

ISSN: 1303 - 0876



Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: ????

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Cilt / Volume: 13 Sayı / Number: 1

AÜSBD
2013 - ESKİŞEHİR



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Sahibi: Anadolu Üniversitesi adına Rektör Prof. Dr. Davut AYDIN
Owner: On behalf of Anadolu University, Rector Prof. Dr. Davut AYDIN

Yayın Yönetmeni (Sorumlu Müdür)/**Publications Director: Hasan AKIN**
Dizgi/Typest: Gülgün BULUT

Görsel ve Kapak Tasarım/**Graphic & Cover Design: Öğr. Grv. M. Emin ARSLAN**

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (AÜSBD) yayın hayatına 2001'de yılda iki sayı ile başlamıştır. 2012 itibarıyla Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında olmak üzere yılda 4 defa yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir.

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, **TÜBİTAK-ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc/Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory ve Sociological Abstracts** tarafından indekslenmektedir.

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

AÜSBD hem basılı hem de online olarak yayınlanır ve değerlendirme süreci elektronik ortamda çift-körleme (double-blinded) yöntemiyle yürütülür.

Anadolu University Journal of Social Sciences (AÜSBD), a nationally refereed journal, has been in publication since 2001. Starting 2012, the journal will be published quarterly in March, June, September, and December.

Anadolu University Journal of Social Sciences has been indexed in the **TUBITAK-ULAKBIM Social Sciences Data Base, Akademia Sosyal Bilimler İndeksi (ASOS Index), RePEc / Econpapers, Econlit, Ebscohost Academic Search Complete, Index Islamicus, Index Copernicus, Ulrich's Periodicals Directory and Sociological Abstracts.**

Although the language of the journal is Turkish, manuscripts prepared in English, German and French are also welcome. AÜSBD accepts and publishes manuscripts prepared as *research paper, literature reviews, letters to editor* and *book reviews* as long as they are in accordance with the journal's writing guidelines.

Manuscripts, which have been published previously, accepted for publication, or currently being considered for publication elsewhere, will not be considered for publication. The authors are solely responsible for the ideas and opinions expressed in the articles, of which Anadolu University cannot be held responsible.

The Anadolu University Journal of Social Sciences is electronically managed, double-blinded journal from the submission of manuscripts to the publication.

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

Yazışma Adresi / **Address:** Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi

Yunussemre Kampüsü 26470 Tepebaşı - ESKİŞEHİR

e-mail: sosbilder@anadolu.edu.tr

web: sbd.anadolu.edu.tr

ISSN: 1303 - 0876

Baskı Tarihi: ?? Mart 2013

Editörden...

Merhaba,

Odağında insan olması dolayısıyla sosyal bilimlerin araştırma açısından oldukça meşakkatli bir alan olduğu hemen herkes tarafından kabul edilmektedir. Fen ve tıp alanlarındaki araştırmalarda nispeten kolay sağlanabilen tekrarlanabilirlik, karşılaştırılabilirlik ve objektifliği, sosyal bilim araştırmalarında sağlamak için araştırmacıların yoğun çaba harcaması gerekiyor. Araştırma sorusunun ortaya konulmasından başlayarak veri toplama, analiz yönteminin seçimi ve bulguların değerlendirilmesi gibi aşamalar sosyal bilimlerde kendine has, çetrefilli bir süreç halini alabiliyor. Özellikle lisansüstü öğrencilerimizin araştırma sürecinde yaşadıkları sıkıntılardan bu durumu kolaylıkla gözlemleyebiliyoruz. Bu noktadan hareketle, Prof. Dr. İrfan Erdoğan'ın geçen yıl Kasım ayında Enstitümüz bünyesinde vermiş olduğu "Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Sorunlar ve Çözümler" isimli yoğun ilgi gören konferans içeriğini, davetli yazı olarak Mart sayımızda yayınlamayı uygun gördük. Özellikle lisansüstü öğrencilerimizin ve genç araştırmacılarımızın bu yazıyı ilgiyle okuyacaklarını ve saklamak isteyeceklerini düşünüyoruz.

2013 yılının bu ilk sayısında; işletmecilik alanından 5, iktisat ve eğitim alanından 2'ser, maliye, psikoloji ve dilbilim alanlarından 1'er makale olmak üzere toplam 12 makale yer almakta. Bu sayımızda ayrıca bir de kitap tanıtımına yer vermiş bulunmaktayız.

Keyifli okumalar dileğiyle...

Sevgiyle,
Prof. Dr. B. Zafer ERDOĞAN

From the Editor...

Hi everyone,

Social sciences are believed by virtually everyone to be an arduous research area since they put human into their focus. Repeatability, comparability, and objectivity, which can be obtained relatively easier in physical sciences and medicine, entail a lot of efforts by social scientists to establish. Starting from the research question, data collection, selection of analysis method, and evaluation of findings can sometimes be tricky. We can observe this struggle when we look at the tiresome efforts of especially graduate students. From this point forth, we decided to publish the manuscript of conference, took place in our Graduate School last November, titled “Research Methods in Social Sciences: Problems and Solutions” by Prof. Dr. İrfan Erdoğan, as an invited paper in our March issue. We expect our graduate students and new researchers show interest to this paper and will keep it.

The first issue of 2103 includes 5 articles from the field of business, 2 from economics, 2 from education, 1 from each of public finance, psychology, and linguistics. Along with the articles, there is a book review in this issue.

Enjoy the new issue of AUSBD...

Sincerely,

Prof. Dr. B. Zafer Erdoğan

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
ANADOLU UNIVERSITY JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES

Editör / Editor: B. Zafer ERDOĞAN

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1262
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: bzerdogan@anadolu.edu.tr

DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

H. Sabri ALANYALI - Anadolu Üniversitesi	Ahmet MAKAL - Ankara Üniversitesi
Erol ALTINSAPAN - Anadolu Üniversitesi	Theo NICHOLS - Cardiff University
Beyhan ATAÇ - Anadolu Üniversitesi	H. Nüvit OKTAY - Anadolu Üniversitesi
Michael J. BAKER - University of Strathclyde	A. İlhan ORAL - Anadolu Üniversitesi
Tahir BALCI - Çukurova Üniversitesi	Aydın Ziya ÖZGÜR - Anadolu Üniversitesi
Şehmuz BALOĞLU - University of Nevada	Gülsev PAKKAN - Ufuk Üniversitesi
Michael BASIL - University of Lethbridge	Tony ROYLE - National University of Ireland
C. Necat BERBEROĞLU - Anadolu Üniversitesi	Serap SUĞUR - Anadolu Üniversitesi
Mustafa CAVCAR - Anadolu Üniversitesi	Deniz TAŞCI - Anadolu Üniversitesi
Tyler COWEN - George Mason University	Elif TEKİN İFTAR - Anadolu Üniversitesi
H. Nüvit GEREK - Anadolu Üniversitesi	M. Necdet TİMUR - Anadolu Üniversitesi
Ramazan GEYLAN - Anadolu Üniversitesi	Metin TOPRAK - Rekabet Kurulu
John GRAHL - Middlesex University	M. Mahur TULUM - Anadolu Üniversitesi
Zehra GÜLMÜŞ - Anadolu Üniversitesi	A. Nezihi TURAN - Anadolu Üniversitesi
Abdülkadir GÜRER - Ankara Üniversitesi	Halil İbrahim USTA - Ankara Üniversitesi
Richard James HOLDEN - Leeds Metropolitan University	Ferruh UZTUĞ - Anadolu Üniversitesi
Jens Normann JØRGENSEN - University of Copenhagen	Ertuğrul UZUN - Anadolu Üniversitesi
Ahmet KALENDER - Selçuk Üniversitesi	Yılmaz ÜRPER - Anadolu Üniversitesi
Kurtuluş KARAMUSTAFA - Erciyes Üniversitesi	Erinç YELDAN - Bilkent Üniversitesi
A. Çiğdem KIREL - Anadolu Üniversitesi	Cengiz YILMAZ - Orta Doğu Teknik Üniversitesi
Philip J. KITCHEN - Brock University	N. Aysun YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
Celil KOPARAL - Anadolu Üniversitesi	Erkan YÜKSEL - Anadolu Üniversitesi
Nazmi KOZAK - Anadolu Üniversitesi	

Bu listedeki Anadolu Üniversitesi öğretim üyeleri Sosyal Bilimler Enstitüsü Anabilim Dalı Başkanlarından oluşmaktadır.

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Cemil ULUKAN

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1262
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: culukan@anadolu.edu.tr

Editör Yardımcısı / Associate Editor

Ahmet TİRYAKİ

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü 26470 Eskişehir - Turkey
Tel/Phone: +90 222 335 05 80 dahili/ext: 3243-1264
Faks/Fax: +90 222 335 08 95
e-posta/e-mail: ahmettiriyaki@anadolu.edu.tr

HAKEM KURULU / REVIEW BOARD

Abdüllatif **Acarioğlu**, (Anadolu Ü.)
İşıl **Açıkalin**, (Anadolu Ü.)
Sezgin **Açıkalin**, (Anadolu Ü.)
Bülent **Açma**, (Anadolu Ü.)
O. Cem **Adıgüzel**, (Anadolu Ü.)
Fatoş **Adiloğlu**, (Bahçeşehir Ü.)
Muharrem **Afşar**, (Anadolu Ü.)
Asuman **Ağaçsapan**, (Anadolu Ü.)
Esmahan **Ağaoğlu**, (Anadolu Ü.)
Ömer **Akat**, (Uludağ Ü.)
Yavuz **Akbulut**, (Anadolu Ü.)
Semiha **Akıncı**, (Anadolu Ü.)
Meryem **Akoğlan Kozak**, (Anadolu Ü.)
H. Kıvanç **Aksoy**, (Osmangazi Ü.)
Şafak **Aksoy**, (Akdeniz Ü.)
Feriştah **Alanyalı**, (Anadolu Ü.)
H. Sabri **Alanyalı**, (Anadolu Ü.)
Ertuğrul **Algan**, (Anadolu Ü.)
Nesrin **Alptekin**, (Anadolu Ü.)
Erol **Altınsapan**, (Anadolu Ü.)
Figen **Altuğ**, (İstanbul Ü.)
Handan **Anıl**, (Anadolu Ü.)
Mustafa **Apaydın**, (Çukurova Ü.)
M. Zafer **Arıcan**, (Bahçeşehir Ü.)
M. Oğuz **Arslan**, (Anadolu Ü.)
H. Rıza **Aşkoğlu**, (Afyon Kocatepe Ü.)
Nejdet **Atabek**, (Anadolu Ü.)
Murat **Ataizi**, (Anadolu Ü.)
Özlem **Atalık**, (Anadolu Ü.)
Belgin **Aydın**, (Anadolu Ü.)
C. Hakan **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Ufuk **Aydın**, (Anadolu Ü.)
Enver **Aydoğan**, (Gazi Ü.)
Refika **Bakoğlu**, (Marmara Ü.)
Tahir **Balcı**, (Çukurova Ü.)
Canan **Balkır**, (Dokuz Eylül Ü.)
Kerim **Banar**, (Anadolu Ü.)
A. Barış **Baraz**, (Anadolu Ü.)
Gülfidan **Barış**, (Anadolu Ü.)
Ali **Baş**, (Selçuk Ü.)
Mehmet **Başar**, (Anadolu Ü.)
E. Sema **Batu**, (Anadolu Ü.)
Dilek **Baybora**, (Anadolu Ü.)
Ayhan **Bayrak**, (Anadolu Ü.)
S. Duygu **Bedir Erişti**, (Anadolu Ü.)
Serap **Benligiray**, (Anadolu Ü.)
C. Necat **Berberoğlu**, (Anadolu Ü.)
Senem **Besler**, (Anadolu Ü.)
Faik **Bilgili**, (Erciyes Ü.)
Yücel **Bozdağlıoğlu**, (Adnan Menderes Ü.)
Müjgan **Bozkaya**, (Anadolu Ü.)
Gürhan **Can**, (Anadolu Ü.)
Verda **Canbey Özgüler**, (Anadolu Ü.)
Aydan **Cavcar**, (Anadolu Ü.)
Nilgün **Çağlarırnak Uslu**, (Anadolu Ü.)
Celil **Çakıcı**, (Mersin Ü.)
Mustafa **Çakır**, (Anadolu Ü.)
Cenap **Çakmak**, (Osmangazi Ü.)
Nuri **Çalık**, (Anadolu Ü.)
Şuayyip **Çalış**, (Sakarya Ü.)
C. Cengiz **Çelikoğlu**, (Dokuz Eylül Ü.)
Orhan **Çoban**, (Selçuk Ü.)
Sıtkı **Çobanoğlu**, (Osmangazi Ü.)
Elif **Dağdemir**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Dağtaş**, (Anadolu Ü.)

Emine **Demiray**, (Anadolu Ü.)
Uğur **Demiray**, (Anadolu Ü.)
Bekir **Deniz**, (Akdeniz Ü.)
Deniz **Deryakulu**, (Ankara Ü.)
İbrahim H. **Diken**, (Anadolu Ü.)
Recai **Dönmez**, (Anadolu Ü.)
Seyyare **Duman**, (Anadolu Ü.)
Gül **Durmuşoğlu Köse**, (Anadolu Ü.)
Hasan **Durucasu**, (Anadolu Ü.)
Gülsün **Eby**, (Anadolu Ü.)
Şemseddin **Edeer**, (Anadolu Ü.)
Ayla **Efe**, (Anadolu Ü.)
Vedat **Ekeril**, (Anadolu Ü.)
Aykut **Ekinci**, (Bilecik Ü.)
Murat **Emeksiz**, (Anadolu Ü.)
Pınar **Enneli**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
Erkan **Erdemir**, (İstanbul Şehir Ü.)
B. Zafer **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Melih **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
N. Kemal **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Serap **Erdoğan**, (Anadolu Ü.)
Şenol **Erdoğan**, (Osmangazi Ü.)
Çağrı **Erhan**, (Ankara Ü.)
Erhan **Eroğlu**, (Anadolu Ü.)
A. Figen **Ersay**, (Anadolu Ü.)
N. Figen **Ersay**, (Anadolu Ü.)
Halim **Esen**, (Anadolu Ü.)
A. Ercan **Gegez**, (Marmara Ü.)
Pınar **Genç**, (Anadolu Ü.)
Sevgi **Gerek**, (Anadolu Ü.)
M. Cem **Girgin**, (Anadolu Ü.)
Ümit **Girgin**, (Anadolu Ü.)
Emre **Gökaltın**, (Anadolu Ü.)
Zeliha **Gökaltın**, (Anadolu Ü.)
Nazlı **Gökçe**, (Anadolu Ü.)
Orhan **Gökçe**, (Selçuk Ü.)
Seda **Gökmen**, (Ankara Ü.)
Kutalmış **Görkay**, (Ankara Ü.)
Ekrem **Gül**, (Sakarya Ü.)
Yasemin **Gülbahar**, (Ankara Ü.)
Bahadır **Gülmez**, (Anadolu Ü.)
Gülnehal **Gülmez**, (Anadolu Ü.)
Zehra **Gülmüş**, (Anadolu Ü.)
Mehmet **Gültekin**, (Anadolu Ü.)
Erdal **Gümüş**, (Osmangazi Ü.)
Erdin **Gündüz**, (Anadolu Ü.)
Ayşe **Güner**, (Marmara Ü.)
İhsan **Güneş**, (Anadolu Ü.)
Güler **Günsoy**, (Anadolu Ü.)
H. İbrahim **Güracan**, (Anadolu Ü.)
Binnur **Gürler**, (Dokuz Eylül Ü.)
Meral **Güven**, (Anadolu Ü.)
Ayhan **Hakan**, (Anadolu Ü.)
Ali **Halıcı**, (Başkent Ü.)
Şaduman **Halıcı**, (Anadolu Ü.)
Gürkan **Haşit**, (Bilecik Ü.)
Ahmet **İncekara**, (İstanbul Ü.)
İsa **İpçioğlu**, (Bilecik Ü.)
C. Hakan **Kağrıoğlu**, (Anadolu Ü.)
Nuray **Karaca**, (Anadolu Ü.)
Kurtuluş **Karamustafa**, (Erciyes Ü.)
Koray **Karasu**, (Ankara Ü.)
S. Rıdvan **Karlık**, (Anadolu Ü.)
Bilhan **Kartal**, (Anadolu Ü.)
Saadet **Kasman**, (Dokuz Eylül Ü.)

Yüksel **Kavak**, (Hacettepe Ü.)
A. Yalçın **Kaya**, (Selçuk Ü.)
M. Mesut **Kayalı**, (Dumlupınar Ü.)
S. Yüksel **Kaygusuz**, (Uludağ Ü.)
Gülnur **Keçek**, (Dumlupınar Ü.)
İlknur **Keçik**, (Anadolu Ü.)
Aşkın **Keser**, (Uludağ Ü.)
Mehmet **Kesim**, (Anadolu Ü.)
Yılmaz **Kılıçaslan**, (Anadolu Ü.)
İbrahim **Kırcova**, (Yıldız Teknik Ü.)
A. Çiğdem **Kirel**, (Anadolu Ü.)
Emine **Kolaç**, (Anadolu Ü.)
Nazmi **Kozak**, (Anadolu Ü.)
Zekeriya **Kurşun**, (Marmara Ü.)
Mesut **Kurulgan**, (Anadolu Ü.)
Erol **Kutlu**, (Anadolu Ü.)
Önder **Kutlu**, (Selçuk Ü.)
Abdullah **Kuzu**, (Anadolu Ü.)
Derman **Küçükaltan**, (Trakya Ü.)
Yakup **Küçükkale**, (KTÜ)
Aykut **Lenger**, (Ege Ü.)
Elçin **Macar**, (Yıldız Teknik Ü.)
İlknur **Maviş**, (Anadolu Ü.)
Meltem **Nurtanış Veliöğlu**, (Abant İzzet Baysal Ü.)
Yavuz **Odabaşı**, (Anadolu Ü.)
A. İlhan **Oral**, (Anadolu Ü.)
Nezih **Orhan**, (Anadolu Ü.)
Mine **Oyman**, (Anadolu Ü.)
Saime **Önce**, (Anadolu Ü.)
F. Hülya **Özcan**, (Anadolu Ü.)
Ömer **Özççek**, (Gaziantep Ü.)
Arzu **Özen**, (Anadolu Ü.)
Alper **Özer**, (Anadolu Ü.)
Elif **Özer**, (Pamukkale Ü.)
Mustafa **Özer**, (Anadolu Ü.)
Ömer **Özer**, (Anadolu Ü.)
A. Ziya **Özgür**, (Anadolu Ü.)
Enver **Özkalp**, (Anadolu Ü.)
A. Ekrem **Özkalp**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Özmen**, (Anadolu Ü.)
A. Sevgi **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Öztürk**, (Uludağ Ü.)
Kadriye **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
M. Canan **Öztürk**, (Anadolu Ü.)
Cem **Pekman**, (Marmara Ü.)
Helga **Rittersberger Tılıç**, (ODTÜ)
Cem **Saatçioğlu**, (İstanbul Ü.)
Mustafa **Sağlam**, (Anadolu Ü.)
Necdet **Sağlam**, (Anadolu Ü.)
Songül **Sallan Gül**, (Süleyman Demirel Ü.)
A. Seda **Saracaloğlu**, (Adnan Menderes Ü.)
Şadi Can **Saruhan**, (Marmara Ü.)
Melike **Sayıllı**, (Hacettepe Ü.)
Filiz **Seçim**, (Anadolu Ü.)
Seval **Selimoğlu**, (Anadolu Ü.)
Serdar **Sever**, (Anadolu Ü.)
Güven **Sevil**, (Anadolu Ü.)
Adnan **Sevim**, (Anadolu Ü.)
Taciser **Sivas**, (Anadolu Ü.)
İ. Özgür **Soğancı**, (Anadolu Ü.)
Meriç **Subaşı Ertekin**, (Anadolu Ü.)
N. Bulbin **Sucuoğlu**, (Ankara Ü.)
Nadir **Suğur**, (Anadolu Ü.)
Serap **Suğur**, (Anadolu Ü.)
Mehmet **Şen**, (Akdeniz Ü.)

S. Yücel **Şenyurt**, (Gazi Ü.)
Emel **Şıklar**, (Anadolu Ü.)
Ali **Şimşek**, (Anadolu Ü.)
İsmail **Şiriner**, (Kocaeli Ü.)
Deniz **Taşcı**, (Anadolu Ü.)
Demet **Taşdelen**, (Anadolu Ü.)
İskender **Taşdelen**, (Anadolu Ü.)
Ümit **Tatlıcan**, (Adnan Menderes Ü.)
A. Tolga **Tek**, (Anadolu Ü.)
Elif **Tekin İftar**, (Anadolu Ü.)
M. Necdet **Timur**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Tiryaki**, (Anadolu Ü.)
Filiz **Tiryakioğlu**, (Anadolu Ü.)
Selahattin **Tolkun**, (Anadolu Ü.)
H. Zümrüt **Tonus**, (Anadolu Ü.)
Özgür **Tonus**, (Anadolu Ü.)
Metin **Toprak**, (İstanbul Ü.)
Cengiz **Toraman**, (Gaziantep Ü.)
Ömer **Torlak**, (Karatay Ü.)
Cevat **Tosun**, (Gazi Ü.)
Şebnem **Tosunoğlu**, (Anadolu Ü.)

M. Mahur **Tulum**, (Anadolu Ü.)
Nurcan **Turan**, (Anadolu Ü.)
Ü. Deniz **Turan**, (Anadolu Ü.)
A. Umut **Türkcan**, (Anadolu Ü.)
H. Gökçe **Türkoglu**, (Yaşar Ü.)
A. Sibel **Türküm**, (Anadolu Ü.)
B.Yelda **Uçkan**, (Anadolu Ü.)
Banu **Uçkan**, (Anadolu Ü.)
Cemil **Ulukan**, (Anadolu Ü.)
Ahmet **Ulusoy**, (KTÜ)
Nazmi **Ulutak**, (Anadolu Ü.)
Doğan **Uysal**, (Celal Bayar Ü.)
Ferruh **Uztağ**, (Anadolu Ü.)
Seyfettin **Ünal**, (Dumlupınar Ü.)
Sezen **Ünlü**, (Anadolu Ü.)
A. Oğuz **Ünlüer**, (Anadolu Ü.)
M. Erdem **Üreyen**, (Anadolu Ü.)
Yılmaz **Ürper**, (Anadolu Ü.)
M. Erkan **Üyümez**, (Anadolu Ü.)
Sezgin **Vuran**, (Anadolu Ü.)
Kemal **Yakut**, (Anadolu Ü.)

Abdullah **Yalama**, (Osmangazi Ü.)
Rahmi **Yamak**, (KTÜ)
Handan **Yavuz**, (Anadolu Ü.)
Şahinde **Yavuz**, (KTÜ)
Nazan **Yelkikalan**, (Çanakale Onsekiz Mart Ü.)
İbrahim **Yerebakan**, (R. Tayyip Erdoğan Ü.)
Nihal **Yıldırım Mızrak**, (Anadolu Ü.)
Kemal **Yıldırım**, (Anadolu Ü.)
Soner **Yıldırım**, (ODTÜ)
Zeki **Yıldız**, (Osmangazi Ü.)
Abdullah **Yılmaz**, (Dumlupınar Ü.)
Cengiz **Yılmaz**, (ODTÜ)
Özlem **Yılmaz**, (ODTÜ)
R. Ayhan **Yılmaz**, (Anadolu Ü.)
Rasim **Yılmaz**, (Namık Kemal Ü.)
Veysel **Yılmaz**, (Osmangazi Ü.)
Medet **Yolal**, (Anadolu Ü.)
Süleyman **Yükçü**, (Dokuz Eylül Ü.)
A. Haluk **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Coşgül **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
Erkan **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
N. Aysun **Yüksel**, (Anadolu Ü.)
A. Tülin **Yürük**, (Anadolu Ü.)
T. Volkan **Yüzer**, (Anadolu Ü.)

Bu listedeki Anadolu Üniversitesi öğretim üyeleri, sosyal bilimler alanlarında daimi statüdeki öğretim üyelerinden hakemlik çağırısını kabul edenlerdir.

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER / ARTICLES

Davetli Yazı / Invited Paper

Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Sorunlar ve Çözümler

Research Methods in Social Sciences: Problems and Solutions

Prof. Dr. İrfan Erdoğan 1-12

Örgütsel Davranış Alanında İlişkisel Analiz Yöntemleri ve Türkçe Yazında Aracılık Modeli Kullanımı Üzerine Bir İnceleme

Relational Analysis Methods in Organizational Behavior Literature and an Investigation on the Use of Mediational Models in Turkish Literature

Yrd. Doç. Dr. Serhat Burmaoğlu - Doç. Dr. Mustafa Polat - Dr. Cem Harun Meydan 13-26

Yönetmel ve Örgütsel Açından Retorik

Rhetoric in the Context of Management and Organization

Dr. Uğur Keskin - Yrd. Doç. Dr. Köksal Büyük - Yrd. Doç. Dr. Umut Koç 27-40

Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği

Career Perceptions of New Graduates: Anadolu University Example

Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak - Tülin Dalkıranoglu 41-52

İşletmelerin Pazarlama Giderlerinin Hisse Senetleri Getirileri Üzerindeki Etkisi: İMKB Gıda Sektörü Örneği

The Effect of Marketing Expenses on Stock Returns: The Case of ISE Food Industry

Yrd. Doç. Dr. Yusuf Volkan Topuz - Nazlı Akşit 53-60

Marina İşletmeciliğinde İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi

Effect of Relationship Marketing Applications on Re-Purchasing Intention, Advising Intention and Satisfaction in Marina Management

Yrd. Doç. Dr. Erdal Arlı 61-76

Reel Döviz Kuru Belirsizliğinin Türkiye'nin İhracatına Etkisi: Farklı Sektörler Üzerine Bir Analiz

The Impact of Real Exchange Rate Volatility on the Exports of Turkey: Analysis of Different Industries

Yrd. Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu 77-92

Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi

Determining the International Competitiveness in Turkey's Export of Textile and Apparel Sector

Yrd. Doç. Dr. Birol Erkan 93-110

Alkopol Vergilerinin Gençlerin Alkol Tüketimi Üzerine Etkileri ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Effects and Effectiveness of Alcopops Taxes on Juvenile Alcohol Consumption

Yrd. Doç. Dr. Filiz Ekinci - Yrd. Doç. Dr. Deniz Turan 111-120

Obsesif Kompulsif Bozuklukta Kontrol İhtiyacı

Need for Control in Obsessive Compulsive Disorder

Uzm. Psk. Tuğçe Erguvan Eryılmaz - Yrd. Doç. Dr. Ahmet Tosun 121-130

İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programına İlişkin Öğretmen Görüşleri

Teachers' Opinions on the English Language Curriculum of the 5th Grade of Primary Education

Tuğba Cihan - Yrd. Doç. Dr. Eda Gürten 131-146

Lise Öğrencilerinde Okula Aidiyet Duygusu

Sense of School Belonging Among High School Students

Doç. Dr. Mediha Sarı 147-160

In the Limbo of Languages: Linguistic Change in Seamus Heaney

Dillerin Arasında: Seamus Heaney'de Dilsel Değişim

Assist. Prof. Dr. Mümin Hakkıoğlu 161-170

Kitap Tanıtımı / Book Review

Vâsık İlahîzâde Mehmed Emin Divan

Yrd. Doç. Dr. Halit Biltekin 171-172

Davetli Yazı / Invited Paper

Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: Sorunlar ve Çözümler

Research Methods in Social Sciences: Problems and Solutions

Prof. Dr. İrfan Erdoğan

Bu yazıda ortaya konulanlar asla bir şeyleri eleştirme olarak veya negatifi vurgulama olarak nitelenmesin; bu yazı “bir şeylerin ne olduğunu” anlama üzerine inşa edilmiştir; bir şeylerin kötülenmesi değil. Fenomenin ne olduğunu anlama, onun taşıdığı ve taşımadığı özellikleri ilişkisel varlığı içinde ele alarak bilme-ye çalışmadır.

Yazımızda öncelikle en temel bilgiler ve en ciddi sorunlar üzerinde durulacak ve ardından, genel olarak bir araştırmanın (makalenin veya tezin) tasarımı, uygulaması, analizi ve sonuçlandırılmasının çizgisel sürecinin izlendiği temel sıraya göre;

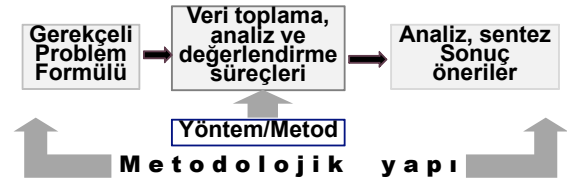
- başlık
- ele alınan konunun gerekçelendirilmesi (giriş)
- konuyla ilgili datanın/enformasyonun/bilginin toplanması ve analizi (yöntem)
- analizden geçerek bulguların ve sonuçların (gerekliyorsa önerilerin) sunulması

ile ilgili yaygın sorunlar ve çözümlere değinilecektir. Çözümler sorunların nedenleriyle bağlantılıdır, dolayısıyla giderilmesi de bu nedenlerin bir şekilde ortadan kaldırılmasıyla, etkisiz duruma düşürülmesiyle veya etkisinin en düşük seviyeye getirilmesiyle sağlanabilir.

Temel Bilgiler

Sosyal bilimlerde araştırma yöntemi, incelemek için ele alınan bir konuda, yapılan bir tasarımda “neyin nasıl yapılacağı, uygulanacağı ve analiz edileceği” ile ilgilidir. Dolayısıyla yöntem, araştırma tasarımının zorunlu ve bütünlük bir parçasıdır. Bu nedenle, yöntem yeterince anlayabilmek hem yöntemin hem de araştırma tasarımının nasıl yapılmasını bilmeyi gerektirir. Yöntem, tasarım inşasından bağımsız olarak yeterince anlaşılabilir.

Yöntem (metod), yöntem bilim (metodoloji) değildir. Ampirik makalelerin ve tezlerin bazılarında “yöntem” yerine metodoloji” başlığı kullanılmaktadır ki bu yanlıştır. **Metodoloji** en temel anlamıyla, bir araştırmanın nasıl yapıldığının ve yapılması gerektiğinin teorisi ve analizidir.



Şekil 1. Yöntem/Method ve Metodoloji/Yöntembilim Bağı

Epistemolojik bağlamda, bir araştırmada kuramsal gerekçeyle kurulan çerçeve ve bu kuramsal çerçeveye bağlı olarak inşa edilen tasarımın tümü, o araştırmanın metodolojik yapısını ve yaklaşımını anlatır. Bu nedenle, *Yöntem/metod bir araştırma inşasının sadece “neyin nasıl yapıldığı” aşamasıyla ilgilidir. Bir araştırmanın bütünü bir metodolojik yapı oluşturur. Metodoloji ise araştırmanın tümünü anlamayla/incelemeyle (araştırmanın inşasıyla, metodolojik yapısıyla) ilgilidir.*

Temel Sorunlar ve Çözümler

Bir konuda/sorunda bilimsel bir araştırma yapılabilmesi için belli koşulların karşılanması gerekir. Bu koşulları;

- araştırma yapmak için gerekli koşullar ve
- araştırmayı yapabilmek için gerekli koşullar

olarak gruplandırabiliriz. Araştırmaya ilgili sorunlar ve dolayısıyla çözümler de bu iki temel koşul grubuyla ilgilidir.

Araştırma Yapmak İçin Gerekli Koşullar

Bu tür koşullar “araştırma gereği” ile ilgili koşullardır: Öncelikle “bu konuda/sorunda araştırma yapılmalı mı?” sorusuna cevap aranmalıdır.

i) Bir Konuda/Sorunda Araştırma İçin Gereksinimin Olması

Araştırmanın varlığı;

- araştırma için bir gereksinimin çıkmasına,
- bu gereksinimi hissedenenlerin gereksinimi gidermek için araştırma gerektiğine inanmasına ve bu yönde çaba göstermesine veya çaba gösterenleri, en azından “değer verme” bağlamında desteklemesini gerektirir.

Araştırmalar, seçilen konu/sorun dâhil çeşitli biçimlerde gruplandırılabilir. Bu gruplandırma; bilimsel/akademik araştırma ve yönetsel/yönetimsel araştırmadır.

Bilimsel araştırma kendi kafamızı kurcalayan, sezdiğimiz, hissettiğimiz, merak ettiğimiz, araştırılması gerektiğini düşündüğümüz veya düşündürdüğümüz bir “araştırma konusu/sorunu” ile başlar. Bu tür araştırmayla ilgili konuya/soruna bir gereksinim duyulması ve bu gereksinime bilimsel gerekçe getirmemiz gerekir. Hissedilen veya hissettirilen bir gereksinim yoksa zaten araştırma yapma da düşünülemez. Araştırmaya gereksinim, araştırmacının örgütlü yaşam sürecinde ortaya çıkıyorsa, ilk ve temel gerekçe de bu gereksinime bağlı olarak oluşur. Ama araştırma gereksinimi “tez için araştırma yapmak” gibi zorunluluklardan doğuyorsa, bu tür durumda, araştırmacının ilgili olduğu alanda konu/sorun bulması ve gerekçelendirmesi gerekir.

Yönetimsel araştırma kurumsal veya şirketsel yapıların sorunlarını belirleme veya var olan sorunlarını çözmeye yönelik araştırmalardır. Bu tür araştırma araştırmacının konu/sorun düşünüp bir proje ile şirkete veya kuruma başvurmasıyla başlar veya kurumun veya şirketin araştırmacıdan bir konuda/sorunda araştırma talebiyle başlatılır. Bu tür araştırmaya bilimsel gerekçe getirmeye gerek yoktur, çünkü gerekçe zaten ortadadır: Şirkete veya kuruma bir şekilde araştırma ile fayda sağlamak ve bunun sonucunda da para kazanmaktır veya bilim ve araştırma öznel amaçlar için araç olarak kullanılmaktadır.

