloların denetiminde dijital entegrasyon sürecinin güvence düzeyine etkisi ölçülmüştür. Araştırma neticesinde dijital entegrasyon ile güvence düzeyinin artacağı sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Çetiner (2020)	Araştırmada kripto para kullanma deneyiminin olumlu bakış ve muhasebe entegrasyonu alt boyutlarının önemli yordayıcısı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Diñçel (2020)	Araştırma kapsamında blok zinciri teknolojisinin muhasebe ve denetim mesleğine etkisi incelenmiştir. Araştırma neticesinde etki olarak maliyetten ve zamandan tasarruf edilebileceği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Bayram (2019)	Araştırma kapsamında vergi denetiminde risk analizi ele alınmış ve dijitalleşmenin getirdiği sistemler ve önlemler hayata geçirilip risk analizi yapılması durumunda vergi denetimlerinin daha kolay ve hızlı yapılabileceği sonucuna ulaşılmıştır.	1 (%1,78)
Tekbaş (2018)	Araştırmada, muhasebe meslek çalışanlarının dijitalleşme ve teknolojik değişimlere hazır oldukları, bu değişimlere kolaylıkla uyum sağlayabilecekleri sonucuna varılmıştır. Ancak mevcut muhasebe yeterlilik eğitimlerinin gelecekteki teknolojik gelişmelere uyum sağlamadığı ve muhasebe mesleğinin teknolojik ilerlemeler ışığında geleceğe uyum sağlayacak yeni bir modelin desteklenmesi gerektiği belirlenmiştir.	1 (%1,78)

Tablo 1 incelendiğinde araştırma kapsamındaki 56 lisansüstü çalışma bazı ortak bulgulara sahip olsalar da genel anlamda farklı sonuçlara ulaştığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle tüm çalışmalar muhasebede dijitalleşme ekseninde ortak bir noktaya sahip olsalar da örneklem ve inceledikleri konu anlamında farklılıklara sahiptir.

### Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Çalışma, etik kurul onayı gerektirmemektedir.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %100'dür.

### Sonuç

Yaşanan teknolojik gelişmeler tüm meslek gruplarını olduğu gibi muhasebe mesleğini de etkilemiştir. Bu etkileşim teknolojinin gerektirdiği değişime ve gelişime ayak uydurmayı zorunlu hale getirmiştir. Bu doğrultuda, teknolojiyle birlikte ortaya çıkan dijitalleşme veya dijital dönüşüm kavramı, genel olarak elektronik sistemlerin gelişmiş teknolojilerle kullanılması ve böylece daha hızlı, daha zengin bilgilere daha az iş gücü ile ulaşılabilmesi olarak tanımlanabilir. Dijital dönüşüm, muhasebe mesleğinde hata olasılığının en aza indirilmesini sağlayarak doğru veri akışı, hızlı raporlama ve gereksiz iş yükünün azaltılması açısından önem arz etmektedir. Ayrıca muhasebe verilerinin daha güvenli bir şekilde saklanarak erişilebilirliğini sağlamaktadır. Tüm bunların yanı sıra, dijitalleşmenin getirdiği değişime ve dönüşüme ayak uyduramama durumunun meslek mensuplarının başarısı üzerinde olumsuz etkileri bulunmaktadır. Dijitalleşme sürecinin muhasebe mesleğindeki etkilerinin ortaya çıkarılması, avantajlarının ve dezavantajlarının belirlenmesi, literatürün derinlemesine incelenmesini gerektirmektedir. Böylelikle alandaki araştırma eğilimlerinin tespit edilmesi mesleğin yönlendirilmesi açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda çalışmada YÖK tez veri tabanında bulunan lisansüstü tezler ele alınmıştır. Çalışmada YÖK tez veri tabanında özet ya da başlık kısmında ekleriyle birlikte "dijitalleşme ve muhasebe" kelimeleri geçen 56 lisansüstü çalışma bibliyometrik analize tabi tutulmuştur.

Çalışmaya dahil edilen 56 lisansüstü tezin yazım dili incelendiğinde, 53 tezin (%94,6) Türkçe, 3 tezin (%5,4) ise İngilizce dilinde yazıldığı belirlenmiştir. Tezlerden %82,1'inin yüksek lisans tezi, %17,9'unun ise doktora tezi olduğu tespit edilmiştir. Çalışmalar yayın yılları itibarıyla incelendiğinde, 2018 yılında 1 tez, 2019 yılında 1 tez, 2020 yılında 5 tez, 2021 yılında 10 tez, 2022 yılında 19 tez, 2023 yılında 13 tez ve 2024 yılı Ocak- Haziran ayları arası 7 tezin yayımlandığı belirlenmiştir. Tezler sayfa sayıları bakımından incelendiğinde 19 (%33,9) tezin 121-150 sayfa aralığında, 13 (%23,2) tezin 91-120 sayfa aralığında, 10 (%17,9) tezin 151-180 sayfa aralığında, 7 tezin (%12,5) 60-90 sayfa aralığında, 6 (%10,7) tezin 211-240 sayfa aralığında ve 1 (%1,8) tezin ise 181-210 sayfa aralığında olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamındaki tezler danışman ünvanları açısından incelendiğinde, 27 tez danışmanın Prof. Dr., 21 tez danışmanın Doç. Dr. ve 8 tez danışmanın ise Dr. Öğretim Üyesi ünvanında olduğu belirlenmiştir. Tez yazarlarının cinsiyetleri incelendiğinde, 28'inin kadın, 28'inin erkek olduğu görülmektedir. Çalışma kapsamındaki tezlerin hazırlandığı üniversiteler incelendiğinde en çok Süleyman Demirel Üniversitesi'nde 4 (%7,1), Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde 4 (%7,1) ve Dokuz Eylül Üniversitesi'nde 4 (%7,1) tez hazırlandığı görülmüştür. Diğer üniversitelerde ise bu dağılımın daha az olduğu saptanmıştır. Çalışma kapsamındaki tezlerin kabul edildiği enstitüler incelendiğinde, 56 lisansüstü çalışmadan 42'sinin Sosyal Bilimler Enstitüsünde, 12'sinin Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde ve 2'sinin Fen Bilimleri Enstitüsünde kabul edildiği belirlenmiştir. Ayrıca 56 lisansüstü çalışmadan 36'sı işletme ana bilim dalında, 4'ü maliye ana bilim dalında, 4'ü muhasebe finans ve bankacılık ana bilim dalında, 3'ü muhasebe denetim ana bilim dalında ve 2'si endüstri mühendisliği ana bilim dalında kabul edilmiştir. Diğer ana bilim dallarında ise 1'er tane çalışma kabul edilmiştir. İncelenen tezler araştırma yöntemleri bakımından irdelendiğinde 56 lisansüstü çalışmadan 28'inin nitel, 26'sının nicel ve 2'sinin karma yöntemlerden faydalanılarak yapıldığı görülmektedir. Bunun yanında tezlerde en çok tercih edilen anahtar kelimelerin sırasıyla "muhasebe", "dijitalleşme", "dönüşüm" ve "dijital dönüşüm" olduğu görülmektedir.

Çalışma kapsamındaki tezler bulguları bakımından incelendiğinde, dijitalleşmenin muhasebe süreçleri, muhasebe meslek mensupları, eğitim ve iş süreçleri üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Bu etkiler arasında iş tatmini, performans artışı, iş yükünün azalması, maliyet tasarrufu ve zaman kazancı gibi olumlu yanlar vurgulanmaktadır. Dijitalleşmenin genel iş süreçlerine, işletme performansına ve stratejik maliyet yönetimine etkileri de incelenmiştir. Bu doğrultuda iş süreçlerinin kısalması, kâğıt ve depolama maliyetlerinin azalması gibi avantajlar vurgulanmıştır. Ayrıca blockchain, yapay zekâ, endüstri 4.0 ve nesnelerin interneti gibi yeni teknolojilerin muhasebe ve finans süreçlerine entegrasyonuna ve dijitalleşmenin vergi denetimi, risk analizi ve genel vergi uyumu üzerindeki etkilerine ilişkin bulgulara yer verilmektedir. Buna ek olarak, dijitalleşmenin bir sonucu olarak ortaya çıkan e-uygulamalara yönelik farkındalık ve tutumlara ilişkin bulgular da sunulmaktadır. Ayrıca muhasebe eğitiminde dijitalleşmenin etkisi, öğrencilerin finansal okuryazarlık düzeyleri, dijitalleşmenin meslek seçme niyetine etkisi gibi konulara ilişkin de bulgulara yer verilmektedir. Sonuç olarak, çalışma kapsamındaki bulgular bazı ortak bulgulara sahip olsalar da genel anlamda farklı sonuçlara ulaşıldığı görülmektedir.

Tezlerin yazım dilinin ağırlıklı olarak Türkçe olması, İngilizce dilinde yayınlanan tezlerin azlığını göstermektedir. Tezlerin uluslararası literatüre katkı sunması açısından İngilizce dilinde yayınlanmasının değerlendirilmesi gerektiği düşünülmektedir.

Tezlerin yayın yılları incelendiğinde değişen ve gelişen teknolojiye paralel olarak dijital dönüşüm uygulama sürecinin 2005 yılında başladığı göz önünde bulundurulduğunda (Bağdat, 2022) tezlerin sayısında yeterince artış olmadığı gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda dijitalleşme sürecinin etkilerinin güncel olarak ortaya koyulabilmesi açısından çalışmaların sürekliliği önem arz etmektedir. Tezlerin hazırlandığı üniversiteler değerlendirildiğinde incelenen tezler 37 üniversitede kabul edilmiştir. Türkiye'deki üniversitelerin sayısı göz önünde bulundurulduğunda yayımlanan tezlerin ağırlıklı olarak bazı üniversitelerde toplandığı görülmektedir. Bölgesel çıkarımlar yapma, farklı perspektiflerden inceleme ve karşılaştırma imkânı sunması açısından konu ile ilgili hiç çalışma yapılmayan üniversitelerde çalışmaların yapılması değerlendirilebilir.

Çalışmaya ilişkin bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, dijitalleşmenin muhasebe mesleği ve süreçleri üzerindeki çok yönlü etkileri ele alınmıştır. Fakat farklı sektörler ve işletme büyüklükleri arasındaki dijital olgunluk düzeyleri farklılıklarının daha detaylı ortaya konulabilmesi için daha çok çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Dijitalleşmeye uyum sürecinde muhasebe eğitim programlarının güncellenmesi ve meslek mensuplarının bu sürece adaptasyonu konusunda daha fazla araştırma yapılması gerektiği düşünülmektedir. Özellikle e-fatura, e-defter gibi uygulamaların yasal altyapısı ve bu altyapının geliştirilmesine yönelik önerilerin daha kapsamlı bir inceleme yapılabilmesi için tez danışmanlarının öğrencilerini bu konuya yönlendirmesi, literatüre daha fazla bilgi eklenmesine olanak sağlayabilir. Bu doğrultuda yapılacak çalışmalar, dijital dönüşüm sürecinin daha etkili yönetilmesine ve güncel sonuçların takip edilebilmesine katkı sağlayacaktır. Sonuç olarak, teknolojik gelişmelerin sürekli etkisi altında olan dijital dönüşüm için güncel sonuçlara ulaşmak ve bu doğrultuda çözüm önerileri geliştirebilmek adına muhasebe alanında dijital dönüşüm çalışmalarının sayısının artırılması gerektiği düşünülmektedir.

## Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Çalışma, etik kurul onayı gerektirmemektedir.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %100'dür.

## Kaynakça

- Akdoğan, A. (2021). *Derin öğrenme yaklaşımıyla fatura görüntülerinden bilgi çıkarma algoritmaları ve uygulamaları* [Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Akdoğan, T. (2022). *Dijitalleşmenin vergi uyumuna etkisi: Sakarya ili saha çalışması* [Doktora Tezi]. Sakarya Üniversitesi.
- Akıncı, K.Y. (2022). *Vergilendirme aktörlerinin blokzincir uygulamasına bakış açısı: Isparta ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Al, U., & Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), 142-163.
- Arı, Ö. (2022). *Yiyecek içecek işletmelerinin dijital dönüşüm süreci ve teknolojik hazıroluş seviyeleri* [Doktora Tezi]. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi.
- Arslan, M. C., & Karkacıer, A. (2019). Dijital dönüşüm sürecinde yönetim muhasebesinin geleceğini etkileyen faktörlere kavramsal bir bakış. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 430-442.
- Artemel, N. (2023). *Muhasebe mesleği ve dijital dönüşüm: Muhasebe meslek mensuplarının dijital okuryazarlık düzeyinin belirlenmesi üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Artık, M. B., & Arslan, E. (2024). Muhasebe bürolarında çalışan muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmeye bakışı. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 24(72), 105-124. <https://doi.org/10.55322/mbbakis.1370711>
- Atılğan, D., Atakan, C. & Bulut, B. (2008). Türkçe kütüphanecilik dergilerinin atf analizi. *Türk Kütüphaneciliği*, 22(4), 392-413.
- Avcı, B. (2020). *Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine getirdiği yenilikler ve uygulamalar* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Bilgi Üniversitesi.
- Avcı, E. (2023). *Dijitalleşme algısı ve finansal okuryazarlık düzeyinin muhasebe meslek tercihine etkisi: Muhasebe eğitimi alan öğrenciler üzerine bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi.
- Bağdat, A. (2022). Muhasebe eğitiminde e-muhasebe ve endüstri 4.0 teknolojisi dersleri üzerine müfredat önerisi. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(2) 924-937. <https://doi.org/10.11616/asbi.1104332>
- Barışık, S., & Yirmibeşçik, O. (2006). Türkiye'de yeni ekonominin oluşum sürecini hızlandırmaya yönelik uyum çabaları. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 2(4), 39-62.

- Bayram, M. (2019). *Vergi denetiminde risk analizi* [Yüksek Lisans Tezi]. Marmara Üniversitesi.
- Cadaklı, A. (2024). *Dış ticaret işlemlerinin TMS 2 ve TMS 21 kapsamlarında muhasebeleştirilmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. KTO Karatay Üniversitesi.
- Cimşit, S. G. (2023). *Muhasebe ve denetim mesleğinde dijital dönüşüm: Muhasebe meslek mensuplarının bakış açılarıyla TRA 2 bölgesinde bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Kafkas Üniversitesi.
- Çağan, H. (2024). *Muhasebe mesleğinde e-dönüşüm ve elektronik belge uygulamalarına geçişin serbest muhasebeci mali müşavirler açısından değerlendirilmesi: Sivas'ta bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Çetiner, Y. (2020). *Kripto paraların vergilendirilmesi ve muhasebeleştirilmesinin incelenmesi: Bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi.
- Çetintaş, Z. (2022). *Muhasebe meslek mensuplarının covid-19 salgınında e-ticaret ve bağımsız denetim alguları: Sivas ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Çoban, U. (2023). *XBRL'nin muhasebenin dijitalleşmesine etkisi: Ankara ilindeki muhasebe meslek mensupları üzerine bir araştırma* [Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Demirkan, S., & Coşkun Arslan, M. (2019). Endüstri 4.0 ve muhasebe sistemine etkisi üzerine kuramsal bir inceleme. *Enderun Dergisi*, 3(1), 40-56.
- Denktaş Şakar, G., & Cerit, A. G. (2013). Uluslararası alan indekslerinde Türkiye pazarlama yazını: Bibliyometrik analizler ve nitel bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(4), 37-62.
- Dinçel, C. (2020). *Blok zinciri teknolojisinin muhasebe ve denetim mesleğine etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Doğan, Z. (2022). *Vergi idaresinin e-dönüşümü ve dijitalleşmenin muhasebe meslek mensupları ve mükelleflere etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Işık Üniversitesi.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dursun, G. D., Ektik, D., & Tutçu, B. (2019). Mesleğin dijitalleşmesi: Muhasebe 4.0. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 6(6), 264-271.
- Eker, S. (2024). *Muhasebe bilgi sistemi üzerinde dijitalleşme ve e-uygulamaların etkileri* [Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Ekinci, S. (2022). *3568 sayılı yasa sonrası muhasebe mesleğinde değişim: Manuelden dijitalleşme geçişi* [Yüksek Lisans Tezi]. Sivas Cumhuriyet Üniversitesi.
- Erdost, A. (2024). *İç kontrol sistemine dijitalleşmenin etkisinin incelenmesi üzerine bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Eroğlu, Z. (2022). *Covid-19, dijitalleşme ve muhasebe mesleğine etkileri* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Frey, C. B., & Osborne, M. A. (2017). The future of employment: How susceptible are jobs to computerisation?. *Technological Forecasting and Social Change*, (114), 254-280. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.08.019>
- Gall, M., Nguyen, K. H., & Cutter, S. L. (2015). Integrated research on disaster risk: Is it really integrated?. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 12, 255-267. <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2015.01.010>
- Göker, A. (2023). *Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve işletme performansına etkileri: Bir uygulama örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Gulin, D., Hladika, M., & Valenta, I. (2019). Digitalization and the challenges for the accounting profession. *ENTRENOVA-ENTERPRISE RESEARCH INNOVATION*, 5(1), 428-437. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3492237>
- Gülçin, K. (2022). *Yapay zeka proje maliyetlerinin muhasebe sistemi uygulama genel tebliği, vergi mevzuatı ve Türkiye muhasebe/finansal raporlama standartlarına göre muhasebeleştirilmesi* [Doktora Tezi]. Gazi Üniversitesi.
- Güngör Tanç, Ş., & Deniz, F. (2020). Muhasebe meslek mensuplarının muhasebe uygulamalarındaki e-dönüşüm sürecine ilişkin görüş ve beklentileri: Hatay ili örneği. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(2), 622-636. <https://doi.org/10.29249/selcuksbmyd.804296>
- Işık, Y. (2021). *İşletmelerde muhasebe paket programı kullanımına ilişkin bir inceleme ve yazılımsal çözüm önerileri* [Doktora Tezi]. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi.
- Işık, Z. (2024). *Dijitalleşmenin muhasebe meslek mensupları üzerindeki etkisinin teknoloji kabul modeli ile incelenmesi: Antalya ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.