Araştırmalarda, konunun/sorunun seçilmesi sadece gerekli başlangıçlardan biridir. Ne yazık ki ülkemizde, keyfi olarak, kendi isteğimize veya birilerinin isteğine

bağlı olarak tez ve araştırma konusu seçilmekte araştırma yapılmaktadır. Bu araştırma için yeterli koşul değildir. “Ancak “isteyen birileri” kendi kurumsal veya ilişkisel sorunlarını çözmek için bilimi ve araştırmayı araç olarak kullanmak istiyorsa, bu sadece “isteyen birileri için” yeterli koşuldur.

ii) Belirsizliğin Olması

Gereksinim, belirsizlik yoksa bilinen yollardan biri kullanılarak giderilir. Dolayısıyla, araştırma için gereksinimin yanında, bu gereksinimle ilgili veya giderilmesiyle ilgili belirsizliğin olması gerekir. *Bilimsel araştırma belirsizlik üzerine inşa edilir.* Keyfi olarak, “ben etki araştırması yapacağım” veya “söylem analizi yapacağım” demekle veya “X kuramına göre bir konu seç” diye size akıl veren birinin isteğine göre değil. Üniversitelerde birilerinin isteğine ve süretilen tez yazma ve araştırma yapma kültürel pratiklerine göre araştırma yapma egemen tarz olarak sürmektedir. Bu da kaçınılmaz olarak bazı ciddi sorunların sürekli yeniden üretilmesini beraberinde getirmektedir. Bu duruma çözüm ancak “kendisine yapılanı başkasına yapmama” ve “yanlışları sürdürmeme” anlayışıyla gelen iş pratiğiyle olabilir.

iii) Belirsizliğe Var Olan Bilgi Birikiminin Yanıt Vermemesi

Belirsizliği araştırmacı olarak siz hissedebilirsiniz; fakat bu hissetme veya düşünme araştırma yapmayı zorunlu kılmaz. Hissedilen veya düşünülen konudaki/sorundaki belirsizlikle ilgili olarak var olan bilgiye başvurmanız gerekir. Eğer var olan bilgi birikimi belirsizliğe yeterince yanıt veriyorsa, artık araştırmaya gerek kalmaz. Dolayısıyla, bir konuda/sorunda araştırma yapabilmek için var olan bilgi birikiminde de bu “belirsizliğin” bir şekilde devam etmesi gerekir.

Var olan bilginin belirsizliğe yanıt vermemesi çeşitli kapsamda olabilir:

- Konu/sorun hiç incelenmemiştir. O zaman keşif ve betimleyici tasarım gereği ortaya çıkar. Bu, tarihsel bir betimleme tasarımı olacağı gibi belli bir zamandaki durumun keşfi veya betimlemesi olabilir. Bir uyarı: Hiç işlenmemesi “anlamsız olması” nedeniyle olabilir. Dolayısıyla, anlamsızlık araştırma gereksinimini ortadan kaldırır.
- Konu/sorun sadece tanımlama ve betimleme seviyesinde kalmış olabilir: Bu koşulda, ya tanımlama ve betimlemeyi soruşturan veya ona

ekleme yapan araştırma yapılır ya da araştırma bir seviye yukarıya taşınarak gruplandırma, grup içi veya gruplar arası ilişkilendirme veya değişkenler arası ilişki analizi yapan bir tasarım hazırlanır.

- Konu/sorun ilişkisel seviyeye kadar işlenmiş olabilir. Bu durumda ya var olan bilgiye ekleme gerekçelendirilerek ilişki tasarımı yapılır ya da nedensellik tasarımı.
- Konu/sorun nedensellik bağı seviyesine kadar incelenmiş olabilir. Bu durumda eksiklikler vurgulanarak bu eksiklikleri giderme amacıyla nedensellik tasarımı yapılabilir.
- Konu/sorun nedensellik ve öngörme seviyesine kadar gelen biçimde binlerce ve hatta milyonlarca araştırmayla işlenmiş olabilir. Bu durumda, örneğin, artık betimleyici bir araştırma yapamazsınız (“etki, etik veya ikna nedir” sorusuna yanıt arayan tasarım yapamazsınız; bir tasarımı etik, ikna ve etki tanımlarıyla dolduramazsınız; “etik prensipleri” ve “ikna yolları” ilkelerini sıralayamayız, çünkü bu var olan bilginin tekrarı olur, çünkü tarihsel olarak birikmiş bilgi tanımlama ve betimlemenin çok ötesine geçmiş durumdadır. Aynı şey ilişki analizi gerektiren veya nedensellik bağı kuran araştırmalar için de geçerlidir. İletişim alanı böyledir. Bu alanda her seviyede milyonlarca araştırma vardır.

O zaman, araştırmamızı nasıl gerekçelendireceğiz ve bu araştırmanın gerekli olduğunu nasıl bileceğiz ve savunacağız? Çözüm yollarından birincisi, Türkiye’de olduğu gibi;

- birikmiş bilgiyi umursamadan araştırmayı yapabilirsiniz,
- daha önce yapılanları yok sayarak, kırk yıldır aynı kitapta aynı şeyleri sunarken, birden bire birinin Türkiye’deki halkla ilişkiler tarihini Orta Asya’daki eski zamanlardan başlattığını hem “yanlış-okursunuz” hme de bu yapıtı yok sayarak “Osmanlılarda halkla ilişkilerin olduğunu “ilk kez sizin keşfettiğinizi” yazarsınız,
- veya yerel medyada bilim gazeteciliği ile ilgili Koloğlu, Erdoğan ve başkalarının yaptığı araştırmaları görmezlikten gelerek “yerel medyada bilim gazeteciliği ile ilgili bu konuyu ilk kez ben işliyorum” dersiniz.

Bunların hepsi yanlıştır ve akademik ahlaksızlıktır (etik yoksunluğudur).

Alternatif çözüm yolu ise, var olan bilgiyi epistemolojik ve yöntembilimsel bağlamda değerlendirmek ve bu değerlendirme yoluyla araştırmayı gerekçelendirmektir. Bu değerlendirmelerle gelen gerekçeler şunlar olabilir:

- Konu/sorun sadece belli ülkelerde, kültürlerde veya ilişki yapılarında incelenmiş olabilir;
- Konu/sorun kültürel, etnik veya coğrafik görecelik yanında, zaman bağı da olabilir;
- Konu/sorun biyolojik/fizyolojik yapıya göre değişebilir.
- Konu/sorunda kuramsal gerekçelendirme çok yanlı, geçersiz veya yetersiz olabilir. Dolayısıyla, gerekçe, kuramsal bağlamda inşa edilir.
- Konu/sorunun ele alınışında kullanılan yöntemlerle (nüfusla, örnekleme, veri toplamayla, değerlendirmeye, analizle) ilgili eksiklikler, yetersizlikler, yanlılık ve yanlılıklar olduğu gerekçesiyle araştırma yapılabilir.

iv) Konunun/Sorunun Anamlı Olması

Bir sineğin neden vızıldadığı bilinmeyebilir, dolayısıyla bu bağlamda bir belirsizlik vardır. Ama sosyal bilimle uğraşanın bu belirsizliği ortadan kaldırmak için araştırma yapması için toplumsal önceliklerde sineğin vızıltısıyla insan ve yaşamı arasında araştırmaya değer bir bağ kurması gerekir. Her konu/sorun araştırma için seçilebilir, yeter ki bu konu sosyal, ekonomik, siyasal, kültürel veya insan ve yaşamıyla ilgili herhangi bir bağlamda anlamlı olsun. Anlamlılık konusu ne yazık ki güç ve çıkar ilişkileriyle gelen kontrol mekanizmalarının dışında değildir. Bu nedenle “anamlı ve anlamsız olanı” çoğu kez belirleyen, güç yapılarına ve ilişkilerine olan işlevselliştir. Diğer bir deyimle, anlamlılık ve anlamsızlık güç yapıları ve bu yapılardaki çıkar ilişkileri içinde oluşmakta ve gücün çıkarına uygun bir şekilde belirlenmektedir. Örneğin;

Fenerbahçe formasının üzerindeki renklerinde ve şekillerinde “derin anlamlar” çıkaran bir araştırma anlamlı olarak nitelenirken, Fenerbahçe’yi bir şirket olarak ele alan ve sporu izleyenleri de bu şirketin “tarafar ve tarafar olmayan müşterileri” olarak niteleyen ve bu şirket-müşteri ilişkisindeki biliş ve davranış yönetimini ve bunun toplum yönetimindeki

işlevlerini inceleyen bir araştırma anlamsız veya geçersiz olarak nitelenir. Dolayısıyla, örneğin, sorunları izleyici bireylere indirgeyen holiganlık ve şiddet bol bol işlenirken, futbolun tarihsel olarak süretilen “ekmek ve sirk politikalarının” gözde aracı olduğu işlenmez; futbolla işlenen ayrımcılık, böl ve birbirine düşür, düşmanlık, ırkçılık, sadece iyiler kazanır, hayat bir yarıştı ve çaba göstermeyen kaybeder ve sorumlusu kendisidir gibi bilişler ve sonuçlar ve bunların sonuçları üzerinde durulmaz.

Kızılırmağın suyunun “su arıtma tesisleriyle” arındırılmasını “etkili sorun çözümü” olarak ele alan bir araştırma anlamlı yapılırken, Kızılırmağın kirletilmesini ve kirletilmesiyle gelen sorunların çözümünü Kızılırmağı kirleten “iş yapış biçimini değiştirme” üzerine eğilen bir araştırmaya kimse sıcak bakmaz.

Bir şirketin veya devlet kurumunun “etkili iletişimi” veya “iletişim sorunları” veya izleyicilerin/tüketicilerin tutumları, görüşleri ve tercihleri üzerine çalışan bir sürü tez bulunurken, örneğin Yeşilay’a herhangi bir şekilde faydalı olacak bir “etki, sorun veya çözüm” tezine rastlamayız. Halkla ilişkiler, reklamlar, kampanyalar ve araştırmalar sigara şirketlerini hedef almaz, tüketici bireyleri hedef alır.

Araştırma Yapabilme Koşulları

Araştırma gereksinimini herkes hissedebilir, ama herkes bilimsel araştırma yapamaz, çünkü bilimsel araştırma, araştırma tasarımı, uygulaması, analiz ve sentez bilgisi gerektirir. Bir makalenin veya tezin bilimsel araştırma karakterine sahip olması, onu birilerinin makale veya tez olarak nitelemesine bağlı değildir; makalenin veya tezin metodolojik bağlamda “araştırma karakterine” sahip olmasına bağlıdır. “metodolojik bağlamda araştırma karakterine sahip olma da araştırmayı yapanın “araştırma yapabilme” bilgisine sahip olmasına ve bu bilgiyi kullanabilmesine bağlıdır. Araştırma yapabilme koşulları araştırmacının bilgisi yanında, araştırmayı yapabilecek destekleyici düşünsel, yasal, ilişkisel ve maddi ortamın olmasını da gerektirir. Bu koşulların önde gelenlerine özlüce bakalım:

i) Kuram ve Tasarım Bilgisinin Olması

Bu bağlamda birinci sorumlu, bu bilgiyi vermesi gereken üniversite öğretim üyeleridir. Bir onlar kadar sorumlu olan da öğrencidir. Öğrenme ancak öğretmek isteyen ve öğrenmek isteyen olduğu bir or-

tamda mümkündür. Tükenmişlik ve farklı ilgiler gibi birçok nedenlerle, öğretme kaygısı olmayan herhangi bir üniversite ortamında, öğretmek isteyen birisi bile, sadece öğretim üyelerinin “gözüne battığı” ve “düzene uymadığı” için çeşitli yollarla engellenmez, aynı zamanda aynı ortamın ürünü olan ve öğrenmek gibi bir kaygısı olmayan öğrenci kitlesinin karşısında ilerleyemez, geriler.

Kuram ve araştırma bilgisinin olması için, bu bilgiyi yeterince sağlayacak derslerin olması gerekir. Kuram ve araştırma bilgisinin olması için, derslerin olması yeterli değil, bu derslerde kuram ve araştırmanın öğretilmesi ve öğrenilmesi gerekir. Araştırma tasarımı öğrenmeden/bilmeden araştırmalar yapıp profesörlüğe kadar yükselenlerin yaygın olduğu bir ortamda, ne yazık ki ne araştırma dersleri doğru dürüst öğretilir ve öğrenilir ne de öğrenciler araştırma tasarımı derisi almak gibi bir gereksinimle kendilerini “öğrenme yönünde” hazırlarlar. Birilerinin birilerinden örnek alarak yaptığı bir tezi örnek alarak akademik alanda sürdürülen bir kopyalama, yapıştırma ve yanlışlıkları yeniden üretme kültürü sürdürülür. Sürdürülür, çünkü özellikle önemli olan not almak, diploma almak, kıdem atlamayı gerektiren “bilme biçimidir”, “bilimsel bilme biçimi” değildir.

ii) Bilimsel Araştırmaya Akademisyenlerin Gereksinim Duyması ve Bu Gereksinim Doğrultusunda Hareket Etmesi

Bu koşul da toplumda ve üniversitede “bilmeye” ve “bilme için araştırmaya” değer veren bir ortam olmasını gerektirir. Ne yazık ki “kısa yoldan köşe dönmeçilik” ve “işini/çıkarcını ilişkilerden geçerek sağlama” gibi egemen iş kültürü ortamında, bu tür değerler oluşmamakta, bu tür değerleri taşıyanlar da çoğunlukla dışlanmaktadır. Bunun sonuçlarından önde gelenleri arasında, bu tür akademisyenlerin diğer ülkelerde çalışmaları, küsmeleri ve kendilerini çekmeleri, enerjilerini araştırmaya yönlendirme yerine kendini korumaya harcamaları ve kısa zamanda tükenmeleridir.

iii) Bilimsel Araştırmaya Üniversitelerin Gereksinim Duyması ve Desteklemesi

Bu destekleme giderek üniversitelerde ve fakültelerde kurulan araştırma birimleriyle hızla artmaktadır. Fakat yanıtlanması gereken soruların başında gelen şu sorudur: *Sosyal bilimlerde yapılan hangi araştırmanın sosyal fayda bağlamında bir çıktısı/sonucu olmuştur?*

Artışın nedeni, ne yazık ki “bilime, bilmeye veya sosyal faydaya” katkı gibi gereksinimlere dayanmaktadır. Çoğunlukla ayrılan kaynakları paylaşmaya veya bir bürokratik veya süreçsel koşulu karşılamaya dayanmaktadır. Özlüce, araştırma gereksiniminin elbette desteklenmesi gerekir; ama gereksinim destek nedeniyle oluştuğunda, araştırmanın amacı ve gerisindeki gereksinim “para kazanma” olur. Elbette, bir akademisyenin de geçinebilmesi, yazabilmesi ve araştırma yapabilmesi için para kazanması gerekir. Dolayısıyla para yaşamı sürdürebilmek için bir araçtır. Para kazanmak için üniversite öğretim üyesi olmak, para kazanmak için araştırma yapmak ve para kazanmak için yaşamak, akademisyenliğin, araştırma yapmanın ve yaşamın anlamını ve varlığını ticari bir ilişkinin anlamına ve varlığına değişmek demektir. Akademisyenliği para kazanmak için bir araç ve üniversiteyi “üzümü yenilecek bir bağ” olarak kullanmak, bilimin ve bilmenin geri plana itildiği ve daha kötüsü bilimin ve bilmenin bireysel çıkarılara göre biçimlendiğini gösterir. Bu tür biçimlenmiş bir ortam aslında, ne denli özgürlükten, haklardan ve demokrasiden bahsetse de, bilme ve bilimsel özgürlüğün düşmanıdır ve bu düşmanlığı, bilimsel özgürlüğe de sahiplik taslayarak, besler ve yaygınlaştırır. Dolayısıyla, üniversitelerin araştırma gereksiniminin oluşması, gelişmesi ve araştırmaları desteklenmesi önemlidir. Fakat bir o kadar önemli olan, bu oluşumun, gelişimin ve desteğin ve kullanılan ilişkisel ortamın doğasıdır.

iv) Bilimsel araştırmaya şirketlerin ve kurumların gereksinim duyması ve desteklemesi

Türkiye bağlamında, bu tür gereksinim de ekonomik, kültürel ve siyasal pazarlarda artan rekabet, dış etkiler ve dışı taklit gibi nedenlerle giderek yaygınlaşmaktadır. Bu tür destekler özellikle Amerika kaynaklı şirketler ve kuruluşların soğuk savaşla yoğunlaşan propaganda ve kontrol çabalarının bir parçası olarak uzun zamandan beri vardır. Buna son yıllarda diğer uluslararası, bölgesel ve ulusal kuruluşların desteği ve araştırma yapılanmaları eklenmiştir. Bu durum, özellikle bilgi üretimini kontrol yollarından biri olan ve bir zamanlar beyin göçüyle sağlanan ilişki biçiminin küreselleşmesini de getirmiştir: En yerel bir yerde üretilen bilimsel ve faydalı bilgi bile “araştırma fonları ve destekleri” yoluyla uluslar arası egemen güçlerin kontrolü şemsiyeleri altına sokulmaktadır. Yukarıda, üniversitelerin araştırmayı desteklemesiyle ilgili tüm belirttiklerim, şirketlerin ve kurumların desteklemesi konusunda da geçerlidir. Bu durum, bir zamanlar Avrupa’da kilisenin kontrolünde olan bilgi üretimi,

dağıtımı ve tüketiminin, şimdi şirketler, üniversite, araştırma destek kuruluşları ve devlet işbirliğinde küreselleşen endüstriyel yapıların kontrolüne geçtiğine işaret etmektedir. Nasıl ki endüstriyel yapılar ürün üretiminin doğasını belirliyorlarsa, bilginin (ve işlevsel cehaletin) üretiminin ve dağıtımının doğası da hem endüstriyel yapıların kendi araştırma merkezlerinde hem de endüstriyel yapıların çıkarı için üniversitelerde yapılmaya doğru hızla ilerlemektedir. Roma kilisesinin, tanrıdan geçerek Hıristiyan âleminin dünsel kontrolünü zamanın egemen güçleri için yaptığını, günümüzde, giderek artan bir şekilde üniversiteler hem bilgi hem de bilgiçlik-taslayan cehaleti üreterek yapmaktadır. Elbette, bunun bir diğer anlamı da, “dünyanın ve yaşamın merkezinde şirketin veya diskorsun/söylemin olmadığını” söyleyenlerin bastırıldığı, ama yapının engellenemez bir parçası olarak varlığını ve mücadelesini sürdürdüğüdür.

Makalelerdeki ve Tezlerdeki Yaygın Sorunlar ve Çözümleri

Takip eden bölümde araştırmalarda yapılan yaygın hatalardan hareket ederek, bazen çözümü açık hatalar ve bazen de hatalara çözümler, bazen de her ikisi birlikte sunulmuştur.

Makale/Tez Başlığı: Yapılanı Yansıtmama Sorunu

Bir makalenin/tezin başlığı kesinlikle “araştırmanın ne olduğunu” açıkça göstermelidir: Araştırmanın içeriğini yansıtmayan bir başlık geçersizdir. Başlıkta, eğer araştırma bir yöntemin veya kuramın meta-analizi değilse, asla yöntem veya kuram adı yazılmaz. “X kuramı açısından Y araştırması” başlığı yanlıştır, çünkü sen X kuramının analizini yapmıyorsun, analizinde X kuramını kullanıyorsun. Başlıkta bir analiz biçimi ancak sen o analizi ele alıp inceliyorsan kullanılır. Dolayısıyla “X konusunda söylem analizi veya içerik analizi” diye başlık yanlıştır. Başlık araştırmada kullanılan kuramı veya analiz yöntemini içermez, araştırmanın teması/konusu hakkında bilgi verir.

Giriş: Gerekçeleştirme Sorunu

Bir makalenin/tezin “Giriş” adı altındaki bölümü, onun bunun dediğini sıralayan ve birilerine teşekkür edilen bölüm değildir. Bazı üniversitelerin tez yönergelerinde bölüm olarak bile kabul edilmeyen “Giriş” araştırmanın üzerine inşa edildiği temeli oluşturur; o temel geçersiz ise, araştırma da geçersizdir. *Girişte ele alınan konuda/sorunda var olan bilgi birikiminin irdelenmesiyle gelen bir araştırma tasarımı gereksizi ve konusu/sorunu inşa edilir.* Bu inşa ile araştırma-

nın gerekliliği, önemi ve anlamı kurulur; bu kuruşla araştırmanın kuramsal çerçevesi ortaya çıkar. Bu çerçeveye sunulan gerekçeler okuyucuyu araştırmada somut olarak ne yapılacağına götürür. Böylece araştırma tasarımının temel yapısı tamamlanır. Bunu araştırma tasarımının “neyin nasıl yapılacağını” somut bir şekilde açıklayan yöntem bölümü takip eder. Girişte “ne yapacağımız” gerekçelendirildiği için, asla nasıl yapacağımızla ilgili hiçbir anlatı olmaz. Bulgu sunulmaz. Sonuç cümleleriyle ele alınan konu açıklanmaz, çünkü o zaman araştırmaya gerek kalmaz. Giriş alt-başlıksız veya gerekirse alt-başlıklar kullanılarak inşa edilir. İnşanın sonunda, eğer tasarım niteliksel bir araştırma ise, somut olarak araştırmanın ne veya neler üzerinde duracağı, gerekçelerden hareket ederek açıklanır. Eğer tasarım nicel bir araştırmaysa, o zaman, ya ölçme gerektiren araştırma sorusu veya soruları ya da hipotez veya hipotezler üretilir: Araştırma sorusu veya hipotez, keyfi olarak sunulmaz, tam aksine girişte sunulan gerekçelerden hareket ederek “çıkartılır”. Bir nitel konuyu belirledikten veya bir hipotez ortaya attıktan sonra, artık ne yapılacağını çerçevesi çizilmiş ve ne yapılacağı kesinleşmiştir. Bu çerçeve dışında veri, bilgi ve enformasyon toplanmaz ve analiz edilmez; hipotezin dışında, hipotezle belirtilmeyen testler yapılmaz. Keyfi olarak değişkenler karşılaştırılmaz (ancak bulanık suda balık tutmak istiyorsan, bir şirket için pazarlama araştırması yapıyorsan, bunu yapabilirsin, çünkü amacın tüm olasılıkları test ederek, şirkete faydalı bilgi toplamaktır).

Giriş: Kuramsal Çerçeve Sorunu

Kuramsal çerçeve hem incelemek konuyu/sorunu tutarlı, sistemli ve en önemlisi geçerli bir şekilde gerekçelendirerek bir araştırmayı inşa etmek demektir hem de analizi ve sonuçlar çıkarmayı geçerli bir temele oturtmak (veya oturtmaya çalışmak) demektir. Girişle (ve sonuçlarla) ilgili bir gerekçelendirmeyi sistemli ve tutarlı bir şekilde sunmak sadece ve sadece içsel bir geçerliliğin olduğunun ölçüsü olabilir; gerekçenin ve sonuçlandırmanın tümünün geçerliliğinin ölçüsü olamaz. Ne demek istediğimi ve kuramsal çerçevenin anlamını, önemini ve yaygın sorunları madde madde açıklayalım. Bu açıklamalar ve sorunlar zaten kendi içlerinde açıkça çözümlerin de ne olduğunu göstermektedir:

- Kuramsal çerçeve kurabilmek, ilişkiler ve nedensellik bağları kurarak ve bunu var olan bilgiye dayandırarak ve bu dayandırmada var olan bilgiyi irdeleyerek bir anlatı inşa etmeyi

gerektirir. Bunun da yapılabilmesi öncelikle iki faktöre dayanır: Bu faktörler kuramın ve kuramsal inşanın ne olduğu hakkındaki bilgilerdir. Ancak; (i) Türkiye’de kuramsal inşa gibi bir derse rastlanmaz, (ii) kuram dersleri vardır, ama büyük çoğunlukla ya “iletişim fakülteleri kuramsal karakterdedir, pratikten yoksundur” diyen ideologlar veya bilgiçlik-taslayan cahilleştirilmişler tarafından verilir ya bazı kuramları savunanlar ve/veya ezberletenler tarafından verilir. Bu ve benzeri nedenlerle, tez ve araştırma inşasında (i) kuram ile pratik arasında “biri arttıkça diğeri azalan” (önemsizleşen) bir bağ kurarak kuramı gerçekle bağıntısız ilan edip bir kenara iten (böylece kendini rahatlatan), (ii) “kuramla ilgili herhangi bir açıklama sunmayan veya (iii) “X kuramına göre” bir şeyler yapan araştırma tasarımı olmayan yazı yığınıyla karşılaşırız.

- “Kuramsız sunum” sorunu ve özellikle kuramsal yaklaşımları ardı ardına sıralayıp anlatma sorunu oldukça yaygındır.
- Tarihsel bağlamı bilmeyen bir araştırmacı veya bildiğini sanan ama yanlış bilen birinin kuracağı kuramsal çerçevenin ve inşa edeceği bir araştırmanın güvenilir ve geçerli olma olasılığı çok azdır. Ben “hemen hemen tüm iletişim araçlarının düşünülmesinde, oluşturulmasında ve geliştirilmesinde olduğu gibi, internet de orduların, özellikle güçlü devletlerin ordularının savaş sorunlarına çözüm arayışına dayanır. İnternetin sivil hayata da yaygınlaştırılmasıyla birlikte, savaşta ve barışta devletlerin, ticarete şirketlerin, biliş ve davranış yönetiminde eğitim ve siyasal sistem dâhil tüm örgütlü yapıların kontrol olanakları ve güçleri artmıştır. Aynı zamanda, kontrol edememe korkusu da” dediğimde, bir profesörün “internetin oluşması ve gelişmesi Amerikan ordusuna ait değildir; internet tüm dünyaya aittir; demokratikleşmeyi ve katılımcı demokrasiyi getirir” diyerek kızıp salonu terk etmesi tarihin yanlış bilinmesini anlatır. Bu yanlış bilme de kaçınılmaz olarak, internetle ilgili bir araştırma inşası yapıldığında, sunulan “katılımcı demokrasi” getirdiği veya “bilgi toplumu oluşturduğu” gibi gerekçelerin ve kurulan kuramsal çerçevenin de yanlış ve geçersiz olma olasılığını büyük ölçüde artırır.

- Profesörün tepkisinde söylediği sözler, tarihin yanlış bilinmesiyle gelen ciddi inşa ve sonuç çıkartma sorunlarını beraberinde getirmez, aynı zamanda siyaset bilimi, sosyoloji, sosyal-psikoloji ile ilgili kavramların içeriğinin yanlış doldurulduğuna ve kullanıldığına da işaret eder. İnternetin demokratikleşme ve katılımcı demokrasi getirdiği üzerine dayanan bir araştırma tasarımı ve kuramsal çerçeve, kuramsal ön-kabul yanlış olduğu için, daha araştırmanın başında araştırmayı geçersiz yapar. İnternetle demokratikleşme ve katılımcı demokrasi arasında, eğitimle yoksulluk arasında, çevre bozulmasıyla “eğitimsiz halk” arasında, televizyonlardaki içeriğin doğasıyla izleyicilerin istekleri arasında kurulan nedensellik bağları çoğu kez sahte ve yanlış nedensellik bağlarıdır. Dolayısıyla, gerekçelendirmede (ve sonuç çıkarmada) nedensellik bağlarının doğru kurulması gerekir.
- Daha fecisi, günümüzde yaygın bir şekilde kullanılmaya devam edilen ampirik araştırmaları, olasılık teorisi hakkında en küçük bir bilgisi olmayan, istatistik hakkında yetersiz ve yanlış bilgilere sahip olan ve yüzde okumasını veya bindeyi yüzdeye çevirmesini bile bilmeyenler kullanmaktadır. Tezler, kurumlara yapılan araştırmalar, sosyal bilimcilerin yazdığı bazı “araştırma yöntemi” kitapları ve ampirik makalelerin çoğu bunun en somut örneğidir (Ben yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin büyük çoğunluğunun yüzdeyi bile okuyamadıklarını çok gördüm). “Discourse” kavramını söyleme indirgeyen ve “discourse” analizi hakkında bilgisi olmayanlar “discourse” analizi, gösterge bilim hakkında bilgisi olmayanlar göstergebilimsel analiz ve filmde çerçeve ve bir anlatıda yapı hakkında bilgisi olmayanlar çerçeve (frame) analizi ve öykü analizi yapmaktadır. Bu soruna çözümü sunmaya gerek yok, çünkü çözüm çok açık.
- “Conceptual framework” veya “conceptual definition” bir kavramın kuramsal tanımlanmasıdır; kuramsal çerçeve değil. Kuramsal çerçeveyi oluşturmada zorunlu olarak kuramsal tanımlamalar (conceptual definitions) kullanılır. “Kavramsal çerçeve” diye bir başlık gerekiyorsa, o başlık altında kavramların kuramsal

tanımlanması sunulmalıdır. Bu sunum asla araştırmannın veya tezin kuramsal çerçevesini oluşturmaz. Dolayısıyla, “evren” kavramı gibi, bu kavramın da yanlış kullanımı bırakılmalıdır.

- Bir araştırmada amaç, “ne yapılacağı” değildir; yapılacak olanın neden yapılacağı (bu konunun ve sorunun incelenmesine neden ihtiyaç var?), faydalı sonuçlarının neler olacağı ve ne işe yarayacağı sorularının cevaplanabilmesidir.

Giriş: “Literatür tarama” ve akademik “dedi kodu” sorunu

Özellikle tezlerde “literatür taraması” ve benzeri başlıklar altında, ele alan konuyla ilgili bir sürü kişiden bir sürü alıntılarla sayfalar dolusu bir sürü anlatılar sunulmaktadır. “Literatür taraması” aslında araştırma tasarımı “ilgili incelemeler” olarak bilinenin Türkiye’de bir zamanlar birilerinin verdiği ismi sürdürme ve yaptığı yanlışını yeniden üretmedir. “Literatür taraması”, örneğin, konu/sorun seçmede zorluk çekenin konu bulmak veya neler yapıldığı hakkında (dolayısıyla, nelerin yapılmadığı hakkında) bilgi edinmek isteyeninin yaptığıdır. Bu anlamda, literatür taraması araştırma tasarımının bir parçası değildir. Ama literatür taraması, “ilgili incelemeler” anlamında kullanıldığında, tasarımın bütünlük ve zorunlu bir parçasıdır. İlgili inceleme araştırmayla ilgili var olan bilgiyi irdeleyerek araştırmayı gerekçelendirmedir. Dekart şunu dedi, Weber şöyle söyledi, Durkheim bunu dedi veya Foucault şöyle söyledi gibi birilerinin söylediklerini ardı ardına sıralayan ve köylerdeki koca koca dedikoduları kadar bile tutarlılığa ve sistemliliğe sahip olmayan “akademik dedikodu” değildir.

Giriş: Tutarsızlık ve Sistemlilik Sorunu

Giriş, yukarıda belirttiğim gibi, ele alan konuda/sorunda var olan bilgiyi irdeleyerek, sistemli ve tutarlı bir anlatıyla araştırmayı gerekçelendirme ve sonunda ne yapılacağını somut bir şekilde sunmadır. Dolayısıyla, girişte:

- Sadece ele alınan konu/sorun çerçevesi içinde kalınmalıdır veya genel bir çerçeveden başlayarak konuya/soruna gelinmeli ve bu konu/sorun çerçevesi içinde irdeleme ve gerekçelendirme yapılmalıdır.
- Asla yöntemle, bulguyla veya sonuçla ilgili anlatılara yer verilmemelidir.

- Belli bir kuramsal çerçeveye göre irdeleme ve gerekçelendirme ile tasarım inşa edilirken, bu kuramsal çerçevenin varsayımlarına ters düşen varsayımlarla gelen başka kuramsal yaklaşımların anlatılarıyla inşaya devam ettiğinde, artık tutarlılık ve inşanın geçerliliği ortadan kalkar.
- Girişteki anlatıda belli bir bağlam içinde (örneğin tarihsel veya mantıksal bağlam içinde) cümleler birbirini takip etmiyorsa, sistemli sunum da ortadan kalkar.
- Eklektik bir yaklaşımla ele aldığını iddia etmek veya post-modern görecelikle konuya yaklaştığını belirtmek, tutarsızlığın beraberinde getirdiği tasarımsal geçersizliği ortadan kaldırmaz. Eklektik bir tasarım ciddi kuramsal bilgi birikimini gerektiren ve yoğun tutarlılığa sahip olan bir karaktere sahiptir; bilgiçlik-taslayan cahilin sığınağı değil.

Özlüce, yanlış bağlarla “geçerli” diye öne sürülen gerekçelerin araştırma inşasında sunulmasının ve bu sunumda sunacağım tüm sorunların önde gelen nedenlerin başında, yukarıda sunduğularına benzer ve ek olarak şu faktörler gelir:

- (a) eğitimde belli biliş ve davranış yönetiminin egemenliği,
- (b) bu egemenliğin akademisyenlerin ekonomi ve güç/iktidar temelli öznel çıkarlarını gerçekleştirme arayışıyla gelerek güçlenmesi ve yeniden üretilmesi,
- (c) öğrencilerin ve akademisyen olmak isteyenlerin, güçsüzleştirilmiş pozisyonlarında, egemenliğe katılmayı tercih etmeleri. Dünyada egemen olan bu durum, Türkiye gibi ülkelerde yaygın olan “bilimsel üretim için çaba gösterme ve akademik gündemini bu çerçevede oluşturma” yerine “üniversite içi, üniversiteler arası ve üniversite dışı güçlerle öznel çıkar üretimine dayalı ilişki kurmaya, sürdürmeye ve geliştirmeye” dayalı bir akademik-olmayan akademik kültür ile de desteklenmektedir. Bu tür kültür öznel çıkar hesaplarına dayalı ilişkileri ve bu ilişkilerin kötürümleştirdiği ve egemen yaptığı bir akademik üretimi de getirir. Bu durumun sonuçlarından biri de, akademik üretimin hem bilimsel (ama çok işlevsel) geçersizliği hem de anlamlı ve toplumsal faydaya yönelik araştırmaların marjinalleştirilmesidir.

Yöntem (Metod) ile İlgili Sorunlar

Yöntem ile ilgili temel sorunları üç gruba ayırabiliriz:

1. Yöntemin kendi doğasından kaynaklanan sorunlar
2. Yöntem seçiminde “çıkar ve güç ilişkileriyle” gelen sorunlar
3. Yöntemin kullanımından kaynaklanan sorunlar

Yöntemin doğasından gelen sorunlar yöntemin yapısal sorunlarıdır. İyi tasarlanmış bir (pozitivist) araştırmada, bu durum, “araştırmanın sınırlılıkları” başlığı altında, yapılan araştırmayla ilgili olan yanları bağlamında sunulur. Yöntemin doğasından gelen sorunlar araştırmacıyı sorumluluktan kurtarmaz, çünkü araştırmacı yöntemi seçerken “ele aldığı konuyu/sorunu” en güvenilir ve geçerli bir şekilde açıklayabilecek kuramsal yaklaşımı ve yöntemi seçmekle yükümlüdür. Fakat ikinci grup sorunla birleştiğinde, bu sorun çok daha ciddi bir şekil alır. Araştırmacının yöntem (ve kuram) seçimi (a) araştırmacının örgütlü çıkar ve güç ilişkileri içinde bilinçli ve kasıtlı olarak yaptığı bir tercih olabilir, (b) yanlış/eksik bilmekten kaynaklanabilir veya (c) bilmemekten gelen taklit etmekten ve aldığı yardımın karakterinden kaynaklanabilir. Tercihinin kaynağı çoğu kez birden fazladır.