- İbiş, C. (2022). *Vergi denetimi özelinde dijitalleşmenin muhasebe meslek mensupları üzerine etkisi: Antalya ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Uşak Üniversitesi.
- Jacobs D. (2010). Demystification of bibliometrics, scientometrics, informetrics and webometrics. In *Proceedings of the 11th DIS annual conference*. Richardsbay, University of Zululand, South Africa.
- Kafa, B. (2021). *Endüstri 4.0 kapsamında dijitalleşme çalışmaları; eğitim sektöründe dijital olgunluk seviyesi ölçümü* [Yüksek Lisans Tezi]. Pamukkale Üniversitesi.
- Karahan, U. (2020). *Finansal tabloların denetiminde dijital entegrasyon sürecinin güvence düzeyine etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Gaziantep Üniversitesi.
- Kaya, C. (2024). *Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine etkileri üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Tarsus Üniversitesi.
- Kayabaşı, H. (2023). *Dijitalleşme ve şirketlerin dijital olgunluk düzeyinin ölçülmesi: Ampirik bir çalışma* [Doktora Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Knudsen, D. R. (2020). Elusive boundaries, power relations, and knowledge production: A systematic review of the literature on digitalization in accounting. *International Journal of Accounting Information Systems*, 36, <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100441>
- Kokina, J., & Blanchette, S. (2019). Early evidence of digital labour in accounting: Innovation with robotic process automation. *International Journal of Accounting Information Systems*, 35, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2019.100431>
- Köktener, B. (2022). *Profesyonel hizmet konglomeraları ve yetki alanı rekabeti: Dijital teknolojiler ve düzenlemelerin etkileri* [Doktora Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Köse, H. Ö., & Polat, N. (2021). Dijital dönüşüm ve denetimin geleceğine etkisi. *Sayıştay Dergisi*, 32(123), 9-41. <https://doi.org/10.52836/sayistay.1068328>
- Kucur, K. (2021). *Endüstri 4.0 sürecinde muhasebe mesleğinin geleceği* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Arel Üniversitesi.
- Küçüker, M. (2023). Muhasebede yapay zekâ uygulamaları: Chatgpt'nin muhasebe sınavı. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 875-888. <https://doi.org/10.18069/firatsbed.1289885>
- Mahmood S. A. (2023). *Endüstri 4.0 ve blockchain teknolojileri çerçevesinde muhasebede dijital dönüşüm süreci: Irak Örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Mancini, D., Lamboglia, R., Castellano, N. G., & Corsi, K. (2017). Trends of digital innovation applied to accounting information and management control systems, in Corsi, K., Castellano, N. G., Lamboglia, R., Mancini, D. (Eds.), *Reshaping Accounting and Management Control Systems- New Opportunities from Business Information Systems* (p. 1-19), Springer.
- Mao, G., Liu, X., Du, H., Zuo, J., & Wang, L. (2015). Way forward for alternative energy research: A bibliometric analysis during 1994-2013. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 48, 276-286. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2015.03.094>
- Merigó, J. M., & Yang, J. B. (2017). A bibliometric analysis of operations research and management science. *Omega*, 73, 37-48. <https://doi.org/10.1016/j.omega.2016.12.004>
- Mert, H., Güner, M., & Duyar, G. (2022). Dijitalleşme sürecinin gelişimi ve muhasebe uygulamalarına etkileri yönünden istanbul ilinde SMMM'ler üzerinde bir araştırma. *Muhasebe ve Denetime Bakış*, 22(66), 195-218. <https://doi.org/10.55322/mbbakis.1055937>
- Ritter, T., & Pedersen, C. L. (2020). Digitization capability and the digitalization of business models in business-to-business firms: Past, present, and future. *Industrial Marketing Management*, 86, 180-190. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2019.11.019>
- Murthy, U.S. (2016). Researching at the intersection of accounting and information technology: a call for action. *Journal of Information Systems*, 30(2), 159-167. <https://doi.org/10.2308/isys-51413>
- Okuba, Y. (1997). Bibliometric indicators and analysis of research systems: methods and examples, *OECD Science, Technology and Industry Working Papers, 1997/01*, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/208277770603>
- Okyay, A. (2023). *Sanayinin dijitalleşmesi sürecinde stratejik maliyet yönetimi: Kaynak tabanlı muhasebe ve uygulaması* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Öner, F. (2022). *E-muhasebe uygulamalarının muhasebe bilgi sistemi ve vergi denetimi etkileşimi üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Özcan, S. (2023). *Muhasebe meslek mensuplarının e-dönüşüm uygulamalarına bakış açıları üzerine bir araştırma: Ordu ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Giresun Üniversitesi.
- Özköse, E. (2022). *Sanayi işletmelerine yönelik üretim ve tedarik planlama yazılımının geliştirilmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

- Prasad, A., & Green, P. (2015). Governing cloud computing services: Reconsideration of IT governance structures. *International Journal of Accounting Information Systems*, 19, 45-58. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2015.11.004>
- Rasgen, M. (2021). *Endüstri 4.0 devriminin muhasebe sistemleri üzerindeki etkisine yönelik örnek olay çalışması* [Doktora Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Rodrigues, S. P., Van Eck, N. J., Waltman, L., & Jansen, F. W. (2014). Mapping patient safety: a large-scale literature review using bibliometric visualisation techniques. *BMJ Open*, 4(3), 1-8, <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2013-004468>
- Saral, B. (2021). *İnşaat projelerinin satınalma yönetiminde iç kontrol aracı olarak süreç madenciliği* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Teknik Üniversitesi.
- Sarı, T. (2024). *Dijitalleşmenin iş tatmini ve çalışan performansına etkisi: Batı Akdeniz Bölgesindeki muhasebe meslek mensupları üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi.
- Satar, E. G. (2023). *Muhasebe sürecinin dijitalleşmesinde etkili olan faktörler: Muhasebe meslek mensupları üzerine bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Sayın, M. (2022). *Türkiye’de dijital devlet paydaşları arasındaki etkileşim süreçlerinde blokzincirinin kullanılabilirliği* [Yüksek Lisans Tezi]. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.
- Sevim, M. (2022). *Endüstri 4.0 kapsamında kullanılan akıllı barkod sisteminin maliyet avantajı: Bir üretim işletmesi uygulaması* [Yüksek Lisans Tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Şahin, A. (2024). *Türkiye’de e-dönüşümün vergi denetimine etkisinin GİB ve VDK faaliyet raporları çerçevesinde değerlendirilmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Selçuk Üniversitesi.
- Şitak, B. (2020). *Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine, muhasebe meslek mensuplarına ve muhasebe-finance eğitimine etkilerinin salgın hastalık döneminde incelenmesi* [Yüksek Lisans Tezi]. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi.
- Tekbas, I. (2018). *The profession of the digital age: Accounting engineering*. <https://www.ifac.org/global-knowledgegateway/technology/discussion/profession-digital-age-accounting-engineering> adresinden 19 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Tekbaş, İ. (2018). *Dijitalleşmenin muhasebe mesleğine ve meslek mensuplarına etkileri üzerine bir araştırma ve yeni bir kavram önerisi: Mali mühendislik* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Okan Üniversitesi.
- Tekbaş, İ. (2019). *Muhasebenin dijital dönüşümü ve mali mühendislik finans ve muhasebeye fütürist bakış*. Ceres Yayınları.
- Tekelioğlu, Z. (2022). *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşme algısı: Konya ili örneği* [Yüksek Lisans Tezi]. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi.
- Tiğre, G. (2022). *Dijital çağda muhasebe mesleği ve sürdürülebilir etik: Ülkelerarası karşılaştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Wallin, J. A. (2005). Bibliometric methods: pitfalls and possibilities. *Basic & Clinical Pharmacology & Toxicology*, 97(5), 261-275. [https://doi.org/10.1111/j.1742-7843.2005.pto\\_139.x](https://doi.org/10.1111/j.1742-7843.2005.pto_139.x)
- Wang, B., Pan, S. Y., Ke, R. Y., Wang, K., & Wei, Y. M. (2014). An overview of climate change vulnerability: a bibliometric analysis based on web of science database. *Natural Hazards*, 74, 1649-1666. <https://doi.org/10.1007/s11069-014-1260-y>
- Yalın, Ş. (2022). *Eğitimde kalite arayışları ve akreditasyon: Muhasebe eğitimi üzerine bir çalışma* [Yüksek Lisans Tezi]. Manisa Celal Bayar Üniversitesi.
- Yeşilyurt, Y. (2021). *Denetimde hilenin tespiti, dijitalleşmenin önemi ve bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Yıldız, M. S. (2023). *Metaverse ve yapay zekâ teknolojilerinin değişen kullanıcı beklentilerine hitaben metahuman ile sosyal hayatın sanal etkileşimleri* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Beykent Üniversitesi.
- Yıldız, Y. (2023). *Muhasebe meslek mensuplarının dijitalleşmeye yönelik tutumları ve temel bilgi teknolojisi yeterlilikleri: İstanbul ili özelinde bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Atatürk Üniversitesi.
- Yılmaz, B. (2021). *Bankaların maliyet hesaplamalarında kaynak tüketim muhasebesi yöntemi: Pandemi döneminde bir uygulama* [Yüksek Lisans Tezi]. Bursa Teknik Üniversitesi.
- Yılmaz, E. (2022). *Dijitalleşme sürecinde girişimcilik becerilerinin işletme başarısı üzerine etkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Avrasya Üniversitesi.
- Zaimoğlu, K. (2022). *Defter beyan sisteminin muhasebe meslek mensuplarına göre avantaj ve dezavantajları: İstanbul ilinde bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. Kocaeli Üniversitesi.

Derleme Makale / Review Article

## Etik İkilemi Keşfetmek: Çevrimiçi Siyasal Reklam Kampanyalarında İfade Özgürlüğü ve Etik Standartların Dengelenmesi

*Exploring The Ethical Dilemma: Balanced Freedom of Expression and Ethical Standards in Online Political Advertising Campaigns*

Mehmet Erhan Summak<sup>1</sup> 

### MAKALE BİLGİSİ

**Başvuru:** 31.05.2024  
**Revizyon:** 22.08.2024  
**Kabul:** 23.08.2024  
**Yayın:** 31.08.2024

#### Anahtar Kelimeler

*Çevrimiçi  
Siyasal Reklam  
Sosyal Medya  
Etik  
İfade Özgürlüğü*

#### Jel Kodları

M37, O17

### ÖZ

Dijital çağda, çevrimiçi platformların siyasi söylemler için çok önemli alanlar haline gelmesiyle birlikte siyasal reklamcılık alanı önemli bir dönüşüm geçirmiştir. Bu dönüşüm, ifade özgürlüğü ile etik standartlar arasındaki hassas dengeyi zorlayan sayısız etik ikilemi ön plana çıkarmaktadır. Çevrimiçi siyasal reklam kampanyalarında etik ve ifade özgürlüğünün iç içe geçmesi, ikna ve manipülasyon arasındaki ince çizgi, dijital reklamlarda şeffaflık ve hesap verebilirlik eksikliği ve yanlış bilgilendirmenin kamuoyu üzerindeki zararlı etkisi ile karmaşık ve çok yönlü bir zorluk teşkil etmektedir. Çevrimiçi siyasal reklamcılıkta ifade özgürlüğü ilkesi temel olmakla birlikte, bu özgürlüğün kamu yararını gözetilen tedbirlerle uyumlu hale getirilmesi acil bir ihtiyaçtır. Bu çalışma, çevrimiçi siyasal reklamcılıkta ortaya çıkan etik hususları incelemekte, ifade özgürlüğü ile etik standartları dengelemenin zorluklarını ortaya koymakta ve yanlış bilgilendirmenin kamuoyu üzerindeki etkisini çok yönlü olarak ele almaktadır. Ayrıca, dijital reklamlarda şeffaflık ve hesap verebilirliğin önemini vurgulamakta ve teknolojinin hızla ilerlediği bir ortamda sınır ötesi çevrimiçi siyasal reklamcılığın düzenlenmesinde karşılaşılan engelleri ele almaktadır. Çalışma bu kritik konulara ışık tutarak, çevrimiçi siyasal reklam kampanyalarının doğasında var olan etik karmaşıklıkların nasıl aşılabileceğine dair süregelen tartışmalara katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

### MANUSCRIPT INFO

**Submitted:** 31.05.2024  
**Revised:** 22.08.2024  
**Accepted:** 23.08.2024  
**Published:** 31.08.2024

#### Keywords

*Online  
Political Advertising  
Social Media  
Ethic  
Freedom of Expression*

#### Jel Codes

M37, O17

### ABSTRACT

In the digital age, the field of political advertising has significantly transformed, with online platforms becoming crucial for political discourse. This shift presents numerous ethical dilemmas that challenge the balance between freedom of expression and ethical standards. The intersection of ethics and freedom in online political advertising campaigns involves complex issues, such as the fine line between persuasion and manipulation, the lack of transparency and accountability, and the damaging effects of misinformation on public opinion. While freedom of expression is fundamental in online political advertising, it must be balanced with measures that serve the public interest. This study explores the ethical issues in online political advertising, examining the challenges of aligning freedom of expression with ethical standards and the impact of misinformation on public opinion. It underscores the need for transparency and accountability in digital advertising and addresses the challenges of regulating cross-border online political advertising amid rapid technological advancements. By addressing these critical issues, the study aims to contribute to the ongoing discussion on navigating the ethical complexities of online political advertising campaigns.

### Önerilen Atıf

*Suggested Citation*

Summak, M. E. (2024). Etik ikilemi keşfetmek: Çevrimiçi siyasal reklam kampanyalarında ifade özgürlüğü ve etik standartların dengelenmesi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 111-120.

<sup>1</sup> Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, [summak@selcuk.edu.tr](mailto:summak@selcuk.edu.tr), <https://orcid.org/0000-0002-1678-0609>

## **EXTENDED SUMMARY**

### **Introduction and Research Purpose**

The rise of digital platforms has significantly altered the landscape of political discourse, making these platforms crucial arenas for political participation and campaigns. The transition from traditional media to digital platforms has become prominent, as these new media offer unprecedented access to large audiences and facilitate direct communication between politicians and voters. This change is further highlighted by the emergence of social media, which functions not only as a platform for political advertising but also as a space for public debate and discourse. Consequently, online political advertising reflects a broader shift in political communication in the digital age and underscores the importance of understanding how these platforms shape political views and behavior. Online ads have evolved into powerful tools for targeting and influencing voters, leveraging sophisticated data analytics to deliver personalized political messages. Research indicates that such targeted ads can significantly affect immediate reactions and even voting behavior, illustrating their substantial impact on the democratic process. The field of political advertising has thus undergone a significant transformation, presenting numerous ethical dilemmas that challenge the balance between freedom of expression and ethical standards. The integration of ethics and freedom of expression in online political campaigns poses a complex challenge, involving the fine line between persuasion and manipulation, the lack of transparency and accountability, and the detrimental effects of misinformation on public opinion. While freedom of expression is fundamental, there is an urgent need to align this freedom with measures serving the public interest. This study explores the ethical issues in online political advertising, the challenges of balancing freedom and ethical standards, and the impact of misinformation on public opinion. It also emphasizes the need for transparency and accountability and addresses the difficulties of regulating cross-border online political advertising amid rapid technological advancements. By examining these critical issues, the study aims to contribute to ongoing discussions on overcoming the ethical complexities inherent in online political advertising campaigns.

### **Methodology**

The purpose of this review is to examine the existing literature on balancing freedom of expression and ethical standards in online political advertising campaigns and to identify key challenges and opportunities in this area. To achieve this, a comprehensive literature review was conducted across various academic databases. Searches were performed in PubMed, Google Scholar, JSTOR, and Scopus using keywords such as "online political advertising," "freedom of expression," "ethical standards," "manipulation," and "transparency." Boolean operators (AND, OR) and date filters (2000-2024) were used to identify the most current and relevant studies on the subject. Additional sources were found by scanning the reference lists of these studies. Articles published in peer-reviewed journals, conference proceedings, current internet resources, and important reports were selected based on inclusion criteria. Exclusion criteria included language limitations (only English and Turkish), studies with inaccessible full texts, and articles not directly related to the subject. The abstracts of the articles from the initial screening were reviewed, and those meeting the criteria were subjected to a full-text review. This methodology aims to establish a solid foundation for the study and enhance the reliability of the findings.

### **Findings**

Balancing freedom of expression with ethical standards in online political advertising campaigns is crucial for the healthy functioning of democratic processes in the digital age. To safeguard democratic values, principles such as transparency, accountability, and fact-checking must be upheld. In this context, effective regulations and policies should be developed at both national and international levels. Moderating online platforms, combating misinformation and disinformation, and protecting freedom of expression will enhance democratic participation and public trust in political processes. Proper management of these aspects will help address the ethical challenges in online political advertising and maintain the integrity of democratic systems.

### **Conclusion and Discussion**

Balancing freedom of expression with ethical standards in online political advertising is crucial for the healthy functioning of democratic processes in the digital age. To protect democratic values, principles such as transparency, accountability, and fact-checking must be upheld. Effective regulations and policies should be developed at both national and international levels. Moderating online platforms, combating misinformation and disinformation, and safeguarding freedom of expression will enhance democratic participation and public trust in political processes. Proper management of these aspects will address the ethical challenges of online political advertising and maintain the integrity of democratic systems. This study will highlight the impact of online political advertising on democratic values and regulatory requirements, providing a reference point for future research and policy development. Ethical and reliable management of online political advertising is essential to support democratic processes and increase public political engagement. Collaboration between academics, policymakers, and technology companies will be critical to ensuring that online political advertising is managed ethically and effectively. Additionally, this study underscores the need for further research on the relationship between online political advertising and democratic values.



## Giriş

Dijital platformların yükselişi siyasal söylemlerin manzarasını önemli ölçüde değiştirmiş ve bu platformları siyasal katılım ve kampanyalar için çok önemli arenalar haline getirmiştir. Geleneksel medyadan dijital platformlara geçiş, bu yeni medyanın geniş kitlelere benzersiz erişim sunması ve politikacılar ile seçmenler arasında doğrudan iletişimi kolaylaştırmasıyla ön plana çıkmıştır. Bu değişim, yalnızca siyasal reklamcılık için bir platform olarak değil, aynı zamanda kamusal tartışma ve söylem alanı olarak da hizmet veren sosyal medyanın ortaya çıkışıyla daha da belirgin hale gelmiştir. Dolayısıyla çevrimiçi siyasal reklamcılığın doğası, dijital çağda siyasal iletişimin nasıl yürütüldüğüne dair daha geniş bir değişimi yansıtmakta ve bu platformların siyasi görüş ve davranışları şekillendirmedeki rolünü anlamının önemini vurgulamaktadır. Çevrimiçi reklamlar, kişiselleştirilmiş siyasal mesajlar sunmak için sofistike veri analitiğinden yararlanarak seçmenleri hedeflemek ve etkilemek için güçlü bir araç haline gelmiştir. Çalışmalar, bu tür hedefli reklamların anlık tepkileri ve hatta oy verme davranışlarını önemli ölçüde etkileyebileceğini göstermiş ve çevrimiçi reklamların demokratik süreç üzerindeki güçlü etkisini ortaya koymuştur. Bu reklamların, bireylerin çevrimiçi davranışlarına ve demografik bilgilerine dayalı olarak bireyleri yönlendirilebilmesi, dijital platformların siyasal kampanyalardaki dönüştürücü gücünü göstermekte ve bu uygulamaların etik sonuçlarının incelenmesini önemli hale getirmektedir.

## 1. Çevrimiçi Siyasal Reklamcılıkta Etik Karmaşıklık

Çevrimiçi siyasal kampanyalarda ikna ve manipülasyon arasındaki hassas denge yoğun bir inceleme ve tartışma konusudur. Siyasal reklamcılığın önemli bir yönü olan ikna, seçmenlerin tercihlerini ve kararlarını mantıksal argümanlar, duygusal itirazlar veya etik değerlendirmeler yoluyla etkilemeyi amaçlamaktadır (Greves, 2023). Ancak ikna, manipülasyon alanına girdiğinde aldatıcı veya zorlayıcı taktikler kullanır, inançları veya davranışları rıza olmaksızın değiştirmek için psikolojik zayıflıklardan yararlanır (Jones, 2021). Bu durum, manipülasyonun seçmenlerin siyasi gerçeklere ilişkin anlayışını çarpıtarak bireysel özerkliği ve demokratik süreçleri zayıflatabileceğinden önemli etik kaygıları da beraberinde getirmektedir. Bu iki uygulama arasındaki sınırın belirlenmesi ve korunması, siyasi söylemlerin dürüstlüğünü ve kamusal tartışmaların demokratik bir ortamda gerçekleşmesini sağlamak için kritik öneme sahiptir (www.mtrmarketing.com, 2024, 23 Mayıs).

Dijital siyasal reklamcılıkta şeffaflık ve hesap verebilirlik konuları, çevrimiçi ekosistemde kritik zorluklar olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel medyanın aksine, dijital platformlar sınırlı denetimle son derece spesifik kitlelere özel içerik yayabilmekte bu da siyasi mesajların netliği ve dürüstlüğü konusunda endişelere yol açmaktadır (Harker, 2020). Bu hedefli kampanyalardaki şeffaflık eksikliği belirli mesajların arkasında kimlerin olduğunu, nasıl finanse edildiklerini ve seçmenleri hedeflemek için hangi verilerin kullanıldığını gizlemektedir (Dobber vd., 2023). Ayrıca yetersiz kişisel gizliliğin korunması, kişisel verilerin siyasi kazançlar için istismar edilebileceği bir ortama katkıda bulunarak gizlilik ihlallerine yol açmakta ve çevrimiçi siyasal iletişimi yöneten etik standartlar hakkında soru işaretleri yaratmaktadır (Barrett-Maitland, 2020). Dijital reklamlarda şeffaflık ve hesap verebilirliğin sağlanması, dijital çağda demokratik değerlerin ve bireysel hakların korunması için zorunludur.