Araştırma yöntem seçiminde “çıkar ve güç ilişkileriyle” gelen sorunlar, aslında hangi konunun ele alınacağı ve hangi kuramsal/ideolojik yaklaşımla (ki yaygınlaştırılmış ve en geçerli olarak meşrulaştırmıştır) işleneceğiyle kendiliğinden büyük ölçüde belirlenir. Örneğin işe, etki, izleyici/tüketici tercihlerini bilme, verimliliği sağlama veya kullanımlar ve doyumlar gibi temellerden başladığında, bir egemenliğin çıkarına bilerek veya bilmeyerek katkıda bulunarak kendi amacını ve çıkarını sağlama yolunda araştırmada kullanılacak yöntem tercihi (veya tercihleri) de ortaya çıkar. Üniversitelerdeki konuyla, kuramla ve yöntemle ilgili egemenliklerin kuruluşu yaygın ve örgün bir çıkar ve güç ilişkileri ağını ve bu ağın çalışmasını içerir. Bu ağ hem belli öznel ve örgütlü çıkarlara işlevsel olan araştırma konularını, kuramlarını ve yöntemlerini destekleyen bir şekilde işler hem kendine işlevsel alternatifleri oluşturmaya sağlar ve destekler hem de anlamlı alternatiflerin bastırılmasını, gündem dışı tutulmasını, dolaşıma sokulmamasını ve marjinalleştirilmesini sağlarlar. Bu sağlama işinde birilerini uluslar arası şöhret yapma ve birilerini de işinden edip veya iş vermeyip cebinden vurarak etkisizleştirme ve hatta “kazaya kurban gitmesini” sağlama gibi tedbirler de vardır. (Şekil 2).



Şekil 2. Araştırmada Konu, Kuram ve Yöntem Belirlemede Çıkar ve Güç İlişkileri Yapıları

Yöntemin kullanımında ortaya çıkan sorunlar yöntemi bilmemeyle, eksik bilmemeyle, yanlış bilmemeyle, dikkatsizlikle veya kasıtlı olarak öyle yapmayla gelen sorunlardır. Pozitivist ampirik tasarım gibi bazı tasarım türlerinde, yöntemle ilgili süreçler somut bir şekilde belirtilmiştir. Bu süreçlerdeki eksiklik veya hata, araştırmanın geçersiz olmasına neden olur. Bazı tasarım türlerinde ise, yöntem ile ilgili kesin süreçler belirlenmemiştir: Yöntem girişte ne yapılacağını belirlenmesinden sonra, araştırmacının ne yapılacağı nasıl yapacağını somut bir şekilde açıklamasıyla oluşturulur.

Yöntem kullanımıyla gelen önemli sorunlar:

- Hem ampirik hem de ampirik olmayan tasarımla gelen tezlerin büyük çoğunluğunda bir sürü sayfa gereksiz tanımlamalara ve açıklamalara ayrılmaktadır. Örneğin “X televizyon programının çocuklara etkisini” ele alan bir tezde, televizyon tarihi, gelişmesi, program türleri, etkinin ne olduğu, etki araştırmalarının başlangıcı, tarihi ve gelişmesi, birilerinin etki ve ikna tanımlamaları, çocuk psikolojisi, ikna yolları ve etkili iletişimin prensipleri gibi birçok şey işlenmektedir. Bunlar gereksizdir. Bir geçmiş (background) bilgisi verilecekse, bu şekilde verilmez.
- “Bu araştırma diskors/söylem analizi” veya “içerik analizi yapacaktır” demek asla yeterli değildir; içerik analizini veya söylem analizini nasıl yaptığınızı açıklamak zorundayız.
- “Metin analizi”, “söylem analizi” veya “içerik analizi yapılacaktır” dedikten sonra metin analizinin, söylem analizinin veya içerik analizinin ne olduğu, ne zamana çıktığı, kimin analiz hakkında ne dediği gibi anlatılara asla ve asla yer

verilmemelidir. Araştırma tasarımı inşasında analiz yöntemi, bir tasarımda analiz yönteminin nasıl kullandığını anlatmayı içerir, yöntem hakkında bilgi vermeyi veya yöntemin faydalarını savunmayı değil.

- Yöntem ile ilgili anlatılar kesinlikle araştırma konusu/sorunu ile oluşturulan çerçeve içinde kalmalıdır.
- Araştırma konusunda x, y ve z yapılacağı belirtilip, araştırmada bunlardan birini yapmamak ciddi sorundur.
- Araştırma konusunda x, y ve z yapılacağı belirtilip, araştırmada x, y, v ve t yapmak da ciddi sorundur.
- Veri toplanacak kaynağı (nüfusu) araştırma sorusu/hipotez belirler. Hipotezdeki araştırma nüfusu ile yöntemde belirtilen aynı olmalıdır, aksi takdirde, tasarım çöker. Örneğin, inceleme cep telefonlarının gençler tarafından kullanım sıklığını belirlenmesini gerektiriyorsa, gençler tanımlanıp nüfus belirlenmeli ve bu nüfustan örneklem seçilmeli ve kullanım sıklığı sorulmalıdır. Örneğin, İngiliz turistlerinin Türkiye ile ilgili imajları konusunda araştırma nüfusu İngiliz turizm acenteleri değildir.
- Ampirik bir araştırmada, kesinlikle araştırma nüfusu/nüfusları somut olarak belirlenmelidir. Araştırma nüfusu ile örneklem çerçevesi aynı değilse (nüfusta erişilemeyenler varsa), örneklem çerçevesi ve bu çerçeveden örneklemin nasıl alındığı ayrıntılı olarak anlatılmalıdır.
- Bir ampirik içerik analizinde, araştırma ve ölçme/analiz birimleri somut bir şekilde belirlenmelidir.
- Ampirik tasarımda “evren” tanımlanmamış nüfustur. “Evrenden 500 örneklem aldım” demek, en basit ve en temel bilgiye sahip olunmadığını gösterir, çünkü evrenden örneklem alamazsınız.
- “SPSS kullanarak analiz yapıldı” demek şişirmedir ve gereksiz anlatıdır.
- Araştırma soruları varsa, o sorulardan, hipotezler varsa, hipotezlerden “değişkenler çıkartılır. Değişkenlerin nasıl ölçüldüğü belirtilir. Gerekli sosyo-demografikler, araştırma soruları veya hipotezler ile gelen değişkenler dışında hiçbir değişken eklenmez ve ölçülmez.

- Hiçbir kuramsal gerekçeye dayanmayan, dolaşısıyla bilimsel gerekçeden yoksun hipotezler araştırmayı geçersiz yapar. Sonradan yöntem bölümünde araştırmaya yeni hipotez ifadeleri ekleme de tasarımın çökmesine neden olabilir.
- Ölçme için hazırlanan sorularda kapalı uçlu sorular ancak o değişkenle ilgili olası tüm göstergeler biliniyorsa yapılır.
- Ölçmede karşılıklı birbirini dışarıda bırakma kuralı (mutually exclusiveness) çiğnenirse, ölçme geçersiz olur: Şu örnekte birden fazla kural çiğnenmiş: “günde kaç saat radyo dinliyorsunuz” sorusuna şu seçenekler verilmiş: 1. 1-3 saat, 2. 3-5 saat, 3. 5 saatten fazla, 4. Radyo dinlemiyorum.
- Ölçmede seçenek kullanılacaksa, “tüm olasılıkları tüketme” (exhaustiveness) kuralı çiğnendiğinde, ölçme geçersiz olur: Örneğin, meslekle ilgili ölçmede “Serbest meslek ve küçük esnaf” gibi seçenek konması ölçmeyi geçersiz yapar, çünkü bir insan aynı zamanda serbest meslek sahibi ve esnaf olabilir.
- Ölçmede işlevsel tanımlama gerekiyorsa ve yapılmazsa, ölçme hatası yapma olasılığı da artar: Bu tür hatalarda, örneğin, meslek değişkenine öğrenci, ev kadını, emekli gibi seçenekler eklenir veya eğitim sistemindeki kademeleştirmeye göre belirlenen eğitim değişkenine “okuryazar değil, okuryazar, okul bitirmemiş” gibi seçenekler eklenir.
- Bizde işlevsel tanımlama yapılsa bile, ciddi yanlışlıklar yapılmaktadır: “Neyle meşgul olduğu” olarak tanımlanan meslek değişkenine “özürlü, emekli, yaşlı, işi yok, hasta” seçenekleri eklenince, o işlevsel tanımlama çiğnenmiş olur ve bu ölçme geçersizdir.
- Biz tutarsızlıkları ve geçersizlikleri üretmede çok becerikliyiz: “İşi” “eve para getiren faaliyet” olarak tanımlarız ve seçenek arasına şunları koyarız: Öğrenci, ev kadını, emekli, işsiz.
- Bizim “yaratıcılığımız” soruyla seçenek arasında uyum gereğini de ortadan kaldırır: “Haftanın her günü televizyon izler misiniz? Seçenekler: Her gün, 5 – 6 gece, 3 – 4 gece, 1 – 2 gece, Nadiren, Diğer. Biz hatadan çok korkarız, ama hata düzeltme gibi bir alışkanlığımız azdır.
- Ölçekler ölçmek istediğini ölçmelidir, aksi takdirde ölçme geçersiz olur.
- Örneğin yaş değişkenini “15-25, 26-36, 37-47” gibi bir şekilde gruplandırmak, (a) ancak gerekçeli olarak sunulan hipotezde bu gruplandırma varsa kullanılabilir ve (b) bu gruplandırma ancak geçerli ve ikna edici kuramsal gerekçeyle kurulabilir ki bu da çok zordur.
- Çifte namlulu soru bizde bol sorulmaktadır ki bu ölçmeyi geçersiz yapar: “Çocuğunuz ilk, orta veya lisede özel okula gitti mi? Evet, Hayır.” “Radyo ve televizyonu ne sıklıkta kullanırsınız?”
- Ampirik olmayan araştırmada analiz, konu/sorun çerçevesi içinde yapılır.
- Ampirik araştırmada analiz, araştırmada yapılan ölçümler üzerinde yapılır. Eğer herhangi bir istatistik testi kullanılacaksa, bunu belirleyen hipotezlerdir. Hipotezlerin gerektirdiği istatistik testleri yapılır; onun dışında keyfi olarak testler yapılmaz.
- Yüzde dağılımı veya ortalama “istatistiktir”, ama “istatistik testi” değildir.
- İstatistik testi bize ilişkinin anlamlı varlığı, yönü ve gücü hakkında bilgi verir. Keyfi olarak değişkenleri alıp, örneğin regresyon veya MANOVA testi yapabiliriz. Ama sonuçlar asla nedensellik bağı olduğunu anlatmaz. Nedensellik bağı nedensellik tasarımı inşası ile gerekçeli olarak kurulur ve “inferential” istatistikler kullanılarak test edilir.
- Bir bilimsel tasarımda keyfi olarak sosyo-demografik değişkenlerle diğer değişkenler karşılaştırılmaz ve istatistik testi yapılmaz. Eğer bir şirket için pazarlama veya etki araştırması yapılıyorsa, istenirse her şey birbiriyle karşılaştırılabilir (çünkü amaç ilişkiler ve dağılımlar hakkında olası her tür bilgiyi toplamaktır), ama bu araştırmanın bir bilimsel dergide asla yayınlanmaması gerekir.

- Bir hipotez testinde birden fazla istatistik testi kullanılmaz (aynı hipotez için hem ki-kare testi hem de grup karşılaştırması yapılmaz).
- İki deneme çok değişkenin olması, o araştırmadaki analizi çok değişkenli analiz yapmaz. Çok değişkenli analiz çok değişkenli analiz gerektiren hipotezle oluşturulur.
- İki değişken karşılaştırmasını gerektiren hipotezlerin olduğu bir tasarımda çok değişkenli test veya faktör analizi yapılmaz.
- Araştırmanın kapsamı (scope of research) araştırmanın sınırlılığı değildir.
- Kavramlar yanlış kullanılmaktadır. Daha kötüsü moda olan klişe kavramları kullanmak araştırmaya değer katmaz, tam aksine doğru kullanılmıyorsa, ciddi sorun yaratır. Girişte keşif (exploratory) veya betimleyici (descriptive) araştırma olarak belirlenmiş bir tasarımda, ilişki analizi yapılamaz, nedensellik bağı kurup sonuçlar çıkarılamaz, çünkü var olan bilgi birikimine dayanan tasarım "exploratory" veya "descriptive" karaktere sahipse, bunun anlamı ilişki kuracak veya nedensellik bağıyla hipotez ortaya atacak bilgiye sahip olmadığımızdır. Bu nedenle, bu tür tasarımlar ilişkiler üzerinde duramazlar; hipotez test edemezler; tahminlerde bulunamazlar; anlam açıklaması veya imalar üzerinde yorum yapamazlar.
- Tez yazmada, öğrencilerin çoğu enstitülerin zorunlu tuttuğu formata göre doğru sayılacak "tez önerisi" sunmaktadırlar. Fakat tezi yazdıklarında, önerilerindeki geçerli formatı bir kenara itip, birilerinin yaptığını kopyalayarak veya birilerinin önerdiğine uyarak, geçersiz veya çok sorunlu bir yapıyla gelmektedirler.

Bulgu ve Sonuç Sorunları

Ampirik olmayan bir araştırmada:

- Eğer "bulgu" olarak nitelenecek şeyler varsa sunulur yoksa "bulgu" yerine araştırmanın karakterine göre analizler sunulur ve sonuçlar çıkartılır.

- Analiz, ele alınan konu çerçevesi içinde kalır.
- Analizde ve sonuç çıkarmada yanlış nedensellik bağları kurmak araştırmayı geçersiz yapar.
- Sonuç sunumunda konu çerçevesi dışında ilişkilendirmeler, eğer gerekliyse/zorunluysa, yapılabilir.

Ampirik bir araştırmada:

- Bulgu sunumu ayrı bir bölüm olarak sunulur.
- Bu sunumda ender olarak yorum yapılır veya sonuç çıkarılır. Bu yapıldığında da bulgu ile yorum açıkça belli olmalıdır.
- Bulgu sunumu araştırma sorusu veya hipotez çerçevesi içinde kalır. Bu çerçeve dışında istatistik yapılmaz ve bulgu sunulmaz.
- Yüzde dağılımına bakarak anlamlı farklılık olduğu söylenirse, bu açıklama geçersizdir. Dağılımda veya gruplar arasında anlamlı fark veya ilişki olup olmadığı ancak gerekli istatistik testiyle belirlenir.
- Bir bulgu yazılı anlatıyla, tablolar ve şekiller kullanılarak sunulur. Yazıyla anlatılan bir dağılım veya istatistiksel bir sonuç, aynı anda tabloyla ve şekille de sunulmaz. Tüm yüzdeler veya sonuçlar yazıyla anlatılırsa, tabloya veya şekle gerek kalmaz. Gereksiz sunum hem sunum bilmemeyi hem de şişirmeyi anlatır. Tablo ve şekiller yazıyla olan anlatının tekrarı değil, ayrıntılı ekidir.
- Sonuç sunumu bulgu sunumunun farklı cümlelerle tekrarı değildir. Araştırmalarda ve tezlerde sonucun bulgu sunumunun tekrarı olmasının temel nedeni, araştırma tasarımının gerekçeli olarak çıkartılmaması, var olan bilginin bu gerekçede kullanılmamasıdır. Bunlar olmayınca, bulgulara bakarak sonuç olarak söylenecek bir şey olmaz.
- Sonuç sunumu bulguları, hipotezler/araştırma soruları, kuramsal gerekçeler ve var olan bilgi ile ilişkilendirerek yapılan değerlendirmedir. Yüzdelerin ve dağılımların ve de istatistiksel bulguların tekrarı değil.

- “Sonuç yerine” gibi bir başlık asla pozitivist-ampirik bir araştırmada kullanılmaz, çünkü bu bilimsel girişimin teorik yapısına aykırıdır.
- “Sonuç yerine” gibi başlıklar veya kavramlar, sistemli, tutarlı ve geçerli bilgi elde edilebileceğini reddeden ve hatta bizim dışımızda bilinecek bir gerçeğin varlığını kabul etmeyen yaklaşım tarzlarının kullandığı kaypak ve kaçış kavramlarıdır ve bu tür kullanımlarla, aslında, kendi tezlerini de geçersiz yaparlar.

Abstract/Öz/Özet Sorunları

Bir araştırmada “özet” temel olarak ne yapıldığını (konu/sorun), nasıl yapıldığını (yöntem), bulgular ve sonuç ile ilgili bilgi sunar. Bunlardan hiçbirinin eksik olmaması gerekir.

Metin İçi Alıntı ve Kaynakça Kullanımı

Bir tezde ve makalede metin içi alıntıları ve kaynakçayı ele alınan konuyla ilgili materyaller oluşturur. Metin içinde kullanılmayan bir kaynak, kaynakçada gösterilmez. Metin içi ve kaynakça kullanım kuralları tez yönergelerine veya makalenin sunulduğu derginin kurallarına göre değişir. Bizde yoğun bir şekilde ciddi etik sorunu olan kullanımlara rastlarız. Örneğin, (a) benim okuduğum kaynaktan aldığım bir alıntıyı sanki kendisi o kaynaktan okumuş gibi sunma (ki o kaynağa ulaşma olasılığı yoktur ve o kadar kaynağı okuyacak İngilizce seviyesine de sahip değildir); (b) benim kitabımda yazdıklarımı bazen aynen bazen de kelimelerde bazı değişiklikler yaparak sanki kendisinin düşündüğü gibi sunma (hem de ciddi hatalarla, örneğin “tercihli televizyon izlemeyi” –selective exposure—, sözlüğe bakıp “tercihli maruz kalma” diye değiştirme gibi); (c) benim kitabımı okumadan “Erdoğan kültür kavramını çok genel bir şekilde tanımlamaktadır” veya “ekonomik indirgemecilik yapıyor” diye uyduru sunma; (d) kasıtlı olarak veya farkında olmaksızın alıntı yoluyla yazarın dediğini çarpıtma veya tam aksi anlamda kullanma.

Önerilen Kaynakça

- Alasuutari, P., Bickman, L., and Brannen, J. (2008)** (eds.) *The SAGE Handbook of Social Research Methods*. London: Sage.
- Babie, E. (2013)** *The Practice of Social Research*. (13th ed.), Belmont, CA: Wadsworth.
- Beaugrande, R. De (2006)** *Critical Discourse Analysis: History, ideology, methodology*. *Studies in Language & Capitalism* 1 (1): 29 – 56
- Blaxter, L., Hughes, C. And Malcolm, T. (2010)** *How to Research*. (4th ed.), Buckingham: Open University Press.
- Bryman, A. (2012)**. *Social Research Methods*. (4th ed.), New York: Oxford University Press.
- Erdoğan, İ. (2012)** *Pozitivist Metodoloji ve Ötesi*. Ankara: Erk.
- Clandinin, D. J. (Ed.). (2007)**. *Handbook of Narrative Inquiry: Mapping a methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Elliott, J. (2006)**. *Using Narrative in Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage.
- Hutchby, I., & Wooffitt, R. (2008)**. *Conversation Analysis*. (2nd ed.), Cambridge: Polity.
- Rapley, T. (2008)**. *Doing Conversation, Discourse and Document Analysis*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Wodak, R., & Meyer, M. (2009)**. *Methods for Critical Discourse Analysis*. (2nd ed.), London: Sage.
- Yin, R. K. (2008)**. *Case Study Research: Design and Methods*. (4th ed.), Thousand Oaks, CA: Sage.

*** *Ek Türkçe kaynak ve bilgi için Prof. Dr. İrfan Erdoğan'ın <http://www.irfanerdogan.com/index.htm> adresindeki ilgili makalelere bakabilir veya “ara/search” seçeneğini kullanabilirsiniz.*

Örgütsel Davranış Alanında İlişkisel Analiz Yöntemleri ve Türkçe Yazında Aracılık Modeli Kullanımı Üzerine Bir İnceleme

Relational Analysis Methods in Organizational Behavior Literature and an Investigation on the Use of Mediational Models in Turkish Literature

Yrd. Doç. Dr. Serhat Burmaoğlu - Doç. Dr. Mustafa Polat - Dr. Cem Harun Meydan

Öz

İstatistik ve bilgisayar bilimlerindeki gelişmeler, sosyal bilimlerde yapılan araştırmalardaki karmaşık hipotezlerin test edilmesini kolaylaştırmaktadır. Bu noktada yöntemlerin ve programların özellikle istatistiksel varsayımlarının test edilerek doğru uygulanması önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etki modellerin matematiksel alt yapısını ortaya koyarak, yapılacak araştırmalarda yöntemin doğru bir şekilde yürütülebilmesi konusunda araştırmacılara katkı sağlamak ve Türkçe yazında yapılan ve aracılık etkisi modelini kullanan çalışmaların günümüzde kullanım sıklığı hakkında bilgi vermektir. Çalışmada ayrıca araştırmacılara önerilerde bulunularak bundan sonraki araştırmalarda uygulayabilecekleri güncel yöntem adımları ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: Aracılık Etkisi, Düzenleyicilik Etkisi, Baskıcı Etki, Aracı Model, Düzenleyici Model, Baskıcı Model

Abstract

Developments on statistics and computer sciences facilitate to test complex research hypothesis on social sciences. At this point, it is important to test statistical assumptions of methods. In this context, the aim of this study is to illustrate mathematical foundations of mediation, moderation and suppression effect analysis for this study be used as a resource in further research studies.

It is considered that, this study will make a significant contribution to researchers while using methods which are not used commonly in Turkish literature. In addition to scientific studies which include the mathematical foundations of models, the frequencies of models used in studies in Turkish literature were also reviewed. Finally, some up-to-date and applicable suggestions are proposed to researchers for further studies.

Keywords: Mediation Effect, Moderation Effect, Suppression Effect, Mediation Analysis, Moderation Analysis, Suppression Analysis

Giriş

İlişkisel analiz; sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda sıklıkla kullanılan ve açıklama ve tahmin etme hedefi ile kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem ile araştırmacılar bağımsız değişken/değişkenleri kullanarak bağımlı değişkeni açıklamaya çalışırlar. Araştırmacılar bu maksatla ilişkisel modeller tasarlamakta, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken ile ilişkisinin ya da üzerindeki etkisinin belirlenmesi ve bu etkinin sözel olarak ifade edilmesi için bir takım analizler yapmaktadırlar.

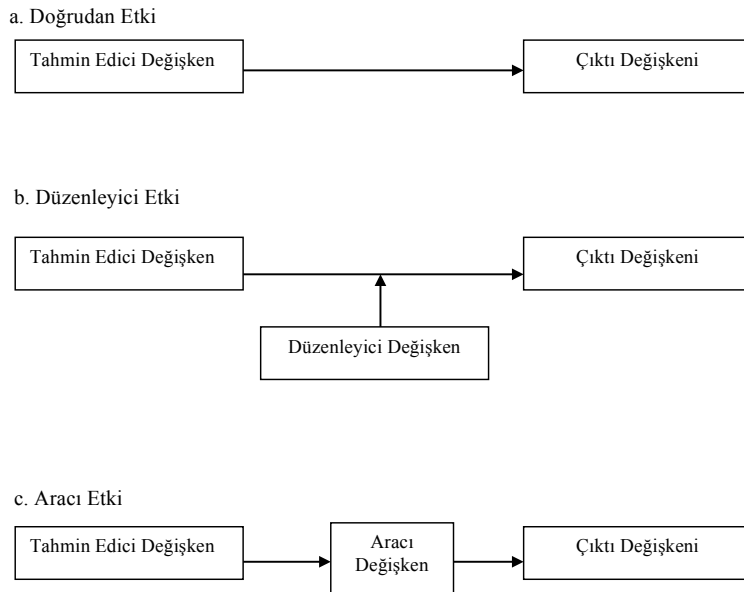
Yapılan analizlerde genelde doğrusal regresyon modelleri kullanılmaktadır. Bu modeller içinde, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin

belirlenmesine yönelik olarak yapılan analiz yol analizi¹ olarak tanımlanmaktadır (Pedhazur, 1982'den aktaran Maassen ve Bakker, 2001). Araştırmacılar yol analizlerini kullanarak bağımlı değişkendeki maksimum açıklanan varyansın oranını optimum bir açıklama veya optimum bir tahmin ile elde etmeye çalışırlar. İlişkisel yapılarda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenle yüksek bir korelasyona sahip olması ve bağımsız değişkenlerin ise kendi aralarında zayıf bir korelasyon göstermesi istenmektedir (Maassen ve Bakker, 2001). Bunun bir sonucu olarak araştırmacılar ilişkisel modeli tasarlamak ve bu modeli test etmek için çoklu doğrusal regresyon modellerinden farklı bakış açılarını da araştırma yöntemleri bağlamında ele almaktadır.

Değişkenler arası ilişkileri ortaya koymaya yönelik analiz yöntemleri içinde aracı, düzenleyici ya da baskıcı etkiyi analiz eden yöntemler olduğu görülmektedir. Örgütsel çıktıların analizinde kişisel ve durumsal faktörleri içeren değişkenlerin ötesinde tanımlamalar yapabilmek birçok örgütsel davranış teorisini için

önemli olduğundan, aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etkiye sahip değişkenlerin bulunması ve bu ilişkileri araştıran modellerin kullanılması alanyazına katkı sağlamaktadır. Bu çerçevede bu analiz yöntemlerinin bilinmesi analiz ve değerlendirmelerinde araştırmacılar için önemlidir.

Yapılan çalışmalarda araştırmacılar tarafından sıklıkla karşılaşılan problemlerden bir tanesi de değişkenlerin ve dolayısıyla da modelin sebep sonuç ilişkisinin karıştırılmasıdır. Örneğin Baron ve Kenny (1986) yaptıkları çalışmada düzenleyicilik ve aracılık değişkenleri gibi üçüncü değişkenlerin sıklıkla karıştırıldığından yola çıkarak iki değişkenin tanımları ve birbirlerinin yerine kullanılmaması için önerilerde bulunmuşlardır. Yazarlar düzenleyici değişkeni, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki maksimum etkinliği olarak tanımlarken; aracı değişkeni bağımsız değişken ile bağımlı değişken arasındaki etkinin üretkenliği ile tanımlamışlardır. Şekil 1'de doğrusal modeller için doğrudan etki, düzenleyici etki ve aracı etki gösterilmektedir.



Şekil 1. Doğrusal Modeller

1 Yol analizi literatürde "Path Analysis" kavramı yerine kullanılmıştır

Yapılan araştırmaların büyük bölümü, özellikle de ilişki analizler, Şekil 1'de gösterilen yöntemlerden bir veya birkaçını kullanmaktadır. Bu nedenle bu yöntemlerin altyapısının araştırmacılarca bilinmesi önem arz etmektedir.

Bu çerçevede bu çalışmanın amacı aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etki modellerin matematiksel alt yapısını açıklayarak yapacakları araştırmalarda yöntemin doğru bir şekilde yürütülebilmesi için araştırmacılara bir kaynak oluşturulabilmesidir. Bu sayede, bu çalışma ile aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etkiye ilişkin yazın topluca incelendiğinden, araştırmacıların kullanabilecekleri yöntemi belirlemeleri kolaylaşacaktır. Aynı zamanda yerli yazında son dönemde uygulanma sıklığı artan bu yöntemlere ilişkin bilgi derinliğinin sistematik bir şekle dönüştürülmesi suretiyle, bundan sonra yapılacak çalışmalarda, yöntemin güncel halinin araştırmacılar tarafından kullanılması daha doğru sonuçlara ulaşmak açısından önemlidir.

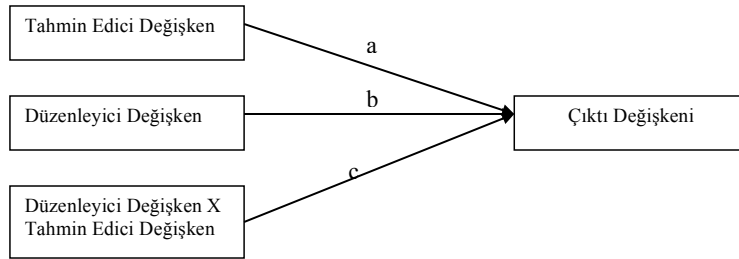
Bunun yanı sıra, Türkçe yazında, aracı, düzenleyici ya da baskıcı etkiyi analizi yöntemlerinin hangi sıklıkla kullanıldığı ortaya konarak, bu yöntemlerin dünyadaki kullanımı ile bir paralellik izleyip izlemediği ortaya konacaktır.

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde sırasıyla düzenleyici model, aracı model ve baskıcı modeller üzerinde durulmaktadır. Ayrıca bu modellerin açıklanmasından sonra Türkçe yazında son on yılda aracı model kullanan araştırmacıların çalışmaları incelenmiş ve kullanılan yöntemle ilişkin notlar aktarılmaktadır. Sonuçta genel bir değerlendirme yapılarak aracı, düzenleyici ve baskıcı modeller kullanacak araştırmacılara önerilerde bulunmaktadır.

Temel Düzenleyici Model

Düzenleyici değişken, nicel veya nitel değişken olarak bağımsız veya tahmin edici değişkenin bağımlı değişken üzerindeki ilişki gücünü veya yönünü etkileyen bir kriter olarak tanımlanmaktadır (Baron ve Kenny, 1986). Düzenleyici değişken, üçüncü değişken olarak diğer iki değişken ile sıfır sıralı korelasyona² sahip değişken olarak tanımlanmaktadır.

Düzenleyici değişken ile ilgili olarak ilk modelleme Saunders tarafından 1955 yılında yapılmış ve "düzenleyici çoklu regresyon" olarak tanımlanmıştır (McClelland ve Judd, 1993). Frazier ve arkadaşlarının (2004) yaptıkları çalışmada 2001 yılında *Journal of Counseling Psychology* dergisinde yayınlanan 54 makalenin 12'sinin (%22) düzenleyici etki ile modellendiği görülmüştür. Temel düzenleyici model Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Temel Düzenleyici Model

Şekil 2'de görülebileceği gibi 3 nedensel yolun çıktı değişkeni üzerindeki performansının ölçülmesine çalışıldığı gözlenebilmektedir. Ancak bu ilişki yapı çok iyi tanımlanmış bir teori ile mümkün olabilecektir (Frazier, vd., 2004). Tahmin edicinin çıktı üzerindeki etkisi *a* yolu ile düzenleyici değişkenin kontrol edici etkisi *b* yolu ile ve iki değişkenin etkile-

şimi ile türetilen yeni değişkenin etkisinin ise *c* yolu ile modellendiği görülmektedir. Düzenleyici model *c* yolunun istatistiksel olarak anlamlı olması gerektiği hipotezini test etmektedir. Diğer yolların istatistiksel olarak anlamlı olması istenebilir ancak model bu hipotezi test etmek maksadıyla kurgulanmamaktadır.

2 Sıfır Sıralı Korelasyon: İki değişken arasında, diğer ilişki- li değişkenleri sabit tutmaksızın hesaplanan bir korelasyon. Bu korelasyon -1 ila +1 arasında değişebilir.(Kaynak: <http://www.termbank.net/psychology/6259.html> Erişim Tarihi:23.02.2011)

Cohen ve arkadaşları (2003) iki sürekli değişken arasında şu üç örüntüye ilişkin etkileşimin bulunması gerektiğini ifade etmektedirler:

- Artırıcı Etkileşim: Bağımsız değişken ve düzenleyici değişkenin ikisi birlikte çıktı değişkeni üzerinde aynı yönlü ve özellikle birlikte kullanıldığında daha güçlü etkiye sahip olmalıdır.
- Tampon Etkileşim: Düzenleyici değişken bağımsız değişkenin çıktı üzerindeki etkisini zayıflatmalıdır.
- Zıt Etkileşim: Bağımsız değişken ve düzenleyici değişken çıktı üzerinde aynı etkiye sahipken etkileşim oluştuğunda zıt yönlü bir etki yaratmalıdır.

Baron ve Kenny (1986)'ye göre modelin en önemli varsayımı düzenleyici değişkenin bağımlı değişken ve bağımsız/tahmin edici değişken ile korelasyonunun bulunmasının istenmemesidir. Bir diğer varsayım ise düzenleyici değişken ile bağımsız/tahmin edici değişkenin aynı düzeyde bulunmasıdır. Yani birbirleriyle öncül-ardıl ilişkisinin bulunmayacak olmasıdır. Bu varsayım aracı değişken ile düzenleyici değişken arasındaki en önemli fark olarak da ifade edilmektedir.

Değişkenler arası etkileşimleri ve şekillendirici etkiyi ortaya koymak için Aiken ve West (1991)'in yöntemi kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem, şekillendirici ve yordayan değişkene ait puanların merkezlenmesini (değişkenlere ait değerlerin o değişkenin ortalamasından çıkarılması), merkezlenmiş değerlerin çarpımından oluşan yeni bir değişken oluşturulmasını, regresyon analizine ilk aşamada şekillendirici ve yordayan değişkene ait merkezlenmiş değerlerin, sonraki aşamada ise oluşturulan yeni değişkenin dâhil edilmesini içermektedir. Regresyon analizi sonucunda oluşturulan yeni değişkenin içinde olduğu modelin ve bu değişkene ait değerlerin istatistiksel olarak anlamlı olması şekillendirici etkinin olduğunu göstermektedir.

Düzenleyici etki çoklu regresyon modelleri ile belirlenebilmektedir. Şayet kategorik düzenleyici ve bağımsız değişken bulunması durumunda ANOVA'dan da yararlanılabilir (Frazier vd., 2004). Ancak kategorik değişkenler olması durumunda bile Cohen vd., (2003) çoklu regresyonun değişkenlerin kategori kodları ile kodlanması ile kullanılabilirliğinin daha iyi performans gösterdiğine vurgu yapmıştır.