Çevrimiçi siyasal reklamcılık alanında ortaya çıkan etik konular özellikle bu reklamların kamuoyunu nasıl şekillendirdiği ve siyasi ortamı nasıl etkilediği bağlamında çok yönlü ve kritiktir. Son derece rekabetçi bir alan olan siyasette, reklam sadece bilgi yaymak için bir araç değil aynı zamanda kamuoyunu etkilemek ve destek toplamak için stratejik bir araçtır (Greves, 2023). Reklamcılığın bu önemli rolü, bir yandan bilgi operasyonları ve siyasetin iç içe geçmiş doğasına ışık tutmakta diğer yandan ise seçmen algısını ve karar verme sürecini etkileyebilecek önyargılara ilişkin önemli etik sorunları ve endişeleri gündeme getirmektedir (Moreau, 2024). Özellikle daha savunmasız veya daha az ayrıcalıklı gruplara yönelik siyasal kampanyalarının yarattığı acil tehditler göz önünde bulundurulduğunda bu etik ikilemleri ele almanın aciliyeti ortaya çıkmaktadır (Howey, 2023). ABD başkanlık seçim kampanyaları sırasında kampanyanın yürütüldüğü eyaletlerdeki seçmenlerin güçlü ve genellikle taraflı TV reklamlarıyla mesaj bombardımana tutulması, demokratik süreçleri korumak ve adil bir siyasi söylem geliştirmek için siyasal reklamların incelenmesi ve düzenlenmesine yönelik acil ihtiyacı daha da belirginleştirmiştir (Gordon vd., 2023). Bu düzenlemeler bilgi doğruluğunu sağlamak, eşitliği ve adaleti temin etmek, manipülasyonu önlemek, gizliliği korumak ve demokratik süreçlerin bütünlüğünü sağlamak için gereklidir. Reklamcılığın siyasetteki önemli rolü ve dijital haber medyasının geniş erişimi, siyasi bağlamlarda bilgi operasyonlarının kesişimini karmaşık bir etik ikilemler ve önyargılar ağı olarak ortaya koymaktadır.

Başkan Trump kampanyasında Facebook'ta tartışmalı bir Biden karşıtı reklam yayınlamış ve reklamın yayınlanmasının ardından yaşanan kargaşa, dijital platformların siyasi içeriğin yayılmasındaki güçlü etkisini ortaya koymuş ve aynı zamanda dijital çağda ikna ve manipülasyon arasındaki ince çizgiye ilişkin soruları da gündeme getirmiştir. Bu platformlar siyasi söylemler ve ideolojileri savunmak için arenalar haline geldikçe kamuoyu üzerindeki etkileri de derinleşmektedir. Bu olay aynı zamanda siyasal reklamların stratejik kullanımı yoluyla dijital alanların kamuoyu duyarlılığını nasıl etkileyebileceğini anlamak için güzel bir örnek olmakta ve siyasetteki bilgi operasyonlarının doğasında bulunan etik ve önyargı hususlarının eleştirel bir şekilde incelenmesi ihtiyacını vurgulamaktadır (Greves, 2023; Moreau, 2024; Minowitz, 2019).

Dijital platformlardaki siyasi söylemlerin etik sonuçları çok yönlüdür ve önyargı, manipülasyon ve yanlış bilgilendirme potansiyeli konularını kapsar. Bilgi operasyonları ve siyasetin kesişimi giderek daha karmaşık hale geldikçe, etik hususlar daha da ön plana çıkmaktadır. Doğası gereği önyargılarla iç içe geçmiş olan bu kesişim, dijital platformların siyasi içeriği nasıl düzenleyip halka sunduğunun titizlikle incelenmesini gerektirmektedir (Moreau, 2024). Bunun yanında çevrimiçi gazetecilik, blog yazarlığı, dijital foto muhabirliği ve vatandaş gazeteciliğini kapsayan dijital haber medyasının rolü, bu etik ikilemleri daha da karmaşık hale getirmiştir (Ward, 2013). Carnegie Uluslararası Barış Vakfı seçimlerle ilgili yapay ve manipüle edilmiş medyanın yasal, etik ve etkinlik boyutları üzerinde durmakta ve bu konuların aciliyetini ve karmaşıklığını vurgulamaktadır (Kadri, 2019). Dijital

platformlardaki siyasi söylemlerin düzenlenmesinde etik değerler hem bireysel hakların korunması hem de toplumsal düzenin sağlanması açısından kritik bir rol oynar.

## 2. Siyasal Kampanyalarda İfade Özgürlüğü İlkesi

Çevrimiçi siyasi reklamcılıkta ifade özgürlüğü ilkesi demokratik toplumların temel taşlarından biridir ve kamusal alanda çok sayıda ses ve görüşün duyulmasına olanak tanır. Ancak bu özgürlük mutlak değildir ve özellikle dijital iletişim alanında paradoksları da beraberinde getirmektedir (Strossen, 2021). Siyasal reklamcılıkta ifade özgürlüğünün özü, doğru ve yanıltıcı olmayan bilgilerin yayılması sorumluluğuyla dengelenmelidir, çünkü gerçeklerin çarpıtılması veya bağlam dışı alıntılarının kullanılması halkın siyasi sürece olan güvenini ciddi şekilde sarsabilir. Bu nedenle, çevrimiçi siyasi reklamcılıkta ifade özgürlüğü ilkesi sadece konuşma yeteneği ile ilgili değil, aynı zamanda iletilen şeyin etik sonuçlarıyla da ilgilidir.

Fakat çevrimiçi siyasi reklamcılık bağlamında ifade özgürlüğü ile kamuyu koruma ihtiyacının dengelenmesi karmaşık ve zor bir durumdur. Bir yandan ifade özgürlüğü demokratik bir toplumun işleyişi için elzem olan temel bir hak olup (Helberger vd., 2021). Öte yandan çevrimiçi siyasi reklamcılık kamuoyunu manipüle etme ve demokratik süreçleri baltalama potansiyeline sahiptir (Hook ve Verdeja, 2022). Bu hassas denge, bir yandan bireysel özgürlüklere saygı gösterirken diğer yandan da halkı zararlı içerikten koruyan incelikli bir yaklaşım gerektirmektedir. Siyasal reklamlar için doğruluk kontrolü ve şeffaflık gereklilikleri gibi düzenleyici tedbirler, ifade özgürlüğünün temel değerlerini ihlal etmeden yanlış bilgi risklerini azaltacak araçlar olarak hizmet edebilir. Ancak bu çabalar, meşru siyasi söylemi baskılamaktan veya bireysel hakları ihlal etmekten kaçınmak için dikkatlice planlanmalıdır.

ABD'deki birinci anayasa değişikliği kapsamında özellikle ifade özgürlüğünün temel niteliğinin korunmuş olması çevrimiçi siyasi reklamcılık uygulamalarında kritik bir rol oynamıştır. Bu anayasal koruma, siyasi kampanyaların mesajlarını, görüşlerini ve eleştirilerini hükümet sansürü veya cezalandırma korkusu olmadan özgürce ifade edebilmelerini sağlamıştır (www.uscourts.gov; www.freedomforum.org). Böylece farklı siyasi içeriklerin çevrimiçi olarak yayılabilmesi ve dijital alanda çok sayıda farklı sesin ve bakış açısının bir arada var olmasına imkân tanımıştır (www.principlesofdemocracy.org, 2024, 20 Mayıs).

Ayrıca, Citizens United V. Federal Elections Commission dönüm noktası niteliğinde bir karar alarak bu ifade özgürlüğü haklarını şirketlere de genişleterek dijital çağda siyasi kampanyaların erişimini ve etkisini artırmıştır (Gamrekidze, 2015). Siyasi söylemin serbest akışını destekleyen bu yasal çerçeve, ifade özgürlüğü kapsamında çevrimiçi platformlarda adaylar, siyasi liderler ve seçmenler arasında açık tartışmalara olanak sağlamıştır.

Birinci anayasa değişikliği siyasi kampanya finansmanını etkileyerek, ifade özgürlüğü ile kamu yararı arasındaki dengenin sağlanmasındaki önemli bir zorluğu da gündeme getirmiştir. Amerikan demokrasisinin temel taşlarından biri olan birinci değişiklik, ifade özgürlüğünü sıkı bir şekilde korumakta ve ulusun demokratik ilkelerini korumanın bir yolu olarak sınırsız söyleme olan bağlılığını yansıtmaktadır (www.uscourts.gov, 2024, 17 Mayıs). Bu yargısal bakış açısı, seçim süreçlerinin bütünlüğünü koruma ihtiyacı ile çeşitli kuruluşların ifade özgürlüğü haklarını koruma ihtiyacını dengeleyerek siyasi kampanyaların nasıl düzenlendiğinin dikkatli bir şekilde incelenmesi gerekliliğini ortaya çıkarmıştır (Schultz, 2024). Bu gereklilik özellikle, siyasi ifade ve siyasi kampanya finansmanı alanında kamu yararı arayışının temel ifade özgürlüğü hakkına gereksiz yere tecavüz etmemesini sağlamanın doğasında var olan incelikli zorlukları göstermektedir.

## 3. Siyasal Reklamcılıkta Yanlış Bilgilendirmenin Etkisi

Siyasi kampanyalardaki yanlış bilgilendirmeler özellikle oylama sistemleri ve demokratik süreçlere odaklanarak kamuoyu üzerinde ciddi etkiler yaratmaktadır. Sosyal medya platformlarında oylama mekanizmalarına ilişkin yanlış bilgilerin yayılması, halkın seçim sonuçlarına olan güvenini önemli ölçüde sarsmaktadır. Bu güven erozyonu önemsiz bir mesele olmayıp seçim sonuçlarının adilliği ve doğruluğu konusunda şüphe uyandırarak demokratik katılımın temelini sarsmaktadır (Sanchez, vd., 2022). Böylece yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonun seçimlere, sonuçlarına, seçimlerle ilgili haber yapan medya araçlarına ve barışçıl bir toplumun ihtiyaç duyduğu daha geniş siyasi kurumlara ve hükümet kurumlarına olan güveni zayıflatmaktadır (Bauer, 2022). Seçimlerle ilgili dezenformasyon konusundaki artan endişelere yanıt olarak ABD hükümeti seçim güvenliğini sağlayacak çeşitli sistemler kurdu. Bu sistemlerden biri Dışişleri Bakanlığı'nın Küresel Katılım Merkezi olup bu merkez yabancı düşmanların dezenformasyon girişimlerini proaktif bir şekilde ele almayı amaçlamaktadır. Ayrıca İç Güvenlik Bakanlığı'nın Siber Güvenlik ve Altyapı Güvenliği Ajansı ise ABD'nin seçim altyapısını korumak için seçim ortamlarında çalışanlarla iş birliği içinde çalışmaktadır. Bunu anında, kamuoyunun tepkisi üzerine çalışmaları askıya alınan kısa ömürlü Dezenformasyon Yönetişim Kurulu oluşturuldu (Lai, 2022).

Dijital ortamlar, siyasi kampanyaların yayılması için verimli bir zemin sağlarken aynı zamanda yanlış bilgi ve dezenformasyonun demokratik süreçlere yönelik ciddi tehditler oluşturmasına da neden olmuştur. Yanlış bilgi ve dezenformasyon arasındaki ayrım çok önemli olup her ikisi de seçim dönemlerinde yaygındır. Genellikle seçmenleri yanıltmayı amaçlayan yanlış söylentiler ve kasıtlı yalanlardan oluşur (NCSBE, 2024, 20 Mayıs). Bu olgu sadece teorik bir endişe kaynağı olmayıp aynı zamanda sosyal medyada oy verme süreçleri hakkında yanlış bilgilerin yayılması nedeniyle halkın seçim sistemlerine olan güvenini sarsmakta ve seçimle ilgili bazı sonuçlar doğurmaktadır (Sanchez vd., 2022). 2024 ABD başkanlık seçimleri yaklaşırken bu eğilimlerin artması endişe vericidir. Çünkü dezenformasyon demokrasiler için önemli bir tehdit olarak görülmektedir (Zadrozny, 2024). Bu tür yanlış bilgilerin kaynakları çeşitli ve çok yönlü olup sadece bu bilgileri üreten ve yayan kötü niyetli aktörler değil, aynı zamanda bu bilgileri güçlendiren ve yayılmalarını yeterince engellemeyen platformlar da bu sorunun bir parçasıdır. ABD'de Kongre üyeliği ve valilikler başta olmak üzere eyalet ve yerel pozisyonlar için yapılan 2022 ara seçimlerinin de gösterdiği gibi, dezenformasyonun algoritmik olarak güçlendirilmesi ve mikro hedefli siyasi reklamların yarattığı zorluklar, bu riskleri azaltmak için kapsamlı bir stratejiye duyulan acil ihtiyacı göstermektedir (Lai, 2022). Bu faktörlerin bir araya gelmesi, yanlış bilginin geliştiği ve demokratik seçimlerin güvenliği için önemli zorluklar teşkil ettiği çevrimiçi siyasi reklamcılığın karmaşık ekosistemini göstermektedir.

Özellikle seçim süreçlerine ilişkin yanlış bilgilerin sosyal medya platformları aracılığıyla tehlikeli bir şekilde yayılması demokrasinin kurum ve kurallarına yönelik önemli bir tehdit oluşturmaktadır ve seçim güvenliğini riske sokmaktadır. Bu tür gelişmeler seçim sürecinin korunmasına yönelik olarak halkın dijital medya okuryazarlığı konusunda eğitilmesini ve demokratik süreçleri baltalamak isteyebilecek dış müdahalelerin ve devlet temelli aktörlerin dikkatle izlenmesini içeren çok yönlü bir yaklaşımın geliştirilmesini zorunlu hale getirmiştir. Eğitimcilerin, politika yapımcıların ve uluslararası paydaşların ortak çabaları bu süreçte demokrasiye katkı sunacaktır.

Dijital medya okuryazarlığı, bu tür yanlış bilgilendirme kampanyalarına karşı bir savunma mekanizması olarak oynadığı kritik rol, aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

- Yanıltıcı İçeriklerin Tespit Edilmesi: Çevrimiçi siyasal reklam kampanyaları, özellikle seçim dönemlerinde hedef kitleyi manipüle etmek için yanıltıcı veya sahte içeriklerle dolu olabilir. Dijital medya okuryazarlığı, bireylerin bu tür içerikleri tespit edebilmesini sağlar, böylece yanıltıcı bilgilere karşı daha dirençli hale gelirler.
- Algı Yönetimi ve Manipülasyona Karşı Direnç: Siyasal kampanyalar, seçmenlerin algılarını yönlendirmek amacıyla tasarlanır. Dijital medya okuryazarlığı, bireylerin bu tür kampanyaların ardındaki niyetleri daha iyi anlamalarını ve manipülatif taktiklere karşı bilinçli kararlar almalarını sağlar.
- Bilgi Kaynaklarının Değerlendirilmesi: Dijital medya okuryazarlığı, bireylerin çevrimiçi bilgi kaynaklarını eleştirel bir gözle değerlendirme becerilerini geliştirir. Bu, özellikle siyasal reklam kampanyalarında kullanılan haber kaynaklarının doğruluğunu ve güvenilirliğini değerlendirmek açısından önemlidir.
- Toplumsal Kutuplaşmanın Azaltılması: Yanlış bilgilendirme ve manipülatif siyasal kampanyalar, toplumsal kutuplaşmayı derinleştirebilir. Dijital medya okuryazarlığı, bireylerin daha dengeli ve doğru bilgiye ulaşmasını sağlayarak toplumsal uyumun korunmasına katkıda bulunur.

Sonuç olarak dijital medya okuryazarlığı, çevrimiçi siyasal reklam kampanyalarının olası zararlı etkilerini azaltmada hayati bir öneme sahiptir. Bireylerin doğru bilgiye ulaşmasını, yanıltıcı içeriklere karşı dirençli olmalarını ve sağlıklı bir demokratik süreç için bilinçli kararlar alabilmelerini sağlar.

#### **4. Dijital Reklamlarda Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik**

Dijital ortamlar siyasal reklam kampanyalarının giderek daha fazla ayrılmaz bir parçası haline gelirken, çevrimiçi reklamların şeffaflık ve hesap verebilirliği konusu da ciddi şekilde tartışılmaya başlanmıştır. Digital Advertising Alliance'ın özdenetim ilkelerinin siyasal reklamlara uygulanması bu ilkelerin demokratik süreçlerin bütünlüğünü korumadaki önemini ortaya koymaktadır (Ingis vd., 2023). Ayrıca bu uygulamanın gerekliliği dijital pazarlama stratejilerinde güven ve dürüstlüğü teşvik etmek noktasında sektörde geniş bir şekilde kabul görmüştür (Andrew, 2023). Çevrimiçi siyasal iletişimin şeffaflığı ve hesap verebilirliği için yönetmelik ve uygulama kılavuzlarının geliştirilmesi, seçim süreçlerini yanlış bilgilendirmeden ve usulsüz etkiden korumaya yönelik önemli bir adımdır (www.opengovpartnership.org, 2024, 20 Mayıs). Dijital reklamcılıkta özellikle de siyasetin değişken alanında daha fazla açıklık ve sorumluluğa yönelik bu kolektif değişim, şeffaflığın yalnızca kullanıcıları ve kurumları korumada değil, aynı zamanda demokrasinin temel ilkelerini korumada da oynadığı role ilişkin artan bir farkındalığı yansıtmaktadır (Bekele, 2023).

Dijital reklamcılığın siyasi kampanyalardaki etkisine ilişkin artan endişelerin ardından, reklam verenler de şeffaflık ve hesap verebilirliği daha güçlü bir şekilde savunmak zorunda kalmıştır. Reklam sistemlerinin dijital dönüşümü sırasında şeffaflığı sağlayacak tekniklerin uygulanması ve hesap verebilirliğin sağlanması, yanıltıcı veya manipülatif içerikle ilişkili riskleri önemli ölçüde azaltabilir ve böylece hem kullanıcıları hem de kurumları potansiyel zararlardan koruyabilir (Bekele, 2023). Şeffaflığa yapılan bu vurgu yalnızca teknik bir gereklilik değil, etik reklamcılığın temel bir yönüdür ve reklam verenlerin niyetleri ve veri toplama uygulamalarının niteliği hakkında açık olmaları gerektiğini ifade eder (<https://blog.emb.global>, 2024, 20 Mayıs).

Dahası, markaların istatistikler ve dijital stratejiler labirentinde gezindiği günümüz reklamcılığının karmaşık ortamında, şeffaf olmanın önemi yalnızca mevzuata uygunluğun ötesine geçmektedir. Pazarlama stratejileri konusunda şeffaf olmak yalnızca etik standartları karşılamakla kalmaz, aynı zamanda hedef kitlenin gözünde reklam verenlerin güvenilirliğini de artırır (Andrew, 2023; Chap, 2023). Özellikle çevrimiçi siyasal iletişim alanında şeffaflık ve hesap verebilirliğe yönelik böyle bir taahhüt, sıkı düzenlemeler ve ilkeler geliştirilmesini gerektirir. Bu düzenlemeler, dijital reklamcılığın tedarik zincirindeki tüm paydaşlarının gerçek zamanlı olarak görünürlüğe sahip olmasını sağlayarak her aşamada şeffaflığı artırır (www.linkedin.com, 2024, 20 Mayıs; www.opengovpartnership.org, 2024, 20 Mayıs). Reklam verenler bu ilkelere öncelik vererek dijital ortamda daha sorumlu bir şekilde hareket edebilir ve kampanyalarının demokratik sürece olumlu katkıda bulunmasını sağlayabilirler.

Özellikle yanlış bilginin kolayca yayılabildiği dijital ortamın karmaşıklığı göz önüne alındığında, siyasal reklamcılık bağlamında şeffaflık ve hesap verebilirliğin zorunluluğu yadsınamaz. Dijital Reklamcılık İttifakı (DDA) şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerinin siyasal reklamcılığa uygulaması zorluğunun sektör genelinde kabul gördüğünü ifade etmektedir (Ingis vd., 2023). Bu zorluğa rağmen reklam standartlarını uygulayan Dijital Reklam Hesap Verebilirlik Programı'nın varlığı bu ilkelerin dijital reklamcılık alanında işlevsel hale getirilmesi için atılan pratik adımlara bir örnektir (<https://bbbprograms.org>, 2024, 20 Mayıs). Bu çabalar toplu olarak dijital platformların dürüst ve açık sözlü siyasi söylemler için kanal görevi görmesini sağlamaya ve böylece çevrimiçi medya aracılığıyla kamuoyunu etkilemek isteyenlerin hesap verebilirliğini artırma amacı taşımaktadır.