Düzenleyici modeli tercih eden araştırmacıların uygun olması durumunda deneysel tasarımı kullanmaları ve buna göre yeterli istatistiksel güce ulaştırabilecek örneklem miktarını belirlemeleri, düzenleyici modelin etkinliği açısından önemli olacaktır. Kategorik verilerin toplanmasında deneklerin her kategori için hemen hemen eşit olması ve hata varyanslarının homojenliği testi mutlaka yapılmalıdır. Ayrıca kullanılacak sürekli değişkenlerin normal dağılıma uygunluğu da testin gücü açısından önemli olacaktır.

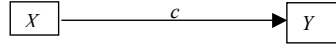
Temel Aracılık Modeli

Aracılık etkisi örgütsel davranış araştırmalarında sıklıkla kullanılan bir yöntemdir (Taylor vd, 2007). Aracılık modelinin 1950'lerde ortaya çıktığı (Preacher ve Hayes, 2008), ancak Judd ve Kenny (1981) ile Baron ve Kenny (1986)'nin yaptıkları çalışmalarla sosyal psikoloji alanında daha çok kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Aracılık analizleri konusunda 80'li yıllardan itibaren yönetime ilişkin çalışmalar yapılmıştır (Baron ve Kenny, 1986; MacKinnon ve Dwyer,1993; MacKinnon vd., 1995; Judd vd., 2001; MacKinnon vd., 2002; Frazier vd., 2004; MacKinnon vd., 2002; Taylor vd., 2007; Fairchild vd., 2009).

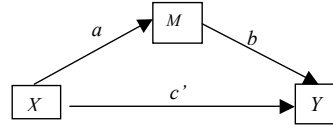
Örgütsel davranış yazınında toplam 5 uluslar arası hakemli derginin³ geçmiş 25 yıllık süreçte hazırlanan makaleleri incelendiğinde aracılık modelinin gelişimine paralel bir kullanım oranının olduğu görülmektedir; buna göre dergilerde yayımlanan toplam makale sayısının %6'lık bir bölümünü aracılık etkisi üzerinedir (Wood vd., 2009). Ayrıca 1983 yılına kadar aracılık etkisi ile ilgili sadece bir çalışma bulunurken, Ocak 2005'ten Ağustos 2005'e kadar geçen yedi aylık süreçte 39 çalışmanın bulunduğu ve yıllara göre aracılık analizleri kullanan çalışmaların artış eğilimi gösterdiği görülmüştür (Wood vd., 2009).

MacKinnon vd (2007) tarafından aracılık, araştırmacının bir değişkenin diğerini etkilemedeki sürecinin açıklanabilmesi için bir yol olarak tanımlanmıştır. Temel aracılık modeli Şekil 3b'dedir.

3 Bahse konu dergiler: Journal of Applied Psychology, Organizational Behavior and Human Decision Processes, Academy of Management Journal, Personnel Psychology, Administrative Science Quarterly



Şekil 3a. Doğrudan Etki Modeli



Şekil 3b. Temel Aracılık Modeli

Temel aracılık modelinin en önemli özelliği modelde aracı değişkenin bir tane olmasıdır. Şekil 3a'da X bağımsız değişkeni ile Y bağımlı değişkeni arasında nedensel bir ilişki süreci gösterilmektedir. X'in Y üzerindeki toplam etkisi c ile gösterilmiştir. Şekil 3b'de ise aracılık etkisi gösteren M değişkeninin bağımsız değişken üzerindeki nedensellik etkisi a ile bağımlı değişken üzerindeki nedensellik etkisi ise b ile gösterilmektedir. X'in Y üzerindeki aracı değişkenin kontrolündeki etkisi ise c' ile gösterilmektedir. Nedensellik analizinde c' nün etkisi X'in Y üzerindeki c ile gösterilen etkisinden farklılaşması ve bu etkinin bir bölümünün aracı değişken tarafından paylaşılması olarak yorumlanmaktadır. Burada X'in Y üzerinde aracı değişkenin de etkisinin alındığı dolaylı etkisi ise a ve b ile gösterilmektedir. Nedensellik analizinde X'in Y üzerinde M aracı değişkenin katkısı ile hesaplanacak dolaylı etki a ve b yollarından elde edilecek katsayılar ile yapılmaktadır. X'in Y üzerindeki toplam etkisi doğrudan ve dolaylı etkilerin toplamına eşit olacaktır. Yani bu durum (1) no.lu eşitlikte görüldüğü şekilde matematiksel olarak ifade edilebilir:

$$c = c' + ab \quad (1)$$

(1) no.lu eşitlikten yola çıkılarak dolaylı etki (2) no.lu eşitlikteki gibi hesaplanabilecektir:

$$ab = c - c' \quad (2)$$

Aracılık modellerinin grafiksel gösteriminden sonra Şekil 2'deki ilişkileri gösteren temel regresyon modelleri de burada ele alınacaktır. Bu modeller:

$$Y = i_1 + cX + e_1 \quad (3)$$

$$Y = i_2 + c'X + bM + e_2 \quad (4)$$

$$M = i_3 + aX + e_3 \quad (5)$$

Bu regresyon modellerinden (3) no.lu eşitlikte gösterilen model bağımlı değişken ile bağımsız değişken

arasındaki ilişkiyi gösteren modeldir. (4) no.lu eşitlikte bulunan model ise aracı değişkenin ve bağımsız değişkenin tahmin edici olarak bulunduğu modeli göstermektedir. (5) numaralı eşitlikte bulunan model ise aracı değişken ile bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi modellemektedir. Bu üç modelin yapısından çıkarsama yapılacak önemli bir konu nedensellik kurgulamasıdır. Buna göre bağımsız değişken bağımlı değişkenin sebebidir. Aynı zamanda aracı değişken ile bağımsız değişken birlikte kullanıldığında da bağımlı değişkenin sebebidir. Burada önemsenmesi gereken önemli konu ise bağımsız değişkenin aracı değişkenin sebebi olması durumudur. Bu üç modeldeki şartın sağlanması daha sonra yürütülecek hipotez testlerinde şansa bağlı sonuçlarla karşılaşılması için önemli olacaktır. Ayrıca ilişkisel yapıda bağımlı değişkenin aracı değişkenin sebebi olması da istenmeyen bir durumdur.

Aracılığın testinde birkaç önemli varsayım bulunmaktadır. Bunlardan birincisi dolaylı etki ile ilgilidir. Dolaylı etki için model eşitlik (4) ve (5)'teki artık değerlerin bağımsız olduğunu ve eşitlik (4)'teki aracı değişken ve artık değerlerin bağımsız olduğunu varsaymaktadır. İkincisi ise dolaylı etkinin normal dağılması gerektirir. Ancak Frazier vd (2004)'ün yaptıkları karşılaştırmalı çalışmada normallik yaklaşımına en önemli eleştirisi istatistiksel gücü azalttığı yönündedir.

Sonuçta temel aracılık modelinde (3) numaralı eşitlikten elde edilen katsayı (4) numaralı eşitlikten elde edilen katsayı ile karşılaştırılarak aracılık analizi sonuçlandırılmaktadır. Aracılık analizinde c yolunun değerinin azalması ve sifıra yaklaşmasıyla birlikte aracılık etkisi olduğu söylenebilmektedir. Bağımsız değişkeninin c' yolundaki değeri sifıra eşit olursa aracı değişkenin baskın olduğu kabul edilmekte, ancak sifıra yakın bir değer alması durumunda ise başka aracı faktörlerin de ele alınması gerektiği üzerinde durulmaktadır (Baron ve Kenny, 1986).

Aracılık Hipotezinin Test Edilmesi

Aracılık hipotezlerinin test edilmesinde en önemli çalışma MacKinnon vd. (2002) tarafından yapılmıştır. MacKinnon vd. (2002) yaptıkları çalışmada 14 yöntemi yürüttükleri simülasyonlarla incelemişler ve elde ettikleri değerleri okuyucularla paylaşmışlardır. Bahsedilen çalışmada 14 yöntem (a) Nedensel Adım Yaklaşımı, (b) Katsayıların Farkı Yaklaşımı ve (c) Katsayıların Çarpımı Yaklaşımı şeklinde 3 grupta sınıflandırılmıştır. Bu çalışmada da yine aynı sınıflandırma yöntemi kullanılacak ancak diğer yöntemler başlığı altında da farklı araştırmacılarca kullanılan yöntemler de ele alındığından 4 grup oluşturularak yöntemler izah edilecektir.

Nedensel Adım Yaklaşımı

Nedensel adım stratejisi aracılık etkisi hipotezinin test edilmesinde en sık kullanılan yöntemdir (Hoyle ve Robinson, 2004). Hoyle ve Robinson (2004) bu yöntemi dizeysel yaklaşım olarak da ifade etmiş ve araştırmacının herhangi bir etkinin örüntüsünü aracılık olarak ifade edebilmesi için bir dizi kritere ihtiyaç duyacağını vurgulamışlardır. Bu kriterler Baron ve Kenny (1986), Kenny vd. (1998), James ve Brett (1984), ve Cohen ve Cohen (1983) tarafından ifade edilmiş olsa da ilk çalışma olması ve teorinin kaynağı olması açısından Judd ve Kenny (1981)'nin yaptıkları çalışmada aracılık etkisinin varlığına işaret eden ve aracılığın kurgulanmasındaki kriterler şu şekilde belirlenmiştir:

Bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmalıdır.

Bağımsız değişken ile aracı değişken olduğu iddia edilen değişken arasında da yine istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcut olmalıdır.

Aracı değişken, bağımlı değişken ile (bağımsız değişken ile birlikte model içerisinde kullanıldığında) istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkiye sahip olmalıdır

Bağımsız değişkenin bulunduğu modelde bağımsız değişkenin katsayısı (mutlak değer olarak), bağımsız değişken ve aracı değişkenin bulunduğu modeldeki bağımsız değişkene ait katsayıdan daha büyük olmalıdır.

Kenny ve arkadaşları (1998) bu adımların sadece son ikisinin gerçekte gerekli olduğunu ifade etmektedirler. Çok sık kullanılmasına rağmen bu stratejinin de sınırlılıkları mevcuttur. Örneğin Holmbeck (2002)

istatistiksel olarak anlamlı c ile anlamsız c' nün birbirinden önemsiz bir mutlak değer ile farklılaşabileceğinin Birinci Tip Hataya yol açabileceğini ifade etmektedir. Birinci Tip Hata'nın istatistiksel karar teorisinde testin gücünü de etkileyeceği bilinen bir durumdur. MacKinnon ve arkadaşlarının (2002; 2004) yaptıkları simülasyon çalışmasında nedensel adım yönteminin I.Tip hataya yol açtığını ve testin gücünün çok düşük olduğunu göstermişlerdir. Preacher ve Hayes (2007) nedensel adım stratejisinin belirtilen sınırlılıkları ile diğer alternatiflerine göre dezavantajlı olduğu ve bu nedenle de kullanılmasını tavsiye etmemektedirler.

Yapılan çalışmalarda bu yöntemle ilgili eksiklikleri ifade eden Wood vd. (2009); özellikle çok değişkenli modellerde değişkenlerin bağımsız olduğunun varsayıldığı, regresyon modelinin anlamlı olup olmadığının ihmal edildiği, aracı ve düzenleyici modellerin birlikte kullanıldığı, katsayılar da çok küçük değişimlerin istatistiksel olarak anlamlılığı bile test edilmeden kısmi aracılık olarak kabul edildiği ve son olarak ta kısmi aracılığın bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan veya dolaylı etkisi olarak yorumlandığı gibi araştırmacıların hatalara düştüğünü ifade etmektedir.

Baron ve Kenny (1986) nedensel adım yaklaşımında, kurgulanan model gizil değişkenleri ihtiva ediyorsa, yapısal eşitlik modellerinin kullanılmasının çoklu doğrusal regresyon yöntemine göre daha iyi bir alternatif olabileceğini vurgulamaktadırlar. MacKinnon (2000) birçok bağımsız değişken ve birden fazla aracı değişkenin kullanıldığı karmaşık modellerde yine yapısal eşitlik modellerinin kullanılmasına işaret etmektedir. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde yapısal eşitlik modelleri içerisinde aracılık modellerinin nasıl kurgulanacağı daha detaylı ele alınacaktır.

Katsayıların Çarpımı Yaklaşımı

Katsayıların çarpımı yaklaşımında Sobel (1982), Godman (1960) ve MacKinnon ve Lockwood (2001)'un yaptıkları çalışmalarda kullandıkları istatistiklere yer verilmiştir.

Sobel (1982) bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin istatistiksel olarak önemli olup olmadığını test etmek için (6) numaralı eşitlikte gösterilen formülün kullanılmasını tavsiye etmektedir.

$$z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 + s_a^2 s_b^2}} \quad (6)$$

Sobel (1982) $s_a^2 s_b^2$ teriminin çok küçük bir değer alabileceği için eşitlikten çıkarılabileceğini ifade etmektedir. (6) numaralı eşitlikte bulunan a , aracı değişken ile bağımsız değişken arasındaki yolu ve s_a ise bu katsayının standart hatasını ifade etmekte, b , aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki yolu ve s_b ise bu katsayının standart hatasını ifade etmektedir. Hesaplama sonucunda elde edilen değer belirlenecek güven düzeyinde standart normal dağılıma uygunluğu açısından incelenmekte ve aracılık değerinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı konusunda karar verilmektedir.

Genellikle yürütülen akademik çalışmalarda nedensel adım yöntemi kullanılmakta ve yöntemin sonucuna göre kısmi veya tam aracılık kararı verilmektedir. Sobel testi bu çalışmalarda rapor edilmemektedir. Ancak bilinmesi gereken önemli konu Sobel testinin aslında adimsal yöntemin son adımının istatistiksel olarak anlamlılığını kontrol ettiğidir (Iacobucci, 2008). Hayes (2009)'e göre Sobel testinin sakıncalı olarak görülen yönü ise dolaylı etkinin normal olacağı varsayımdır. Buna karşın yazarlar yaptıkları çalışmada $a \times b$ dağılımının asimetrik olduğunu göstermişlerdir.

Goodman (1960) yönteminde (7) numaralı eşitlikte bulunan formül hesaplanarak test icra edilmektedir.

$$z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2 - s_a^2 s_b^2}} \quad (7)$$

Değişkenlerdeki terimler Sobel (1982)'in testindeki ifadelerle aynı anlama gelmektedir. Bu açıdan burada terimlerin izahatı yeniden yapılmamıştır.

Aracılık etkisinin tahmin edilmesinde kullanılan bir diğer istatistik ise MacKinnon ve Lckwood (2001)'un önerdiği ve (8) numaralı eşitlikte gösterilen formüldür.

$$z = \frac{ab}{\sqrt{b^2 s_a^2 + a^2 s_b^2}} \quad (8)$$

MacKinnon vd (2002)'nin yaptıkları çalışmada bahsedilen üç yöntemin de iyi simülasyon sonuçları verdiği ve simülasyon performansı en iyi olan testin Sobel testi olduğunu göstermişlerdir. Ancak Sobel testinin de küçük örneklerde yüksek standart hata ürettiği de dikkat edilmesi gereken bir konu olarak vurgulanmaktadır.

Katsayılar Arasındaki Farkın Testi Yaklaşımı

Katsayılar arasındaki farkın test edilmesinde Freedman ve Schatzkin(1992) ve Clogg vd (1992)'nin kullanılmasını önerdiği istatistiklerden bahsedilecektir.

Freedman ve Schatzkin (1992) önerdiği yöntemi ikili (binary) sağlık ölçümleri için bir yöntem olarak geliştirmişlerdir. Bu yöntem ile ($H_0: c - c' = 0$) başlangıç hipotezi test edilmektedir. Freedman ve Schatzkin (1992) c ile c' arasındaki korelasyonu elde ederek, uyarlanmış ve uyarlanmamış regresyon katsayılarının varyans ve kovaryansları üzerindeki standart hatanın kullanıldığı bir eşitlik elde etmişlerdir. Eşitlik (9)'de bu formül gösterilmiştir (MacKinnon vd, 2002).

$$t_{N-2} = \frac{c - c'}{\sqrt{\sigma_c^2 + \sigma_{c'}^2 - 2\sigma_c \sigma_{c'} \sqrt{1 - \rho_{xm}^2}}} \quad (9)$$

(9) numaralı eşitlikte ρ_{xm} ile ifade edilen değer aracı değişken ile bağımsız değişken arasındaki korelasyonu göstermektedir. Elde edilen değer t tablo değeri ile karşılaştırılarak katsayılar arasındaki farkın istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığına karar verilmektedir.

Clogg vd (1992) ise önerdikleri yöntemle yine t dağılımına uygun bir istatistik önermektedirler. Önerilen istatistiğin hesaplanması için gereken formül (10) numaralı eşitlikte.

$$t_{N-3} = \frac{c - c'}{|\rho_{ab}| \sigma_{c'}} \quad (10)$$

Buna göre Freedman ve Schatzkin'in istatistiğinde olduğu gibi katsayılar arasında fark yoktur hipotezinden yola çıkılarak test yürütülmektedir. Freedman ve Schatzkin ile Clogg vd'nin eşitlik (9) ve (10)'de önerdikleri istatistikler yine MacKinnon vd(2002)'nin yaptıkları analizlerde kabul edilebilir bir I.Tip hataya ve hemen hemen tüm örneklem miktarları için ise en yüksek güce sahip olduğu gözlenmiştir.

R^2 Etki Analizi Yöntemi

Determinant katsayısının etkisinin aracı modellerde kullanılması ile Fairchild vd (2009) diğer yöntemlere göre daha güçlü bir test yöntemi elde ettiklerini vurgulamışlardır. Çünkü R^2 'nin kullanımı ile değişkenlerin katsayısının test edilmesinin ötesinde aracı modelin bir bütün olarak ele alınabileceğini iddia

etmektedirler. Aracı değişkene ilişkin modelin determinant katsayısının (R_{MED}^2) ise şu şekilde bulunabileceği ifade edilmektedir:

$$r_{MY}^2 = R_{MED}^2 + r_{MY.X}^2 \quad (11)$$

$$R_{Y.XM}^2 = r_{XY.M}^2 + R_{MED}^2 + r_{MY.X}^2 \quad (12)$$

$$r_{XY}^2 = R_{MED}^2 + r_{XY.M}^2 \quad (13)$$

(11), (12) ve (13) numaralı eşitliklerde kullanılan terimlerden R_{MED}^2 Y'nin aracılık etkisi tarafından açıklanan varyansın oranı olarak ifade edilmektedir. Fairchild vd (2009) yaptıkları çalışmada değişik örneklem büyüklükleri (N=50, N=100, N=200, N=300, N=500 ve N=1000) için simülasyon uygulaması yürütmüş ve sonuçta $N \geq 100$ için aracılık analizinde kabul edilebilir bir ölçme yöntemi olarak önerilen tekniğin kullanılabilirliği ifade edilmiştir. Önerilen yöntemin sınırlılığı olarak ta aracılık modelinin doğru bir şekilde tanımlanmış olması gerektiğini öne sürmüşlerdir. Zira doğru tanımlanmamış aracılık modelinde R_{MED}^2 'in ne tür bir etki yaratabileceği konusu açık değildir.

Bootstrap Metodu

Bootstrap metodu; standart sapma, güven aralığı gibi istatistiklerde ve parametrik olmayan tahminleme problemlerinde kullanılan yeniden örnekleme için kullanılan basit ve güvenilir bir methoddur (Efron, 1981). Herhangi bir $S(x)$ istatistiğini hesaplamak üzere, N adet gözlemden oluşan veri setini $x = (x_1, x_2, x_3, x_4 \dots x_N)$ olarak ele alalım. Bu orijinal veri setinde gözlemlerin yer değiştirilerek, 1/N kadar olasılıkla bootstrap örnek veri seti $x_i^* = (x_1, x_2, x_3, \dots, x_N)$ elde edilmektedir (Efron and Tibshirani, 1993). Bu işlem istenildiği kadar yinelenerek birbirinden farklı B adet bootstrap gözlem seti oluşturulmaktadır. İlgili istatistik bu yeni veri setleri kullanılarak hesaplanmaktadır.

DeneySEL çalışmalarda bootstrap analizlerinin kitle parametresine ilişkin güven aralığının hesaplanmasında faydalı olduğu görülmüştür (Mallinckrodt vd, 2006). Shrout ve Bolger (2002)'e göre bootstrap süreci aracılık etkisi incelenirken şu adımlar takip edilerek yapılmalıdır:

- Yerine koyma yöntemi ile N durumlu kitleden bootstrap örneklemi yaratılır,
- a, b ve a x b her bootstrap örnekleme için hesaplanır ve dosya kaydedilir,
- 1 ve 2'nci adımlar J kez tekrarlanır,
- J tahminlerinin dağılımı incelenerek şayet $\alpha=0.5$ ise 2.5 ve 97.5'lik yüzdelik dilimde bulunan a x b değerleri belirlenir.

Shrout ve Bolger (2002) bu süreci yürüterek yaptıkları simülasyon çalışmasında J=500 ve J=1000 bootstrap örnekleme için elde edilen sonuçların birbirlerine çok benzer olduğunu görmüşlerdir. Mallinckrodt vd (2006) bilgisayar teknolojilerinin gelişmesi sonucunda analiz sürecinin daha etkin ve hızlı yapılabilirliğinden yola çıkarak bootstrap örnekleminin 1000'den az olmaması koşulunun daha rasyonel bir fikir olacağı görüşündedirler.

Yapılacak bu çalışma ile Baron ve Kenny (1986)'nin önerdiği nedensel adım yaklaşımı ve a x b'nin normallik teorisi sonucunda istatistikî güç problemi Shrout ve Bolger (2002)'in önerdiği yöntem sayesinde aşılabilecektir. Ayrıca Cheung ve Lau (2008)'nin yaptıkları çalışmada MacKinnon vd (2002)'nin yaptıkları simülasyon çalışmasını daha da genişletmiş ve Yapısal Eşitlik Modeli ile birlikte bootstrap yönteminin kullanılmasının daha iyi sonuçlar verdiğini görmüşlerdir. Hayes (2009)'de bootstrap yöntemi ve deneysel M-testinin Sobel testine göre daha iyi sonuçlar vereceğine işaret etmektedir.

Özellikle küçük örneklerde yapılan aracılık analizlerinde klasik yöntemlerin aracılık etkisini tespit edemediği gözlenmiştir. Örneğin Mallinckrodt vd (2006)'nin yaptıkları çalışmada 60 durumlu bir örnek seti üzerinde uygulanan aracılık analizlerinde klasik yöntemle istatistiksel olarak anlamlı bir aracılık etkisi gözlenemezken bootstrap yöntemi ile bu etki tespit edilebilmiştir. Tabii ki tek bir çalışma dikkate alınarak genelleme yapılması bilimsel süreçte mantıklı olmasa da bundan sonraki çalışmalarda da bu konunun ele alınması bu konuyu açıklığa kavuşturabilecektir.

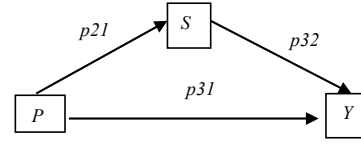
AMOS programı otomatik olarak bootstrap örneklemelerini oluşturduğu için araştırmacılara önemli kolaylık sağlamaktadır. AMOS paket programında bootstrap yöntemi şu adımlarla yürütülmektedir:

- Modelin Oluşturulması
- *View/Set* menüsünün altında bulunan *Analysis Properties* alt menüsünden *bootstrap* opsiyonunun seçilmesi
- 1000 bootstrap örnekleme oluşturulmasının istenmesi ve güven düzeyinin %95 olarak değiştirilmesi,
- *Bias-corrected* ve *percentile* seçeneklerinin işaretlenmesi,
- *Output* alt menüsünden dolayı, doğrudan ve toplam etkinin⁴ bootstrap tahminlerinin istenmesi.

Temel Baskıcı Etki⁵ Modeli

Baskıcı etki ile ilgili söylemler ilk olarak Horst (1941)'un II.Dünya Savaşında pilot seçimi ile ilgili olarak teknik yeteneklerin yanı sıra sözel kabiliyetlerin ele alınması sonrasında elde edilen tahmin modelinde ortaya çıkmıştır. Oluşturulan eşitlikte sözel kabiliyetler eşitliğe dâhil edildiğinde negatif bir katsayıya sahip olduğu gözlenmiştir. Bu durum Horst tarafından sözel kabiliyetler değişkeninin baskıcı etkisi olarak yorumlanmıştır.

Maassen ve Bakker (2001)'a göre baskıcı etki ile ilgili en iyi tanımlamanın, yazında farklı yorumlar⁶ olsa da, Conger (1974)'ün yaptığı tanımlama olduğudur. Conger (1974)'a göre baskıcı değişken; regresyon eşitliğine dâhil edildiğinde diğer değişken/değişkenlerin tahmin geçerliliğini artıran bir değişkendir. Regresyon yükleri artan değişkenler için bu değişken baskıcı değişken olarak söylenebilir. Temel baskıcı modelin açıklanmasında Şekil-4'teki modelden yararlanılacaktır.



Şekil 4. Temel Baskıcı Model

Conger (1974) Şekil 4'teki ilişki modelinden yararlanarak bu durumu test etmek için şu eşitliklerin kullanılmasını önermektedir:

$$\begin{aligned} r_{12} &= p_{21} \\ r_{13} &= p_{31} + p_{32}p_{21} \\ r_{23} &= p_{32} + p_{31}p_{21} \end{aligned} \quad (14)$$

Korelasyon katsayıları bu şekilde belirlendikten sonra Conger (1974)'e göre $p_{32} > r_{23} > 0$ durumu oluşmaktadır. Bu durum sonucunda $r_{23} - r_{13}r_{12} > r_{23}(1 - r_{12}^2)$ eşitliği elde edilir. Sonuçta (15) numaralı eşitliğe ulaşırlar.

$$r_{13}r_{12} < r_{23}r_{12}^2 \quad (15)$$

(14) ve (15) numaralı eşitliklerden yararlanılarak p_{31} ve p_{21} değerlerinin farklı kombinasyonları bu sayede analiz edilebilir. Şayet p_{31} ve p_{21} 'den herhangi biri 0'a eşit olursa baskıcı etkiden bahsedilemez. Buna ilaveten p_{31} ve p_{21} aynı işarete asla sahip olamaz. Bu varsayımınla birlikte $p_{32} < r_{23}$ olur ki bu durumda sadece iki olasılık olabileceğine işaret eder. Bunlar:

- Birinci olasılık $p_{32} > 0, p_{31} < 0$ ve $p_{21} > 0$ olma durumudur. Bu durumda negatif baskıcı etkiden bahsedilebilir. Negatif baskıcı etkinin değerlendirilmesinde (16) numaralı eşitlikten yararlanılabilir. ($r_{12} > 0$ olduğu varsayımı altında)

$$r_{12} > \frac{r_{13}}{r_{23}} \quad (16)$$

Bu eşitliğin sağlanması ile şayet $p_{31} < -r_{13}$ oluşursa Şekil 4'teki P değişkeninin de baskıcı etkiye sahip olduğu söylenebilir. Böylece P ve S değişkenlerinin ikisi de baskıcı değişkenlerdir. Bu koşullar altında

4 Bootstrap yöntemi sonucu elde edilecek bu değerler aslında 1000 örneklemeden elde edilecek sonuçların ortalamasıdır. Yani diğer bir deyişle ortalamaların ortalaması burada çıktı ekranında gösterilecektir.

5 Baskıcı Etki bu çalışmada orijinali "suppression effect" olan kavram yerine kullanılmıştır.

6 Baskıcı etkinin tanımı ile ilgili olarak detaylı bilgiye Maassen ve Bakker (2001)'in makalesinden ulaşılabilir.

$r_{13} = 0$ olduğu durumda ise klasik baskıcı etki diye adlandırılan durum oluşmaktadır.

- İkinci olasılıkta ise $p_{32} > 0, p_{31} < 0$ ve $p_{21} < 0$ durumu oluşur. Bu durum da karşılıklı baskıcı etki⁷ olarak adlandırılmaktadır. Şekil 4'te gösterilen P ve S değişkenleri arasındaki korelasyon taklitçi ilişki sonucunda negatif bir etki sonucu doğurabilir. Bu durum (17) numaralı eşitlikle karakterize edilebilir:

$$r_{13} > 0, r_{23} > 0 \quad \text{ve} \quad r_{21} < 0 \quad (17)$$

Buna ilaveten (14) numaralı eşitlikte bulunan $p_{31} > r_{13}$ olduğunda P değişkeninin de baskılandığı söylenebilir. Ayrıca şayet $r_{13} = 0$ olur ise yine klasik baskıcı etkinin oluştuğu gözükmemektedir.

Türkçe Yazında Aracılık Modellerinin Kullanıldığı Çalışmalar

Türkçe yazında yayınlanan araştırma makaleleri ve tezler incelendiğinde aracılık modellerinin sıklıkla kullanılmadığı gözlenmektedir. Google, Google Akademik, ULAKBİM veri tabanları ve YÖK tez merkezi "aracılık etkisi", "mediation effect", "aracılık" ve "mediation" anahtar kelimeleri kullanılarak taranmış ve toplam 31 çalışmaya ulaşılmıştır. İncelenen 31 çalışma Tablo-1'de gösterilmiştir.

Buna göre, 2007'de iki, 2008'de iki, 2009'da yedi, 2010'da 10 ve 2011'de 10 adet araştırma yapıldığı görülmüştür. 2011 yılında yayımlanacak makalelerle birlikte bu sayısının artacağı değerlendirilmektedir. Mevcut çalışmalar incelendiğinde; %67,7'sinin üç aşamalı regresyon analiz yöntemini, %32,3'ünün ise yapısal eşitlik modellerini kullandığı görülmektedir. Genelde Baron ve Kenny (1986)'nin nedensel adım yaklaşımını (%61.29) araştırmacıların kullandığı ve yine araştırmacıların %19.35'inin aracılık etkisinin istatistiksel olarak anlamlılığının test edildiği Sobel testini kullandıkları gözlenmiştir. Yapısal eşitlik modelini kullanan araştırmacılar nedensel adım yaklaşımını kullanarak aracılık modellerini çalışsalar da modelin istatistiksel olarak anlamlılığını test etmek

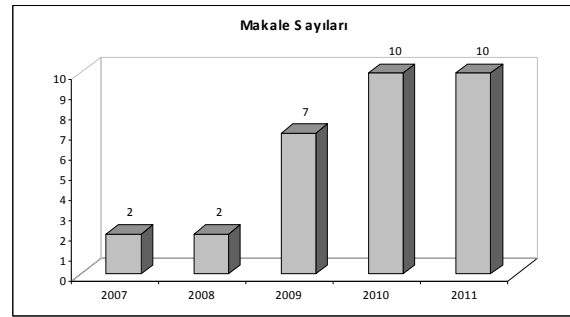
7 Karşılıklı Baskıcı Etki literatürde "reciprocal suppression" terimi yerine kullanılmaktadır.

için herhangi bir yöntem kullanmamıştır. Üç aşamalı regresyon analizi kullanan araştırmacıların %28.57'si Sobel testinden yararlanmışlardır.

Tablo 1. İncelenen Araştırmalar

Yayın Yılı	Yazarlar
2007	Çakır ve Çakır; Özdevecioğlu ve Aktaş
2008	Karakuş; Tolay Sabuncuoğlu
2009	Armutlu C. ve Üner M.M.; Coşkun H.; Usta; Usta ve Memiş; Kaça vd.; Kaşlı; Kocayörük ve Şimşek
2010	Çankaya İ.H.; Turunç ve Çelik; Arı vd.; Turunç; Çankaya ve Ekinci; Gürbüz vd.; Akın; Çetin ve Fıkrıkoca; Tabak vd.; Turunç ve Çelik (b)
2011	Yıldız; Özbek; Bolat; Büte; Çetin vd.; Erkuş vd.; Polat ve Meydan; Şeşen; Turunç; Yürür ve Keser

İncelenen 31 çalışmanın yıllara göre dağılımı ise Şekil-5'te gösterilmiştir.



Şekil 5. Aracılık Modeli Kullanan Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Başlangıç yılı itibarıyla değerlendirildiğinde; yurt dışında kullanılmaya başlayan yöntemin Türkiye'deki araştırmacılarca 2007 yılından itibaren ilgi gösterilmeye başlanması doğal olarak beraberinde yöntem konusunda farklı uygulamaları da beraberinde getirmektedir. Bu çalışmanın yapılmasının bir amacı da yeni uygulanmaya başlanan bu yöntemle ilişkin bilgi derinliğinin sistematik bir şekilde dönüştürülmesi suretiyle bundan sonra yapılacak çalışmalarda yöntemin güncel halinin araştırmacılar tarafından kullanılmasını sağlamaktır. Ancak Şekil-5'te görülebileceği gibi 2007'den itibaren bu yöntemle ilişkin artan bir ilginin olduğu görülebilir.

Tartışma ve Sonuç

Yapılan yazın araştırması sonucunda aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etki ile ilgili olarak özellikle davranışların ölçümü ve nedensellik modellerinin kurgulandığı araştırmalarda bu kavramların yoğun olarak kullanıldığı gözlenmektedir. Yapısal olarak

aracılık ve baskıcı etki benzeşse de örgütsel ve psikoloji araştırmalarında baskıcı etkinin sık kullanılmadığı gözlenmektedir (Cheung ve Lau, 2007). Buna karşın baskıcı etkinin çalışılması teori geliştirmeye katkı sağlayabilecek bir özellik taşımaktadır. Cheung ve Lau (2008)'in yaptıkları simülasyon çalışmalarında da gösterdikleri gibi hiyerarşik regresyon analizleri kullanılarak yürütülen aracılık ve baskıcı etki araştırmaları etkili sonuçlar vermemektedir. Ancak kullanım kolaylığı nedeniyle özellikle Türk araştırmacılar tarafından sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

Ayrıca burada önemsenmesi gereken durumlardan bir tanesi de normallik varsayımdır. Normallik varsayımı değişken bazlı incelenmesi gerektiği gibi çok değişkenli olarak da incelenmelidir. Zira Hair ve arkadaşları (1998) çok değişkenli bir modelde tüm değişkenlerin çok değişkenli normallik sergilemesinin tek değişkenli normallığı sağlayabileceğini ifade ederken, bunun tersinin doğru olamayacağından bahsetmektedir. Yapılan araştırmalarda çok değişkenli normallik varsayımının sağlanması zor olmakla birlikte bazı matematiksel dönüşümler kullanılarak bu durum veri manipülasyonu yardımıyla düzeltilebilir.