Çevrimiçi siyasal reklamların hızlı bir şekilde büyümesi, yoğun etkisi ve dijital kampanya stratejilerinin karmaşıklığı gibi nedenlerle uluslararası düzenlemelerde ciddi zorluklar ortaya çıkmaktadır. Dijital ortamın küresel erişimi ve içerik dağıtımının kişiselleştirilmiş doğası gibi özellikleri de etkili denetim kurma çabalarını zorlaştıran unsurlar arasındadır. Bu zorluklar, modern kampanyalarda ve seçimlerde çok önemli hale gelen çevrimiçi siyasal reklamların hacmi ve etkisi ile daha da artmakta ve düzenlemedeki boşlukların ele alınması zorunluluğunu gündeme getirmektedir (Zhu ve Dommett, 2022). Dijital siyasal reklamlar için mevcut düzenleyici çerçevelerin ciddi şekilde modası geçmiş olup, siyasi katılımın incelikli gerçeklerini ele almak için gereken kapsamdan ve güçten yoksundur (Brennen, 2022). Bu yetersizlik büyük ölçüde, etkili düzenlemelerin geliştirilmesini engelleyen temel bir belirsizlik olan, çevrimiçi siyasal reklamların net bir tanımının olmamasıyla ilgilidir (Dommett ve Zhu, 2023). Dijital teknolojiler siyasi söylemler için yenilikçi platformlar sunarken aynı zamanda düzenlenmemiş reklamlar yoluyla da demokratik süreçleri baltalama potansiyeli göstermektedir (European Parliament, 2024). Bu durum çevrimiçi siyasal reklamların çağında demokratik bütünlüğü korumak için hızla gelişen dijital bir arazide gezinmek zorunda olan düzenleyicilerin karşılaştığı karmaşık zorlukları ifade eder.

Uluslararası sınırların ötesinde çevrimiçi siyasal reklamlara ilişkin düzenlemeleri uygulamanın zorluğu, politika yapımcılar ve düzenleyiciler için önemli bir engeldir. İyi tanımlanmış coğrafi sınırlar içinde faaliyet gösteren geleneksel medyanın aksine, internetin küresel bir alan olması yargı denetimini karmaşık ve çoğu zaman etkisiz hale getirmektedir (Helberger vd., 2021). Bu karmaşıklık, çevrimiçi platformların dünyanın herhangi bir yerinden içerik barındırabilmesi gerçeğiyle daha da artmakta ve ulusal yasaların aynı şekilde uygulanmasını zorlaştırmaktadır. Örneğin, bir ülkede oluşturulan siyasal bir reklam, siyasi kampanyalarda şeffaflık ve adaleti sağlamak üzere tasarlanmış yerel düzenlemeleri atlayarak tüm dünyaya kolayca yayılabilir. Bu senaryo, çevrimiçi siyasal reklamların etkin bir şekilde düzenlemek ve demokratik süreci korumak için uluslararası iş birliğine ve küresel standartların geliştirilmesine duyulan ihtiyacı vurgulamaktadır.

Teknolojinin hızla gelişmesi, çevrimiçi siyasal reklamların düzenlenmesinde bir başka önemli zorluğu teşkil etmektedir. Kanun koyucular ve düzenleyiciler kendilerini genellikle dijital platformlardaki ve reklam tekniklerindeki en son gelişmeleri yakalamaya çalışmaktadır (Aspray ve Doty, 2023). Teknolojik gelişme ve düzenleyici müdahalesi arasındaki bu gecikme, siyasi sonuçları etik olmayan bir şekilde etkilemek isteyenlerin yasal ve etik boşlukları istismar etmesine olanak tanımaktadır. Veri Etiği ve İnovasyon Merkezi (CDEI), teknolojik değişikliklere daha hızlı yanıt verebilen uyarlanabilir düzenleyici çerçevelerin önemini vurgulamakta ve dijital çağın ortaya çıkardığı zorlukları ele almak için daha proaktif ve ileriye dönük bir yaklaşımın gerekli olduğunu öne sürmektedir (Online Targeting: Final Report and Recommendations, 2024, 23 Mayıs). Böyle bir yaklaşım olmadan, mevcut düzenlemeler yeni teknolojileri veya etki yöntemlerini yeterince kapsamayabileceğinden, çevrimiçi siyasal reklamların bütünlüğü risk altında kalmaya devam edecektir.

## Sonuç ve Tartışma

Gelişmekte olan teknolojiler, kampanyaların seçmenlerle etkileşim kurma biçimini temelden değiştirerek siyasal iletişim üzerinde derin bir etki yaratmaya hazırlanıyor. Bu teknolojilerin potansiyeli sadece siyasi mesajların erişimini ve verimliliğini artırmada değil, aynı zamanda siyasi söylemin doğasını dönüştürmede de söz konusudur. Yeni medya teknolojileri, siyasi bilgiye erişimi artırmak, çeşitli siyasi söylemleri kolaylaştırmak ve seçmenler arasında daha fazla katılımı teşvik etmek için benzeri görülmemiş fırsatlar sunmaktadır. Ayrıca, üretici yapay zekâ gibi teknolojilerin siyasal reklamlardaki rolünün daha belirgin hale gelmesi ve uzmanların gelecekteki seçim kampanyalarında yaygın olarak kullanılması beklenmektedir. Siyasal reklamlarda yenilikçi teknolojilere doğru yaşanan bu yönelim, seçmenleri daha sofistike ve etkileşimli yollarla cezbetmeyi ve harekete geçirmeyi amaçlayan siyasal iletişim stratejilerinin dinamik bir evrim geçirdiğinin altını çizmektedir.

Yapay zekâ ve makine öğreniminin siyasal kampanyalara entegrasyonu, siyasal reklamlarda en son teknolojiyi temsil etmektedir. Yapay zekanın büyük miktarda veriyi işleme ve kalıpları belirleme kabiliyeti, hedefli ve etkili siyasi mesajların hazırlanmasında stratejik bir avantaj sunmaktadır. Son derece kişiselleştirilmiş içerik üretebilen üretken yapay zekanın gelecekteki kampanyalarda önemli bir rol oynaması ve daha önce hayal bile edilemeyen bir mesaj özelleştirme düzeyi sağlaması beklenmektedir. Bu teknolojik evrim, siyasal reklamların yalnızca daha kişiselleştirilmiş değil, aynı zamanda seçmen davranışının ve duyarlılığının değişen dinamiklerine daha duyarlı ve uyarlanabilir olduğu bir geleceğin ipuçlarını vermektedir. Siyasal kampanyalar bu gelişmiş teknolojilerden yararlandıkça, siyasi iletişim ortamı daha fazla hassasiyet, kişiselleştirme ve siyasi diyaloga katılım ile karakterize edilen bir dönüşüm geçirmeye hazırlanmaktadır.

Dijital siyasi stratejilerin kampanya erişiminde devrim yaratma potansiyeline rağmen, siyasal reklamlarda yeni medyadan yararlanmaya yönelik tüm girişimler başarılı olmamıştır. Başarısız dijital siyasi stratejilerden ders çıkarmak, gelecekteki kampanyalar için değerli iç görüler sunmaktadır. Yaygın olarak yapılan önemli bir hata, web sitelerinin ve sosyal medya içeriğinin şablon tabanlı oluşturulmasına güvenmek olup, bu durum genellikle kişiselleştirme ve seçmenlerle etkileşim eksikliğine neden olmaktadır. Dahası, geleneksel kampanya yöntemleriyle sorunsuz bir şekilde entegre edilmeyen dijital medya, mesajların birbirinden kopuk olması ve etkinliğin azalmasına yol açabilir. Bazı kampanyaların hızla değişen dijital medya ortamına uyum sağlayamaması, çevrimiçi seçmen davranışı nüanslarının yanlış anlaşılmasıyla birleştiğinde, kaçırılan fırsatlara ve bazı durumlarda önemli seçim yenilgilerine yol açmıştır. Bu başarısızlıklar, seçmenlerde ilgi uyandıran ve daha geniş kampanya çabalarını tamamlayan dengeli ve iyi düşünülmüş bir dijital stratejinin önemini vurgulamaktadır.

Dijital medyanın bu kampanyalardaki rolü çok yönlüdür ve adaylara geleneksel medya bekçilerini atlayıp seçmenlerle doğrudan etkileşime geçebilecekleri bir platform sağlamaktadır. Bu doğrudan etkileşim, dışarıdan adaylar için sosyal medya ve diğer dijital araçların yenilikçi kullanımları yoluyla taban desteği oluşturma ve seçmenleri harekete geçirme konusunda etkili olmuştur. Ayrıca, dijital reklamların geleneksel medyaya kıyasla daha düşük maliyetli olması, sınırlı mali kaynaklara sahip adayların geniş bir

kitleye ulaşmasını sağlayarak oyun alanını eşitlemiştir. Dışarıdan gelen kampanyaların son yıllardaki başarısı, siyasal iletişimde dijital medyanın demokratikleştirme potansiyelini vurgulamakta ve yerleşik siyasal normların ötesinde siyasal angajman ve katılım için yeni yollar sunmaktadır.

Pop kültürün, özellikle genç demografik gruplar arasında siyasal katılım üzerindeki etkisi göz ardı edilemez. Müzik, film, televizyon ve sosyal medya içeriğini kapsayan popüler kültür, siyasal mesajların yayılabileceği ve geniş bir kitle tarafından benimsenebileceği güçlü bir mecra olarak hizmet etmektedir. Popüler kültür sayesinde siyasal konular ve anlatılar daha erişilebilir ve ilişkilendirilebilir hale gelmekte, böylece siyasal sürece kayıtsız veya ilgisiz kalabilecek bireyler arasında daha derin bir anlayışı ve katılımı kolaylaştırmaktadır. Bu olgu, popüler kültürün acil sosyal ve siyasal meseleleri ele almak ve vurgulamak için kullanılmasında özellikle belirgindir; böylece sosyal sorumluluk duygusu geliştirilmekte ve gençler arasında siyasal katılım teşvik edilmektedir. Dahası, popüler kültür çoğu zaman mevcut siyasal iklimin bir yansıması olarak toplumsal değerler, çatışmalar ve özelemler hakkında iç görüler sunar. Bu nedenle, siyasal kimliklerin şekillendirilmesinde, seçmen davranışlarının etkilenmesinde ve toplumsal değişimin yönlendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Popüler kültür ve siyasal katılım arasındaki bu ilişki, yeni nesil siyasal olarak aktif vatandaşları harekete geçirmek ve güçlendirmek için eğlence ve siyasetin giderek daha fazla kesiştiği siyasal iletişimin değişen doğasını göstermektedir.

Dijital çağın getirdiği bu yeniliklerle birlikte çevrimiçi platformlar, siyasal kampanyalar ve söylemler için kritik bir önem kazanmış ve etki alanını genişletmiştir. Bu değişim, siyasal reklamcılığın doğasını ve demokratik süreçlerdeki rolünü yeniden şekillendirerek kampanyaların önemli bir parçası haline gelmiştir. Ancak bu dönüşüm aynı zamanda ifade özgürlüğü ile etik standartların dengelenmesi konusunda önemli zorlukları da beraberinde getirmiştir.

Çevrimiçi siyasal reklamcılık, kişiselleştirilmiş mesajlar ve hedeflenmiş reklamlarla seçmenleri etkileme ve manipüle etme potansiyeline sahiptir. Bu durum, ikna ve manipülasyon arasındaki ince çizginin korunması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. İkna, mantıklı argümanlar ve duygusal çağrılarla seçmenleri bilgilendirirken, manipülasyon seçmenlerin rızasını almadan inançlarını ve davranışlarını değiştirmek için aldatıcı taktikler kullanır. Bu sınırın korunamaması demokratik süreçlerin ve bireysel özerkliğin zayıflamasına yol açabilir. Aynı zamanda dijital platformlardaki şeffaflık ve hesap verebilirlik eksikliği de siyasal mesajların netliği ve dürüstlüğü konusunda endişelere yol açmaktadır. Hedefli kampanyaların arkasındaki kişilerin ve finansmanın gizli kalması, seçmenlerin doğru bilgiye erişimini engelleyebilmektedir. Ayrıca kişisel verilerin izinsiz kullanımı, gizlilik ihlallerine ve etik sorunlara neden olabilir. Bu nedenle dijital reklamlarda şeffaflık ve hesap verebilirliğin sağlanması, demokratik değerlerin korunması açısından hayati öneme sahiptir.

Çevrimiçi siyasal reklamcılıkta ifade özgürlüğü ilkesi demokratik toplumların temel taşlarından biridir. Ancak bu özgürlüğün kamu yararını gözeten tedbirlerle dengelenmesi gerekmektedir. İfade özgürlüğü, doğru ve yanıltıcı olmayan bilgilerin yayılması sorumluluğuyla birlikte düşünülmelidir. Yanlış veya yanıltıcı bilgiler halkın siyasal süreçlere olan güvenini ciddi şekilde sarsabilir. Bu nedenle, siyasal reklamlar için doğruluk kontrolü ve şeffaflık gereklilikleri gibi düzenleyici tedbirler, ifade özgürlüğünün temel değerlerini ihlal etmeden yanlış bilgi risklerini azaltmak için kullanılabilir.

ABD'deki birinci anayasa değişikliği, ifade özgürlüğünü koruma altına alarak çevrimiçi siyasal reklamcılıkta kritik bir rol oynamıştır. Bu anayasal koruma, siyasal kampanyaların mesajlarını özgürce ifade edebilmelerini sağlamış ve dijital platformlarda farklı seslerin bir arada var olmasına imkân tanımıştır. Ancak bu durum, ifade özgürlüğü ile kamu yararı arasındaki dengeyi sağlama konusunda ciddi zorluklar doğurmuştur. "Citizens United V. Federal Elections Commission" kararı, şirketlerin de ifade özgürlüğü haklarına sahip olduğunu belirterek, siyasal kampanyaların dijital çağda erişimini ve etkisini artırmıştır. Bu yasal çerçeve siyasal söylemin serbest akışını desteklerken, seçim süreçlerinin bütünlüğünü koruma ihtiyacı ile çeşitli kuruluşların ifade özgürlüğü haklarını koruma ihtiyacını dengelemiştir.

Çevrimiçi siyasal reklam kampanyalarında ifade özgürlüğü ve etik standartların dengelenmesi, dijital çağın getirdiği zorluklar ve fırsatlar ışığında kritik bir öneme sahiptir. Bu dengenin sağlanması, demokratik değerlerin ve bireysel hakların korunması açısından elzemdir. Şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkeleri, dijital reklamlarda güvenilirliğin artırılması için temel unsurlardır. Ayrıca, ifade özgürlüğünün korunması, doğru ve dürüst bilgilendirme sorumluluğuyla birlikte ele alınmalıdır. Bu şekilde, çevrimiçi siyasal reklamcılığın etik karmaşıklıkları aşılabılır ve demokratik süreçlerin bütünlüğü korunabilir.

Çevrimiçi siyasal reklamcılık, demokratik süreçlerin temel bir parçası haline gelmiştir, ancak yanlış bilgilendirme ve dezenformasyon gibi etik dışı uygulamaların yayılmasıyla mücadele etmek için etkili düzenlemeler gerekmektedir. Yanlış bilgilendirme, demokratik süreçlere ciddi zararlar verebilir ve kamuoyunun güvenini sarsabilir. Sosyal medya platformlarında yayılan yanlış bilgiler, seçim sonuçlarına olan güveni zayıflatarak demokratik katılımı engelleyebilir. Bu nedenle, yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonla mücadele etmek için ulusal ve uluslararası düzeyde etkili önlemler alınmalıdır. Uluslararası sınırların ötesindeki çevrimiçi platformlar, düzenleyicilerin etkili denetim kurmasını zorlaştırırken, teknolojinin hızlı gelişimi de yeni düzenlemelerin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Yanlış bilgilendirme ve dezenformasyonla mücadele etmek, şeffaflık ve hesap verebilirlik ilkelerini güçlendirmek ve düzenleyici çerçeveleri yeniden gözden geçirmek, demokratik değerlerin korunması için kritik adımlardır. Bu çabaların bir araya gelmesi, çevrimiçi siyasal reklamcılığın demokratik süreçlerde olumlu bir rol oynamasını sağlayacaktır.

## Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Çalışma, etik kurul onayı gerektirmemektedir.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %100'dür.

## Kaynakça


- Actions for Transparent and Accountable Digital Governance (2024). <https://www.opengovpartnership.org/actions-for-transparent-and-accountable-digital-governance> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Andrew, R. (2023). *The importance of transparency in digital marketing*. <https://www.linkedin.com/pulse/importance-transparency-digital-marketing-andrew-roche-otmfc> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Aspray, W., & Doty, P. (2023). Does technology really outpace policy, and does it matter? A primer for technical experts and others. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 74(8), 885-904.
- Barrett-Maitland, N., & Lynch, J. (2020). Social media, ethics and the privacy paradox. (Ed. Christos Kalloniatis, Carlos Travieso-Gonzalez), *Security and privacy from a legal, ethical, and technical perspective*, 49-62.
- Bauer, J. M. (2022). *Ask the expert: How do misinformation and disinformation influence elections?*. <https://msutoday.msu.edu/news/2022/how-misinformation-and-disinformation-influence-elections> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- BBB National Programs (2024). <https://bbbprograms.org> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Bekele, S. (2023). *The role of transparency and accountability in digital transformation*. <https://www.isaca.org/resources/news-and-trends/industry-news/2023/the-role-of-transparency-and-accountability-in-digital-transformation> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Brennen, J. S. B. (2022). *U.S. Regulation Governing Digital Political Ads Is Broken*. <https://www.techpolicy.press/u-s-regulation-governing-digital-political-ads-is-broken/> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Chap, B. (2023). *Stirring the pot: How advertisers can spice up accountability and transparency with media agencies*. <https://www.adexchanger.com/data-driven-thinking/stirring-the-pot-how-advertisers-can-spice-up-accountability-and-transparency-with-media-agencies/> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Dobber, T., Kruikeimeier, S., Helberger, N., & Goodman, E. (2023). Shielding citizens? Understanding the impact of political advertisement transparency information. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/14614448231157640>
- Dommett, K., & Zhu, J. (2023). What is an online political advert? An interrogation of conceptual challenges in the formation of digital policy response. *Policy & Internet*, 15(4), 713-730.
- Enhancing Transparency and Accountability in Digital Advertising: A KFC Case Study on Blockchain Implementation. (2024). <https://www.linkedin.com/pulse/enhancing-transparency-accountability-digital-advertising-mm3nf> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- European Parliament. (2024). *Why new EU rules for political advertising are important*. <https://www.europarl.europa.eu/topics/en/article/20230202STO71504/why-new-eu-rules-for-political-advertising-are-important> adresinden Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Freedom of Speech. (2024). <https://www.principlesofdemocracy.org/speech-dem> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Gamrekidze, E. (2015). Freedom of speech in US supreme court justices' opinions: Political speech protection as applied by the Roberts Court. *First Amendment Studies*, 49(1), 44-66.
- Gordon, B. R., Lovett, M. J., Luo, B., & Reeder III, J. C. (2023). Disentangling the effects of ad tone on voter turnout and candidate choice in presidential elections. *Management Science*, 69(1), 220-243.
- Greves, K. (2023). *Ethics in political advertising: Drawing the line*. <https://www.digivid360.com/blog/marketing/ethics-in-political-advertising-drawing-the-line> adresinden 16 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Harker, M. (2020). Political advertising revisited: digital campaigning and protecting democratic discourse. *Legal Studies*, 40(1), 151-171.

- Helberger, N., Dobber, T., & Vreese, C. (2021). Towards unfair political practices law: learning lessons from the regulation of unfair commercial practices for online political advertising. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and E-Commerce Law*, 12(3), 273-296.
- Hook, K., & Verdeja, E. (2022). *Social media misinformation and the prevention of political instability and mass atrocities*. <https://www.stimson.org/2022/social-media-misinformation-and-the-prevention-of-political-instability-and-mass-atrocities/> adresinden 23 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Howey, N. (2023). *The democratic dilemma of AI: Navigating ethical challenges for Political and advocacy campaigns*. [https://www.tectonica.co/posts/ai\\_ethics](https://www.tectonica.co/posts/ai_ethics) adresinden 16 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ingis, S. P., Signorelli, M. A. & Hartwell, R. L. (2023). *Best practices for the application of the DAA self-regulatory principles of transparency and control to connected devices*. Digital Advertising Alliance.
- Jones, K. (2021). Protecting political discourse from online manipulation: The international human rights law framework. *European Human Rights Law Review*, 1, 68-79.
- Kadri, T. E. (2019). The legal implications of synthetic and manipulated media. *Popular Media*. 316.
- Lai, S. (2022). *Data misuse and disinformation: Technology and the 2022 elections*. <https://policycommons.net/artifacts/4140957/data-misuse-and-disinformation/4949574> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Minowitz, P. (2019). Dilemmas about political ads on social media. <https://www.scu.edu/ethics-spotlight/social-media-and-democracy/dilemmas-about-political-ads-on-social-/> adresinden 17 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- North Carolina State Board of Elections (NCSBE) (2024). *Mis- and disinformation*. <https://www.ncsbe.gov/about-elections/election-security/combating-misinformation> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Moreau, P. (2024). *Navigating ethical considerations in organizational change*. [https://www.linkedin.com/pulse/navigating-ethical-considerations-organizational-dr-phyllis-fi8qe?trk=public\\_post](https://www.linkedin.com/pulse/navigating-ethical-considerations-organizational-dr-phyllis-fi8qe?trk=public_post) adresinden 16 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Online Targeting: Final report and Recommendations (2020). *Centre for data ethics and innovation*. <https://www.gov.uk/government/publications/cdei-review-of-online-targeting/online-targeting-final-report-and-recommendations> adresinden 23 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Sanchez, G. R., Middlemass, K., & Rodriguez, A. (2022). *Misinformation is eroding the publics confidence in democracy*. <https://policycommons.net/artifacts/4141037/misinformation-is-eroding-the-publics-confidence-in-democracy/4949774> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Schultz, D. (2024). *Regulation of political campaigns*, Free Speech Center, at Middle Tennessee State University. <https://firstamendment.mtsu.edu/article/regulation-of-political-campaigns> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Strossen, N. (2021). The paradox of free speech in the digital world: First amendment friendly proposals for promoting user agency. *Washburn Law Journal*, 61, 1-45.
- The Fine Line Between Persuasive and Manipulative Content in Marketing m(2023). <https://www.mtrmarketing.com/blog/the-fine-line-between-persuasive-and-manipulative-content-in-marketing> adresinden 23 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- The Importance of Transparency in Digital Advertising (2024). <https://blog.emb.global/transparency-in-digital-advertising/> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- United States Courts, What Does Free Speech Mean? (2024). <https://www.uscourts.gov/about-federal-courts/educational-resources/about-educational-outreach/activity-resources/what-does> adresinden 17 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Ward, S. J. (2013). Digital media ethics. Center for journalism ethichs, University of Winsconsin-Madison, <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/> adresinden 17 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Zadrozny, B. (2024). Disinformation poses an unprecedented threat in 2024 and the U.S. is less ready than ever, NBC NEWS. <https://www.nbcnews.com/tech/misinformation/disinformation-unprecedented-threat-2024-election-rcna134290> adresinden 20 Mayıs 2024 tarihinde alınmıştır.
- Zhu, J., & Dommett, K. (2022). Three reasons why online political advertising remains largely unregulated in the UK. *British Politics and Policy at LSE*.

Derleme Makale / Review Article

## 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu'na Göre Kazançların Basit Usulde Vergilendirilmesi ve 7338 Sayılı Kanun'un Getirdikleri

*Simple Taxation of Earnings According to The Income Tax Law No. 193 and the Implications of The Law No. 7338*

Ayşe Armağan<sup>1</sup> 

### MAKALE BİLGİSİ

### ÖZ

**Başvuru:** 10.07.2024  
**Revizyon:** 21.08.2024  
**Kabul:** 23.08.2024  
**Yayın:** 31.08.2024

**Anahtar Kelimeler**  
*Gelir Vergisi Kanunu*  
*7338 sayılı Kanun*  
*Basit Usulde Vergileme*  
*İstisna*  
*Pandemi*

**Jel Kodları**  
*K34, H60, H20*

193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu kapsamında vergi tekniği açısından ticari kazançların tespitinde “gerçek usul” ile “basit usul” yöntemi kullanılmaktadır. Basit usulde vergilendirme yöntemi, 1999 yılına kadar uygulanan götürü gider yönteminin neden olduğu kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması ve bu mükelleflerin belge düzenine uymalarının yaygınlaştırılması amacıyla benimsenmiş bir yoldur. 2019 yılı sonunda tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgınının 11.03.2020’de pandemi olarak ilanı ile tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de pandemiyle mücadelede birçok alanda önlem alınmıştır. Salgının en yoğun hissedildiği 2020-2022 döneminde pandemiden fazlasıyla etkilenen mükelleflere muafiyet, istisna, indirim, beyan vb. uygulamalara yönelik birçok tedbir alınmış ve bu kapsamda çıkarılan 7338 sayılı Kanunla önemli değişiklikler yapılmıştır. Kanunda yapılan değişikliklerden en dikkat çeken ise “kazançları basit usulde tespit edilen mükelleflerin kazançlarının gelir vergisinden istisna edilmesi ve yıllık gelir vergisi beyanname verme yükümlülüklerinin kaldırılması” olmuştur. Çalışmada basit usulde vergilendirme yöntemi, 7338 sayılı Kanun’un bu yönteme getirdikleri ve merkezi bütçe gelirlerine etkileri ele alınarak basit usule getirilen istisna uygulamasının değerlendirilmesi yapılmıştır.

### MANUSCRIPT INFO

### ABSTRACT

**Submitted:** 10.07.2024  
**Revised:** 21.08.2024  
**Accepted:** 23.08.2024  
**Published:** 31.08.2024

**Keywords**  
*Income Tax Law*  
*Law No. 7338*  
*Simple Taxation*  
*Exception*  
*Pandemic*

**Jel Codes**  
*K34, H60, H20*

Under the Income Tax Law No. 193, commercial profits can be determined using two methods: the “real method” and the “simplified method.” The simplified taxation method was introduced to address the informal economy that arose from the fixed expense method used until 1999. This method aims to formalize this sector and encourage taxpayers to comply with documentation requirements. With the declaration of the Covid-19 pandemic on March 11, 2020, which affected countries globally, including Turkey, various measures were taken to combat the pandemic. During the peak of the pandemic from 2020 to 2022, several relief measures were introduced for taxpayers significantly impacted by the crisis. These included exemptions, exceptions, reductions, and adjustments to tax declarations. Law No. 7338, enacted during this period, introduced notable changes, particularly the exemption of profits determined under the simplified method from income tax and the removal of the obligation to file annual income tax returns. This study examines the simplified taxation method, the changes introduced by Law No. 7338, and their implications for central government budget revenues, focusing on the effects of these exemptions on the simplified method.

**Önerilen Atf**  
*Suggested Citation*

Armağan, A. (2024). 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'na göre kazançların basit usulde vergilendirilmesi ve 7338 sayılı Kanun'un getirdikleri. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 121-132.

<sup>1</sup> Dr. Öğr. Üyesi, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Salihli İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, ayse.armagan@cbu.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0001-5018-4416>



## **EXTENDED SUMMARY**

### **Introduction and Research Purpose**

With the adoption of the Income Tax Law No. 193 in 1960, the method for determining the earnings of tradesmen and craftsmen, who have been income tax payers since 1961, was divided into the “real method” and the “lump sum method.” However, with the enactment of Law No. 4369, which aimed to address issues such as the unregistered economy caused by the lump sum expense method, the inability to establish a proper documentation system, and the lack of widespread use, the “lump sum taxation principle” was abolished and replaced by the “simple method taxation principle,” effective from January 1, 1999. Taxpayers subject to this simplified taxation include small tradesmen (e.g., hairdressers, plumbers, haberdashers, grocers, carpenters) who fall between those taxed under the real method in the Turkish tax system and those exempted as tradesmen. While activities performed by this group were subject to simple taxation in accordance with Article 46 of the Income Tax Law until 2021, these earnings were exempted from income tax as of January 1, 2021, due to Law No. 7338 enacted on October 14, 2021, aimed at mitigating the effects of the Covid-19 pandemic. Consequently, the tax liability for these earnings was abolished.

### **Methodology**

In the study, the taxation methods of commercial earnings and the status of taxpayers whose earnings are subject to the simple procedure within the scope of Income Tax Law No.193 were first examined. Following the declaration of the Covid-19 epidemic, which emerged worldwide at the beginning of 2020, as a pandemic, many laws were enacted as part of urgent financial measures. One such law, Law No.7338, dated 14.10.2021, introduced changes regarding those taxed under the simple procedure, which were analyzed theoretically by comparing the provisions of both laws. With Law No.7338, the incomes of taxpayers taxed under the simple procedure were exempted, and the tax revenues collected from approximately 850,000 taxpayers in this group were waived. Consequently, the effects of this change were analyzed and interpreted using data published by the Revenue Administration of the Ministry of Treasury and Finance. The total number of taxpayers, the number of taxpayers taxed under the simple method, income tax within central government revenues, simple income tax collections, and changes in collections over the years were analyzed and presented in tables.

### **Findings**

The Covid-19 epidemic has negatively affected all areas of life worldwide, making it necessary for states to address the adverse effects of the pandemic. To this end, countries have developed and implemented financial packages with large budgets in an effort to mitigate the pandemic’s impact. In Turkey, during the 2020-2022 period, when the pandemic was most severely felt, approximately 850,000 taxpayers subject to the simple procedure, who were heavily impacted by the crisis, were granted exemptions, exceptions, discounts, and declarations. Numerous measures were introduced, and significant changes were made with Law No.7338, enacted in this context. The most notable aspect of the law is the exemption of earnings for taxpayers taxed under the simple method from income tax and the removal of their obligation to file annual income tax returns.

### **Conclusion and Discussion**

After the Covid-19 epidemic was first reported in Turkey on 11.03.2020, the economic and financial package called the “Economic Stability Shield” was announced on March 18 to mitigate the effects of the pandemic. Various sectors and taxpayers were supported by the laws and decisions enacted as part of this package. In particular, Law No.7338, adopted on 14.10.2021, provided relief for small tradesmen who were negatively impacted by the pandemic. This law, through an amendment to the Income Tax Law, exempted the commercial earnings of taxpayers subject to the simple procedure from income tax, excluding the earnings of approximately 850,000 small tradesmen from taxation. Additionally, the obligation for taxpayers subject to the simple procedure to submit declarations was abolished. However, no changes were made regarding the determination of earnings, documentation, record-keeping practices, or the fulfillment of other duties related to liability. Under the Income Tax Law, four levels have been established for the taxation of those earning commercial income, based on whether they meet or lose certain conditions. According to this classification, taxpayers granted a tradesman exemption are excluded from taxes under the law. Furthermore, the earnings of taxpayers subject to simple taxation—who belong to the group that pays the least tax—are excluded from tax under Law No.7338. As a result, the group to be taxed now consists only of first-class and second-class merchants subject to real taxation. Despite the exemption introduced by Law No.7338, there has been no significant increase in the number of active taxpayers under the simple procedure. The revenue forgone by the state, within the scope of central budget revenues through the simple procedure, has been criticized as ineffective and amounts to over 240 million TL. Taxpayers subject to simple taxation occupy a position between real taxation and tradesman exemption. This position needs to be clarified by future legislation, either by exempting tradesmen further (by expanding the scope of exemption under certain conditions) or by including them in the real taxation system. It is particularly important to ensure that the provision “everyone is obliged to pay taxes according to their financial capacity,” as stated in Article 73 of the Constitution, is fulfilled in line with the “principle of equality”.

## Giriş

Modern vergileme anlamında Türk vergi sisteminde gelir vergisi nitelikli ilk çalışmalar Tanzimat ile başlamış olsa da çağdaş vergicilik anlamındaki Gelir Vergisi Kanunu (GVK), Alman Gelir Vergisi mevzuatı esas alınarak 1950 yılında 5421 sayılı Kanunla vergi sistemimize katılmıştır. Zaman içerisinde duyulan ihtiyaç üzerine yapılan güncellemelerle yeniden düzenlenmiş ve bugünkü halini alan 31.12.1960 tarihli 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu 1961 yılından itibaren uygulanmaya başlamıştır (Armağan, 2007, s. 229). 1961 tarihli GVK'da ticari kazançların vergilendirilmesinde; mükelleflerin iş hacmine, hukuki statüsüne veya kendi isteğine göre gerçek usul uygulandığı gibi bazı mükelleflerin de özel durumları ve konuları gereğince götürü gider yöntemi benimsenmiştir. Ancak uygulamada zamanla götürü gider yönteminin neden olduğu kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınmaması, belge düzeninin oluşturulamaması ve kullanımının yaygınlaştırılmaması gibi önemli sorunlarla karşılaşmıştır. Söz konusu aksaklıkların giderilmesi, ticari kazançların vergilendirilmesinde gerçek kazancın esas alınması ve toplam vergi gelirlerinde artışın sağlanması amacıyla 22.07.1998 tarihli ve 4369 sayılı Kanun'la "götürü usulde vergilendirme esası" kaldırılarak yerine 01.01.1999 tarihinden itibaren uygulanmak üzere "basit usulde vergilendirme esası" kabul edilmiştir. Basit usulde vergilendirme yönteminin kabulüyle ticari kazançların vergilendirilmesinde "gerçek usul" ile birlikte ikinci bir yöntem olarak "basit usul" uygulanmaya başlanmıştır.

Türk vergi sistemi içinde gelir vergisine tabi ticari kazançlarda basit usulde vergilendirilen mükellefler, gerçek usulde vergilendirilenlerle esnaf muafiyeti tanınan mükellefler arasında kalmış küçük esnafları (kuaför, tesisatçı, tuhafiyeci, bakkal, marangoz, çay ocağı işletmecisi vb.) kapsamaktadır. Ülkemizde bu grubun, 2021 tarihine kadarki ticari faaliyetleri basit usulde vergiye tabi iken Covid-19 pandemisinin etkilerini gidermek amacıyla çıkarılan 14.10.2021 tarihli 7338 sayılı Kanunla 01.01.2021 tarihinden itibaren GVK 46. maddesi gereğince kazançları basit usulde tespit edilen mükelleflerin ticari kazançları gelir vergisinden istisna edilmiş, yıllık beyanname verme yükümlülüğü kaldırılmış, ancak diğer yükümlülükleri ise devam ettirilmiştir.

Ülkemizde 2020 yılında gelir vergisine tabi yaklaşık 3 milyon gerçek kişi mükellef içinde yaklaşık 800 binini oluşturan basit usule tabi mükellefin merkezi bütçe içindeki katkısı ise 240 milyon TL'nin üzerinde gerçekleşmiştir. Vergi sistemi içinde ve toplumda geniş bir yer tutan bu kesimin kazançlarına ilişkin getirilen istisna uygulaması küçük esnaf için olumlu karşılanırken vergilendirme kapsamında kalan esnaflarla diğer gelir unsuru sahiplerinin eleştirileri odağındaki bir konu olmuştur.

## 1. Gelir Vergisi Kanunu'na Göre Ticari Kazançların Tespiti

Türk vergi sisteminde 31.12.1960 tarihinde kabul edilerek 06.01.1961 tarih ve 10700 sayılı Resmî Gazete (RG) ile yürürlüğe giren 193 sayılı GVK'nın 1. maddesinde verginin mevzuu başlığı altında; "gerçek kişilerin gelirleri gelir vergisine tâbidir. Gelir bir gerçek kişinin bir takvim yılı içinde elde ettiği kazanç ve iratların safî tutarıdır". Kanunun 2. maddesinde de gelirin unsurları başlığı altında; gelirin unsurları 7 kalem olarak sayılmış, gelire giren kazanç ve iratlar "Ticari kazançlar- zirai kazançlar- ücretler- serbest meslek kazançları- gayrimenkul sermaye iratları- menkul sermaye iratları- sair kazanç ve iratlar" olarak belirtilmiş ve bu unsurlar arasında ticari kazançlar ilk sırada yer almıştır.

Aynı kanunun üçüncü kısmında "gelir unsurlarının tespiti" başlığı altında; ticari kazanç elde eden gelir vergisi mükelleflerinin kazançlarının tespit usulleri;

- Gerçek usulde ticari kazanç tespiti; "bilanço esasında ticari kazancın tespiti (GVK, md.38)" ve "işletme hesabı esasında tespiti (GVK, md.39)",

- Götürü usulde ticari kazancın tespiti; "46-47 ve 48. maddelerde yazılı şartları topluca haiz olanların ticari ve sınai işlerinden sağladıkları safî kazançlar, Maliye Bakanlığınca tanzim edilecek iş cetvellerinde belirtilen iş nevelerine göre ve Vergi Usul Kanunundaki esaslar dairesinde, götürü olarak tespit olunur" şeklinde iki gruba ayrılmıştır.

22.07.1998 tarihli ve 4369 sayılı Kanun<sup>2</sup>'la yapılan değişiklikle 01.01.1999 tarihinden itibaren uygulanmak üzere ticari kazanç elde eden mükelleflerin vergilendirilmesi; "gerçek usulde (bilanço ve işletme hesabı esası) ticari kazanç elde edenler ve basit usulde ticari kazanç elde edenler" şekline dönüştürülmüştür. Yapılan düzenlemeler kapsamında GVK'nın ilgili hükümleri incelendiğinde esasen ticari kazançların vergilendirilmesinde 4 ayrı kazanç tespiti uygulamasının varlığı görülmektedir. GVK'nın 9. maddesi "esnaf muafılığı"; 38.maddesi "bilanço esasında ticari kazancın tespiti"; 38.maddesi "işletme hesabı esasında ticari kazancın tespiti"; 46.maddesi ise "basit usulde ticari kazancın tespiti" hükümlerini düzenlemiştir. Her bir tespit için ayrı ayrı parasal sınırlarla birlikte özel ve genel şartların dikkate alındığı görülmektedir ve bu kriterlere göre bir sıralama yapıldığında; bilanço esasına göre defter tutan 1.sınıf tacirler; onun bir altında işletme hesabı esasına göre defter tutan 2.sınıf tacirler; sonrasında basit usulde vergilendirilen küçük esnaflar ve nihayetinde esnaf muafiyeti tanınanlar gelmektedir.

Gerçek usule tabi mükellefler tutacakları defterler yönünden "Birinci sınıf tacirler (bilanço esasına göre defter tutanlar) ve ikinci sınıf tacirler (işletme hesabı esasına göre defter tutanlar)" şeklinde 2 sınıfa ayrılmıştır.

Basit usulde vergilendirme yöntemiyle ilgili hükümler GVK'nın 46 ila 51.maddeleri arasında yer almış ve mükelleflerin hangi şartlarda basit usulde vergilendirilebileceğine açıklık getirilmiştir. Basit usulde vergilendirme, ticaret ve sanat erbabının bir takvim

<sup>2</sup> "Vergi Usul Kanunu, Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun, Gelir Vergisi Kanunu, Kurumlar Vergisi Kanunu, Katma Değer Vergisi Kanunu, Gider Vergileri Kanunu, Emlak Vergisi Kanunu, Veraset Ve İntikal Vergisi Kanunu, Motorlu Taşıtlar Vergisi Kanunu, Damga Vergisi Kanunu, Harçlar Kanunu, 3505 Sayılı Kanun, Katma Değer Vergisi Mükelleflerinin Ödeme Kaydedici Cihazları Kullanmaları Mecburiyeti Hakkında Kanun, Belediye Gelirleri Kanunu, 1318 Ve 4208 Sayılı Kanunlar İle 178 Sayılı Maliye Bakanlığının Teşkilat Ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname Ve 190 Sayılı Genel Kadro Ve Usulü Hakkında Kanun Hükmünde Kararıyla Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun"

dönemindeki ticari faaliyetlerinden elde ettiği gelir-gider ve malların alış-satış bedelleri arasındaki farkın hesaplanmasıyla vergi matrahının bulunması ve bu tutara gelir vergisi oranının uygulanarak ödenecek verginin tespit edilmesidir.