Yapısal eşitlik modellerinin aslında bu konuda önemli bir katkısı da ortaya çıkmaktadır. Çünkü yapısal eşitlik modellerinin katsayı türetmede doğrusal olmayan algoritması bu dezavantajlı durumu avantaja dönüştürebilir. Ayrıca bootstrap tekniğinin kullanılmasıyla simülasyon ortamında farklı alt örneklem kullanıldığından elde edilen çözüm ana örneklem için genellenebilecektir.

Aracılık, düzenleyicilik ve baskıcı etki modellerini analizlerinde kullanacak araştırmacılar öncelikle teorik kurgulamaya önem vermelidir. Zira bu bölüme kadar birçok istatistiksel testten bahsedilse de konunun temelinde teorik yapının doğru kurgulanmış olması yatmaktadır. Teorik olarak doğru kurgulanmış bir modelin test edilmesi bahsedilen yöntemler sayesinde daha da etkili bir şekilde yorumlanabilir ve yapılan araştırma, tartışmaya mahal bırakmayacak şekilde yapılan çalışmayı güçlü kılacaktır.

Aracılık analizleri yapacak araştırmacıların bu genel öneriye ilaveten şu özel konular üzerinde de hassasiyetle durmasının yapacakları araştırmaları yöntem boyutu ile daha iyi hale getirecektir:

Araştırmacılar aracılık modelini şayet gizil değişkenlerle birlikte kurgulamışlarsa bu durumda mutlaka yapısal eşitlik modellerini kullanmalıdırlar. Yapısal eşitlik modellerini kullanırken de bootstrap yöntemini uygulamaları etki analizinde örneklem küçüğü olsa da daha iyi sonuç verecektir.

Şayet hiyerarşik regresyon kullanılacaksa bu durumda etkileşimin istatistiksel olarak anlamlılığının testinde bu makalede bulunan sınırlılıkları da dikkate almak kaydıyla Sobel (1982) testini kullanmalıdırlar. Uygulayacakları testin seçiminde MacKinnon ve arkadaşları (2002)'nin çalışmasına da başvurulmasında fayda olacaktır.

Araştırmacılar aracılık analizlerinin bir nedensellik çalışması (Stone-Romero ve Rosopa, 2004) olduğunu mutlaka hatırlarında tutarak modellerini buna uygun bir şekilde modellemelidirler.

Araştırmacılar mutlaka uyguladıkları son testleri çalışmalarında rapor etmelidirler.

Ayrıca, incelenen modellerin karma olarak kullanıldığı da yapılan araştırmalarda gözlenmektedir. Baron ve Kenny (1986)'nin yaptıkları çalışmada da özellikle aracı ve düzenleyici modeller arasındaki farkı keskinleştirmek istemelerinin bir sebebinin de bu olduğu söylenebilir. Örneğin Muller ve arkadaşları (2005) düzenleyici aracı ve aracı düzenleyici modeller olabileceğini vurgulamaktadırlar. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda daha gelişmiş hipotezlerin bu yöntemlerle kurgulanmasının sosyal bilimler araştırmacılarına önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Aiken, L.S. ve S.G. West (1991).** *Multiple Regression: Testing and Interpreting Interactions*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Akın M. (2010).** Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 29: 211–238.

- Arı G.S., Bal H. ve Bal E.Ç. (2010).** İşe Bağlılığın Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisindeki Aracılık Etkisi: Yatırım Uzmanları Üzerinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 15(3): 143–166.
- Armutlu C. ve Üner M.M. (2009).** Benlik İmajı Uyum, Tüketici Tatmini ve Marka Sadakati İlişkisi Üzerine Görgül Bir Araştırma. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 11 (3): 1 – 26
- Baron, R. M., ve Kenny, D. A. (1986).** The Moderator–Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51: 1173–1182.
- Bauer D.J., Preacher K.J. ve Gil K.M. (2006).** Conceptualizing and Testing Random Indirect Effects and Moderated Mediation in Multilevel Models: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods* 11(2): 142–163.
- Bolat O.İ. (2011).** Öz Yeterlilik ve Tükenmişlik İlişkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2): 255 – 266.
- Büte M. (2011).** Nepotizm ve İş Tatmini İlişkisinde İş Stresinin Aracı Rolü Var mıdır? *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 29: 175–184.
- Cheung G.W. ve Lau R.S. (2008).** Testing Mediation and Suppression Effects of Latent Variables: Bootstrapping With Structural Equation Models. *Organizational Research Methods*, 11(2): 296–325. doi: 10.1177/1094428107300343.
- Clogg CC, Petkova E, Shihadeh ES. (1992).** Statistical Methods for Analyzing Collapsibility in Regression Models. *Journal of Educational Statistics* 17(1): 51–74.
- Cohen J., Cohen P., West S. G. ve Aiken L.S. (2003).** *Applied Multiple Regression/Correlation Analysis for the Behavioral Sciences (3rd Edition)* Mahwah, NJ:Erlbaum.
- Coşkun H. (2009).** Beyin Fırtınası Sürecinde Çağrışım Alıştırmalarının Düşünce Üretimine Etkisi. *Türk Psikoloji Dergisi*. 24 (64): 34–44.
- Çakır V. ve Çakır V. (2007).** Televizyon Reklamlarının Algılanan Değeri ve Reklam Tutumu İlişkisi: Bir Yapısal Eşitlik Modeli. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 30: 37–59.
- Çankaya İ.H. (2010).** İlköğretim Okul Yöneticilerinin Demokrasiye İlişkin Tutumlarını Etkileyen Bazı Etkenler Üzerine Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (<http://sbe.gantep.edu.tr>), 10(2): 945 -960.
- Çankaya İ.H. ve Ekinci A. (2010).** Öğretmen Adaylarının Görüşleri Açısından Sosyal Odaklılığın Takım Çalışması Aracılığı İle Yaşam Doyumuna Etkisi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 10(20): 83 – 99.
- Çetin F., Basım H.N., Karataş M. (2011).** Çalışanların Problem Çözme Becerilerinde Örgütsel Adalet Algısı ve İş Tatmininin Rolü. *Celal Bayar Üniversitesi İİBF Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 18(1): 71–85
- Çetin F. ve Fıkrkoca A. (2010).** Rol Ötesi Olumlu Davranışlar Kişisel ve Tutumsal Faktörlerle Öngörülebilir mi? *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 65(4): 41–66.
- Efron, B. (1979).** Bootstrap Methods: Another Look at the Jackknife. *Ann. Statist.* 7(1): 1-26.
- Efron, B and Tibshirani, R. (1993).** *Statistical Science* 1(1): 54-75.
- Erkuş A., Turunç Ö. ve Yücel R. (2011).** Örgütsel Adalet ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerde İçsel ve Dışsal İş Tatmininin Aracılık Rolü: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Eskişehir Osman-gazi Üniversitesi İİBF Dergisi* 6(1): 245-270.
- Fairchild A J, D P MacKinnon, M P Taborga, and A B Taylor.(2009).** *r2 Effect-Size Measures For Mediation Analysis. Behavior Research Methods*, 41: 486–498.
- Frazier P.A., Barron K.E., ve Tix A.P. (2004).** *Testing Moderator and Mediator Effects in Counseling Psychology Research. Journal of Counselling Psychology*, 51(1): 115–134.
- Freedman LS, Schatzkin A. (1992).** Sample Size for Studying Intermediate Endpoints within Intervention Trials of Observational Studies. *American Journal of Epidemiology* 136:1148–1159.

- Goodman LA. (1960).** On the Exact Variance of Products. *Journal of the American Statistical Association* 55: 708–713.
- Gürbüz S., Bekmezci M. ve Mert İ.S. (2010).** Örgütsel Faktörlerin İç Girişimciliğe Etkisi: İş Tatmini Aracı Değişken mi?. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi* 2(2).
- Hair Joseph, B. Black, B. Babin, R.E. Anderson and R.L. Tahtam (1998).** *Multivariate Data Analysis*. Prentice Hall. New Jersey. Fifth Edition.
- Hayes A.F. (2009).** *Beyond Baron and Kenny: Statistical Mediation Analysis in the New Millenium*. *Communication Monographs* 76(4): 408–420. DOI:10.1080/03637750903310360.
- Holmbeck, G. N. (2002).** *Post-hoc Probing of Significant Moderational and Mediatonal Effects in Studies of Pediatric Populations*. *Journal of Pediatric Psychology* 29 (1): 87– 96.
- Horst P. (1941).** The Prediction of Personnel Adjustment. *Social Science Research Council Bulletin* 48.
- Hoyle, R. H. ve Robinson, J. C. (2004).** Mediated and Moderated Effects in Social Psychological Research: Measurement, Design and Analysis Issues. in Sansione, C., Morf, C. C. ve Panter, A. T. (Eds.) *The Sage handbook of methods in social psychology*. Thousand Oaks ; London, SAGE Publications.
- Iacobucci D. (2008).** *Mediation Analysis* Sage Publications Series:Quantitative Applications in The Social Sciences. ISBN:978-1-4129-2569-3.
- James L.R., Mulaik S.A. ve Brett J.M. (2006).** A Tale of Two Methods. *Organizational Research Methods* 9: 233–244. DOI:10.1177/1094428105285544.
- Judd, C. M., ve Kenny, D. A. (1981).** Process Analysis: Estimating Mediation in Treatment Evaluations. *Evaluation Review* 5: 602–619.
- Kaç G., Amado S., Kıkıcı İ., Cilasin S., Dağ E., Leylek İ. ve Şahin Ö. (2009).** Organ Bağışına Yönelik Tutumların Planlı Davranış Kuramı Çerçevesinde İncelenmesi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 24 (64): 78–91.
- Karakuş M. (2008).** *İlköğretim Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Duygusal Zekâ Yeterliklerinin, Öğretmenlerin Duygusal Adanmışlık, Örgütsel Vatanlaşlık ve İş Doyumu Düzeylerine Etkisi*. Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı.
- Kaşlı M. (2009).** *Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Kişilik Özellikleri, Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisinin İncelenmesi*. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı.
- Kenny, D. A., Kashy, D. A., ve Bolger, N. (1998).** Data analysis in social psychology. In D. Gilbert, S. T. Fiske, & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social psychology* (4th ed., Vol.1: 223–265). New York: McGraw-Hill.
- Kocayörük, E. ve Şimşek, F.Ö. (2009).** *Ergenlerde Anne-Baba Bağlanması ile İyi Oluş İlişkisinde Benlik Saygısının Aracılık Etkisi*, I. Uluslararası Eğitim Araştırmaları Birliği Kongresi, 1-3 Mayıs, Çanakkale: Türkiye.
- Maassen G.H. ve Bakker A.B. (2001).** Suppressor Variables in Path Models Definitions and Interpretations. *Sociological Methods&Research* 30(2): 241–270.
- MacKinnon, D. P., ve Dwyer, J. H. (1993).** Estimating Mediated Effects in Prevention Studies. *Evaluation Review* 17: 144–158.
- MacKinnon David P., Ghulam Warsi, ve James H. Dwyer (1995).** A Simulation Study of Mediated Effect Measures. *Multivariate Behav. Res.*, 30(1): 41. doi: 10.1207/s15327906mbr3001_3.
- MacKinnon D.P. (2000).** Contrasts in Multiple Mediator Models In J.S.Rose, L.Chassin, C.C.Presson ve S.J.Sherman (Eds.) *Multivariate Applications in Substance Use Research:New Methods for New Questions*. Mahwah,NJ, Erlbaum: 141-160.
- MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. G., and Sheets, V. (2002).** A Comparison of Methods to Test Mediation and Other Intervening Variable Effects. *Psychological Methods* 7: 83–104.
- MacKinnon, D. P., Fairchild, A. J., and Fritz, M. S. (2007).** Mediation analysis. *Annual Review of Psychology* 58: 593–614.
- Mallinckrodt B. Abraham T.W., Wei M. ve Russell D.W. (2006).** Advances in Testing the Statistical Significance of Mediation Effects. *Journal of Counseling Psychology* 53(3): 372–378. DOI:10.1037/0022-0167.53.372.

- McClelland G.H. ve Judd C.M. (1993).** Statistical Difficulties of Detecting Interactions and Moderator Effects. *Psychological Bulletin* 114(2): 376-390.
- Muller D. Judd J.M. ve Yzerbyt V.Y. (2005).** When Moderation is Mediated and Mediation is Moderated. *Journal of Personality and Social Psychology* 89: 852-863.
- Özbek M.F. (2011).** Örgüt İçerisindeki Güven ve İşe Yabancılaşma İlişkisinde Örgüte Uyum Sağlamanın Aracı Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 16(1): 231-248.
- Özdevecioğlu M. ve Aktaş A. (2007).** Kariyer Bağlılığı, Meslek Bağlılık Ve Örgütsel Bağlılığın Yasam Tatmin Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 28: 1-20.
- Polat M. ve Meydan C.H. (2011).** Örgüt Kültürü Bağlamında Güç Eğilimi ve Örgütsel Bağlılık İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 25(1): 153-170.
- Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2008).** Contemporary Approaches to Assessing Mediation in Communication Research in A. F. Hayes, M. D. Slater, & L. B. Snyder (Eds.), *The Sage Sourcebook Of Advanced Data Analysis Methods For Communication Research* (pp. 13-54). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shrout P.E. Bolger N. (2002).** Mediation in Experimental and Non-Experimental Studies: New Procedures and Recommendations. *Psychological Methods* 7: 422-445.
- Stone-Romero E.F. ve Rosopa P. (2004).** Inference Problems with Hierarchical Multiple Regression Based Tests of Mediating Effects in J.Martocchio (Ed.) *Research in Personnel and Human Research Management*. Vol.23, Elsevier, 249-290.
- Şeşen H. (2011).** Örgütte Kuralcılık ve Hiyerarşi Eğiliminin Liderden Duyulan Tatmine Etkisinde Adalet Algısının Aracılık Rolü. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 20(1): 105-120.
- Tabak A., Erkuş A., Meydan C.H. (2010).** Denetim Odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe Tolerans ve Risk Almanın Aracılık Etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 10(1): 159-176.
- Taylor A.B., MacKinnon D.P., ve Tein J.Y. (2007).** Tests of Three-Path Mediated Effect. *Organizational Research*, DOI:10.1177/1094428107300344.
- Tolay Sabuncuoğlu E. (2008).** Rol Çatışmasının ve Rol Belirsizliğinin Tükenmişlik ve İş Doyumu Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 23(1): 35-49.
- Turunç Ö. ve Çelik M. (2010).** Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi. *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. YÖNETİM VE EKONOMİ*, 17(2): 183-206.
- Turunç Ö. ve Çelik M. (2010b).** Algılanan Örgütsel Desteğin Çalışanların İş-Aile, Aile-İş Çatışması, Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 14 (1): 209-232.
- Turunç Ö. (2010).** Organizasyonlarda Kontrol Algularının Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 11 (1): 251-269.
- Turunç Ö. (2011).** Örgütsel Adaletin Çalışanların Örgütsel Özdeşleşme Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi* 13(1): 143-166.
- Usta R. (2009).** İçsel Pazarlama ve Hizmet Kalitesi Arasındaki İlişki Üzerinde Örgütsel Bağlılık Ve İş Tatmininin Aracılık Etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* Sayı: 34: 241-263.
- Usta R. ve Memiş S. (2009).** Hizmet Kalitesi ve Marka Bağlılığı Arasındaki İlişki Üzerine Müşteri Tatmininin Aracılık Etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* 23(4): 87-108.
- Yıldız Y. (2011).** Futbol Takımlarında Tüketici Tatmini ve Marka Güveninin Marka Sadakati ile İlişkisinin Araştırılması: Bir Yapısal Eşitlik Modeli Uygulaması. *Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi* 13 (1): 31-38.
- Yürür S. ve Keser A. (2011).** İşe Bağlı Gerginlik İle İş Tatmini İlişkisinde Duygusal Tükenmenin Aracı Rolü. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi* 65-4:165-194.

Yönetimsel ve Örgütsel Açıdan Retorik*

Rhetoric in the Context of Management and Organization

Dr. Uğur Keskin - Yrd. Doç. Dr. Köksal Büyük - Yrd. Doç. Dr. Umut Koç

Öz

Yönetim ve organizasyon alanında söz ve sözün gücüne dair yapılan çalışmalar müzakere, sorun çözme ve sunum yapma çerçevesi içindeki teknikler bütünüdür. Yönetim bilimleri açısından ele alındığında “söz”, içi boş bir ses dizini olarak algılanmaktan öteye geçip, işlevsel bir nitelik kazanmaktadır. Yönetim fonksiyonlarının tamamında “anlamak, anlamak ve anlatmak” söz konusudur. Bireysel açıdan ele alındığında, etkili iletişimde önemli bir rol oynayan retorik, örgütsel olarak ele alındığında ise, örgütsel biçimlenme ve değerlerin yayılarak kurumsallaşmasında etkili bir ikna aracı olarak ortaya çıkmaktadır. Pozitivizmle birlikte gelişen algılama biçimi günümüz yönetim anlayışlarını büyük ölçüde etkilemiştir. Yönetim teknikleriyle daha fazla verimliliğe odaklanan iş dünyası, iletişimin temel aracı sözün etkisini ikinci planda tutmaktadır. Yönetim bilgisi insanlardan bağımsız değerlendirilemez. Teknik ve teorilerin organizasyon içerisindeki uygulama başarısı, konuşma dilinin ikna ediciliğinde gizlidir. Yönetim söyleminin verbalizmden arındırılması, retorikğin nihai amaçlarından olan erdemli olmayı beraberinde getirecektir. Yönetim bilimleri gibi insani faaliyetlerle ilişkisi yüksek bir disiplinin, retorik sanatından elde edeceği faydalar göz ardı edilmemelidir.

Anahtar Sözcükler: Yönetim, Retorik, Verbalizm, İletişim

Abstract

The studies of management and organization on the discourse and the power of the discourse are the aggregate of the techniques about the negotiation, problem solving and presentation. In the context of management studies, the discourse gains a functional quality beyond the perception of the vocal series, which has nothing special more. “Understanding, agreeing and telling” are essential in all management functions. The rhetoric plays an important role in the effective communication, individually and it is an effective persuasion tool in diffusion and institutionalization of organizational forms and values, organizationally. The perception type, which has developed via positivism, has been affecting the management thought of nowadays. The businesses focus on productivity more through the management techniques and they neglect the effectiveness of the discourse. The management knowledge can not be evaluated without the human. The secrecy of the success of the technique and theory in the organization is the persuasion of the language. Purifying management discourse from verbalism will bring virtue, which is one of the final aims of the rhetoric. The gains of the management, which has high levels of human activities, from the art of rhetoric must not be underestimated.

Keywords: Management, Rhetoric, Verbalism, Communication.

* Tüm yazarlar, eşit katkıya sahiptir.

Dr. Uğur Keskin, Hava Teknik Okullar Komutanlığı, ugurkeskin08@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Köksal Büyük, Osmangazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, koksalsbuyuk@gmail.com

Yrd. Doç. Dr. Umut Koç, Osmangazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, umutkoc@gmail.com

Giriş

“Günümüzde üniversitelerin eğitim yolu ile nitelikli insan kaynağı oluşturma ve araştırma yaparak bilgi üretme rollerine ek olarak; ürettikleri bilginin yenilik faaliyetlerine katkı sağlaması ve ekonomiye kazandırılması amacıyla üstlenecekleri rollerinin de pekiştirilmesi konusu öne çıkmaktadır. Üniversiteler böylelikle ulusal yenilik sistemi içerisinde yenilikçilik ve girişimcilik ekosistemini destekleyici bilgi merkezleri haline gelmektedir. Bahse konu süreçte iki önemli kavram ön plana çıkmakta olup; bunlar girişimci üniversite ve yerel ihtiyaçlara entegre yenilikçi üniversite kavramlarıdır. Bu kavramlar kapsamında üniversite, sanayi ve devletin yenilik sürecinde işbirliği yapmaları ve üniversitelerin ekonomik katma değer yaratma sürecine gerek teknoloji transferi (araştırma sonuçlarının ve teknolojinin ticarileştirilmesi gibi) gerekse de girişimcilik faaliyetleri (girişimci araştırmacıların şirket kurmaları) aracılığıyla dâhil olmaları gerekliliği ifade edilmektedir.”¹

Geride bıraktığımız çeyrek yüzyılda, sosyal bilimlerin farklı alanlarında dile yönelik artan ilgi ve odaklanma sayesinde, araştırmacılar çeşitli konuları metinsel ve dilsel açıdan yeniden düşünmeye ve incelemeye başlamışlardır. Farklı disiplinlerdeki araştırmacılar, toplumların, kurumların, kimliklerin ve hatta kültürlerin metinlerin söylemsel olarak inşa edilmiş toplulukları olduğunu iddia etmektedirler (Alvesson ve Karreman, 2000). Söylem, birbirleriyle karşılıklı olarak ilişkili metinler kümesi ve “şey”i varlık haline getiren ilgili üretim, yayma ve karşılama uygulamalarıdır (Phillips ve Malhotra, 2008, s. 712). Söylem temelli yaklaşımlar, söylemi odağa almakta ve onu oluşturan sosyal gerçekliği açığa çıkartmaya çalışmaktadır. Odak gruplar, arşiv belgeleri ve kayıtları, kendiliğinden ortaya çıkan diyaloglar, siyasal söylemler, gazete makaleleri, romanlar, öyküler, karikatürler ve romanlar gibi kaynaklardan elde edilen verilerin; etnografya, diyalog analizi, içerik analizi, hikâye analizi, eleştirel söylem analizi ve nihayet retorik analizi gibi analiz yöntemleri ile çözümlenmesi söylem temelli yaklaşımların temel uğraş alanıdır (Thornton ve Ocasio, 2008). Retorik analizi, bilişsel kategoriler yaratmayı ve sürdürmeyi amaçlayan ikna edici dilin kasti olarak kullanımına odaklanır. Retorik yaklaşımlar, dilin kullanımı ile kullanıcının çıkarları arasında doğrudan bir bağ olduğu varsayımına dayanmakta-

dır. Genel olarak, söylem temelli yaklaşımlar, eyleyenlik ve gücün rolünü takdir ederken; aktörler ve çıkarları sıklıkla karanlıkta kalmaktadır (Suddaby, 2010). Örneğin, yukarıda verilen alıntıda gösterildiği gibi, “yenilikçilik” ve “girişimcilik” gibi iş dünyasına yönelik kavramlar, önceden eğitim verme ve bilim üretme temel faaliyet alanlarına sahip olan üniversiteleri niteleyen kavramlar haline gelmeye başlamıştır. “Yenilikçi” ve “girişimci üniversite” retorikleri ile devlet, işletmeler ve diğer kimi paydaşlar üniversitelerin kendi kaynaklarını üreten ve böylelikle orta ve uzun vadede kamu kaynakları üzerindeki yükü azalan; yenilik ve bilgiye katma değer sağlama performansları ile yakın çevresinin iktisadi kalkınmasını teşvik edecek bir unsur olmasını beklemektedir.

Diğer sosyal bilim disiplinlerine paralel olarak, yönetim ve organizasyon alanındaki araştırmaların bir kısmında söylem temelli yaklaşımlara doğru yönelme gözlenmiştir. Yönetim ve organizasyon alanında retorige odaklanan yaklaşımlar, söylemin bazı özellik ve biçimlerinin çeşitli örgütsel uygulamalar ile nasıl bir ilişki halinde olduklarını göstermek için tartışmanın klasik tanım ve kuramlarını esas alırlar (Grant vd., 2004). Bu çalışmanın amacı, yönetim ve organizasyon alanının yanında Frankfurt Okulu, post-yapısalcılık, feminizm, postmodernizm ve post-koloniyalizm gibi sosyal teorinin geniş bir alanıyla etkileşim halinde olan ve Türkiye’deki sosyal bilimler yazınında çok kısıtlı bir alanı kapsayan retorik yaklaşımların genel olarak tarihçesini ve yönetim ve örgütsel iletişime etkilerini incelemek; yurtdışı ve yurtdışındaki örnek araştırmaların bulgularını tartışarak araştırmacılarını bu zengin alana çekmede mütevazı bir katkı sağlamaktır.

Retoriğin Doğuşu ve Gelişimi

M.Ö. 461 yılında Atina’da halk birliğinin aristokratlar meclisinin hâkimiyetine son vermesi ve yönetimi ele geçirmesinden sonra kurulan yeni sistem, halk belagatini yöneticiler için yönetsel bir zorunluluk haline getirmiştir (Aristoteles, 1991, s.3). Bu dönemde yöneticiler halkın kontrolünü ellerinde tutabilmek için retorik öğrenme çabası içine girmişlerdir. Daha sonraları retorik farklı bir şekilde bürünerek, yaygınlaşmaya başlayan Hıristiyanlık öğretilerinin anlatılması amacıyla kullanılmaya başlanmıştır (Williams, 2009, s.3). Platon (M.Ö. 427- M.Ö. 347), retorisyenleri bilgi ve hakikate ilgisiz palavracılar olarak kabul etmişse de, Aristoteles, retorığı onaylamıştır. Çağdaş retorisyenler hâlâ Aristoteles’in retorığını kullanmak-

1 TÜBİTAK Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu’nun 23. Toplantısı’nda alınan karar metninden, http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/BTYK/btyk23/2011_104.pdf

tadırlar (McCloskey, Megill ve Nelson, 2002, s.155). Aristoteles'in retorîği bu kadar çok incelemesinin nedeni yaşadığı ortamdaki politik ve kültürel unsurlardır çünkü retorik dördüncü yüzyılın başlarına doğru Atina'da yöneticiler arasında meraktan çok bir tutku ve saplantı haline gelmiştir (Aristoteles, 1991, s.6). Öte yandan, yaklaşık aynı dönemlerde ortaya çıkarak varlığını sürdüren Sofistler, sözün doğruluğuna bakmaksızın çeşitli söz oyunları ile dinleyiciyi kandırmak suretiyle ikna etme yolunu tercih etmişlerdir. Aristoteles, hakiki retorîğin bir safсата veya Platon'un iddia ettiği gibi hakikate götüren bir söylem olmadığını vurgularken, sadece hakikate yakın bir bilgi ifade edeceğini belirtmektedir. Aristoteles, retorîği bu şekilde ele alıyor olmasının bir sonucu olarak onu bilimlerde içinde konumlandırma çabasına girişmemiştir. Ona göre retorîğin doğruyla (hakikat) hiçbir zorunlu ilişkisi olmamakla birlikte retorik anlayışının var oluşu nedeni hakikat değil, "bilgiye bağlılık"tır (McGee ve Lyne, 2002, s.233). Antik Yunan'da retorik sanatının ön plana çıkmasını hazırlayan bir dizi gelişmeler olmuştur. Özellikle Pers savaşından sonra adli ve hukuki olarak değişen Atina'da oluşan yeni düzen ikna gücüne dayanmaktadır. Gerçek olayın ayrıntılı aktarımından çok konuşmacının, yeni toplumsal düzende ortaya çıkmış bulunan deneyimsiz ve saf yargıçların duygularına seslenmek dava sonucunu belirleyici unsur haline gelmişti. Mahkemelerdeki bu yeni oluşum, güzel konuşmayı, retorîği öğrenmeyi zorunlu kılmaktaydı (Polat, 2008, s.7). Böylesi bir ortamda eğitimciler yapan sofistler, söylemde mantık üzerine çalışarak bir şey "nasıl kanıtlanır", "nasıl çürütülür"ü açıklamaya çalışmışlardır (Polat, 2008, s.7).

Aristoteles'e göre retorik söylemin "ethos, logos ve pathos" olmak üzere üç unsuru vardır. Ethos, etik kavramının kaynağı olan kelimedir. Ethos, toplumsal değerlere dayalı ahlaki retorik olarak açıklanmaktadır (Carter ve Jackson, 2004, s.469-491). Retorîğin ikinci unsuru olan pathos ise ikna edilmesi, dikkati çekilmesi yahut etkilenilmesi istenilen dinleyici kitle-sidir. Üçüncü unsur logos ise hatip tarafından retorik söylemde kullanılan mantıksal argümanların tümüdür. Çoğu zaman üçüncü öge, hatibin ve dinleyicinin düşüncelerini ve fikirlerini iletebilmelerine aracılık sağlayan bir dildir (Kennedy, 1994, s.4-5).

Sonuç olarak retorik sanatı antik Yunan kültüründe gelişme kaydettiği tarihi gelişim seyri içinde başlıca üç değişik kategoride tanımlanmıştır (Meyer, 2009, s.9-10):

1. Retorik, dinleyicilerin manipüle edilmesidir (Platon).
2. Retorik, güzel konuşma sanatıdır (Quintilianus).
3. Retorik, ikna etmesi gereken ya da ikna etmeyi amaçlayan argüman ve söylemlerin sergilenmesidir (Aristoteles).

Yukarıda açıklanan ve retorik tarihi boyunca şu ya da bu biçimde karşılaşılan üç tanım ele alındığında açık seçik biçimde görülen şudur: Birincisi dinleyicilerin rolünü, ikincisi hatibin önemini, üçüncüsü ise bunlara aracılık eden düşüncelerin ve dilin ağırlığını ön plana çıkarmakta, bu da retorîğe daha nesnel ve rasyonel bir görünüm kazandırmaktadır (Meyer, 2009, s.10).

Yunanlılardan sonra Romalılar, M.Ö. ikinci yüzyıl sonu ile birinci yüzyıl başında (geç cumhuriyet çağı) retorik kavramını, içeriğini genişleterek yönetsel anlamda ikna etmenin yanında kişiye kendini ifade edebilmesi için özgün bir biçim kazandırmak ve sanatsal bir etki yaratmak anlamında da kullanmışlardır (Özsarı, 2012, s.18). Romalılar konuşma sanatına çok önem vermişlerdir. Forum denilen meydana İmparator Sezar tarafından hatiplere ait bir kürsü konmuştur. Roma'da aristokratların meydana getirdiği "senato meclisi", halka açık forumlar düzenliyor ve kararlar alıyordu. Bu sebeple temsilcilerin, ikna kabiliyeti güçlü hatipler olması gerekiyordu (Dervişoğlu ve Yılmaz, 2005, s.9). M.Ö. birinci yüzyılda senatör-lük yapmış olan Longinos, *Yücelik Üzerine* adlı eserinde kökeni sadece doğa olan konuşma etkinliğinin, sanat dışında başka hiçbir kaynaktan edinilemeyeceğini ileri sürmüştür. Longinos'a göre bu sanatı öğrenmek isteyenleri eleştirenler, kendisinin işaret ettiği bu noktayı göze aldıkları takdirde, konuşma sanatı hakkında çalışmayı gereksiz ve faydasız olarak değerlendiremeyeceklerdir (Platon ve Longinos, 2003, s.106).

Romalı düşünür Longinos'a göre belagat üslubu, konuşmaya en zarif heykeller gibi ihtişam, güzellik, olgunluk, itibar, güç, kuvvet ve akla gelebilecek tüm diğer değerli nitelikleri kazandırır ve olguları deyim yerindeyse canlı bir sesle donatır. Buna karşın önemli konular mevzu bahiskende görkemli ve heybetli tabirler kullanmak, küçük bir çocuğa trajik bir maske takmak gibi olacağından her defasında böyle görkemli bir anlatım kullanmak uygun değildir (Platon ve Longinos, 2003, s.152). Longinos'un "belagat figürleri" olarak adlandırdığı bu edebi sanatların ölçsüz bir

şekilde kullanılması, dinleyiciler tarafından şüphe ile karşılanmakta ve içlerinde tuzaklar, entrikalar ve saf-sataları barındırdığı izlenimini uyandırmaktadır. Bu durum, özellikle mutlak yetki ve mevki sahibi birisine karşı yapıldığında geçerli olmaktadır çünkü bu kişiler, yapılan konuşmayı kişiselleştirerek kendilerine yapılmış bir hakaret olarak algılayıp zalimleşebilmektedirler. O nedenle en etkili belagat figürü, konuşmanın içinde kendini açıkça belli etmeyenidir (Platon ve Longinos, 2003, s.137).

Stoacılar, İlkçağ'da retorik konusunda Aristoteles'ten sonra en büyük katkıyı yapmış olan düşünürlerdir. Stoacılar, mantık bilimini retorik ve diyalektik olarak iki alana bölmüşlerdir. Pratik bir disiplin olarak retorik'in iki temel özelliğinin dil ve akıl yürütme olduğunu kabul etmişlerdir. Onlara göre dil ve düşünce insanda doğuştan getirilmiş olan öge ya da kapasiteler değildir. Konuşma ve düşünme yeteneği, insanda uzun bir dönemin ardından gelişen bir süreçtir (Cevizci, 1998, s.164).

Hitabetin, konuşmaları kibar bir biçimde süsleme aracı durumuna getirilerek yozlaştırılması ise antik Yunan'da şehir devletleri yapılanmasının, egemenliğini yitirmesinden sonra görülmeye başlanmıştır. Bu dönemden itibaren yönetimde etkin bir rolü bulunan halk meclisleri, hatiplerin önüne ivedi ve geçirilemeyecek konular getirmek zorunda kalmaya başlamışlardır (McNeill, 2005, s.223). Bu nedenle retorik, çoğu kimse için olumsuz anlamlar taşıyan "karışıklık bilimi" gibi görülmeye başlanmıştır. Aynı zamanda ilk avukatlar olan Sofistler, mülklerini kaybeden kişilere davalarını savunabilmeleri için bilgelik dersleri veriyorlardı. Sofistler, kısa süre içinde her alanda düşüncelerini pazarlamayı bilmişler ve bu tavırları dolayısıyla eleştirilere maruz kalmışlardır (Meyer, 2009, s.7).

Orta Çağ Avrupa'sında bilimin bütün dallarında olduğu gibi retorik alanında da uzun süreli bir gerileme yaşanmıştır. Bu dönemde ünlü retorik hocası Augustine, retorik'i Hıristiyan amaçlarına yaradığı için yeniden yoruma açmıştır. Augustine sayesinde retorik'in klasik çağdan kalan mirasına yeni bir biçim verilmiş ve retorik, yönetimsel amaçlardan dinsel amaçlara yönlendirilmiştir. Retorik, kilise ve devlet işlerinin yürütülmesini sağlayan resmi mektupları düzenleme sanatı *ars dictaminis*'te ve vaaz verme sanatı *ars praedicandi*'de ortaya konmuştur. Ayrıca Orta Çağ şiir teorisyenleri de üslup çalışmalarını retorik'e dâhil etmişlerdir (Özsarı, 2012, s.30).

On sekizinci ve on dokuzuncu yüzyıl yazarları, klasik düşünürlerin kurallarını korumakla birlikte, onları yeni toplumdaki insan davranışlarına ilişkin yeni anlayışlar üzerine şekillendirmişlerdir. George Campbell, *Retorik Felsefesi* (1776) adlı eserinde, dinleyenleri etkileyerek istenilen psikolojik yönlendirmede başarılı olabilmek için konuşmayı şu işlevsellikleri içinde ele almıştır (Taşer, 1992, s.17):

1. Hitap edilen kişilerde bir anlayış uyandırmak
2. İmgelemi hoşnut etmek
3. Tutkuları harekete geçirmek
4. İstenci etki altına almak.

19. yüzyıl düşünürlerinden Schopenhauer, *Ersitik Diyalektik* adlı eserinde, M.S. üçüncü yüzyılda yaşamış olan Diogenes Laertios'un düşüncelerine dayanarak Aristoteles'in retorik ve diyalektik konularındaki yaklaşımını yorumlamıştır. Bu yoruma göre Aristoteles, retorik ve diyalektik birlikte ele almış ve her ikisinin de amacının inandırmak olduğunu belirtmiştir. Schopenhauer, retorik ile eşdeğer bir kavram olarak açıkladığı ve salt haklı çıkmaya yönelik yapılan konuşmaları "eristik diyalektik" olarak kavramlaştırmış ve tanımlamıştır. Schopenhauer'a göre retorik, içeriğe önem vermeden sadece görünüşte doğruya ulaşmakla ilgilenen (haklı olunsun ya da olunmasın) haklı çıkma sanatıdır. Bu sanatta çıkarsamanın biçimi doğrudur ama önermelerin kendileri yani içerik gerçeğe uymaz, sadece doğru görünürler (Schopenhauer, 2012, s.81-82).

Yönetici ve Örgütsel İletişim Bağlamında Retorik'in Kullanımı

Cheney vd. (2004) örgütlerde retorik'in ortaya çıkmasının belirsizliğin ve olasılıkların yüksek (örn. bir işletmenin hükümetten teşvik almaya çalışması ancak topluma taleple aynı oranda iktisadi avantaj sağlanacağını garanti edememesi); konuşmacı ve/veya kitle açısından mesajın "niyeti"nin belirsiz (örn. bir hastane yöneticilerinin, örgütün temel değerlerinin bakım etiminden verimlilik modeline dönüşeceğinin itiraf etmeden köklü örgütsel değişimleri kendilerine piyasa güçlerinin empoze ettiğini iddia etmeleri); kaynağın güvenilirliğinin ya da "ethos"unun sorunlu (örn. maden işletmelerinin çevreyi korumak için dışsal denetim ve izleme olmaksızın öz düzenlemeyi yeterli bulmaları), mesajı alacak kitlenin ya da kitlelerin belirsiz ya da karmaşık (örn. Dünya Sağlık Örgütü'nün hükümetler ile tüm düzeylerdeki sağlık örgütleri ile aynı anda görüşmek ve eşgüdüm halinde çalışmak zorunda oluşu) ve mesajın ikna etme olasılığının bağlama bağımlı ol-

duğu durumlarda (örn. “çeşitlilik” üzerine kurumsal bir reklam kampanyasının ikna gücüne karşılık bireysel reklamın ikna gücü) yüksek olduğunu iddia etmektedir. Bu durumlar dikkate alınıp, önce etkili hitabet ve iletişim bağlamında retorik kullanımı ve retorik ile verbalizm ilişkisi ele alınmıştır.

Etkili Hitabet ve İletişim Açısından Retorik Kullanimı

Türk yönetim kültüründe belagat, retorik karşılığı olarak kullanılmıştır. Genellikle retorik, belagat doğu ve batı medeniyetinin karakteristik özelliklerini taşımaları farkıyla aynı anlamda kullanılmaktadır. Belagat, neyin, nerede, nasıl ve ne ölçüde söyleneceğini öğreten bir ilim iken, retorik söyleme sanatıdır (Yetiş, 2006, s.IX). Belagat üç alt başlık altında incelenir. Bunlardan ilki sözün duruma uygun nasıl ifade edileceğini anlatan meani, ikincisi bir amacın farklı şekillerle nasıl ifade edileceğini anlatan beyan, üçüncüsü ise söze anlam ve ahenk açısından güzelleştirmenin yollarını gösteren bedii'dir (Saraç, 2007, s.38). Retorik sanatında “kullanma ve söyleyiş” terimlerinin belagatteki karşılığı “beyan ve bedii”dir. Bu iki unsur dilin güzel ve doğru kullanılmasını esas alan kavramlardır (Aktaş, 2007, s.52). Meani ise, cümle yapısıyla ilgili yerinde söz kullanmayı, sözü muhatap veya konuşanın durumuna uygun olarak dile getirmekle ilgili konuları ele alır (Saraç, 2007, s.55). Literatürde meaniyi karşılamak üzere anlambilim veya deyim bilim terimleri de kullanılmıştır. Örgütlerde söz sanatını etkili kullanmanın, sorun çözücü ve temsil rollerini üstlenen yönetici açısından önemi tartışılmazdır. Yönetim yazınında bilinen ilk yazılı belge, Eski Mısır'da M.Ö. 2700 yıllarında şehir yöneticisi Ptah Hotep tarafından papirüs kâğıtlarına yazılmıştır. Hotep, yönetimde konuşma hususunda şunları ifade etmiştir: “Konuşmayı bir sanat haline getirirseniz, güçlü olursunuz çünkü kişinin gücü dilinde gizlidir ve konuşma bütün dövüşlerden daha etkilidir” (Carter, 2006, s.12).

Gündelik konuşma ile konuşma sanatını birbirinden ayırmak gerekmektedir. Gündelik konuşma özen gösterilmeden, titiz bir eğitime gereksinim duymadan, etkili olma kaygısından uzak, yalın bir iletişim olarak düşünülebilir. İletişim sanatı, iletişim eyleminden doğmuştur. Söz konusu eylemin sanat haline gelebilmesi için kurallara bağlanması gerekmiştir. Nitekim bağlanmış ve böylece eski Yunan'da retorik denilen söz söyleme sanatı/bilimi (Hitabet) doğmuştur (Taşer, 1992, s.16-17). Retorik ve dil, düşüncenin elbisesidir (Sebberson, 1990, s.1019). Yönetici iyi bir

düşünceyi kötü bir elbise içinde sunup etkisiz olabileceği gibi kötü bir düşünceyi iyi bir elbise içinde cazip kılabilir. Platon'a göre yönetim, liyakatlı olanların elinden onların nitelik ve erdemlerine sahip olunmadan, onlar gibi görünmeye çalışarak gasp edilebilir. Bunda retorik payı büyüktür. Eğer yönetim için kimin ehil, kimin liyakatsiz olduğu seçilemiyorsa, mahkemeler önünde kim haklı kim haksız bir türlü ayırt edilemiyorsa, bakışların çevrilmesi gereken odaklardan birisi de bu noktadır (Platon ve Longinos, 2003, s.17). Onuncu yüzyıl Türk düşünürü Farabi, Mutluluğu Kazanma (Tahsilu's-Sa'ade) adlı eserinde Platon'un, yöneticilerin sahip olmaları gereken özellikler ve yönetim kademelerindeki ilerlemeleri konusundaki görüşlerini yorumlamıştır (Farabi, 2004, s.46). Yöneticilerin, söz söyleme sanatı (retorik) alanında kendilerini yetiştirmesi, hatipliğin yöntemlerini icat etmesi, doğruluğunu destekleyen, halkın hürmet, itaat, sessizlik ve uysallıklarının artmasına sebep olan heyecanlı ve ahlaki sözler kullanması gerektiğini öğütlemiştir (Farabi, 2004, s.49). Aristoteles'e göre ikna sanatı olan retorik üç unsurdan oluşmaktadır: (1) mantık: Mesajın içsel tutarlılığı (iddianın netliği, gerekçelerin mantığı ve destekleyici kanıtların etkililiği); (2) Duygu: Sempatı ve duygudaşlığı ortaya çıkartacak şekilde kitlenin duyguları, inançları, değerleri, bilgisi ve hayal gücünü teşvik etme gücü); (3) Ahlak: Konuşmacının iddianın ya da mesajın içerisine ya da gelişim çizgisine yerleştiği güvenilirlik, meşruiyet ve yetke (Barnes, 1995). İknada karşı taraf en az ikna eden kadar önemlidir ve ikna, kitle ya da dinleyicilerin bağlam ve varsayımlarının kavranmasını gerektirir (Van de Ven, 2007).

McCloskey'e göre konuşmanın ahlaki ilkeleri vardır. Bir konuşmada yalana yer vermemeli, alay edilmemeli, işbirliğine açık olunmalı, yüksek sesle konuşulmamalı, diğer insanların konuşmalarına da izin verilmelidir. Açık fikirli olunmalı, sorulara makul cevaplar verilmeli, kendi fikrini kabul ettirmek için şiddet ve kandırma yoluna gidilmemelidir (McCloskey, 1998, s.160). İbni Sina'ya (2005, s.53) göre retorisyen övülenle doğru arasındaki farka dikkat etmelidir. Her övülenin aslında doğru olup olmadığını kontrol etmelidir çünkü çirkin gibi görünen bir şey doğru olabilir, doğru olmayan bir şey de övülebilir. Retorik, bütün sanat ve bilimsel çalışmalarda, dürüstçe ikna etmeyi içeren iyi sohbet/iyi konuşmadır. Bir iktisatçıyı iyi ya da kötü yapan, iyi yöntem değil, fakat bildik izci elkitabındaki anlamıyla, içinde dürüstlük, cesaret, hoşgörü ve saygıyı barındıran erdemdir” (Klamer ve McCloskey, 1988, s.14-16).

Aristoteles'e göre hitabet karar vermeyi etkilemek için vardır (Doğan, 2000, s.97). Yöneticinin en temel rolü örgüt içerisindeki karar verici rolüdür. Retorik bu anlamda yöneticiye astlarını daha iyi ikna edebilmesi için dili iyi kullanabilme imkânı sağlar. Aytürk'e göre, yönetimde başarı için öncelikle yöneticiler ve astlar arasında etkili ve verimli bir iletişim ortamı oluşması gerekmektedir. Yönetici ile iyi ve etkili bir iletişim kurmak demek, her şeyden önce kendinizi onun yerine koyabilmek ve olayları yönetici açısından görebilmek demektir. Bu nedenle iletişime başlamadan önce çalışanın, kendisini yöneticisinin yerine koyarak nasıl bir tepki göstereceğini tespit etmesi gerekmektedir. Yöneticinin yönetim tarzı, üslubu ve mesleki durumunu iyi bir şekilde kavramak gerekmektedir (Aytürk, 1990, s.122). Retorik, aynı anda, iletilen şeyle onun daha iyi nasıl iletilmesi gerektiğini, iletişimde bulunulduğunda gerçekleşen şeyle, nasıl iyi iletişimde bulunulması gerektiğini ve genelde iletişimin ne olduğunu içine alır (McCloskey, Megill, Nelson, 2002, s.152-169). Maki (1995) retoriği bir sosyal süreç olarak ele alarak aşağıdaki unsurları kapsadığını ifade etmiştir (Maki, 1995, s.1300-1318):

- i. İkna edici konuşmacı
- ii. İkna edilen dinleyici ya da izleyici kitlesi
- iii. İkna edenin ikna etme amacı
- iv. Amaca ulaşma aracı olarak kullanılan argümanlar
- v. Dürüstçe tartışma/ konuşma

Retorik karar vermeyi etkilemek için vardır. Konuşmacı, konuşmasındaki kanıtı açık ortaya koymaya ve inanılır kılmaya çalışarak kalmayıp, kendi karakterinin de doğru olarak görünmesini sağlamalı ve dinleyicilerini doğru bir düşünüş tarzına sokmalıdır (Aristoteles, 2000, s.97). Kops ve Worth'a göre, eğer önemli bir yöneticilik konumunda bulunuluyorsa veya elemanlar, yöneticilik yeteneğine inandırılmak isteniyorsa, konuşma biçimine çok dikkat etmek gerekir. Şirketler, çalışanlarına daha çok yetki verdikçe yöneticiler de bir işi tek başlarına yapamaz hale gelmektedirler. Yöneticiler küçük takım toplantılarında, önemli piyasa toplantılarında ve diğer şirketlerle yaptıkları görüşmelerde karşılaşacakları çeşitli durumlarda kelimelerin gücünden yararlanmak zorundadırlar (Kops ve Worth, (ty) s.23).

Retorik ve Verbalizm

Aristoteles'e göre retorik, diyalektiğin eşdeğidir. Her ikisi de aşağı yukarı bütün insanların genel bilgi alanı içine giren ve belli bir bilime ait olmayan şeylerle

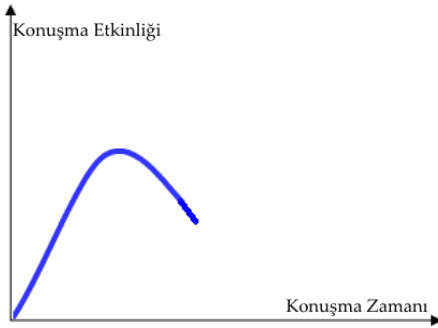
ilgilidir. Bütün insanlar, gündelik hayatında zaman zaman görüşlerini tartışma, doğrulama, kendilerini savunma ve başkalarına karşı çıkma gibi eylemlerde bulunurlar (Aristoteles, 2000, s.33). Herakleitos'a paralel görüşler ileri süren Aristoteles'e göre, alışılmamış sözcüklerin kullanılmasıyla konuşma gündelik ve kaba olmaktan kurtulmaktadır. Alışılmadık sözcük deyince, yalnızca yabancı sözcükler değil, aynı zamanda mecazlar, uzatılmış sözcükler ve genel olarak da gündelik konuşmaların dışında kalan konuşmalar anlaşılmalıdır. Eğer bir ozan veya konuşmacı, bütün sanatını, konuşmasını alışılmadık deyimlerle yapmak isterse bu durumda anlaşılması çok güç bir dil, bir bilmece dili ortaya çıkacaktır (Aristoteles, 1983, s.63). Aristoteles, konuşma dilinin aşırı basit ve aşırı ağırdaki oluşu ile ilgili iki uç örnek vermek suretiyle aslında bu ikisi arasında belli bir dengenin gözetilmesi gerektiğini ima etmiş, bunu da şu sözleriyle vurgulamıştır (Aristoteles, 1983, s.64): Yabancı sözcükler ve mecazlar, süs sözcükleri ve buna benzer yukarıda işaret edilmiş bulunan deyimler, belli bir karışım içinde kullanılmalıdır. Böylece gündelik dilden ve onun bayağılığından kurtulabilmek mümkündür.

Retoriğin genellikle karanlık yüzünü vurgulayan Schopenhauer, bu vurgulamanın ortaya çıkmasındaki nedenleri de öznelci bir yorumla ifade etmiştir. Schopenhauer'a göre, idealde her konuşmacı doğru bir yargıda bulunmak için çaba göstermeli, önce düşünüp sonra konuşmalıdır. Oysa doğuştan kibirliliğe, çoğunlukla gevezelik ve doğuştan hilekârlık eşlik eder. Bu tür bireyler düşünmeden konuşur ve eğer savlarının yanlış olduğunu, haksız olduklarını fark ederlerse, durum bunun tam tersiymiş gibi görünsün isterler (Schopenhauer, 2012, s.6). Böyle olmasaydı yani bizler baştan sona dürüst olsaydık, o zaman her konuşmada sadece gerçeği günışığına çıkarmaya çalışırdık. Bunun kendi düşüncemize mi yoksa karışımızdakine görüşüne mi denk düştüğüne aldırmazdık, bu hiç fark etmezdi ya da en azından tamamıyla ikincil sayılırdı (Schopenhauer, 2012, s.5-6).

Kişilerarası iletişim sürecinin istenilen biçimde gerçekleşmesini engelleyen durumlardan birisi de verbalizm kavramıyla açıklanan sözcüklere boğulmadır. Konuşmacı, dinleyici ile paylaşmak istediği düşünce, bilgi, haber, duygu veya tutumu dinleyicinin anlayacağı biçimde iletmediği durumlarda kişisel bir iletişim engeli ortaya çıkmaktadır. Sürekli olarak anlatılan bir konuyu dinleyenler, zamanla izleyemeyecek hale gelmekte, iyi bilmedikleri birtakım yeni kavramlarla karşılaşmakta ve gelen mesajları anlayamayacak duruma düşmektedirler (Tutar, 2009, s.131).

Bazı insanlar düşünmekten tümüyle vazgeçer veya en azından düşüncelerini kısıtlatırlar. Bunu gizleme amacıyla *Genel Maksatlı Konuşma* veya topluluk karşısında olduğunda *Genel Maksatlı Hitabet'e* yönelirler. Etkiliymiş gibi görünen düşünceleri, gerçekte her duruma uygulanabilecek ölçüde belirsiz fikirleri ihtiva etmektedirler. Bazen her seferinde belirli bir dinleyici kitlesine uygun düşecek birkaç kelime değişikliği ile hep aynı konuşmalar yapılır (Peter ve Hull, 1976, s.108-109).

Yöneticinin iletişim yaklaşımı fazla tekrarlayıcı, tekdüze veya çekicilikten uzak bir biçim aldığı anda, dinleyiciler devre dışı bırakılmış olmakta ve aşağıdaki grafikte de görüldüğü üzere, konuşmanın önemi ve içeriğine bağlı olarak, konuşma zamanı arttıkça, tıpkı azalan verimler kanununda olduğu gibi konuşmacının etkinliği belirli bir zaman sonra giderek azalmaktadır.



Kaynak: (Deniz, 1994, s.26).

Grafik 1. Konuşmacı Etkinliği Açısından Azalan Verimler Kanunu

Konuşma süresinin makul bir düzeyin üzerine çıkması durumu dinleyicilere eziyet veren tek yanlı lafazanlık olarak nitelendirilmiştir. Sözel anlatımda en çok rastlanan konuşma hastalığı ve iletişim engeli budur. Konuşma meraklısı olup, söyleme ve dinleme adabına uymayan bireylerin konuşmalarına yakalanmamak için diğer kişiler özel bir gayret sarf etmektedirler. Bu tip bireylerin konuşmaları zevksiz, yersiz ve zamansız olduğu gibi çoğu durumda dinleyicinin ilgi alanının dışındadır ve onları dinlemenin ne büyük eziyet olduğunun genellikle farkında değildirler (Deniz, 1994, s.26). Bütün iletişim kaynaklarında olduğu gibi, konuşmacı kaynaklı iletişimde de uyarıcının sürekli olarak kullanılması, onun verim ve etkinlik düzeyini azaltmaktadır. Bu engelin neden olduğu sorunu ortadan kaldırmak için çeşitli yardımcı unsurlardan yararlanmak kaynak çeşitliliğini ve dolayısıyla da mesajın sunumunu zenginleştirmek gerekmektedir.

Özel bir önem verilmesi gereken fikir ve sözleri, diğer sözlerin kalabalığından arındırmak gerekir. Konuşmacı mutlaka bu önemli fikir veya sözleriyle dinleyicilerin algılayabilmelerini sağlamalıdır. Dolayısıyla, konuşma süresince bu fikirleri söylemeden önce belirli bir duraklama ve geçiş sağlaması gerekmektedir. Bu kısa zaman diliminde konuşmacı önem verdiği sözcüklere ayrı bir form vermek için zaman kazanacaktır. Dinleyiciler ise bu duruş ve geçiş süresi sonrasında ne anlatılacağına merakı içine gireceklerdir. Böylece önem verilen fikir veya sözlerden önce ve sonra verilen kısa ara ve geçişler, dinleyicinin hafızasına bağımsız bir motif olarak kaydedilecektir (Deniz, 1994, s.79).

Yönetim ve Organizasyon Çalışmaları Bağlamında Retorik

Yönetim ve organizasyon çalışmalarındaki retorik yaklaşımlara baktığımızda, kuşkusuz en etkili örnek Frederick W. Taylor'un "bilimsel yönetim" retorikidir. "Bilimsel yönetim" retorisi, işi ve organizasyonu örgütlemenin tek bir "en iyi yolu"nun var olduğu ve bir takım temel ilkelere dayanan "yönetimin biliminin" bu yolun ta kendisi olduğu iddiasındadır. Sözü geçen ilkeler, hareket ve zaman etütlerinin sonuçlarına göre iş tasarımı ile farklılaştırılmış parça başına ücreti içeren çalışmanın bilimini geliştirme; çalışanları bilimsel olarak seçme ve eğitme; çalışma ve çalışanları seçme ve eğitme bilimlerini birleştirme; yönetim ve çalışanların mutlaka uzmanlaşmaları ve yakın işbirliği halinde olmalarıdır (Taylor, 1911/1967). Retorik, başlangıçta, ekmeklerinden olacaklarını hisseden, fabrikalara emek sağlayan ve bu emeği gözetip denetleyen yüklenicilerin; büyük iş adamları tarafından devre dışı bırakılmaktan ve yeni bilginin sahipliğin gücünü azaltacağından korkan küçük atölyelere sahip olan sermayedarların; daha etkili iş tasarımının hemen benimseyip farklılaştırılmış parça başına ücrete karşı çıkan işverenlerin; zanaata dayalı becerilerin kaybolacağından endişelenen sendikaların ve var olan işlerin çabucak tamamlanmasından dolayı sürekli çalışmama korkusu yaşayan çalışanların muhalefeti ile karşılaşmıştır. Hatta Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Temsilciler Meclisi, artan grevler ile ilişkisi olduğu iddiasıyla 1912 yılında Taylor ile ilgili bir soruşturma başlatmıştır. Ancak, I. Dünya Savaşı'nın başlaması ile sendikacı çalışanların cepheye gitmesi ve eğitimsiz çalışanların ve özellikle kadınların çalışma hayatına katılmak zorunda kalmaları, anlaşılması ve benimsenmesi zaten kolay olan retorik yayılmasını teşvik etmiştir. İlk ortaya çıkışından bugüne yüzyıldan fazla geçmiş olmasına rağmen, insan kaynakları yöne-

timi, bilgi yönetimi ve iş süreçlerinin yeniden tasarlanmasının (re-engineering) gibi yönetim süreç ve uygulamaları başta olmak üzere örgütsel yaşamın genelinde “bilimsel yönetim” retorığının etkisi hissedilmektedir (Clegg vd., 2009).

Hartelius ve Browning (2008) gerçekleştirdikleri geniş yazın incelemesi sonucunda, yönetim ve organizasyon araştırmalarının retorığı bir kuram ve bir eylem olarak; örgütsel düzeni sürdüren ve/veya değiştiren bir öz olarak; bireysel ve örgütsel kimliğin kurucusu olarak; izleyenleri ikna eden yönetmel bir strateji olarak ve hikâye temelli ve akılcı örgütsel söylemler için bir çerçeve olarak kavramsallaştırdıklarını ortaya koymuşlardır. İlk olarak, retorığın diyalektik özelliğinden yararlanan yönetim ve organizasyon araştırmaları söz konusudur. Bir taraftan, retorik, örgütsel akademisyenliği ve onu sürdüreceğ dili yansıtmak için meta-analitik bir fırsat sağlarken; diğertaraftan, yorumlayıcı bir lens olarak retorik, akademisyenlerin örgüt üyelerinin dili-özelliğle, güçlü simgeleri-somut biçimde nasıl kullandıkları üzerinde çalışmalarına olanak sağlar. Bir kavram olarak örgütsel retorik iş yerinde kuram oluşturma ve kişiler arası faaliyetler ile ilgilidir. Her iki boyut, kurumsal düzen ile bütünlüktür. Yönetim ve organizasyon araştırmalarının retorığı ikinci kullanımı kurumsal düzene odaklanır. Her örgüt, kendi örgüt kültürüne ev sahipliğ yapıp; yani, her örgüt kültürünün düzen ve mantık anlayışı vardır ve dil bu düzeni sürdürmekte ve onunla müzakere etmektedir. Örgüt üyeleri kurumsal mantığı ebedileştirdiklerinde ve ona karşı çıktıklarında, retorik stratejiler kaçınılmaz bir şekilde ortadadır. Üçüncü tema, kimliğin retoriksel bir yapı olmasıdır: Sosyal bir bağlamda gerçekleşen sürekli müzakere ve performans sürecidir. Buradaki yönetim ve organizasyon araştırmacıları için bireysel kimliğ (“Ben, buyum”) ve üyeliğ (“Ben, bu gruba üyeyim”) anlamada dilin rolü çok önemlidir çünkü farklı kimliklerin arası kolayca açılabilir. Retorik bu güçler arasındaki gerilimi çözer ve elinde tutar. Bu gerilimi keşfetmek için, yöneticilerin ne zaman ve nasıl retorikçi olduklarını anlamak önemlidir. Böylece araştırmacılar yöneticiye stratejik, kendini yansıtan iletişimci ve sözcü olarak yaklaşabilirler. Dördüncü kullanım şekli, yöneticileri retorisyenler olarak tasvir eder. Yöneticilerin, yenilik ya da yeni üretim yeri gibi örgütsel meydan okumalarla karşılaştıklarında, klasik bir hatibin koşullarda müzakere etmesini açıklar. Yöneticiler, hedeflere ulaşmak için mecazlar ve şekiller, iddialar ve ikna edici yaklaşımları stratejik bir biçimde kullanırlar. Yöneti-

cileri retorisyenler olarak analiz ederek, araştırmacılar örgütsel liderliğin yeni boyutlarını keşfederler Bu boyutlardan biri yöneticinin-retorisyenin iletişimin akılcı ve hikâye temelli iletişim biçimlerine güvenmesini odağ alır. Son tema, retorik biçimleriyle ilgilendir. Araştırmacılar, sağduyuya karşılık mantıksal gerekçelendirmeye dayalı retorik kuramlarını karşılaştırırlar. Örgütsel retorik iyi hikâyeleri anlatmak kadar mantıklı iddiaları ortaya koymayı da kapsar.

Yönetim uygulamalarının yayılımında meşrulaştırıcı retoriklerin etkisi, üzerinde durulmuş bir konudur (örn. Abrahamson, 1996; Abrahamson ve Fairchild, 1997). Zbaracki (1998), beş ayrı örgüt üzerinde gerçekleştirdiği çoklu örnek olay araştırmasıyla, kurumsal güçlerin TKY'nin teknik gerçekliğini nasıl tahrip edebildiğini göstermek için TKY'nin evirilen retorığının ve gerçekliğinin modelini sunmuştur. Yazar, mülakatları, örgütsel belgeleri ve gözlemi kullanarak, teknik uygulamalar ile TKY retorığı arasındaki ilişkileri izlemek için, TKY'nin örgütlerde sosyal olarak inşa edilmesini izlemiştir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan TKY'nin çeşitlenme, ayıklanma ve sürdürme modelleri, bir örgütün (muhtemelen kurumsal uyum için) aldığı TKY'yi benimseme kararı ile bu benimsemeyi izleyen örgütsel süreçler arasındaki boşluğu doldurmaktadır. Tablo 1'de gösterildiği gibi, model yöneticilerin önce TKY'nin başarısı retorığını, ardından kendi TKY programlarını geliştirme retorığını ve sonunda kendi başarı retoriklerini sunacak şekilde deneyimlerini filtreden geçirdiklerini göstermiştir. Sonuç olarak TKY söylemi, TKY'nin aşırı ölçüde olumlu bir görüntüsünü geliştirmiştir. Modeller, eylemlerin ve söylemin TKY'yi nasıl şekillendirdiklerini ve kurumsal güçleri beslediklerini göstermektedir.

Green (2004), belirli bir yönetim uygulamasının yayılma sürecinde Aristoteles'in ortaya koyduğu unsurların bir sıra izlediğini ileri sürmüştür. Bu sıra önce *duygusal*, sonra *mantıksal* ve en son aşamada *ahlaki* unsur şeklindedir. Duygusal unsur bireylerin korku açgözlülük gibi duygularına hitap eder ve kitlenin faydacı meşruiyeti inşa eden öz çıkarlarına yönlenir. Duygusal unsur aktörün ilgisini çekme, hayal dünyasını canlandırma ve davranışlarını mevcut durumdan uzaklaştırma kabiliyetine sahiptir. İşsel olarak ikna edici olmasına rağmen, aktörün ilgisini sürekli çekemez. Bu yüzden duygusal unsurla ilişkili yönetim uygulamaları, moda benzer eğilimler sergileyen geçici ikna gücüne sahiptir. Mantıksal unsur, etkili ve/veya verimli eylem arzusuna yönelerek eylemi

Tablo 1. TKY Retoriği ile Gerçeklik İlişkisi

Evrimsel aşama	Retorik	Retorik ile gerçeklik arasındaki ilişki	Gerçeklik
Çeşitlenme	TKY'yi anlama Diğer örgütlerdeki başarılı uygulamaları öğrenme Olasılıkları tanımlama	Retorik gerçekliği tanımlar.	Yalnızca retorik olarak: TKY tanımı TKY'nin kullanımı TKY olasılıkları
Ayıklanma	TKY kullanımını öğütleme Başarı öykülerini yayma TKY'yi tanımlama Karşıt retorik gelişmeye başlar.	Retorik gerçekliği cesaretlendirir. Retorik gerçekliği tanımlar.	TKY yapıları TKY eğitimi TKY takımları
Sürdürme	TKY'yi anlamlandırma: TKY'nin başardıkları TKY'nin başaramadıkları TKY karşıtı retorik	Gerçeklik retoriği tanımlar.	TKY deneyimleri
Başlangıçta dönme	TKY başarı öyküleri (çevreye dağıtılır) TKY'nin başarısızlıkları (örgütün içerisinde anlatılır)	Retorik gerçekliğin algılanmasını şekillendirir.	TKY süreçleri Örgütsel süreçler

Kaynak: Zbaracki (1998, s. 631).

gereççelendirir ve duygusal unsur gibi, faydacı meşru-riyetin inşasına katkıda bulunur. Duygusal unsur, güçlü içsel tepkileri ortaya çıkarma potansiyeline sahipken; mantıksal gereççelendirmeler, sıklıkla sebep-sonuç ilişkisinin yönetsel hesaplamasını gerektirdiğinden aktörlerin ilgisini çekmede daha geride kalır. Başlan-gıçta, etkililik ve/veya verimlilik çağrısı duygusal un-surdan (örn. korku) daha güçsüzdür. Ancak, tutkula-rın çabucak dağılma eğilimi varken; mantıksal unsur ikna ediciliğini sürdürme potansiyeline sahiptir. Ahla-ki unsur, eylemi sosyal olarak kabul edilmiş norma-ra ve geleneklere yönelerek gereççelendirir. Verili bir faaliyetin değerlendirene ne kazandıracığı değil; faali-yetin “doğru” olması ile ilgili yargılara dayanır. Ahlaki unsur, kanıksanmışlığın üzerindeki uzun süreli etkisi ile muhtemelen retorik unsurlarının en güçlüsüdür. Duygusal ve mantıksal gereççelendirmeler, bireysel kaygı ve çıkarları vurgularken; ahlaki unsur sosyal ve ortaklaşa çıkarlara odaklanır. Ahlaki unsur, bireysel çıkarlara doğrudan yönelmeye göre daha karmaşık bi-lişsel işlemler ve bireysel çıkarların sosyal çıkarlar için feda edilmesini gerektirdiğinden, daha yavaş bir ikna etme süreci izler. Sonuç olarak, yönetim uygulaması-nın yayılımının ilk adımında kitlenin dikkatini çekmek için duygusal retorik sergilenmektedir. Daha sonraki, söz konusu uygulamanın benimsemesini sağlamak için mantıksal retorik sergilenmektedir. Son aşamada, yönetim uygulaması bir norm haline gelmekte ve ahla-ki retorik temel meşrulaştırıcı yaklaşım olarak ortaya çıkmaktadır (Green, 2004).

Özen ve Berkman (2007), yönetim uygulamalarının doğduğu ülkeden başka bir ülkeye genellikle ahlaki retorik ile transfer edildiğini belirtmiştir. Yazarlara göre, ahlaki retorik uygulamayı transfer eden ülke-nin diğer ülkeyi model alması durumunda pekiş-mektedir. İlk aşamadaki ahlaki retoriğin ardından, yönetim uygulamasının aktarılan bağlamda yayılı-mını hızlandırmak için aktörlerin duygusal retoriği kullanacakları akla yatkındır. Bu ahlaki ve duygusal retorik zamanla yönetim uygulamasının anlamını bulanıklaştırıcı bir etki yaratabilir (örn. Türkiye’deki toplam kalite yönetimi-TKY- uygulaması) (Özen ve Berkman, 2007). Özen’e (2009) göre, yönetim uyu-lamasının çelişkili retorikler ile bulanıklaştırılması, o yönetim uygulamasının benimsenmesi yönünde şüp-heler yaratacak ve yaygınlaşmasını yavaşlatacaktır. Bulanıklığa ve yavaşlamaya tepki olarak, bazı aktörler uygulamanın özünde var olan araçsal unsurları ahla-ki retoriği kullanarak yayılma sürecinin son aşama-sında gündeme getirebileceklerdir.

Özen (2010), retorik stratejilerin tercihinde yönetim uygulamasının kökeninin (yabancı-yerli) yanında yayıldığı ülkenin dünya sistemindeki konumunun (merkez-çevre) da etkili olduğunu göstermiştir. Ya-zar, yabancı ve yerli uygulamaların (ABD’deki TKY ve çok bölümlü örgüt yapısı ile Türkiye’deki TKY ve holding örgüt yapısı) merkez ve çevre ülkedeki yayı-lımında kullanılan retorik stratejilerini kıyaslamıştır.

Bulgular, yabancı uygulamaların (ABD ve Türkiye'deki TKY) retorik stratejilerinin yerli uygulamalarinkilere (çok bölümlü yapı ve holding yapısı) göre kültürel normlara (ahlak) daha fazla ve akılcılığa (mantık) daha az başvurduklarını göstermiştir. Ayrıca, çevrede yayılan uygulamaların (Türkiye'deki holding yapısı ve TKY) retorik stratejileri merkezdeki uygulamalarinkilere (ABD'deki çok bölümlü yapı ve TKY) normlara daha fazla ve akılcılığa daha az başvurmaktadır.