Kazançların basit usulde tespiti yöntemi, gerçek usulde tespit yöntemine göre bazı farklı uygulamalar içermektedir. Basit usulde vergiye tabi olanlar sadece ticari kazançlarının vergisini öderken, gerçek usulde vergiye tabi olan mükellefler gelir vergisiyle birlikte stopaj ve KDV gibi vergilerle ilgili işlemler açısından “vergi sorumlusu” olma yükümlülüğündedir. Mükellef ödevleri arasında yer alan “defter tutma ödevi” ile ilgili olarak kazançları gerçek usulde tespit edilen mükellefler kanunların belirttiği defterleri zorunlu olarak tutmakla yükümlüken yeni düzenlemeyle basit usule tabi mükelleflerin defter tutma yükümlülükleri kaldırılmıştır. Basit usule tabi mükelleflerin kazancının tespit edilmesi ve 213 sayılı Vergi Usul Kanunu (VUK)’nun defter tutma hükümleri dışındaki bildirim, belge düzenleme, muhafaza, ibraz, ceza hükümleri, diğer ödevler bakımından GVK, VUK ve diğer kanunlarda yer alan 2. sınıf tüccarlar hakkındaki hükümler geçerlidir (Arslan ve Biniş, 2012, s.56).

Gerçek usul ile basit usulde vergileme yapılmasında kullanılan ortak yöntem, mükelleflerin hangi esasa dahil olacağı konusunda parasal sınırların dikkate alınmasıdır. Hem gerçek usulde (bilanço esas ve işletme hesabı esas bakımından) hem de basit usulde vergilendirme yönteminden hangisine tabi olacağı konusunda bir hesap dönemi içinde elde ettikleri gayrisafı kazançları ile giderleri ve satılan malların alış bedelleri dikkate alınmaktadır.

## **2. Ticari Kazançların Tespitinde Basit Usul Yöntemi**

### *2.1. Ticari Kazançların Tespitinde Basit Usul Yöntemine Geçiş Süreci*

Modern vergi sistemlerinin temelini oluşturan uygulamalardan biri olan “beyan esas” Türk vergi sisteminde de başta gelir vergisi olmak üzere çok sayıda vergi türü için uygulanmaktadır. Beyan esas; gelirin gerçek usulde vergilendirilmesi, kişilerin vergi ödeme gücünün doğru tespit edilmesi ve vergi adaletinin gerçekleştirilmesi yönünden önem arz etmektedir. Ancak bazı durumlarda kazanç ve iratların tespitindeki zorluklar veya bu şekilde vergilendirildikleri takdirde ortaya çıkan mağduriyetten sayıca fazla olan küçük ticaret ve sanat erbablarının etkilenmesi nedeniyle gerçek usulde vergilendirme yönteminin uygulama alanının daraltılması ihtiyacı doğmuştur. (Bay, 2003, s. 28). Böylece Türk vergi sisteminde 1960’lı yıllardan sonra gerçek usulde vergilendirmenin yanında GVK kapsamında “vergiden muaf esnaf ile kanun nezdinde şartları topluca taşıyan küçük ticaret ve sanat erbablarının kazancının götürü usul yöntemiyle tespit edilerek vergilendirilmesi” öngörülmüştür. Götürü usul; “belli mükelleflerin bireysel vergi ödeme güçlerini ve gerçek vergi matrahlarını dikkate almadan, vergi matrahlarını genel ve objektif olarak belirlemeyi amaçlayan” bir yöntem olarak kullanılmıştır (Yıldız vd, 2016, s. 24).

GVK esasen gerçek kazanç esasının mutlak ve kapsamlı olarak uygulanmasını hedeflemekle birlikte bazı mükellef gruplarının; “beyan usulünün getirdiği yükümlülükleri yerine getirebilecek bilgi düzeyinde olmamaları, okur-yazarlık oranının düşük olması, idarenin bu mükelleflerin gelirlerini tespit etmekte güçlük çekmesi gibi nedenler” gerçek usul yanında götürü usul olarak ifade edilen bir başka usulün de kanunda yer almasını gerekli hale getirmiştir (Bay, 2003, s. 28).

Götürü usulde vergilendirilen mükellefler, bu yöntemden belli şekil ve esaslar dahilinde yararlanabildikleri gibi yine kendi istekleri ile gerçek usulde vergilendirmeyi de seçme imkanına sahiptirler. Götürü usulde vergilemenin yapılmasında kişilerin elde ettikleri safi kazançlar alt ve üst sınır şeklinde belli esaslara bağlanmıştır. Mükellefler kendileri için belirlenen derecelerde idarece belirlenen matrahlar üzerinden vergilendirilmişlerdir. Ayrıca bu mükelleflere tarh-tahakkuk ettirilen vergi matrah ve miktarlarını vergi idaresinden aldıkları karneye işletmek zorunluluğu getirilmiştir (Bay, 2003, s. 28-29).

1980’li yılların ortasından itibaren ülkemizin yaşadığı ekonomik sistemdeki dönüşüm ve kamunun finansman ihtiyacının artmasıyla birlikte toplam gelir vergisi mükellefleri içinde sayıca artan götürü usulde vergiye tabi mükelleflerin azaltılması veya en azından daha da artmasının önüne geçilmesi amacıyla yeni bir vergilendirme yöntemi arayışı ortaya çıkmıştır (Bay, 2003, s. 28-29). Bu dönemde götürü usulde vergilendirme, belge düzeninin yerleştirilmesi ve beyan sisteminin önündeki en önemli sorun olarak kabul edilmiştir. Belge düzenine uyulmaması gerçek usulde vergilendirilen mükelleflerde de belge düzeninin bozulmasına ve vergi gelirlerinin olumsuz etkilenmesine neden olmuştur (Organ ve Güler, 2012, s. 193). Özellikle 1990’lı yıllarda küreselleşmenin etkisiyle küçük ticaret ve sanat erbablarının daha güçlü hale gelmesini sağlamada zorunlu itici güç olarak götürü usulün kaldırılması anlayışı benimsenmiştir. Bu amaçla 22.07.1998 tarih ve 4369 sayılı Kanunla “götürü usulde vergilendirme” Türk vergi sisteminde kaldırılmış ve 01.01.1999 tarihinden itibaren uygulanmak üzere “basit usulde vergilendirme” getirilmiştir. Kanunun çıkarılmasındaki öncelikli amaç; vergi tabanının genişletilmesi, kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması, vergi sisteminin daha basit ve açık hale getirilmesi ve vergi yükü ağırlaştırılmadan toplam vergi gelirlerinin artırılmasıdır (Güngör, 2002).

Yapılan düzenlemeyle götürü usulde vergilendirme esasının tamamen kaldırılması yerine sistemin revize edildiği görülmektedir. Küçük ticaret erbablarına belge alma-verme zorunluluğu getirilirken defter tutma yükümlülükleri kaldırılmıştır. Basit usulün kabul edildiği dönemde ek bir vergi yükü getirilmemiş ve sisteme uyumun kolaylaştırılması amaçlanmıştır. Ayrıca bu mükelleflerin ödeyeceği vergiye bir üst sınır getirilerek yeni sistemin asıl amacının vergi yükünü artırmak olmadığı, beyan esasının yaygınlaştırılması ve belge düzeninin getirilmek istendiği vurgulanmıştır (Bay, 2003, s. 61). Böylece belge düzenine dayalı olarak gerçek gelirin vergilendirilmesi esasına geçilmiştir (Bayraklı, 1999, s. 120).

## 2.2. Basit Usulde Vergilendirme ve Tespiti

Basit usulde vergileme, götürü usulde vergilendirilen mükelleflerin kademeli olarak gerçek usulde vergileme kapsamına alındığı bir aşamadır. Basit usulde vergilemede “basit” vurgusu, defter tutma yükümlülüğü olmadan gelir ve giderlerin belgelere dayalı olarak tespit edilmesini ifade etmektedir (Bayraklı, 1999, s. 100-101).

Basit usulde vergileme, “gerçek usulde vergilendirme şartlarını taşımayan ve vergiden muaf esnaf kapsamı dışında kalıp gelir elde eden tacirlerin defter tutma yükümlülüğü dışında ikinci sınıf tacirlerin hükümlerine tabi tutularak vergilendirilmesi” olarak tanımlanmıştır (Bayraklı, 1999, s. 101; Bektaş, 1998, s. 117).

4369 sayılı Kanunla yapılan değişiklikle GVK'nın 46. maddesinde belirtildiği gibi 47. ve 48. maddedeki şartların sağlanmasıyla ticari kazançların vergilendirilmesinde basit usulden yararlanılabilecektir. Değişiklikle ilgili 06.12.1998 tarih ve 23545 sayılı RG'de yayımlanarak yürürlüğe giren 215 seri no.lu GV Genel Tebliği'nde basit usulde ticari kazanç şöyle ifade edilmiştir; “*bir hesap dönemi içinde elde edilen hasılat ile giderler ve satılan malların alış bedelleri arasındaki müspet farktır. Bu fark, faaliyetle ilgili olarak alınması ve verilmesi mecburi olan alış ve giderler ve hasılatlara ilişkin belgelerde yazılı tutarlara göre hesaplanacaktır*”. Kazancın bu şekilde tespitinde emtia ticareti yapanlarca; hesap dönemi sonundaki emtia mevcudunun değeri hasılat ve hesap dönemi başındaki emtia mevcudunun değeri ise giderlere eklenmektedir. Ancak, kullanılan sabit kıymetler gider olarak yazılmayacak ve bu kıymetler üzerinden amortisman da ayrılmayacaktır. Basit usule tabi olabilmek için GVK'nın 47. maddesi genel şartları<sup>3</sup> ve 48. maddesi ise özel şartları<sup>4</sup> düzenlenmiş olup kanun maddesinde belirtilen genel ve özel şartların birlikte gerçekleşmesi gerekmektedir.

## 2.3. Basit Usulde Mükelleflere Sağlanan Avantajlar ve Kolaylıklar

26.10.2021 tarih ve 31640 sayılı RG'de yayımlanan 7338 sayılı “Vergi Usul Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile yapılan düzenlemeler arasında 1. madde hükümleri gereğince GVK'ya eklenen mükerrer 20/A maddesindeki düzeltme ile mevzuatta mevcut olan ve son yapılan değişiklikler itibarıyla basit usule göre vergilendirilen mükellefler, gerçek usule tabi mükelleflerden farklı şekilde bazı avantajlara sahip konumdadırlar. Bunlar;

- Ticari kazançlarının gelir vergisinden istisna edilmesi,
- İstisnadan yararlanılması halinde yıllık beyanname verilmemesi ve diğer gelirleri için beyanname vermeleri durumunda da bu kazançların beyannameye dahil edilmemesi,
- Defter tutma yükümlülüklerinin kalkması,
- Alınan-verilen belgelerin kayıtlarının “aracılık ve sorumluluk sözleşmesi” düzenlenen meslek odası veya meslek mensupları eliyle Defter-Beyan Sisteminde tutulması,
- Stopaj yapılmaması, muhtasar ve prim hizmet beyanamesi (5510 sayılı Kanuna göre sigortalı çalışanları bildirmekle yükümlü olanlar hariç) ile geçici vergi beyanamesi verilmemesi (Gök, 2007, s. 289),
- Mal teslimi ve hizmetlerinin KDV'den istisna edilmesiyle KDV Beyanamesi vermemeleri (GİB, 2024, s. 6).

## 2.4. Basit Usule Tabi Mükelleflerde Özellikli Olanlar

GVK'nın 51. maddesinde sayılan işler ile uğraşanlar şartları taşısalar dahi hiçbir şekilde basit usulden yararlanamamaktadırlar. Ayrıca Bakanlar Kurulu Kararları (BKK)<sup>5</sup> ile basit usulde vergilendirme dışında tutulan mükellefler bulunmaktadır.

Ortaklıklar açısından basit usule tabi olmanın tespiti; iş hacmi ölçüleriyle birlikte yıllık kira bedelleri de dikkate alınarak yapılmaktadır. Ortaklardan birisi gerçek usule tabi olduğunda diğer ortaklar da gerçek usule tabi olmaktadır.

<sup>3</sup> “1. Kendi işinde bilfiil çalışmak veya bulunmak, 2. İşyeri mülkiyetinin iş sahibine ait olması halinde emsal kira bedeli, kiralanmış olması halinde yıllık kira bedeli toplamının; 2024 takvim yılı içinde büyükşehir belediye sınırları içinde 55.000 TL, diğer yerlerde 34.000 TL'yi aşmaması, 3. Ticari, zirai veya mesleki faaliyetler dolayısıyla gerçek usulde gelir vergisine tabi olmamak”.

<sup>4</sup> “1. Satın aldıkları malları olduğu gibi veya işledikten sonra satanların; 2024 takvim yılı için yıllık alımlarının 690.000 TL veya yıllık satışlarının 1.100.000 TL'yi aşmaması, 2. (1) numaralı bentte yazılanların dışındaki işlerle uğraşanların bir yıl içinde elde ettikleri gayrisafi iş hasılatının; 2024 takvim yılı için 340.000 TL'yi aşmaması, 3. (1) ve (2) numaralı bentlerde yazılı işlerin birlikte yapılması halinde, yıllık satış tutarı ile iş hasılatı toplamının; 2024 takvim yılı için 690.000 TL'yi aşmaması gerekmektedir. Bu kapsamda; kazançları basit usulde tespit edilen mükelleflerden, 2024 takvim yılı için belirtilen özel şartlardan herhangi birini sağlamayanlar 1/1/2025 tarihinden itibaren gerçek usule tabi olacaktır. 4. Kâr hadleri emsallerine göre düşük olarak tespit edilmiş bulunan emtia için özel hadler; Milli Piyango bileti, akaryakıt, şeker ve bunlar gibi kâr hadleri emsallerine nazaran bariz şekilde düşük olarak tespit edilmiş bulunan emtia için, (1) ve (3) numaralı sıralarda yazılı hadler yerine ilgili Bakanlıkların görüşü alınarak, HMB'ce belirlenecek alım-satım hadleri uygulanır”.

<sup>5</sup>95/6430 Sayılı BKK (BKK ile belirlenen mücavir alan sınırları dâhil olmak üzere büyükşehir belediye sınırlarında belirtilen faaliyetleri yapan mükellefler)

8/5521 Sayılı BKK (zirai mahsul satın alarak bunları kısmen veya tamamen tüketici dışındakilere satan ticaret erbabı)

92/2683 Sayılı BKK (ülke genelinde her türlü televizyon, video-radyo-kamera-bilgisayar-soğutucu çamaşır-bulaşık makineleri-elektrikle çalışan benzeri eşyaların alım-satımı-üretimiyle uğraşan mükellefler)

## 2.5. Basit Usul-Gerçek Usul Arasında Geçişler

### 2.5.1. Basit Usul Yönteminden Gerçek Usule Geçiş

Basit usulden yararlanma şartlarını taşıyanlar, bu usulden yararlanmak istemediklerini yazılı dilekçeyle vergi dairesine bildirmesiyle bu tarihten itibaren gerçek usule geçerler. Yeni işe başlayanlarda, işe başlama tarihinden itibaren, ayrıca GVK 51. maddesinde yazılı faaliyetlere başlayan mükellefler de bu faaliyetlerine başladıkları tarihten itibaren gerçek usule tabi olmaktadır.

Sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge düzenledikleri veya kullandıkları tespit edilenler, bu konunun kendilerine tebliğ tarihini takip eden ayın başından itibaren gerçek usulde vergiye tabi olmaktadır. Bu belgeleri düzenleyenler tespit edildiği takdirde kazançları hiçbir şekilde basit usulde tespit edilmez.

Basit usule tabi olan mükellefler, GVK'ya göre belirlenen şartlardan herhangi birini takvim yılı içinde kaybetmeleri durumunda, bir sonraki takvim yılının başından itibaren gerçek usulde vergiye tabi olacaklardır.

### 2.5.2. Gerçek Usul Yönteminden Basit Usule Geçiş

Gerçek usulde vergiye tabi mükelleflerin; "1) GVK'da yazılı genel şartları topluca taşınması, 2) Arka arkaya son 2 yıl alış-satış ve/veya hâsılat tutarlarının her biri özel şartlarda belirtilen hadlerden düşük olması, 3) Yazılı talepte bulunması" hallerinde bu şartların gerçekleştiği takvim yılından sonraki takvim yılından başlayarak basit usule geçebileceklerdir. Gerçek usule tabi mükellefler, bu şartın gerçekleştiği yılı izleyen yıldaki ocak ayının başından (1-31. günü akşamı) sonuna kadar yazıyla bağlı oldukları vergi dairesine başvurdukları takdirde basit usule geçebilirler. Bu mükelleflerin, GVK'nın 51. maddesinde yazılı faaliyetleri gerçekleştirmemeleri ve diğer şartları da birlikte taşınmaları zorunludur.

Ayrıca, gerçek usule tabi mükelleflerle basit usul şartlarını kaybeden mükellefler; kendi istemeleriyle işlerini terk ettiklerinde ya da eş ve/veya çocuklarına devretmeleri durumunda terk-devir tarihini izleyen yılın başından itibaren 2 yıl geçmeden basit usule dönemeyeceklerdir.

## 3. 7338 Sayılı Kanun'un Basit Usulde Vergilendirme Yöntemine Etkileri

### 3.1. Genel Olarak Etkileri

Dünya Sağlık Örgütü (WHO), 2019 yılının sonlarında Çin'de başlayıp tüm dünyaya yayılan salgını, 30.01.2020 tarihinde "Uluslararası Düzeyde Halk Sağlığı Acil Durumu" olarak ilan etmiş 11.02.2020'de "Covid-19" ve 11.03.2020'de de pandemik bir hastalık olarak duyurmuştur (WHO, 2024, 22 Haziran). Böylece pandemiyle mücadele tüm dünyanın ortak sorunu olarak her alanda kendini göstermiştir. Türkiye'de de salgının ilk görüldüğü 11.03.2020 sonrasında pandemiyle mücadele çabaları başlatılmış ve "Ekonomik İstikrar Kalkanı" adı verilen ekonomik ve mali önlem paketi 18.03.2020 tarihinde açıklanmıştır (T.C. Cumhurbaşkanlığı, 2024, 15 Haziran). Pandemiye yönelik alınan tedbirler durumun aciliyeti nedeniyle Cumhurbaşkanı Kararları ile alınmış sonrasında hızla 7226 sayılı "Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", 7244 sayılı "Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgınının Ekonomik ve Sosyal Hayata Etkilerinin Azaltılması Hakkında Kanun İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun"; 7254 Sayılı "Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun" ve 7338 sayılı "Vergi Usul Kanunu İle Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" çıkarılmıştır (Armağan vd, 2023).

Pandemi döneminde işletmelerin bazı vergisel yükümlülüklerinin hafifletilmesi amacıyla Türk vergi sisteminde önemli yer tutan muafiyet, istisna ve indirim uygulamalarına yönelik 14.10.2021 tarihli 7338 sayılı Kanun 26.10.2021 tarihli 31639 sayılı RG'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Ayrıca 26.05.2022 tarih ve 31847 sayılı RG'de yayımlanarak yürürlüğe giren 320 sayılı GV Genel Tebliği ile de GVK'da ve 7338 sayılı Kanunla yapılan değişikliklere ilişkin usul ve esaslar düzenlenmiştir.