Kurumsal değişimde retorığın etkisi yeni kurumsal kuramda üzerinde önemle durulan araştırma sorularından bir haline gelmiştir. Suddaby ve Greenwood (2005), çok derin bir kurumsal değişimi meşrulaştırmada retorığın rolünü açıklamışlardır. 1997'de, dünyanın en büyük beş uluslararası muhasebe firmasından biri, bir hukuk firmasını satın alarak yeni bir örgütsel form olan çok disiplinli ortaklıklar (çok bölümlü uygulamalar) üzerine muhasebecilik ile hukuk arasında bir yetki mücadelesini tetiklemiştir. Yeni örgütsel formun taraftarları ile karşıtları arasında gerçekleşen söylemsel mücadeleyi analiz eden yazarlar, retorik stratejilerinin iki unsuru içerdiğini bulmuşlardır. İlk unsur, biri yediemin modeline ("kamu refahını yükseltme" olarak tanımlanan meşruiyet) diğeri uzmanlık modeline ("tüketici taleplerine karşılama" olarak tanımlanan meşruiyet) dayanan tarihsel meslek anlayışlarının içerisinde yerleşik ve çelişkili kurumsal mantıkları açığa çıkaran kurumsal sözcükler ya da tanımlayıcı kelimeler ve referans metinlerinin kullanımınıdır. Retorik stratejilerinin ikinci unsuru, aktörlerin, bir yenilik tarafından ima edilen belirsizlik derecesini manipüle ettikleri dilsel araçlar olan değişim kuramsallaştırmalarıdır. Çalışmada teleolojik (önerilen değişimin ardındaki "kutsal amaç" ya da "asıl gaye"yi vurgulayan), tarihsel (köktenci değişime karşı eylem ile evrimci ve yörüngeye bağımlı değişimi vurgulayan), kozmolojik (var olan aktörlerin ve kitlelerin eyleyenliğinin üzerindeki güçler nedeniyle değişimin kaçınılmazlığını vurgulayan), ontolojik (değişime karşı olup nelerin bira arada var olup olamayacağını vurgulayan) ve değer tabanlı (önerilen değişimin görece "iyiliği" ya da "kötülüğü" üzerine ahlaki değerlendirmeleri vurgulayan) değişim kuramsallaştırmaları ortaya çıkmıştır. Yeni örgütsel formun karşıtları, ontolojik değişim kuramsallaştırmalarının içerisinde yerleşik konumdaki ahlaki meşruiyeti vurgulayan kurumsal sözcükleri; değişim yanlıları teleolojik kuramsallaştırmaları eklemek için faydacı sözcükleri tercih etmişlerdir.

Bu kısımda son olarak, yönetim ve organizasyon yaklaşımlarının tarihçesinde retorığın rolünün üzerinde durulacaktır. Barley ve Kunda (1992), Amerikan yönetim söylemindeki denetim retorığının zorlayıcıdan akılcıya ve nihayet normatife doğru ilerlemeci bir şekilde hareket ettiği görüşüne karşı çıkmışlardır. Tarihsel verilere göre, 1870'lerden itibaren Amerikan yönetmel söylemi, normatif ile akılcı retorikler arasında salınan dalgaların içerisinde şekillenmiştir. Yazarlar, endüstriyel iyileştirme (normatif), bilimsel yönetim (akılcı), refah kapitalizmi / insan ilişkileri (normatif), sistem yaklaşımı (akılcı) ve örgüt kültürü / kalite (normatif) retoriklerindeki kabarma ve sönümlemeleri tasvir etmişlerdir. Araştırmanın sonucunda, yönetmel kuramsallaştırmanın yenilikçi dalgalarının akılcı ile normatif denetim retorikleri arasında salınmasının kökeninde, tüm Batılı endüstriyel toplumların temelinde olan mekanik ve organik dayanışma ile toplulukçuluk ile bireysellik arasındaki çelişkiler olduğu ortaya çıkmıştır. Her bir dalganın zamanlaması, uzun dönemli iktisadi genişleme ve daralma çevrimleri ile paralellik göstermektedir. İktisadi genişleme söz konusuyken akılcı retorikler, iktisadi daralma söz konusuyken normatif retorikler yükselmiştir. Sonuç olarak kültür, yönetmel söylemin geliştiği maddi ve yapısal sınırları oluşturmada ancak iktisadi güçler, yeni kuramsallaştırma dalgalarının ne zaman ortaya çıkacağını belirlemektedir.

Abrahamson (1997), Barley ve Kunda'nın (1992,) 20. yy boyunca beş yönetim retorığının (refah çalışmaları, bilimsel yönetim, insan ilişkileri ve personel yönetimi, sistem yaklaşımı ve örgüt kültürü ve kalite) Amerikan yönetmel söylemini belirlediği görüşüne katılmış ve iki rakip tezi karşılaştırmıştır: Barley ve Kunda'nın (1992) da geliştirdiği iktisadi genişleme ve daralma dönemleri arasında salınma tezi ile hedeflere ulaşamama tezi (hedeflere ulaşım vaadinde bulunan retoriklerin popülerliğinin örgütlerin hedeflerinden sapma düzeylerine göre değiştiği tezi). Yazar, 1875 - 1992 arasında yayımlanan farklı indekslerdeki dergilerde bulunan makaleleri konularına göre ayırıp saymıştır. Sonuçta, bu iki tezin birbirlerini tamamladıkları ortaya çıkmıştır. Salınım tezi yeni retoriklerin doğumunu açıklarken; hedeflere ulaşamama tezi retoriklerin doğum sonrası yaşam seyirlerini açıklamaktadır. Ayrıca, retoriklerin doğumu makro-iktisadi eğilimlerin sonucu değil nedeni de olabilmektedir.

Sonuç Yerine

Retorik ve yönetim bilimleri arasında evrilen diyalektiğin uzun bir geçmişi vardır. Yönetim düşüncesine ait tüm okullar belirli bir retorik yönelim sergiler. Bu okulların düşüncelerinin yayılmasında retorik etkin bir rol oynamaktadır. Bu okulların söylem pratiklerinin güçlü olması, kendi iddialarıyla ilgili örgütsel çalışmaların ve araştırmaların yaygınlaşması sonucunu da doğurmaktadır. Araştırma retorisi üzerinde çalışma yapanlar açık ve zımnî olarak retorige dönüşüm varlığından söz ederler. Çağdaş düşüncedeki retorige zımnî dönüşüm Kuhn'un *Bilimsel Devrimlerin Yapısı* eseriyle başladığı öne sürülmektedir (Bkz. Gaonkar, 2002, s.206). Hayatımızın her alanını retorik kuşatır. Nelson ve Megill'in (1986, s. 36) tespitiyle

“Dünyamız, retorikle yaratılmış ve dokunmuştur: İnşaa edici hikâyeler ve alışveriş konuşmalarından, anekdotlarla istatistiklerden, görüntüler ve ritimlerden, çocuklara anlatılan masallarla sadakat ya da intikam yeminlerinden, başarı veya başarısızlık sembollerinden, eylem ve karakter arketiplerinden yaratılmış ve dokunmuştur, Bizimki, ikna edici tanımlamaların, açıklayıcı ifadelerin ve kurumsal tahkiyelerin dünyasıdır. O, hakikat oyunları, gerçeklik modelleri, iddia tarzları ve metaforlarıyla doludur. Bizim dünyamızda bilginlik (scholarship) retoriktir.”

Yönetme gücünün kaynağının finansal, tanrısal ya da yasal olup olmadığı tarih boyunca sorgulanmıştır. İnsanlık tarihinde birlikte yaşamın başlangıcı, boyutları ve içeriği nasıl olursa olsun uzlaşmayı, iknayı ve rızayı zorunlu kılmıştır. İçsel çelişkilerin korkuyla, baskıyla, zorla, şiddetle ortadan kaldırılması geçici bir yönetim rahatlığı yaratmıştır. Kuşkusuz tarih, uzun yıllar yönetimini bu destek ve araçlarla kullanan örneklerle doludur. Aristoteles'in, Platon'un yönetimi meşru kılmak için belirttikleri koşullar, özellikler iktidarın kaynağını ve iktidarda söz sahibi olabilmeyi işlevsel kılma arayışından başka bir şey değildir (Polat, 2008, s.1). Yönetme gücünün ya da iktidarın meşrulaştırılmasında retorinin rolü olduğu görülmektedir. Gücü meşrulaştıran ya da eleştiren söylemlerin retorik açıdan bir değeri olmalıdır. Bu ise retorinin pragmatik amaçlarla da kullanılabilirdiğini ve gücü meşrulaştırma fonksiyonunun da olduğunu göstermektedir.

Yönetim sürecinde dil ve dilin ediminin rolünü vurgulayan çalışmalar, yönetim teknikleri boyutuyla ele alınarak retorik yönü ihmal edilmiştir. Retorik zamanın moda yönetim söylemlerinin içinde buharlaş-

mıştır. Bu haliyle retorik, yönetim bilimleri içerisinde meşruiyet kazanmış formel bir disiplin olmaktan ziyade zayıflatılmış biçimde söyleme “zeyl” (ek) olarak ele alınmaktadır.

“Söz uçar yazı kalır” atasözünün geçerliliğini yitirdiği, sözün hapsedildiği, yakalandığı ve sözün de kalıcılaştırıldığı bir çağda yaşamaktayız. Çağın teknolojisi, sözü sanki Foucault'a gönderme yapar gibi sözü de kayıt ve gözetim altına alarak arşivlemektedir. Erkin tüm gücüne karşın meşruiyet arayışı ve onanma, kabul, itaat, ikna, rıza gibi kavramların hem siyaset, hem iletişim boyutuyla tanımlanması gerekliliğinin doğduğu günümüz dünyasında (Polat, 2008, s.V) örgütsel yaşam boyutuyla da retorik bilincin gelişmesini zorunlu kılmaktadır.

Habermas'a göre retorik, dil kuramının ya da dünyayı gerçekten görmenin yeni yollarını açıklayabilir fakat gündelik konularla ilgili işlerin yürütüldüğü, sıradan, dünyevi iletişim alanlarındaki sorunları çözme kapasitesinden yoksundur. Buna karşılık postmodernistler “güzel konuşma sanatı, fikirlerin sanatkârane sunumu” şeklindeki daha klasik yaklaşımı benimsemektedirler. Retorik bu bağlamda, simgelerle oynamayı ve hegamonik bir görüşü dayatma ya da kendi üstünlüğü konusunda ayak direktme amacı veya tasarımı olmayan açık bir metin içinde anlamın kurulmasını ifade etmektedir (Mutlu, 1995, s.288).

Geride bıraktığımız çeyrek yüzyılda, örgüt çalışmalarının yalnızca postmodernizm ve eleştirel kuram “çevre” değil yeni kurumsalcılık gibi “merkez” araştırma programlarında retorinin ilgi odağı olduğu gözlemlenmektedir. Örgütün pek çok tanımı olsa da, “insan”sız bir tanımı söz konusu değildir. İnsan olduğu yerde iletişimin olması ve iletişimin olduğu yerde retorinin varlığı, doğal süreçler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmanın kapsamına almadığımız, örgüt altı düzeylerde gerçekleştirilen araştırmalarda retorinin artan kullanımı net bir eğilim olarak görülmektedir. Örgütlerdeki güç, statü, etnik, cinsiyet, inanç, mezhep, ırk, ideoloji vb. temelli her türlü ayrımcılığın analizinde retorisi dikkate alan yaklaşımların yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir.

Sanal örgütlenme modellerinin hız kazandığı ve şebeke örgütlerin iktisadi hayatta ağırlıklarını arttırdıkları günümüz koşullarında, bireylerin, grupların ve örgütlerin güvene dayalı ilişkiler inşa etmeleri çevre

sorunlarından iş ahlakı temelli krizlere kadar pek çok toplumsal sıkıntının ortadan kalkması için bir zorunluluk olarak karşımıza çıkmaktadır. Güven temininde retorikğin gücü ise yadsınamaz bir gerçektir. Örgüt üyeleri ve örgütlerdeki karar alıcılar, retorikğin gücünün farkına vardıkça güveni artıracak yolları da bulmak için yaratıcı yaklaşımlar sergileyeceklerdir.

Metodolojik olarak retorikten beklenti, bilim adamlarının birbirlerini yanlış yollarla ikna ettikleri bir söylem tarzının farkına varıp, daha erdemli bir söylem tarzına geçmeleridir (Heilbroner, 1988, s.38-43). Pozitivizmle birlikte gelişen algılama biçimi günümüz yönetim anlayışlarını büyük ölçüde etkilemiştir. Yönetim teknikleriyle daha fazla verimliliğe odaklanan iş dünyası, iletişimin temel aracı sözün etkisini ikinci planda tutmaktadır. Yönetim bilgisi insanlardan bağımsız değerlendirilemez. Teknik ve teorilerin organizasyon içerisindeki uygulama başarısı konuşma dilinin ikna ediciliğinde gizlidir. Yönetim söyleminin verbalizmden arındırılması, retorikğin nihai amaçlarından olan erdemli olmayı ve ahlaklı tartışmayı beraberinde getirecektir. Yönetim ve organizasyon kadar insani faaliyetlerle ilişkisi yüksek bir disiplinin retorik sanatından elde edeceği faydalar göz ardı edilmemelidir.

Kaynakça

- Abrahamson, E. (1997).** The emergence and prevalence of employee management rhetorics: The effects of long waves, labor unions, and turnover, 1875 to 1992. *Academy of Management Journal*, 40, 3: 491-533.
- Abrahamson, E. (1996).** Management fashion. *Academy of Management Review*, 21: 254-285.
- Abrahamson, E. and Fairchild, G. (1997).** Management fashion: Lifecycles, triggers, and collective learning processes. *Administrative Science Quarterly*, 44: 708-740.
- Alvesson, M. & Kärreman, D. (2000).** Taking the linguistic turn in organizational research: Challenges, responses, consequences. *Journal of Applied Behavioral Science*, 36: 136-158.
- Aristoteles. (1991).** The Art of Rhetoric, Trans. Introduction and Notes by H.C. Lawsen-Tancred, Penguin Books, England.
- Aristoteles. (2000).** *Retorik*. Mehmet H. Doğan (Çev.). İstanbul: Yapı Kredi.
- Aytürk, N. (1990).** *Yönetim Sanatı*. Ankara: Emel.
- Barley, S. R. & Kunda, G. (1992).** Design and devotion: Surges of rational and normative ideologies of control in managerial discourse. *Administrative Science Quarterly*, 37: 363-399.
- Barnes, J. (1995).** *The Cambridge Companion to Aristotle*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Carter, P. & Norman J. (2004).** For the sake of argument: Towards an understanding of rhetoric as process. *Journal of Management Studies*, 41: 469-491.
- Carter, A. (2006).** *Etkin İletişim Kurun*. Zeynep Güden (Çev.). İstanbul: Arion.
- Cevizci, A. (1998).** *İlkçağ Felsefesi Tarihi*. Bursa: Asa.
- Cheney, G., Christensen, L. T., Conrad, C. & Lair, D. J. (2004).** Corporate Rhetoric as Organizational Discourse. ed. Grant, D., Hardy, C., Oswick, C. & Putnam, L. Londra: Sage Publications Inc: 1-36.79-103.
- Clegg, S., Kornberger, M. & Pitsis, T. (2009).** *Managing & organizations: An introduction to theory and practice*. Londra: Sage Publications Inc.
- Deniz, M. (1994).** *Güzel ve Etkili Konuşma*. İstanbul: Alfa.
- Dervişoğlu, İ. & Yılmaz M. Y. (2005).** *Güzel ve Etkili Konuşma*, İstanbul; Papatya Yayınları.
- Farabi, (2004).** *Mutluluğu Kazanma*. Hüseyin Atay (Çev.) İstanbul: Morpa,
- Gaonkar, P.P. (1990).** *The Rhetorical Turn/Invention and Persuasion in the Conduct of Inquiry*, Chicago and London: The University of Chicago.
- Grant, D., Hardy, C., Oswick, C. & Putnam, L. (2004).** Introduction: Organizational Discourse: Exploring the Field. The Sage Handbook of Organizational Discourse. ed. Grant, D., Hardy, C., Oswick, C. & Putnam, L. Londra: Sage Publications Inc: 1-36.
- Green, S. E. (2004).** A rhetorical theory of diffusion. *Academy of Management Review*, 29: 653-669.
- Hartelius, E. C. ve Browning, L. D. (2008).** The application of rhetorical theory in managerial research: A literature review. *Management Communication Quarterly*, 22: 13-39.

- Heilbroner, R. (1988).** *Rhetoric and Ideology. The Consequences of Economic Rhetoric.* ed. McCloskey D. N. & Klamer, A., & Solow R. M. Cambridge: Cambridge University Press.
- İbn Sinâ, (2005).** *İşaretler ve Tembihler.* İstanbul: Litera.
- Kennedy, G. A. (1994).** *A New History of Classical Rhetoric,* USA: Princeton University.
- Kops, G. & Worth, R. (ty).** *Etkili ve Güzel Konuşma Sanatı.* Melih Üzmez (Çev.). İstanbul: Gün.
- Maki, U. (1995).** Diagnosing McCloskey. *Journal of Economic Literature.* 33: 1300-1318.
- McCloskey, D.N. & Klamer, A. (1988).** *Economics in the Human Conversation. The Consequences of Economic Rhetoric.* ed. Deirdre N. McCloskey, Arjo Klamer, Robert M. Solow. Cambridge: Cambridge University Press: 3-20.
- McCloskey, D. N. (1998).** *The Rhetoric of Economics.* 2. bs. Madison: The University of Wisconsin Press.
- McCloskey, D.N. & Megill, A. & Nelson J. S.. (2002).** *Araştırma Retoriği. Retorik, Hermeneutik ve İnsan Bilimleri.* Hüsamettin Arslan (Çev.). ed. Hüsamettin Arslan. İstanbul: Paradigma.
- McNeill, W. H. (2005).** *Dünya Tarihi,* Çev. Alâeddin Şenel, Ankara: İmge.
- Meyer, M. (2009).** *Retorik.* İsmail Yerguz (Çev.). Ankara: Dost.
- Mutlu, E. (1995).** *İletişim Sözlüğü.* Ankara: Ark.
- Nelson, J. S. & Megill, A. (1986).** Rhetoric of inquiry: Projects and prospects, *Quarterly Journal of Speech,* 72: 20-37.
- Özen, Ş. & Berkman, Ü. (2007).** The cross-national reconstruction of managerial practices: TQM in Turkey. *Organization Studies,* 28: 825-851.
- Özen, Ş. (2010).** Rhetorical strategies of indigenous and foreign management practices: A center-periphery comparison. Lizbon'da gerçekleşen 26. *Avrupa Örgüt Çalışmaları Grubu (EGOS) Kolokyumu*'nda sunulan bildiri.
- Özsarı, R. (2012).** *Kompozisyon ve Anlatım Biçimleri,* Balıkesir: Altın Post.
- Peter, L. J. & Hull, R. (1976).** *Peter Prencibi.* Behzat Tanç (Çev.). İstanbul: Bedir.
- Phillips, N. & Malhotra, N. (2008).** Taking Social Construction Seriously: Extending the Discursive Approach in Institutional Theory. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism.* ed. Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. Londra: Sage Publications Inc: 702-720.
- Platon & Longinos, C. (2003).** *Siyaset ve Retorik.* Ahmet Aydoğan (Çev.). İstanbul: İz.
- Polat, V. (2008).** *Politik Konuşma ve Politik Söylem.* İstanbul: Derin.
- Schopenhauer, A. (2012).** *Eristik Diyalektik.* Ülkü Hıncal (Çev.). İstanbul: Sel.
- Sebberson D. (1990).** The rhetoric of inquiry or the Sophistry of status Quo?, *Journal of Economic Issues,* 24: 1017-1026.
- Suddaby, R. (2010).** Challenges for institutional theory, *Journal of Management Inquiry,* 19: 14-20.
- Suddaby, R. & Greenwood, R. (2005).** Rhetorical strategies of legitimacy. *Administrative Science Quarterly,* 50: 35-67.
- Taşer, S. (1992).** *Konuşma Eğitimi.* İzmir: İleri.
- Taylor, F. W. (1911/1967).** *Principles of Scientific Management.* New York: Harper.
- Thornton, P. H. & Ocasio, W. (2008).** Institutional Logics. *The Sage Handbook of Organizational Institutionalism.* ed. Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K. & Suddaby, R. Londra: Sage Publications Inc: 99-129.
- Tutar, H. (2009).** *Örgütsel İletişim,* Ankara: Seçkin.
- Van de Ven, A. H. (2007).** *Engaged Scholarship: A Guide for Organizational and Social Research.* New York: Oxford University Press.
- Yetiş, K. (2006).** *Belâgattan Retoriğe,* İstanbul: Kitabevi.
- Zbaracki, M. J. (1998).** The rhetoric and reality of total quality management. *Administrative Science Quarterly,* 43: 602-636.

Mezun Öğrencilerin Kariyer Algılamaları: Anadolu Üniversitesi Örneği Career Perceptions of New Graduates: Anadolu University Example

Prof. Dr. Meryem Akoğlan Kozak - Tülin Dalkıranoglu

Öz

Öğrencilik döneminden itibaren kariyer planlamaya başlamak, mezuniyet sonrasında kolay iş bulma, çalışılacak alanla ilgili yetenekleri geliştirme ve profesyonel yaşama kolaylıkla uyum sağlama açısından son derece önemlidir. Bu nedenle, üniversitelerde öğrencilerin kariyer farkındalığını artırmak, kariyer planlamasına yardımcı olmak amacıyla, kariyer merkezi/ofisi kurma, rehberlik ve danışmanlık hizmetleri verme, müfredatlarda kariyerle ilgili derslere yer verme, seminerler düzenleme gibi destek çalışmalar her geçen gün önem kazanmaktadır. Bu bağlamda, öğrencilerin genellikle mezuniyetten sonra kariyerleri ile ilgilenmeye başlamaları ise öğrencilik sürecinde yeterli bir farkındalık oluşturulmadığına bağlanabilir.

Öğrencilerin kariyere nasıl baktıkları ve kariyer planlamayla ilgili algılamalarının belirlendiği bu araştırma, Anadolu Üniversitesinde bulunan 2901 mezun durumdaki ön lisans ve lisans öğrencileri kapsamında gerçekleştirilmiştir. 1 Mayıs-31 Eylül 2011 tarihleri arasında yürütülen araştırmada verilerin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin analizinde ise t-testi, ki-kare testi, frekans ve yüzdeler kullanılmıştır.

Araştırma sonucunda öğrencilerin, kariyer kararlarında yeterli düzeyde yönlendirme yapılmadığı, kariyer kararlarını geleneksel kalıplara göre verdikleri, maddi kaygıların kariyer olanaklarının önünde yer aldığı, yüksek lisans yapmayı önemli bir kariyer fırsatı olarak gördükleri, kariyer siteleri hakkında bilgi sahibi oldukları ve kadın öğrencilerin kariyer farkındalıklarının erkeklere göre daha yüksek olduğu yolunda bulgulara ulaşılmıştır.

Anahtar Sözcükler: Anadolu Üniversitesi, Kariyer, Kariyer Planlama, Kariyer Algısı, Kariyer Siteleri.

Abstract

Career planning during university education is important for students to facilitate employment, to develop their abilities in the area they are interested in, and to get used to the professional life. Universities increase their effort to support students in career planning through activities such as raising student awareness regarding career planning, supporting students in career planning, establishing a career center/office, providing guidance and advisory services, incorporating career related courses in curriculum, and making seminars, are observed more often in universities. It is, however, observed that students do usually make career related investments only after the graduation, implying that they are not aware of the importance of such planning during their undergraduate years.

This research aims to determine students' perceptions regarding career planning. It is based on a survey of 2901 graduates with undergraduate degrees from Anadolu University conducted from May 1st to May 31st, 2011. Data has been collected through a survey and analyzed with t- tests, chi-square tests, frequencies and percentages.

Based on the research, it is found that students do not have access to necessary guidance regarding career related decisions, that students make their decisions based on traditionally popular career paths, that monetary compensation dominates career improvement, that students tend to obtain a master's degree prior to professional life, that they are familiar with career websites, and that female students are more aware of the importance of career planning relative to male students.

Keywords: Anadolu University, Career, Career Planning, Career Perception, Career Websites

Giriş

Her insan küçük yaşlardan itibaren geleceğe yönelik bazı hayaller kurar ve hangi işlerin kendisi için uygun olacağını düşünür. Bu hayaller daha sonraki dönemlerde fırsatları değerlendirme ve rakipleri geçme şeklinde bireyin kariyer kimliğini şekillendirir (Hoekstra, 2011; Çakmak, 1992, s.64). Yirminci yüzyılda eğitilmiş insan sayısında görülen artış, insanların okul yaşamlarından itibaren, kariyer hedeflerini belirleyecek bir plan dahilinde çalışma yaşamına girmelerini zorunlu kılmıştır. Yeni ekonomik düzen içerisinde, artık hiçbir ülkede “yaşam boyu iş” garantisi kalmamış “yaşam boyu eğitim” ve “istihdam edilebilirlik” kavramları geçerlilik kazanmıştır (Kurt, 2004). Bilindiği gibi, üniversite eğitimi ile bireye, alanında temel bilgi vermek ve iş yaşamına hazırlamak amaçlanır, bu ortamda öğrencilerden öncelikle sınıflarında başarılı olmaları beklenir. Kişilerin lise ve üniversite çağlarında yaşadıkları deneyimlerin, kariyerlerini şekillendirme aşamasında kalıcı etkileri bulunmaktadır (Kleinberg, 1976). Bu davranışın oluşup gelişmesinde yetenekler, ilgiler, değerler, ihtiyaçlar ve pazardaki değişiklikler gibi psikolojik, kültürel değerler, sosyo ekonomik düzey ve cinsel rol algısı gibi sosyal faktörler etkili olmaktadır (Sikora ve Pokropek, 2011; Kuzgun, 2003, s.24). Bunun yanında, öğrencilerin kariyer kararlarında aile ve kültür öğelerinin de belirleyici unsurlar olarak öne çıktığı bilinmektedir (Leung vd., 2011).

Üniversite yılları öğrencilerin kariyerleri ile ilgili keşif aşaması olup, kariyer seçenekleri bu dönemde değerlendirilir (Martens ve Felissa, 1998). Bu aşamada onları doğru seçim yapmaya yönlendirmek gelecekteki çalışma yaşamları için son derece önemlidir (Watson ve Stead, 1997). Bu süreçte, öğrencilere gerekli önem ve destek verilmediğinde, plansız bir şekilde iş hayatına geçiş yapmaları, onların kariyer hedeflerine yönelme süreçlerinde, zaman ve kaynak israfına uğramalarına sebep olmaktadır (Leung vd., 2011). Net bir yönü olmayan bireylerin, kariyeri ile ilgili kararlar alırken sıkıştığı (Sangganjanavanich ve Magnuson, 2011), genellikle, bu sıkışık dönemlerinde mezuniyetten sonra eğitimlerini sürdürme yönünde karar aldıkları görülmektedir (Lopatto, 2004). Bu nedenle, lisansüstü eğitim erken kariyer dönemi için en fazla başvuru alan yol olmaktadır (Gardner ve Barnes, 2007).

Öğrencilerin kariyer tercihi aşamasında doğru seçim yapabilmesi için yaratıcılık, rekabet, iş-yaşam dengesi, iş disiplini, işe bağlılık, ücret, sosyal imkanlar, başarılarının ödüllendirilmesi, işyerindeki eğitim

imkanları, kişiler arası iletişim, serbestlik ve bağımsız çalışabilme, değer yargıları gibi konuları dikkate almalarının, çalışma yaşamına uyum sağlama sürecinde, yaşayacağı sıkıntıları azaltıcı etkisinin olacağı açıktır (Erdoğan, 2008, s.164). Sıralanan bu faktörler arasında geçmişte, ücret ve sosyal imkanlar gibi faktörler ilk talep edilen seçenekler olurken, günümüzde gençlerin kariyer gelişimlerini sağlayacak bir pozisyon ve buna uygun bir ortamı daha fazla önemsedikleri görülmektedir (Soysal, 2006).

Günümüzde uluslararası kariyer rehberliğinin önemi giderek artmakta, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), Avrupa Birliği ve Dünya Bankası tarafından 37 ülkede kariyer rehberliği politikaları finanse edilmektedir. Uluslararası örgütler, hükümetleri bu uygulamada tamamlayıcı unsur olarak görmektedir. Eğitim, öğretim, işgücü sistemlerinin kolaylaştırılması ve sosyal promosyonlar ile hükümetler kariyer rehberliği alanında artık daha etkili sonuçlar için çalışmaktadırlar (Levvin ve Colley, 2011). Eğitim ve çalışma yaşamını bütünleştiren sistemlerle üniversitede iş eğitimi verilirken, iş yerinde de uygulamalı eğitimin sürdürüldüğü modeller (CO-OP) uygulanmaktadır (Matai ve Matai, 2010).

Üniversitelerde öğrencilerin kariyer arayışları genellikle kariyer merkezleri, stajlar, sektör temsilcileri ile tanışma, uygulamalı dersler ve CO-OP programları şeklinde gerçekleşmektedir. Üniversite kariyer merkezleri, kariyer konusunda yardım almak isteyen farklı nitelikteki öğrencilerin, ihtiyaç ve kültürel beklentilerine cevap verecek temel değerlere sahip olmalıdır (Flores ve Spanierman, 1998; Reardon ve Bertoch, 2010). Ancak kariyer danışma programlarının yetersizliği, müfredatta kariyer geliştirme ile ilgili yeterli ders olmaması ve kariyer hizmeti sunacak deneyimli personelin eksikliği gibi sebepler, üniversitelerin internet, CD, bilgisayar tabanlı kariyer rehberliği programları gibi teknolojik imkanları kullanmasını gerekli kılmaktadır (Savickas vd., 2005; Stevens ve Lundberg, 1998).

Kariyer planlamanın önemine bağlı olarak bugün çeşitli üniversitelerde ve meslek liselerinde öğrencilerin ileride çalışacakları sektörlerle tanışmalarını ve ilişki kurmalarını sağlayan çeşitli uygulamalar başlatılmıştır. Böylece, öğrencilik sürecinde kişinin ileride yapacağı iş ve meslek hakkında bilinçlendirilmesi ve

yönlendirilmesi sağlanmaktadır. Bu belirlemeden hareketle, bu çalışmada Anadolu Üniversitesi örneğinde öğrencilerin, kariyer ve kendi kariyer planlamalarıyla ilgili algı ve beklentilerinin belirlenmesi ve bu sonuçlara bağlı olarak, öğrencilerin kariyer planlamasında üniversite olarak yapılması gerekenler konusunda yol gösterici bulgulara ulaşılması hedeflenmektedir.

Literatür Taraması

Kariyer genellikle, ilerlemeyi ve yönetim hiyerarşisinde yukarıya doğru yükselmeyi ifade eder (Sümer, 2008). Bu bağlamda, kariyer, insanın iş hayatı boyunca yer aldığı basamaklar mevkileri, yaptığı işleri, bulunduğu kurumla ilgili tutum ve davranışları kapsar (Kozak, 2001, s.17). Bu süreçte kabul gören en temel yaklaşım, bireyin sevdiği, kendini doğru ifade edebileceği, hepsinden de önemlisi kişiliğine ve yeteneklerine uygun bir iş seçmesi ve kariyer gelişimini şekillendirmesi olmuştur.

İlgili çalışmalarda kariyer kavramının odak noktasının birey olduğu görülür. Birey çalışma hayatına atıldığı ilk günden itibaren bazı ihtiyaçlarını karşılamak, beklenti ve arzularını tatmin etmek, geleceğe yönelik planlarını yaparak işinde ilerlemek ve bunun sonucunda başarılı olmak ister. Bu tür duygu, düşünce ve tutumlar bireyin mesleğe yönelik davranışlarını oluşturur (Kozak, 2009, s.74). Bu açıdan kariyer, işe başlama, devam eden süreçte farklı işler ve işgücünden ayrılma ile son bulan bir süreç olarak görülebilir (Özsalmanlı, 2004). Bu karmaşık süreçte bireyler yaşamları boyunca iş ve iş dışındaki yaşantıları arasında denge kurmaya çalışırlar. Bu denge ne kadar sağlıklı, bilinçli ve planlı ise birey hem işte, hem iş dışında daha verimli ve etkin olmaktadır (Ölçer, 1997). Bireyin kimliğini, toplumsal durumunu ve statüsünü oluşturmasına yardım eden kariyer olgusu, bu nedenle iş yaşamı kadar özel yaşamında da önemlidir. Başarılı bir kariyer yaşamı bireylerin, meslek yaşamını sürdürebilmesi için gerekli olan maddi gücü elde etme, psikolojik olarak iş doyumunu oluşması ve kişiliğin gelişmesinde etkilidir (Kozak, 2001, s.17).

Son yıllarda teknoloji ve çalışma koşullarında yaşanan hızlı değişimlere bağlı olarak, çoklu kariyer gibi farklı kariyer uygulamalarının tartışılmaya başladığı görülmektedir (Barnet ve Bradley, 2007). Kariyer geliştirme, kariyer planlama, kariyer engelleri, kariyer yolu, kariyer yönetimi, kariyer danışmanlığı diğer uygulamalar arasındadır (Giderler, 2010, s.76).

Kariyer kapsamında en fazla üzerinde durulan konu kariyer planlamadır. Kariyer planlama, varılmak istenen noktayı yapılandırarak, adım ve hedefleri gerçekleştirecek faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Okakın, 2008; Laker ve Laker, 2007). Planlama, işe yerleştirme, değerlendirme, danışmanlık, eğitim gibi insan kaynakları faaliyetlerini de içine alır. Burada önemli olan örgütün ihtiyaçları ve kişinin beklentileri arasında bir denge kurulması ve her iki tarafın ihtiyaçlarının karşılanmasıdır (Şimşek vd., 2004, s.91). Kariyer planlama konusunda bilinen en önemli yaklaşım, örgütsel ve bireysel yaklaşımdır. Bireysel yaklaşımda birey, kendi kişiliğine uygun yol ve yönü belirleme çabasında olup, birçok faktörden etkilenmektedir. Örgütsel yaklaşımda, kariyer planlaması doğrultusunda biçimlendirilmiş bireysel amaç ve yönelimleri içerik ve felsefe olarak örgütsel amaçlarla birleştirme ilkesi hakimdir. Bu bağlamda kabul gören bir başka kavram olan kariyer yönetimi ise bireylerin örgüt içinde ilgi, değer ve becerilerine uygun işlerde istihdam edilmelerini sağlayan etkinliklerdir (Adıgüzel, 2009).