Bu amaçla 7338 sayılı Kanunla, GVK'ya eklenen mükerrer 20/A maddesinde; "basit usule tabi mükelleflerin ticari kazançları gelir vergisinden istisna edilmiştir. Basit usule tabi mükellefler, istisna kapsamındaki bu kazançlar için yıllık beyanname vermeyecek ve diğer gelirler dolayısıyla beyanname vermeleri halinde de bu kazançlarını beyannameye dâhil etmeyeceklerdir. Basit usule tabi mükelleflerin elde ettikleri ticari kazancın tespiti, belge düzeni, kayıtların tutulması uygulaması ve mükellefiyetle ilgili diğer ödevlerin yerine getirilmesi hususlarında hangi bir değişiklik yapılmamış olup mevcut mevzuat hükümleri kapsamında yerine getirmeye devam edecekleri" yer almıştır. Böylece basit usule tabi mükelleflerin; kazançlarının tespitinde, kayıtlarının tutulmasında, belge düzeni ve mükellefiyetlerle ilgili diğer yükümlülükleri konusunda mevcut mevzuat hükümlerinin geçerliliği devam edecektir.

Ticari kazançları basit usule tabi iken, GVK'nın 47. ve 48. maddelerinde yazılı şartları ihlal eden mükelleflerin ticari kazançları, takip eden takvim yılı başı itibarıyla gerçek usulde vergilendirilecektir. İlgili takvim yılında basit usulde iken gerçek usule geçen mükellefler, bu tarihe kadar elde ettikleri kazançları için istisnadan yararlanabilecek ancak bu tarihten sonra söz konusu istisnadan yararlanması mümkün olmayacaktır.

### 3.2. Mükellefiyete İlişkin Yükümlülüklerle Etkileri

#### 3.2.1. Defter-Beyan Sistemi

Basit usule tabi olan mükelleflere; 01.01.2018 tarihinden itibaren Defter-Beyan Sistemini kullanma mecburiyeti getirilmiştir. 486 Sıra No.lu VUK Genel Tebliğinde sisteme ilişkin detaylı bilgilendirmeler yapılmıştır. Sistem ile kayıtlar elektronik ortamda

tutulabilecek, bildirim ve dilekçeler elektronik ortamda verilebilecektir. Basit usule tabi mükelleflerin defter-beyan sistemi kullanım talepleri konusunda;

“- Sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge düzenlediği veya kullandığı tespit edilenlerin, bu hususun kendilerine tebliğ edildiği tarihi takip eden aybaşından önce,

- Mevcut işine GVK 51. maddesinde belirtilen faaliyetleri ilave edenlerin, bu faaliyetlere başladıklarına ilişkin bildirim verildiği günü izleyen 7. iş günü sonuna kadar,

- Gerçek usulde vergilendirilirken GVK 46. maddesinde yer alan düzenleme gereği basit usule tabi olmayı yazı ile talep eden mükellefler, anılan maddede belirtilen şartların gerçekleştiği takvim yılının son gününe (son gün dâhil) kadar”,

“defterbeyan.gov.tr” adresi üzerinden veya gelir vergisi bakımından bağlı oldukları vergi dairesine bizzat başvuru yapmaları gereklidir.

### 3.2.2. Yıllık Beyanname Verilmemesi

7338 sayılı kanun gereğince basit usule tabi olan mükellefler bir önceki takvim yılı ticari kazançları üzerinden takip eden takvim yılında yıllık gelir vergisi beyannamesini vermeyeceklerdir. Diğer gelirleri için takvim yılı Mart ayında verecekleri yıllık gelir vergisi beyannamesine de bu kazançları dâhil etmeyeceklerdir. Ancak bu mükellefler, alışları ve yaptığı giderleri ile satışları ve gelirlerine ait 3'er aylık kayıtları, takip eden ayın sonuna kadar Defter-Beyan Sistemine kaydedeceklerdir.

### 3.2.3. Vergi Levhası Alınmaması

VUK 5. maddesine göre, tüm gelir vergisi mükellefleri ile sermaye şirketleri her yıl 5. ayın son gününe kadar vergi levhasını almak zorundadırlar. Basit usule tabi mükelleflerin 7338 sayılı kanunla 01.01.2021 tarihinden itibaren GVK 46. maddesine göre tespit edilen ticari kazançları gelir vergisinden istisna edildiği ve bu kazançları için yıllık beyanname verilmeyeceği hüküm altına alınmıştır. Böylece bu kapsamdaki mükelleflerin ticari kazançları üzerinden vergi tarhiyatı yapılmayacak ve vergi levhası alma zorunlulukları da olmayacaktır.

### 3.2.4. Bildirim Yükümlülüğü

Basit usule tabi mükellefleri vergi dairesine; işe başlama, değişiklikler (adres-iş-işletmede meydana gelen değişiklikleri) ve faaliyetlerini bırakma konularını bildirmek zorundadırlar. Bu bildirimler Dijital Vergi Dairesi (İnteraktif Vergi Dairesi) aracılığıyla ve GİB Mobil uygulaması kullanılarak sistem üzerinden yapılabilmektedir.

VUK'a göre işe başlama bildirimini işe başlama tarihinden itibaren 10 gün içinde; adreslerinde, işlerinde veya işyerlerindeki değişiklikleri, değişikliğin gerçekleştiği tarihten itibaren 1 ay içinde ve vergiye tabi olmayı gerekli kılan işlemlerin tamamen durdurulması ve sona erdirilmesi durumunda ise bu durumun 1 ay içerisinde vergi dairesine bildirilmesi zorunludur.

### 3.2.5. Belge Düzenine İlişkin Yükümlülükler

Basit usule tabi mükelleflerin, gelirleriyle ilgili olmak üzere VUK hükümlerine göre fatura, perakende satış belgeleri ve kanunda sayılan diğer belgeleri düzenlemeleri ve kullanmaları zorunludur. Ayrıca kendilerine yapılan mal ve hizmet teslimleri için fatura, müstahsil makbuzu, gider pusulası ve VUK'a göre uygun olan diğer belgeleri de alma zorunlulukları vardır. Mükellefler, vergi matrahlarının tespit edilmesine yönelik tüm giderlerini belgelendirmek yükümlülüğündedir. Belgelerle ilgili olarak;

“- Kullanılan belgeler ve zarflar sadece Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu tarafından bastırılmaktadır. Bu mükellefler belgelerini bağlı oldukları oda veya birlikten temin edeceklerdir.

- Mükelleflerin bulunduğu yerde bağlı oldukları oda veya birlik yoksa, bulunduğu yerde bağlı olacağı oda veya birlik kurulmamışsa; en yakın odaya, birliğe veya karma odaya kayıt yaptıracaklardır. Belgelerini de kayıt yaptırdığı odadan temin edeceklerdir.

- Basit usule tabi olup meslek odalarına üye kayıtları yapılamayan; traktörle nakliyecilik yapanlar, hususi oto ile ticari faaliyette bulunanlar, biçerdöver işletmecileriyle inşaat ustaları gibi mükellefler, kullanacakları belgeleri ikinci sınıf tüccarların tabi oldukları esaslar çerçevesinde (anlaşmalı matbaalara bastırmak veya noterlere tasdik ettirerek) temin edebilecekleri gibi diledikleri takdirde faaliyette buldukları yerdeki herhangi bir oda veya birlikten de temin edebileceklerdir”.

Belge düzenleme konusunda 2. sınıf tacirlerin tabi olduğu usul ve esaslar, basit usuldeki mükellefler için de geçerlidir. Ancak 215 No.lu GV Genel Tebliğinde, basit usule tabi mükelleflere; “belge vermedikleri günlük hasılatları için gün sonunda tek bir fatura düzenlemeleri ve düzenlenen faturanın alıcıya ilişkin bilgiler yerine “... tarihli toplam hasılat” ibaresinin yazılması” şeklinde bir uygulamayla kolaylık sağlanmış ve süresi 324 No.lu GV Genel Tebliğiyle 31.12.2024'e kadar uzatılmıştır. Bu uygulamadan yararlanmak isteyen mükellefler, müşterileri istediği taktirde fatura veya perakende satış belgesini vermek zorundadırlar.

İşlerini terk eden basit usule tabi mükelleflerin kullanmadıkları belgelerinin iptal işlemleri belgeleri veren odalar veya birlikler tarafından; belgelerini anlaşmalı matbaalara bastırarak veya noterlere tasdik ettirerek temin eden mükelleflerin belgelerinin iptali ise vergi daireleri tarafından yapılacaktır.

Basit usule tabi mükelleflere ait kayıtlar, “Aracılık ve Sorumluluk Sözleşmesi” yaptıkları meslek odaları veya meslek mensupları aracılığıyla Defter-Beyan Sisteminde tutulmaktadır. Bu mükelleflere ait alışlar ve yapılan giderler ile satışları ve gelirlerine ait 3'er aylık kayıtlar, “Aracılık ve Sorumluluk Sözleşmesi” yaptıkları meslek odaları/meslek mensupları eliyle takip eden ayın sonuna

kadar Defter-Beyan Sistemine kaydedilmektedir. Bu mükellefler, taşıt ve diğer sabit kıymetlerinin satılması halinde fatura düzenlemeyeceklerdir. Bu mükelleflerin, taşıt satışlarını noter satış sözleşmesiyle diğer sabit kıymet satışlarını ise bunları satın alan mükelleflerce düzenlenecek gider pusulası ile belgelendirmeleri mümkündür.

Basit usule tabi mükelleflerin, sahte veya içeriği itibarıyla yanıltıcı belge düzenlediği veya kullandığı tespit edildiği takdirde bu konu kendilerine tebliğ edilmektedir. Tebliğ tarihini takip eden ayın başından itibaren gerçek usulde vergilendirilmeye ve 2. sınıf tacirlere ilişkin hükümlere tabi olmaya başlamaktadırlar.

### *3.2.6. Muhafaza ve İbraz Yükümlülüğü*

Basit usuldeki mükelleflerin, bir takvim yılı içinde aldıkları mallar ile hizmetlerin alış belgeleri ve yaptıkları giderlerle satış ve gelirlerine ait belgeler, kayıtlarının tutulduğu bürolarda muhafaza edilmektedir ve ibrazı da bu bürolardan istenmektedir. Bu belgelerin, ilgili oldukları yılı izleyen yıldan başlamak üzere 5 yıl süreyle saklanması ve yetkili makamlar ve memurlarca talep edilmesi halinde ibraz edilmesi yükümlülüğü devam edecektir.

İşini terk edenlerden, belgelerini ibraz edemeyenlerle eksik belge ibraz edenler veya belgelerini kaybettiğini bildiren mükelleflerin durumu, belgeyi veren oda veya birlikler tarafından düzenlenen tutanakla tespit edilmektedir. İşini terk edenlerden belgelerini anlaşmalı matbaalara bastıran veya noterlere tasdik ettirerek sağlayan mükelleflerin bu işlemleri ise vergi daireleri aracılığıyla yapılmaktadır.

### *3.2.7. Belgelendirme (Tevsik) Zorunluluğu*

Hazine ve Maliye Bakanlığı'na verilen yetkiye istinaden; "birinci ve ikinci sınıf tüccarların, kazançları basit usulde tespit edilenlerin, defter tutmak zorunda olan çiftçilerin, serbest meslek erbabının ve vergiden muaf esnafın" kendi aralarında yapacakları ticari işlemler ile nihai tüketicilerden mal ve hizmet bedeli olarak yapacakları 7.000 TL'yi aşan tahsilat ve ödemelerini, aynı Bakanlığın belirlediği aracı finansal kurumlar yoluyla yapmaları ve bu tahsilat ve ödemeleri söz konusu kurumlarca mevzuatlarına göre düzenlenen belgelerle (dekont, hesap bildirim cetveli, alındı vb.) ispatlamaları zorunludur. Bu işlem ve belgeler söz konusu işleme ilişkin olarak VUK'da yer alan belgeleri düzenleme zorunluluğunu ortadan kaldırmamaktadır.

### *3.2.8. Ödeme Kaydedici Cihaz Kullanımı*

Basit usule tabi mükellefler, istedikleri takdirde ödeme kaydedici cihaz kullanabileceklerdir. İsteğe bağlı olarak EN ÖKC kullanan bu mükelleflerin kullandıkları EN ÖKC'lerin, 557 Sıra No.lu VUK Genel Tebliği gereğince, mali hafızalarının dolup dolmadığına bakılmaksızın 01.07.2024 tarihine kadar YN ÖKC'ler ile değiştirilecektir. İsteyen mükellefler bu tarihten önce de Hazine ve Maliye Bakanlığınca onaylanan YN ÖKC'leri kullanmaya başlayabileceklerdir.

### *3.2.9. Basit Usule Tabi Mükelleflerin İşletmelerinde Çalışan Ücretliler*

Basit usule tabi mükellefler, işlerinde yardımcı işçi veya çırak çalıştırabilirler. Bu mükelleflerin yanında çalışanların aldıkları ücretler, işverenlerin tevkifat yapma yükümlülüğü olmadığından "tevkifata tabi olmayan ücret" kapsamında değerlendirilmektedir. Ayrıca bu kapsamdaki hizmet erbabının vergi karnesi alması ve karneyi vergi dairesine ibraz ederek vergilerini tarh-tahakkuk ettirmelerine gerek bulunmamaktadır. Bu kapsamdakilerin 01.01.2022 tarihinden itibaren elde ettikleri tevkifat yoluyla vergilendirilmemiş ücret gelirleri GVK'nın genel hükümlerine tabi olmaktadır.

### *3.2.10. Kira Ödenmesi Durumu*

Basit usule tabi mükelleflerin vergi kesintisi yapma yükümlülüğü bulunmaması nedeniyle kiraladıkları işyerleri için ödeyecekleri kiralarda vergi kesintisi yapmamaktadırlar. İşyeri kiralarında miktar sınırı gözetilmeksizin yapılan ödemeler, banka veya Posta ve Telgraf Teşkilatı A.Ş. tarafından düzenlenen belgelerle belgelendirilmektedir ve tevsik edici belge olarak kabul edilmektedir. Kiranın, müşteriden alınan çekle ödenmesi halinde çekin kiraya veren kişiye elden ciro edilmesi ve bu kişi tarafından çekin bankadan tahsil edilmesiyle tevsik şartı yerine getirilmiş sayılmaktadır.

### *3.2.11. Genç Girişimci Kazanç İstisnasından Yararlanma*

7338 sayılı kanunla yapılan değişiklik nedeniyle genç girişimcilere yönelik öngörülen gelir vergisi tarifesinin 2. diliminde yer alan tutarlık (2024 takvim yılında 230 Bin TL) kazanç istisnasından yararlanılmamış olması, bu mükelleflerin genç girişimci şartlarını taşıyıp taşımadığının tespitine engel değildir. Basit usule tabi mükelleflere talepleri üzerine 5510 sayılı Kanun'un 81. maddesi kapsamında sağlanan sigorta prim teşvikinden yararlanmaları için bağlı oldukları vergi dairelerince GVK mükerrer 20. maddesi ve 292 No.lu GV Genel Tebliğinde belirtilen şartları taşıyıp taşımadıklarına dair yazı verilebilmektedir.

### *3.2.12. Katma Değer Vergisinin Uygulanması*

Basit usule tabi mükelleflerin mal teslimi ve hizmetleri 24.04.2003 tarihli 4842 sayılı Kanunla KDV'den istisna edildiğinden KDV Beyannamesi verme yükümlülükleri kalmamıştır. Mal teslimlerinde ve verilen hizmetler karşılığında KDV hesaplanmayacak, dolayısıyla bu kişilerden mal ve hizmet temin eden mükellefler KDV'yi indirim konusu yapamayacaklardır. Gerçek usule tabi mükelleflerden mal ve hizmet temin eden basit usule tabi mükellefler, ödedikleri KDV'yi gider veya maliyet olarak gösterebileceklerdir. Basit usule tabi olan ve işlemleri KDV'den istisna edildiği halde düzenledikleri belgelerde KDV gösteren mükellefler, hesaplanan KDV'yi takip eden ayın 28. günün sonuna kadar beyan ederek ödeyeceklerdir.

Basit usuldeki mükellefler, ilgili vergi dairesine yazılı başvuruda bulunarak vergiye tabi olmayı isteyebilirler. Vergi dairesince talep tarihi itibarıyla bu mükellefler için 3'er aylık dönemlerde KDV mükellefiyeti oluşturulur ve bu şekilde mükellef olanlar 3 yıl geçmeden mükellefiyetten çıkamazlar. Mükellefler 3 yıllık sürenin bitiminden önce mükellefiyetten çıkmayı talep etmezlerse mükellefiyetleri yeniden 3 yıl süreyle uzatılmış sayılır.

### 3.3. Basit Usule Tabi Faal Mükellef Sayılarına ve Merkezi Bütçe Gelirlerine Etkileri

Ülkemizde gelirin vergilendirildiği iki vergi türündeki (Gelir Vergisi ve Kurumlar Vergisi) mükelleflerin ve basit usulde vergiye tabi mükelleflerin 1998-2024 dönemindeki sayıları Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1.** Gelir ve Kurumlar Vergisi Faal Mükellef Sayıları (1998-2024)

Yıllar	Mükellef Sayıları (Aralık)			Yıllar	Mükellef Sayıları (Aralık)		
	Basit Usul	Gerçek	Kurumlar		Basit Usul	Gerçek	Kurumlar
1998	837.850	1.882.489	-	2012	705.093	1.760.785	662.190
1999	739.639	1.988.007	-	2013	693.694	1.798.056	662.225
2000	736.639	2.080.872	-	2014	730.956	1.798.738	673.920
2001	808.787	1.768.653	565.556	2015	743.665	1.827.180	699.904
2002	810.167	1.729.260	585.981	2016	756.186	1.819.492	721.524
2003	820.621	1.735.722	605.020	2017	774.057	1.877.128	759.242
2004	814.532	1.774.568	632.093	2018	774.681	1.920.586	806.622
2005	792.706	1.691.499	593.166	2019	783.455	1.964.548	848.904
2006	775.141	1.712.719	608.981	2020	808.571	2.086.100	918.229
2007	762.111	1.724.366	634.569	2021	836.871	2.235.576	986.318
2008	744.188	1.701.865	640.679	2022	836.779	2.364.625	1.069.339
2009	739.092	1.683.308	640.786	2023	833.417	2.478.134	1.143.344
2010	728.850	1.693.316	652.009	2024	829.661	2.499.815	1.158.382
2011	714.693	1.703.754	663.967				

**Kaynak:** GİB, Faal Mükellef Sayıları Tablolarından oluşturulmuştur (GİB, 2024, 12 Haziran).

Tablo 1'de 1998'de götürü usulde vergilendirilen mükellef sayısı 837.850 iken 1999'da basit usul yönteminin başlamasıyla 1999 ve 2000 yıllarında düşüş göstermiştir. Bu düşüşün nedeni yeni sistemin nasıl uygulanacağını bilmeyen kesimin çekingenliğidir. 2001-2004 döneminde sistemin anlaşılması ve 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinin de etkisiyle basit usuldeki mükellef sayısı artarken gerçek usuldeki mükellef sayısı ise azalmıştır.

Basit usulden yararlanan mükelleflerin sayısı, 2004 yılına kadar kayda değer olmayan şekilde bir artış gösterirken 2005-2013 döneminde sürekli olarak azalma göstermiştir. 2014-2021 döneminde de yine kayda değer olmayan şekilde bir artış, 2021-2024 döneminde ise durağan bir seyir izlemiştir.

Tabloya göre gerçek usuldeki mükellef sayıları 2001-2010 döneminde azalırken 2011-2024 döneminde sürekli olarak artmıştır. Kurumlar vergisi mükellefleri de 2001-2024 döneminde düzenli bir oranda artmış ve mükellef sayıları basit usuldeki mükellef sayılarıyla benzerlik göstermiştir.

Basit usulde vergilendirilen mükellef sayıları özellikle kriz dönemlerinde artış göstermektedir. Küçük esnaf bu dönemlerde iş kapasiteleri azaldığı için işyerlerini kapatmak zorunda bile kaldıklarından vergi yükünü en aza indirebilecek bir yöntem olarak basit usul vergi mükellefiyetine geçmeyi tercih etmektedirler (Şenyüz, 2004). 2005 yılından itibaren basit usule tabi mükellef sayılarının azalması 10.07.2004 tarih ve 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun geçici 2. maddesiyle bazı illere bağlı ilçelerin büyükşehir belediye sınırları içine alınarak merkez ilçe statüsü kazanmalarını etkili olmuştur. Kanundaki değişiklik basit usule tabi olmanın şartlarından olan işyeri kirası kriteri nedeniyle 01.01.2005 tarihinden itibaren bazı basit usuldeki mükellefler gerçek usule geçmek zorunda kalmıştır (Arslan ve Biniş, 2012, s. 64). Ayrıca, BKK (95/6430, 8/5521 ve 92/2683 sayılı) ile belirlenen işlerle uğraşan mükellefler gerçek usul kapsamına alınmışlardır. Böylece basit usulde vergilendirilen mükelleflerin sayıları azalmaya başlamıştır.

Basit usule tabi mükellef sayılarının azalması ve gerçek usuldeki mükelleflerin artışındaki nedenlerden birisi de kredi kartıyla alışveriş kültürünün artması, işletmelerde POS cihazları ile yazarkasa kullanımının yaygınlaşması ve e-ticaretin etkileridir. Küçük esnafın yaptığı ticari işlemlerde toplumda yaygın hale gelen bu yeni gelişmelerle alış-satış tutarları kayıtlı hale gelmiş ve belirlenen parasal sınırlar birçok esnafa hızla aşılmıştır. Dolayısıyla basit usule tabi mükellefler bu süreçte 2.sınıf tacir konumuna gelerek gerçek usulde vergiye tabi mükellef statüsüne geçmişlerdir.



2023 yılı Aralık verilerine göre basit usul faal mükellef sayıları en yüksek iller sırasıyla; İstanbul (49.754), Antalya (30.988), İzmir (30.831), Manisa (27.600), Aydın (26.353), Hatay (25.922), Ankara (25.840), Balıkesir (23.742), Denizli (23.436), Konya (21.813), İçel (21.224), Şanlıurfa (20.139) ve Bursa (20.091)'dir. En az olanlar ise sırasıyla; Bayburt (1.279), Tunceli (1.442), Ardahan (1.565), Bilecik (1.800) ve Gümüşhane (1.808)'dir (GİB, 2024, 13 Haziran).

**Tablo 2.** Merkezi Yönetim Gelirleri İçinde Gelir Vergisi ve Basit Usulde Gelir Vergisi Tahsilatları (1998-2023) (%)

Yıllar	Toplam Gelir Vergisi		Basit Usulde Vergi						
	Tahsilat (Bin TL)	Tahsilat Artışı	GSYH İçin.Payı	GBVG İçin.Payı	Tahsilat (Bin TL)	Tahsilat Artışı	GSYH İçin.Payı	GBVG İçin.Payı	TGVT/BUVT
1998	3.481.752	-	4,84	37,73	29.888	-	0,04	0,32	0,85
1999	4.936.551	41,78	4,60	33,35	3.105	-89,61	0,00	0,02	0,06
2000	6.212.977	25,86	3,62	23,44	10.402	235,01	0,01	0,04	0,16
2001	11.579.424	86,37	4,68	29,14	26.599	155,71	0,01	0,07	0,26
2002	13.717.660	18,47	3,79	23,00	41.164	54,76	0,01	0,07	0,30
2003	17.063.761	24,39	3,61	20,24	38.322	-6,90	0,01	0,05	0,22
2004	19.689.593	15,4	3,38	19,49	63.892	66,7	0,01	0,06	0,32
2005	26.849.808	15,9	3,35	19,13	127.270	68,4	0,02	0,09	0,55
2006	31.727.644	18,2	3,99	20,97	167.689	31,8	0,02	0,11	0,52
2007	38.061.543	20,0	4,29	22,25	198.229	18,2	0,02	0,12	0,52
2008	44.430.339	16,7	4,43	23,39	209.870	5,9	0,02	0,11	0,47
2009	46.018.360	3,6	4,57	23,44	248.282	18,3	0,02	0,13	0,53
2010	49.385.289	7,3	4,23	20,95	271.467	9,3	0,02	0,12	0,54
2011	59.885.000	21,3	4,26	21,05	303.080	11,6	0,02	0,11	0,50
2012	69.671.645	16,3	4,41	21,96	305.494	0,8	0,02	0,10	0,43
2013	78.726.008	13,0	4,32	21,42	309.155	1,2	0,02	0,08	0,39
2014	91.063.306	15,7	4,43	22,67	302.196	-2,3	0,01	0,08	0,33
2015	105.395.330	15,7	4,48	22,65	359.465	19,0	0,02	0,08	0,34
2016	123.686.147	17,4	4,71	23,35	380.356	5,8	0,01	0,07	0,31
2017	143.962.939	16,4	4,59	22,99	229.742	-39,6	0,01	0,04	0,16
2018	175.420.074	21,9	4,66	23,76	210.804	-8,2	0,01	0,03	0,12
2019	207.849.896	18,5	4,81	25,34	204.849	-2,8	0,00	0,02	0,10
2020	203.986.510	-1,9	4,04	20,75	232.517	13,5	0,00	0,02	0,11
2021	285.606.384	40,0	3,94	20,46	241.181	3,7	0,00	0,02	0,08
2022	367.386.364	28,6	2,45	13,56	84.217	-65,1	0,00	0,00	0,02
2023	701.217.874	90,9	2,67	13,67	70.705	-16,0	0,00	0,00	0,01

**Kaynak:** GİB, Yıllara Göre Bütçe Gelirleri Tablolarından oluşturulmuştur (2024, 14 Haziran).

**Not:** GBVG: Genel Bütçe Vergi Gelirleri; TGVT/BUVT: Toplam Gelir Vergisi Tahsilatı/Basit Usulde Vergi Tahsilatı

Tablo 2'ye göre götürü usulde vergilendirmenin son kez uygulandığı 1998 yılında toplam gelir vergisi (gerçek kişi) 3.481.752 Bin TL, bunun içinde götürü usulde vergilendirilenlerden elde edilen vergi tahsilatı ise 29.888 Bin TL olup TGVT/BUVT oranı %0,85'dir. Toplam gelir vergisinin GSYH içindeki payı %4,84, GBVG içindeki payı ise %37,73, buna karşılık götürü usulde vergilendirilenlerden sağlanan vergi tahsilatının GSYH içindeki payı %0,04, GBVG içindeki payı ise %0,32 olmuştur.

1998 yılında götürü usulde tahsil edilen gelir vergisi izleyen yıllarda (2000 ve 2001 hariç) sürekli olarak %0,85 oranının altında kalmıştır. Bunun nedeni 4369 sayılı Kanun öncesinde uygulanan götürü usulde vergilendirmeye tabi mükelleflerin kazancının tutarına bakılmaksızın zorunlu olarak en az belli bir miktarda vergi ödemeleri gerekliliğinden kaynaklanmaktadır. Basit usulde vergilendirme usulünün kabulüyle bu uygulama kaldırılmış ve mükellefler beyan ettikleri gelirleri üzerinden vergi ödemek durumunda olmuşlardır. Dolayısıyla belge düzenleme ve kullanma kültürünün olmadığı bu kesimin alışkanlıklarının devam etmesi ve vergilendirmenin bir anlamda onlar için keyfiyete bırakıldığı düşüncesi vergi gelirlerini azaltan bir konu olmuştur. 1999 yılında

yürürlüğe giren basit usulde vergilendirme sisteminde ilk beyanlar 2000 yılının Şubat ayında yapılmıştır. Yeni yönteme geçişle basit usul vergilerinde tahsilat 3.105 Bin TL olarak gerçekleşmiş, tahsilat artışı %89,61 oranında azalmıştır. Bu azalışa bağlı olarak GSYH içindeki payı %0, GBVG içindeki payı ise %0,02 olmuştur. Toplam gelir vergisi tahsilatı bu değişimden olumlu etkilenerek 4.936.551 Bin TL'ye ve artışı oranı ise %41,78'e çıkmıştır.

Basit usulde vergilendirme tahsilatının toplam gelir vergisi tahsilatı içindeki payı 1999'da %0,06; 2000'de %0,17, 2001'de %0,27, 2002'de %0,30, 2003'te %0,22, 2004'te %0,32 olarak gerçekleşmiştir. 2005'de ise bu pay artarak %0,53 olmuştur. 2006'dan itibaren ise dalgalı bir seyir izlemiş ve 2006-2011 döneminde (2008 yılı hariç %0,47) %0,50'nin üzerinde gerçekleşmiştir. 2012'den itibaren bu oranların altına düşerek 2012'de %0,43 ve 2013-2016 döneminde %0,31-0,39 arasında gerçekleşmiştir. 2016 yılında yaşanan 15 Temmuz darbe girişimiyle birlikte 2017 yılında basit usulde vergilendirilen mükelleflerin sayısı her ne kadar az bir artış gösterse de vergi gelirlerinde önemli düzeyde azalma olduğu Tablo 1 ve 2'den anlaşılmaktadır.

2017-2020 döneminde basit usulde vergi gelirlerinin toplam gelir vergisi hasılatı içindeki payı %0,10-0,16 düzeylerine ve hatta 2021'de de %0,08 seviyesine inmiştir. Basit usulde vergi gelirlerinin GSYH içinde payı ve GBVG içindeki paylarının durumu da aynı şekilde gelişim göstermiştir.

Bu gerilemede, darbe girişiminin ve 2019 sonunda ortaya çıkan pandeminin küçük esnaf üzerindeki olumsuz etkisini görmek mümkündür. Özellikle 2020 yılı başlarında pandeminin hızla küresel bir salgına dönüşmesiyle salgınla mücadelede sağlık, sosyal, iktisadi, idari, hukuki, askeri vb alanlarda önemli etkiler ve sonuçlar doğuran radikal kararlar alınmıştır. Ülkemizde de seyahat kısıtlamaları, AVM'lerin hizmet vermemesi, marketlerin sadece belli saatlerde satış yapabilmesi, 65 yaş üstündekilere sokağa çıkma yasaklarının getirilmesi, yasağın bazen 20 yaş altı için de uygulanması ve hatta yasağın dönem dönem yaş sınırı olmaksızın herkese uygulanması, bazı sektörlerde işletmelerin faaliyetlerine ara verilmesi, eğitim-öğretimin on-line yapılması gibi alınan önlemler bu tedbirlerden bazılarıdır. Tüm bu alanlarda faaliyet gösteren basit usule tabi küçük ticaret ve sanat erbapları salgınla mücadelede en fazla etkilenen kesim olmuştur. Böylece pandemiden olumsuz etkilenen tüm kesimde pandeminin etkilerinin azaltılması için ülkemizde 18.03.2020'de ekonomik ve mali tedbirleri içeren "Ekonomik İstikrar Kalkınma Paketi" açıklanarak özel sektöre birçok kolaylık sağlanmıştır. Bu paket sonrasında çıkarılan 14.10.2021 tarihli 7338 sayılı Kanunla önemli birçok değişiklik yapılmıştır. Kanundaki değişikliklerden en dikkat çeken ise GVK'ya göre basit usule tabi mükelleflerin kazançlarının gelir vergisinde istisna kapsamına alınması ve yıllık gelir vergisi beyannamesi verme yükümlülüklerinin kaldırılması olmuştur. Basit usule tabi mükelleflerin gelirlerinin istisna kapsamına alınmasıyla 2022-2023 döneminde devletin basit usul vergi gelirleri kalmamıştır.

Esasen basit usulde vergilendirilen kazançların istisna kapsamına alınması kararının sadece pandemiye dayandırılması yanlış olacaktır. Çünkü 8.Beş Yıllık Kalkınma Planı Vergi ÖİK Raporunda 4369 sayılı kanunla kabul edilen basit usulün, kanunun çıkarılış amacına hizmet edemediği, uygulamada belge düzeninin daha da bozulduğu ve kayıt dışılığı önleyemediği belirtilerek basit usulün etkinsizliğine vurgu yapıldığı görülmektedir (DPT, 2001, s. 17).

## Sonuç

Türk vergi sistemi içinde küçük esnaf ve sanat erbapları 1999 yılına kadar götürü usulde vergilendirilirken 4369 sayılı Kanunla 1999 yılı başından itibaren basit usulde vergilendirme yöntemine geçmişlerdir. Basit usulde vergilendirme GVK'da gerçek usulde vergilendirme yöntemi yanında kabul edilen bir yöntemdir. Bu yöntem 14.10.2021 tarihinde kabul edilen 7338 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği tarihe kadar uygulama alanı bulmuş ve basit usule tabi mükellefler vergilendirilmiştir.

2019 yılı sonlarında ortaya çıkarak tüm dünyayı etkileyen Covid-19 salgınının Türkiye'de de 11.03.2020'de görülmesi sonrasında salgının etkilerini gidermek amacıyla 18 Mart'ta ekonomik ve mali paket açıklanmıştır. Mali tedbirlerdeki vergi uygulamalarında özellikle tüm toplumu ilgilendiren muafiyet, istisna ve indirim uygulamaları getirmek suretiyle önemli değişikliklerin yapıldığı ve toplumun tümünde olumlu karşılандığı görülmektedir. Özellikle pandemiden olumsuz etkilenen tüm kesime kolaylıklar sağlamak amacıyla 7338 sayılı Kanunla önemli değişiklikler yapılmıştır. Kanunla, 193 sayılı GVK'ya eklenen mükerrer 20/A maddesi ile basit usule tabi mükelleflerin ticari kazançlarına vergi istisnası getirilmiş ve salgından önemli derecede etkilenen yaklaşık 850 bin küçük esnafın kazançları vergi dışı bırakılmıştır. Ayrıca bu kapsamda vergilendirilenlerin beyanname verme yükümlülükleri de kaldırılmıştır. Ancak kazancın tespiti, belge düzeni, kayıtların tutulması uygulaması ve mükellefiyetle ilgili diğer ödevlerin yerine getirilmesi hususlarında herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

GVK'da ticari kazanç sağlayanların belli şartları sağlaması veya kaybetmesi halinde vergilendirilmesinde 4 kademe belirlenmiştir. Bu sınıflandırmaya göre esnaf muafiyeti sağlanan mükellefler kanun gereğince vergi dışında tutulmuşlardır. Bu kapsamda en az vergi ödeyen kesim konumundaki basit usule tabi mükelleflerin kazançları da 7338 sayılı Kanunla vergi dışı bırakılmıştır. Bu durumda vergilendirilecek olan kesim sadece gerçek usulde vergiye tabi olan 1.sınıf ve 2.sınıf tacirler haline gelmiştir.

7338 sayılı Kanunun getirdiği "istisna" ile basit usulde vergilendirilen faal mükelleflerin sayısında kayda değer bir artış olmamıştır. Esasen etkinliği yönüyle eleştirilen basit usulün devletin merkezi bütçe gelirleri kapsamında vazgeçtiği geliri yaklaşık 240 milyon TL'nin üzerindedir. Bu nedenle olağanüstü hal olan pandemi döneminde getirilen bu istisna uygulamasının sadece yine benzer hallerde uygulanması ve durumun genel ve kalıcı hale getirilmemesi gerekmektedir. Böylece gerek kamu giderlerinin finansmanına gerekse Anayasanın 73.maddesi hükmü ile hedeflenen eşitlik ilkesinin zedelenmemesine katkı sağlanmış olacaktır.

Basit usulde vergiye tabi mükelleflerin durumu günümüzde gerçek usulde vergilendirme ve esnaf muafılığı arasında sıkışmış bir konumdadır. GVK'da yapılacak bir düzenlemeyle bu durumun değerlendirilerek aşamalı bir sistemle (1.sınıf, 2.sınıf ve 3.sınıf gibi) gerçek usul kapsamına alınmak suretiyle açıklığa kavuşturulması gerekir. Böylece öngörülen yeni sınıflandırma, basit usul yönteminin tamamen kaldırılması, tüm mükelleflerin gerçek usulde vergilendirme sistemine dahil edilmesi, beyan sisteminin

genelleştirilmesi ve belge sisteminin yaygınlaştırılmasına hizmet etmiş olacaktır. Bu yaklaşım, toplumun tümünde vergi adaletinin sağlanması, kayıt dışılığın önlenmesi, verginin tabana yayılması ve vergi psikolojisi açısından önem arz etmektedir.

## Ek Bilgiler/Yazar Beyanları

<b>Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı</b>	Çalışma, etik kurul onayı gerektirmemektedir.
<b>Çıkar Çatışması</b>	Yazar(lar) açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.
<b>Teşekkür veya Destek Beyanı</b>	Bu araştırmayı desteklemek için dış fon kullanılmamıştır.
<b>Yazar Katkıları</b>	Yazar 1'in makaleye katkısı %100'dür.

## Kaynakça

- Armağan, A., Armağan, R., & Demir, H. İ. (2023). Covid-19 Pandemisine Yönelik Alman Mali Tedbirlerin Türk Vergi Sistemine Etkileri, *Pandemi Sonrası Ekonomi: Para, Finans ve Yönetim Tartışmaları*, Ekin Basımevi.
- Armağan, R. (2007). Türkiye'de gelir ve kurumlar vergisi oranlarında indirim vergi gelirleri üzerine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 12(3), 227-252.
- Arslan, M., Biniş, M. (2012). Türk Vergi Sisteminde basit usulde vergilemenin etkinliği: Basit usulde vergileme, vergi ziyana neden olabilir mi?. *Mali Çözüm Dergisi*, 112, 53-72.
- Bay, H. (2003). *Gelir Vergisinde Basit Usul Uygulaması* [Yüksek Lisans Tezi]. Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Bayraklı, H. H. (1999). Ticari kazancın basit usulde tesbiti ve vergileme süreci. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 99-121.
- Bektaş, E. (1998). 4369 sayılı kanun ile ticari kazançlarda "götürü usul" esası kaldırılarak yerine "basit usul esası getirilmiştir". *Vergi Dünyası*, 204, 116-127.
- DPT (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Vergi ÖİK Raporu DPT:2597 ÖİK:608, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2022/08/Sekizinci-Bes-Yillik-Kalkinma-Plani-Vergi-OIK-Raporu.pdf> adresinden 12 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- GİB, Basit Usulde Vergilendirilen Gelir Vergisi Faal Mükellef Sayıları, [https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user\\_upload/VI/AIGMS/2024/TABLO\\_7.xls.htm](https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/AIGMS/2024/TABLO_7.xls.htm) adresinden 12 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- GİB, [https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user\\_upload/VI/AIGMS/2024/TABLO\\_8.xls.htm](https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/AIGMS/2024/TABLO_8.xls.htm) adresinden 13 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- GİB, Merkezi Yönetim Gelirleri, [https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user\\_upload/VI/GBG/](https://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG/) adresinden 14 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- GİB (2024). *Kazançları Basit Usulde Tespit Edilen Mükelleflerde Gelir Vergisi İstisnası Rehberi, Mükellef Hizmetleri Daire Başkanlığı- Yayın: 496*. Ankara.
- Gök, A. (2007). Basit usulde vergilendirmenin ekonomik etkileri. *Öneri Dergisi*, 7(27), 281-290. <https://doi.org/10.14783/maruoneri.686909>
- Güngör, K. (2002). 4369 sayılı yasa ile getirilen temel değişikliklerin 2003 mali yılına girmeden hatırlanması ve irdelenmesi. *Mevzuat Dergisi*, 55.
- Organ, İ., Güler, A. (2012). Şehir içi ulaşım faaliyetlerinde kazancın basit usulde vergilendirilmesinin yarattığı vergi adaletsizliği: Denizli örneği. *Maliye Dergisi*, 163, 87-203.
- T.C. Cumhurbaşkanlığı <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/117037/-ulkemizin-maruz-kaldigi-virus-tehdidinin-en-kisa-surede-bertaraf-edilmesi-icin-devlet-olarak-tum-imk-nlarimizi-seferber-ettik-> adresinden 15 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- WHO, Coronavirus (COVID-19) Dashboard, <https://covid19.who.int/table> adresinden 22 Haziran 2024 tarihinde alınmıştır.
- Yıldız, B., Yılmaz, C., & Akbulut, G. (2016). Türkiye'de Basit usulde vergilendirme ile toplam vergi gelirleri arasındaki nedensellik ilişkisi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*. 5(10), 24-37.