Bireyin kariyer hedeflerine ulaşmasını engelleyen bariyerler ise ilgili yazında kariyer engeli olarak adlandırılmaktadır (Swanson vd., 1996). *Cinsiyet ayrımcılığı, cam tavan, kariyer platosu*, bireyin birden fazla uzmanlık alanına sahip olması ile ortaya çıkan ve bireyin güçlenmesi yanında, ilgisini farklı alanlara kaydırarak başarısının düşmesine neden olan *çoklu kariyerlilik* bunlardan bazılarıdır. Bu konuda lisans öğrencileri kapsamında yapılan bir araştırma sonucunda kadınların erkeklere oranla daha fazla kariyer engelleriyle karşılaştıkları yolunda bulgulara ulaşılmıştır (Luzzo ve McWhirther, 2001).

Günümüz teknolojik gelişmelerine bağlı olarak kariyer planlamada önemli kolaylıklar yaşanmaktadır. Örneğin, web siteleri ve internet, kurumların ve bireylerin (Öksüz, 2011), iş arama ve kariyer süreçlerinde sıklıkla yararlanılan bir kaynak haline gelmiştir (Gatti ve Peretz, 2011). Bireyler artık, buldukları yerden iş ilanlarını takip ederek başvuru yapabilmektedirler (Çiçek vd., 2010). İlgili literatürde bu sitelerden ağırlıklı olarak, kariyere yeni başlayan ya da kariyerin ilk evresindeki kişiler ve öğrenciler yararlandığına dair bulgulara rastlanmaktadır (Bright vd., 2005). Sosyal ağların da bu tür araştırmalara sık sık konu olmaya

başladığı dikkat çekmektedir. *Facebook* ve *myspace* gibi sosyal paylaşım sitelerinin gün geçtikçe artan genç üye sayısı ve bu gruplara yönelik analizler her geçen gün önem kazanmaktadır (Jain, 2008).

Bilgi teknolojileri ve çalışma yaşamındaki gelişmeler, kariyer seçimini geçmişte olduğundan daha kapsamlı hale getirmiştir. Kariyer seçiminde bireyin kişiliği, ilgi alanları, kültürel kimliği, küreselleşme ve sosyalleşme gibi pek çok faktörden etkilendiği bilinmektedir. Örneğin, cinsiyetin kariyer seçiminde ve kariyer sürecinde önemli olduğunu gösteren farklı araştırmalar bulunmaktadır (Lefevre vd., 2010; Sikora ve Sahara, 2009; Creed ve Patton, 2003, Dick ve Rallis, 1991).

Son yıllarda, özellikle üniversite öğrencileriyle ilgili, gerçekleştirilen araştırmalardan elde edilen bazı çarpıcı sonuçlar bulunmaktadır. Örneğin öğrenciler, profesyonel kariyerlerini planlama konusunda kararsız ve işgücü piyasasındaki, istihdam seçeneklerini eğitim aldıkları işlerde değil farklı pozisyonlarda değerlendirebilmektedirler (Beduwe ve Giret, 2011; Jones vd., 2010; Laker ve Laker, 2007). Öğrencilerin, en çok çalışmak istediği iş alanları sağlık, teknik meslekler, eğitim, yönetim ve finansdır (Perrone vd., 2010). Öğrenciler ayrıca, esneklik, prestij, maaş, terfi olanakları, iş güvenliği ve ilerleme fırsatları gibi konuları kariyer tercihlerinde önemli görmektedirler (Edward ve Quinter, 2011; Issa ve Nwalo, 2008). Yine öğrencilerin kariyer tercihlerinde arkadaş, tanıdık, üniversite personeli, işverenlerin web siteleri ve kariyer web sitelerinden yararlandıkları görülmektedir. Düzenli iş/yaşam dengesi, güvenli bir pozisyon, pratik iş eğitimi profesyonel yaşamda aranan üstünlükler olarak kabul görünürken, ilk profesyonel pozisyon için en az bir yıl beklenmesi gerektiğini düşünmektedirler Öğrencilerin yıllık ücret beklentilerini ise ortalama 22.391 Euro olarak belirlenmiştir¹. Ayrıca, öğrencilerin kariyer ve gelecekle ilgili ciddi kaygıları olduğu ve kariyerleri ile ilgili olumsuz fikirlere sahip oldukları ve kariyer rehberliği hizmetlerinden yararlanmadıkları da bu bağlamda ortaya çıkan bulgular arasında yer almaktadır (Lairio ve Penttinen, 2006).

Öğrenciler üniversiteye girişlerinden itibaren sınıf dereceleri arttıkça hedeflerine ulaşmak için kariyer yapma isteklerinin yerini para kazanma isteği aldığından (Taşlıyan vd., 2011), zaman içinde iş ve istihdam güvenliğini daha fazla önemsemektedirler (Adıgüzel,

2009). Mali zorluklar, aile ve sosyal çevrenin olumsuz etkileri, yetenekler, olumsuz iş ya da okul deneyimi ve rol çatışması sayılan kariyer engelleri arasındadır (Chuang, 2010). Bu arada lisansüstü eğitim alan öğrencilerin çalışma yaşamındaki değişim ve yeni kariyer yönelimlerine daha açık oldukları (Seçer ve Çınar, 2011), kariyer başarılarında bireysel ve örgütsel faktörleri önemsedikleri görülmüştür (Supangco, 2011). Yani eğitim düzeyi gibi kimi sosyal farklılıklar hatta ekonomik farklılıklar kariyer planlarının oluşmasında önemli değişiklikler yaratabilmekte; öğrencilerin kişilik özelliklerinin önüne geçerek kariyer kararlarında etkili olabilmektedir (Weiqiao, 2012, Leong, 1991).

Kariyer konusu özellikle, uluslararası literatürde ve uygulamalarda erken dönemlerde ele alınmaya başlamıştır (Edward ve Quinter, 2011; Levvin ve Colley, 2011). Ülkemizde ise bu konuyu öğrencilik ve üniversite öğrencisi düzeyinde inceleyen sınırlı sayıda araştırma bulunmaktadır (Çakmak, 1992, Seçer ve Çınar, 2011, Taşlıyan vd., 2011, Adıgüzel, 2009). Aslında çok daha önceden belki üniversiteye başlamadan önceki dönemlerde başlatılması gereken kariyer planlama çalışmasının, en azından üniversite yıllarında başlaması mezuniyet sonrası yaşanacak zaman, moral ve verimlilik kayıplarını da önleyecektir. Bu nedenle, üniversite, sektör ve bölge ölçeğinde kariyer planlarını belirleyen faktörlerin araştırılması bu alanı farklı bakış açısıyla besleyeceği gibi, aynı zamanda diğer çalışmalar ile karşılaştırmalar yapılmasına da imkan verecektir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kişilerin bir meslek sahibi olarak çalışmalarının artan önemine bağlı olarak kariyer olgusu da her geçen gün ivme kazanmaktadır. Özellikle, erken kariyer dönemi olarak bilinen öğrencilik yıllarından itibaren bireylerin belli mesleklere veya iş alanlarına yönlendirilerek kariyer yollarının belirlenmesi, hem bireysel yaşamda hem de genel istihdam politikaları çerçevesinde önemli kolaylıklar sağlayacaktır. Öğrencilerin önlisans ya da lisans eğitimlerinden sonra hemen iş hayatına başlayabilmeleri, sevdikleri ve önceden karar verdikleri işleri yapmaları bireysel başarı yanında, sektörel ve insan kaynaklarındaki etkinliği sağlayacaktır.

Araştırmanın temel amacı, Anadolu Üniversitesi'nde mezun durumda olan ve örgün öğrenim gören, önlisans ve lisans öğrencilerinden oluşan katılımcıların kişisel kariyere bakış açılarını belirlemektir. Her yıl

1 <http://ebookbrowse.com/trendence-graduate-baromeeter-2011>

milyonlarca gencin sınavlar aracılığıyla okullara yerleştirildiği, çoğu kez gençlerin bilinçsizce yaptıkları tercihlerle adım attıkları üniversite eğitimi sürecindeki kariyerlerinin ne şekilde oluştuğunu tespit etmek, bu konuda alınabilecek önlemlerin belirlenmesine yardımcı olacaktır.

Araştırmanın sonuçları, araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer engelleri, kariyer hedef ve beklentilerinin belirlenmesi ve kariyer planlamaları ile ilgili detaylı bilgilere ulaşılması yanında, öğrencilere kariyerleri konusunda nasıl yardımcı olunacağı ile ilgili ipuçları vermesi bakımından önemlidir.

Yöntem

Araştırma verilerinin toplanmasında anket tekniğinden yararlanılmıştır. Verilerin toplanması sırasında anketler, yüzyüze uygulanmıştır. Anket sorularının oluşturulmasında 24 Avrupa ülkesindeki üniversite öğrencilerine uygulanmış olan *Trendence Kariyer ve Eğitim Anketi'nden* yararlanılmıştır. 30 sorudan oluşan bu soru formu *öğrenci profili, üniversite yaşamı, kariyer ve iş arama süreci* ile ilgili sorulardan oluşmaktadır (Trendence, 2011). Araştırmada kullanılmasına karar verilen bu soru formu 150 öğrencinin katıldığı bir ön araştırmada sınanmış ve araştırma amacına uygun olmayan 16 soru elimine edilmiştir. Ön araştırma sonucunda öğrenciler tarafında önerilen dört soru daha eklenerek toplam 18 sorudan oluşan yeni bir anket soru formu hazırlanmıştır. Düzenlenen anketin güvenilirliğini test etmek için Cronbach Alpha testinden yararlanılmıştır. Cronbach Alpha katsayısı ,62 olarak hesaplandığından uygulamaya başlanmıştır.

Araştırmanın evrenini, Anadolu Üniversitesinde örgün eğitim gören ve mezun durumunda olan 4475 ön lisans ve lisans öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma evreninin geniş kapsamlı olması ve zaman kısıtı nedeniyle evrende yer alan tüm öğrencilere ulaşamayacağı düşünülmüş ve örnekleme yöntemi olarak, tesadüfi olmayan örnekleme türlerinden kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiş (Yüzer vd., 2009, s.177), toplamda 2901 mezun durumda öğrenci araştırma kapsamına alınmıştır. Ulaşılan örneklem sayısının araştırma evreninin %65'ini kapsaması ve verilerin Anadolu Üniversitesi örgün öğrenim veren tüm fakülte ve yüksekokullarının mezun durumundaki öğrencilerinden toplanması nedeniyle, konu çerçevesinde gerçeğe yakın bulgular elde edileceği varsayılmıştır.

Üniversitesinin kariyer ofisi tarafından öğrencilere anket ile ilgili duyuru yapılmış, 1 Mayıs-31 Eylül 2011 tarihleri arasında, merkeze iş başvurusu ve mezun işlemleri için gelen tüm öğrencilere yüz yüze anket uygulanmıştır.

Bulgular

Verilerin analizinde yüzde ve frekanslar yanında, çapraz tablolarda t-testi ve *ki-kare* testinden yararlanılmıştır. Araştırma sonucunda, elde edilen bulgulara aşağıdaki tablolarda yer verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Öğrenciler ile İlgili Genel Bilgiler

Bilgiler	Sayı
Soru.1:Cinsiyet	
Kadın	1613
Erkek	1288
Toplam	2901
Soru.2 Bölümler	
Eczacılık Fakültesi	68
Edebiyat Fakültesi	155
Eğitim Fakültesi	658
Fen Fakültesi	64
Hukuk Fakültesi	71
İktisadi İdari Bilimler Fakültesi	716
İletişim Bilimleri Fakültesi	222
Mühendislik Mimarlık Fakültesi	230
Beden Eğitimi ve Spor Y.O.	74
Sivil Havacılık Y.O.	75
Turizm ve Otel İşletmeciliği Y.O.	60
Devlet Konservatuvarı, End.San.Y.O.,Güzel San.Fak.	121
Eskişehir M.Y.O., Yunus Emre M.Y.O., Porsuk Meslek M.Y.O.	387
Toplam	2901
Soru.3: Staj Durumu	
Var	1666
Yok	1235
Toplam	2901
Soru.4: Yabancı Dil	
Çok iyi	413
İyi	180
Orta	1298
Çok az	180
Toplam	2901
Soru.5: Akademik Başarı	
Çok başarılı	293
Başarılı	1096
Vasat	1384
Başarısız	128
Toplam	2901
Soru.6: Mevcut Durumu	
Çalışıyor	529
Çalışmıyor	2372
Toplam	2901
Soru.7: Üniversitede Kazandığı Deneyim**	
Sosyal ve kültürel etkinliklere katılım	1069
Alan dışındaki uygulamalara katılım	964
Alan ile ilgili olan çalışmalar	2011
Yabancı bir ülkede öğrenim veya çalışma	419
Hicbiri	161

Araştırmaya katılan öğrencilerle ilgili genel bilgilerin sunulduğu Tablo 1'deki veriler incelendiğinde, kariyer ile ilgili konulara kadın öğrencilerin erkek öğrencilere oranla daha ilgili oldukları görülmektedir. Öğren-

cilerin genellikle staj yaptıkları, stajlarla pratik bilgiye sahip oldukları ve kariyer hedeflerinde bir avantaj yakaladıkları söylenebilir. Orta düzeyde yoğunlaşan yabancı dil bilgisi önemli bir yabancı dil sorununa işaret ederken, akademik başarı düzeyinin ağırlıklı olarak vasat (4'lük sistem üzerinden 2-2.5) düzeyde toplanması eğitim-öğretimle ilgili olarak öğrencilerin sıkıntılı olduğunun göstergesi olarak alınabilir. Ancak öğrenciler alanlarında deneyim (staj ve uygulamalar) sahibidirler ve sosyal-kültürel etkinliklere katılmada isteklidirler. Bu durum öğrencilerin sosyalleşmeleri, kendilik değerlerinin gelişmesi ve özgüvenlerinin oluşmasında önemli unsurlardır. Öğrencilerin deneyimle ilgili olarak öncelikle, kendi alanlarıyla ilgili çalışmalara yönelindikleri, eğitim alanlarıyla ilgili konularda deneyim kazanmak istedikleri görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal etkinliklere katılma ve alan dışı uygulamalara katılım da öğrenciler tarafından önemli bir deneyim alanı olarak kabul görmektedir. Bu durum, öğrencilerin kampusteki sanat ve kültür faaliyetlerinin önemli bir yaşamsal deneyim olduğunun farkında olduklarının göstergesi olarak alınabilir.

Tablo2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kariyerleri ile İlgili Görüşleri

	n	%
Soru.8: Yüksek lisans yapmak istiyor musunuz?		
Evet	2059	71,0
Hayır	842	29,0
Toplam	2901	100,0
Soru.9: Sizce, ilk profesyonel pozisyon için kaç başvuru gerekli?		
1 başvuru	481	16,6
2 başvuru	771	26,6
3 başvuru	622	21,4
3 başvurudan fazla	1027	35,4
Toplam	2901	100,0
Soru.10: Sizce, ilk profesyonel pozisyon için kaç yıl gerekli?		
1 yıl	711	24,5
2 yıl	1325	45,7
3 yıl	651	22,4
3 yıldan fazla	214	7,4
Toplam	2901	100,0
Soru.11: Ücret beklentiniz?		
Asgari Ücret	90	3,1
1000-1500 TL.	1413	48,7
1500 TL'den fazla	1398	48,2
Toplam	2901	100,0

Tablo 2, araştırmaya katılan öğrencilerin önemli bir bölümünün profesyonel yaşama başlamadan önce yüksek lisans yapma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, Lopotto (2004), Gardner ve Barnes'ın (2007) öğrencilerin mezuniyetten sonra yüksek lisans yaptıkları süreyi kariyer kararlarını netleştirmek ve fark yaratmak amacıyla kullanmaları bulgularıyla benzerdir. Burada, ilk profesyonel pozisyon

için üçten fazla başvuruda bulunmak ve en az iki yıl beklemek konusundaki tahmin ise öğrencilerin çalışma yaşamı ile ilgili karamsar duygularına sahip oldukları şeklinde yorumlanabilir. Bu sonuç, Lairio ve Penttinen'in (2006), öğrencilerin gelecekteki kariyerleri ile ilgili olumsuz fikirlere sahip olmaları ile ilgili bulguları desteklemektedir. Trendence (2011) ise öğrenciler ilk profesyonel pozisyonları için bir yıldan az beklemektedirler. Bu sonuçlara dayanarak, üniversite öğrencilerin belli dönemlerde gelecek kaygısı içinde oldukları söylenebilir. İlk işe başlama ücreti için ağırlıklı olarak 1000-1500 TL seçeneğinde yoğunlaşmasına ilişkin elde edilen bu sonuç Avrupa ortalamasının (1798 EU) altında kalmaktadır (Trendence, 2011). Bu durum, öğrencilerin piyasa gerçeklerinin farkında olduklarını göstermesi açısından önemlidir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kariyerleri ile İlgili Bilgi Sağlama Yöntemleri

	n	%
Soru.12: Yöntemler**		
Arkadaş/Tanıdık/Üniversite Personeli tavsiyeleri	1806	62,3
İşverenlerin web siteleri	1538	53,0
Kariyer siteleri	1255	43,3
İşverenlerle şahsen irtibat	855	20,3
Gazete ve dergilerin iş ilanları	647	22,3
Üniversitelerde düzenlenen işveren tanıtımları	588	20,3
Soru.13: İnternet Siteleri**		
Kariyer.net	1761	60,7
Memurlar.net	1106	38,1
Yenibiris.com	1043	36,0
Secreter.com	584	20,1
Kariyergenc.com	521	18,0
Hiçbiri	406	14,0
Soru.14: Meslek Fuarları**		
A.Ü.Kariyer Günleri	895	30,9
TUBİTAK	374	12,0
TUYAP	283	9,8
AİSEC	237	8,2
CEBIT	173	6,0
Hiçbiri	1424	49,1
Soru.15: Sosyal Paylaşım Siteleri**		
Facebook	2474	85,3
Mynet	640	22,1
Memurlar.net	972	33,5
Hocam	221	7,6
Myspace	218	7,5
Hiçbiri	154	5,3

** Yanıtlayıcılar birden fazla seçeneği işaretlediği için toplam yüzdeden farklıdır.

Tablo 3, araştırmaya katılan öğrencilerin, çalışma yaşamı ile ilgili bilgi toplamak için öncelikli olarak tavsiye yöntemine başvurduklarını göstermektedir.

Bu arada öğrencilerin, gelişen teknolojinin işverenler tarafından kullanımına ve kurumsal şirketlerin günümüzde ağırlıklı olarak kendi web sitelerinden iş başvurusu kabul etmesine kayıtsız kalmadıkları söylenebilir. Bu durum, kariyer sitelerinin üçüncü sırada tercih edilmesinde de görülmektedir. Bu sonuçlar, Trendence (2011) tavsiye yöntemi (%70,9), işverenlerin web siteleri (%65,9), kariyer web siteleri (%64,2) sonuçlarını desteklemektedir. Yani öğrenciler, kariyer planlamalarında geleneksel oldukları kadar, çağın teknolojik koşullarına da uyumludurlar.

Çalışmada, en fazla tercih edilen kariyer sitesi ise *kariyer.net* olarak belirlenmiştir. *Memurlar.net*'in ikinci sırada yer alması ise günümüzde devlet sektörünün halen güvenceli bir alan olarak görülmesine bağlanabilir. Ancak öğrenciler meslek fuarlarına ilgisiz olup, sadece Anadolu Üniversitesinin düzenlediği *Kariyer Günlerine* katılımda isteklidirler. Sosyal paylaşım ağı olarak en fazla *facebook*'un tercih edilmesi, bu bölümle ilgili önemli sonuçlar arasındadır.

Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Profesyonel Yaşamda Önem Verdikleri Konular

Soru.16	n	%
Konular**		
Uzun vadeli kazanç	2339	80,6
Deneyim	2234	77,0
Uzmanlaşma	2148	74,0
Düzenli iş/yaşam dengesi	2222	76,6
Pratik iş eğitimi	2234	77,0
İşe direkt giriş yapmak	1949	67,2
Güvenli bir pozisyon	1853	63,9

** Yanıtlayıcılar birden fazla seçeneği işaretlediği için toplam yüzdeden farklıdır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin profesyonel yaşamda önem verdiği konularla ilgili cevaplarda ilk sırada uzun vadeli kazanç yer almakta, deneyim ve uzmanlaşma seçenekleri ise 2. ve 3. önem sırasında bulunmaktadır. Bu durum, öğrencilerin kariyer gelişimini önemli bulmalarına rağmen önceliği kazanç faktörüne verdiklerini göstermektedir. Sonuçlar, Taştıyan'ın (2011) çalışmasında olduğu gibi *mezuniyet yaklaştıkça öğrencilerin maddi konuları daha fazla önemsediklerini* göstermektedir. Trendence (2011) sonucuna göre ise öğrencilerin tercihleri; düzenli iş/yaşam dengesi, güvenli bir pozisyon, pratik iş eğitimi olarak sıralanmaktadır. Bu karşılaştırmalar, ülkemizdeki öğrencilerin maddi olanakları düzenli iş imkanından daha fazla önemsediklerini göstermektedir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Çalışmak İstedikleri Alanlar

	Cinsiyet	n	Toplam
Soru.17: Alanlar			
Yönetim	Kadın	414	935
	Erkek	521	
Eğitim	Kadın	428	558
	Erkek	130	
Ar-Ge	Kadın	287	536
	Erkek	249	
İnsan Kaynakları	Kadın	388	532
	Erkek	144	
Halkla İlişkiler	Kadın	241	363
	Erkek	122	
Finans	Kadın	172	328
	Erkek	156	
Hizmet	Kadın	136	254
	Erkek	118	
Bilişim	Kadın	81	236
	Erkek	155	
Pazarlama	Kadın	127	229
	Erkek	102	
Satış	Kadın	80	163
	Erkek	83	
Hukuk	Kadın	84	139
	Erkek	55	
Lojistik	Kadın	53	123
	Erkek	70	
Sağlık	Kadın	56	116
	Erkek	60	
Akademik	Kadın	58	82
	Erkek	24	
Turizm	Kadın	30	63
	Erkek	33	
Medya	Kadın	25	62
	Erkek	37	
Tekniker	Kadın	13	56
	Erkek	43	
Spor	Kadın	12	39
	Erkek	27	
Görsel Sanatlar	Kadın	17	35
	Erkek	18	
Sahne Sanatları	Kadın	19	31
	Erkek	12	
Moda	Kadın	17	21
	Erkek	4	
Mimarlık	Kadın	13	19
	Erkek	6	
Reklamcılık	Kadın	6	10
	Erkek	4	
Askeri Hizmetler	Kadın	2	8
	Erkek	6	

Araştırmaya katılan öğrencilerin çalışmak istedikleri alanlar incelendiğinde, yönetimin ilk sırada olduğu görülmektedir. Yönetim alanının yüksek oranda tercih edilmesinin nedeni, yönetsel yükselme ile ücret ve statü yüksekliğinin paralel olacağı düşünülmesidir. Geçmiş yıllarda Ar-Ge'nin adı bile bilinmezken son on yılda özellikle sanayideki öneminin anlaşılması ile olmazsa olmazlardan biri haline gelen araştırma ve geliştirmenin 3. sırada yer alma-

sı, konunun öğrenciler tarafından benimsendiğini göstermektedir. Alan tercihlerine cinsiyet açısından bakıldığında; *yönetim, lojistik, bilişim, medya* alanlarında erkek öğrencilerin daha fazla tercih edildiği; *eğitim, insan kaynakları ve halkla ilişkiler* alanlarında ise kadın öğrencilerin tercih öncelikleri dikkat çekmektedir. Bu durum kadın öğrencilerin çalışma yaşamında kendilerine biçilen kalıpların etkisinde kalarak karar verdiklerini düşündürmektedir.

Tablo 6. Cinsiyet/YL Eğitimi Alma İsteği ile Profesyonel Yaşamda Önem Verilen Konular Arasındaki İlişki

		Uzun vadeli kazanç	Deneyim	Uzmanlaşma	Düzenli iş yaşam dengesi	İşe direkt giriş yapmak	Güvenli bir pozisyon
Cinsiyet	X ²	24,62	1,74	13,23	3,28	4,85	31,11
	sd	1	1	1	1	1	1
	p	,000*	,101	,000*	,039*	,015*	,000*
Yüksek Lisans	X ²	1,51	,055	28,73	4,14	1,51	4,59
	sd	1	1	1	1	1	1
	p	,120	,425	,000*	,023*	,152	,018*

*p<0,05

Öğrencilerin cinsiyet/YL yapma istekleri ile profesyonel yaşamda önem verdikleri konular arasında bir ilişki olup olmadığını gösteren Tablo 6 incelendiğinde, deneyim dışında tüm seçeneklerde anlamlı farklılık bulunmuştur. Cinsiyet itibarıyla, kadın öğren-

ciler kariyerle daha ilgili bulunurken, yüksek lisans yapmak isteyen öğrencilerin yapmak istemeyenlere oranla kariyerle ilgili konuları daha fazla önemsettikleri görülmektedir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Mezun Oldukları Bölüm ile Çalışma Alanı İlişkisi

		Yönetim	Eğitim	Ar-Ge	İnsan Kaynakları	Halkla İlişkiler	Bilişim	Hizmet	Pazarlama	Finans
Bölüm	X ²	232,10	1491,01	199,73	183,78	179,13	125,41	170,17	139,45	615,08
	sd	13	13	13	13	13	13	13	13	13
	p	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*	,000*

*p<0,05

Bölüm değişkeni tüm alanlarda istatistiksel farklılık gösterdiğinden, bu durum yapılan diğer çalışmalarla paralel olarak kabul edilebilir (Beduwe ve Giret, 2011, Jones vd., 2010). Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyerlerini planlarken genellikle eğitim aldıkları sektörün dışında çalışma eğiliminde olduğu görülmektedir. Öğrencinin kariyerini etkileyecek seçimi üniversite yerleştirme sınavından aldığı sonuca göre yapması, okuduğu sektörde iş bulamaması, girdiği bölümün beklentilerini karşılamaması, bu sonucun nedenleri olarak görülebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin işletme tercihlerinde önem verdikleri konuların, cinsiyet açısından nasıl farklılaştığı analiz edildiğinde, Tablo 8'deki tüm konuların kadın öğrenciler tarafından daha önemli algılandığı sonucuna varılmıştır. Bu durum, Luzzo ve McWhirther'ın (2001) çalışmasındaki *fırsat eşitliği sağlanmasında kadın öğrenciler daha ilgilidir* sonucunu destekler niteliktedir. Dolayısıyla, kadın öğrencilerin, gelecekteki kariyer hedeflerine ulaşmalarını doğrudan etkileyecek konulara karşı daha ilgili ve duyarlı oldukları söylenebilir.

Tablo 8. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyetleri ile Çalışma Ortamında Önem Verilen Konuların İlişkisi

Soru.18	Cinsiyet	n	Ort.	s	t	p	sd
Fırsat eşitliği	Kadın	1613	3,57	0,58	6,33	,000*	2899
	Erkek	1288	3,43	0,63			
İşyerinin bulunduğu yer	Kadın	1613	3,28	0,62	5,91		
	Erkek	1288	3,13	0,75			
Çalışana verilen değer	Kadın	1613	3,77	0,48	3,72		
	Erkek	1288	3,63	0,57			
İyi bir kariyer için başlama noktası	Kadın	1613	3,53	0,61	6,06		
	Erkek	1288	3,38	0,71			
Kurumsal sosyal sorumluluk	Kadın	1613	3,43	0,59	4,98		
	Erkek	1288	3,32	0,67			
Yapılacak iş	Kadın	1613	3,52	0,59	5,42		
	Erkek	1288	3,40	0,66			
İşverenin yönetim tarzı	Kadın	1613	3,57	0,58	6,34		
	Erkek	1288	3,42	0,65			
Kişisel gelişim	Kadın	1613	3,72	0,51	5,05		
	Erkek	1288	3,62	0,59			
İş yaşam dengesi	Kadın	1613	3,53	0,56	3,42	,001*	
	Erkek	1288	3,46	0,62			
Uzmanlık	Kadın	1613	3,44	0,58	3,11	,002*	
	Erkek	1288	3,37	0,64			
Başlangıç maaşı	Kadın	1613	3,18	0,65	2,37	,018*	
	Erkek	1288	3,12	0,72			

*p<0,05

Sonuç ve Tartışma

Kariyer bireyin, çalışma yaşamı boyunca, kendini geliştirmesi ve yükselmesi ile ilgili tüm çabalarını kapsar. Geçmiş yıllarda üniversite eğitimi sonrasında önem kazanan kariyer, günümüzde üniversite yaşamından itibaren öğrencilik sürecinde planlaması gereken önemli bir konu haline gelmiştir. Kariyer planlamaya geç dönemlerde başlamak, zaten kıt olan zaman ve para gibi kaynakların rastgele kullanımına neden olmaktadır. Oysa günümüz dünyasında yaşanan istihdam sıkıntısı ve işsizlik sorunları bu kaynakların etkin kullanılmasının gereğine işaret etmektedir. Bu gerçeklik kariyer planlaması yanında, insan kaynakları planlaması, yetenek yönetimi ve entellektüel sermaye kavramlarını da gündeme getirmiştir. Bu çalışmada ise kariyer planlaması üzerinde durularak, kariyer ve benzer kavramlarla ilgili tartışmalar yanında, kariyer engelleri ve kariyer süreci ile ilgili literatür elden geçirilmiştir. Örgütsel ve bi-

reysel olarak gruplandırılan kariyer planlamanın her iki boyutunu da önemli olduğu, bireysel kariyerin ise her iki boyutta tamamlayıcı öge durumunda olduğu görülmüştür. Kariyer seçiminde bireyin kişiliği, ilgi alanları, kültürel kimliği, küreselleşme ve sosyalleşme gibi pek çok faktörden etkilendiği de bu bağlamda ortaya çıkan genel sonuçlar arasındadır.

Bireyin kariyer hedeflerine ulaşmasını engelleyen bariyerler ise kariyer engeli olarak tanımlanmış ve bu engeller; cinsiyet ayrımcılığı, cam tavan, kariyer platosu, çoklu kariyerlilik olarak belirlenmiştir. Günümüz teknolojik gelişmelerinin kariyer planlamada kolaylıklar ve hız sağladığı, web sayfası ve internet yanında, sosyal paylaşım sitelerinin de (*Facebook ve myspace*) bu amaçla sıklıkla kullandığı görülmüştür. Literatürde bu sitelerden ağırlıklı olarak öğrencilerin yararlandığı da ortaya çıkan sonuçlar arasında dikkat çekmiştir. Bunun yanında, öğrencilik sürecindeki kariyer planlamanın bir çok araştırmacının ilgi

alanına girdiği ve üniversite öğrencileriyle ilgili olarak, *profesyonel kariyerlerini planlama konusunda kararsız*, daha çok *sağlık, teknik meslekler, eğitim, yönetim ve finans* alanında çalışmak istedikleri, iş tercihlerinde *esneklik, prestij, maaş, terfi olanakları, iş güvenliği ve ilerleme fırsatları gibi* konuları önemsedikleri yolunda bulgulara ulaşılmıştır. Yine literatürden sağlanan sonuçlar, öğrencilerin kariyer tercihlerinde arkadaş, tanıdık, üniversite personeli, kariyer web siteleri ve işverenlerin web sitelerinden yararlandıklarını ortaya koymuştur. Üniversite öğrencilerinin kariyer planlaması ile ilgili olan bu araştırmaların dikkat çeken en önemli özelliği ise Türkiye ölçeğinde yeteri kadar temsil edilememesidir. Bu bağlamda, Türkiye'de sınırlı sayıda yapılmış bazı araştırma sonuçlarına da ulaşılmıştır. Örneğin, *öğrencilerin okudukları sınıf dereceleri arttıkça para kazanma isteğinin de artması ve mezuniyetten sonra zaman içinde iş ve istihdam güvenliğine daha fazla önem vermeleri* gibi. Ancak ilgili alandaki bu sayısal azlık Türkiye'den bir örnek üzerinde bu konuda bir araştırma yapılmasını işaret ettiğinden, Anadolu Üniversitesindeki mezun durumdaki öğrenciler kapsamında bu çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir. Araştırma sonucunda, Anadolu Üniversitesinde öğrencilerinin kariyer planları ile ilgili algı ve beklentilerini saptanması ve bu sonuçlara bağlı olarak öğrencilerin kariyer planlamalarına yönelik yapılacakların tespit edilemesi amaçlanmıştır.

2011 yılı itibariye örneklem kapsamına alınan 2901 mezun durumdaki öğrencilere yüzyüze anket yoluyla yaklaşık beş aylık sürede ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda ulaşılan bazı çarpıcı sonuçlara aşağıda yer verilmektedir.

- Öğrenciler profesyonel yaşama başlamadan önce yüksek lisans yapmak istemektedirler. Bu durum, lisans eğitiminin yeterli uzmanlaşmayı sağlamadığı kaygısına bağlanabileceği gibi iş bulma sürecindeki bekleme süresini fırsata dönüştürme ya da öğrencilerin yönetici olarak çalışmaya istekli olmaları ile açıklanabilir. Çünkü araştırmanın bir başka sonucu öğrencilerin önemli bir kısmının yönetsel pozisyonlarda görev almak istediklerini göstermektedir.
- Gelecek kaygısı nedeniyle maddi konuların, kariyer geliştirme olanaklarının önünde yer alması öğrencilerin bir an önce güvenilir/sürekli bir iş sahibi olmayı hedeflediklerine dikkat çekmektedir. Devlet memurluğu ve kamu sektörünün halen popüler olması bu sonucu desteklemektedir.

- Kariyer planlamasına kadın öğrencilerin daha fazla ilgi gösterdikleri de bu süreçte ortaya çıkan sonuçlar arasında yer almaktadır.
- Öğrenciler, kariyer planlamalarında yeteri kadar desteklenmemekte, geleneksel kalıplar çerçevesinde daha çok cinsiyet temelli meslek seçimi yapmakta ve alanları dışında çalışma eğilimindedirler.

Bu sonuçlar, Üniversitede öğrencilerin çalışma yaşamına daha iyi hazırlanabilmesi için geleneksel kalıplardan uzak, öğrenci odaklı uygulamalara ihtiyaç olduğuna işaret etmektedir. Sektörel değişimlere bağlı piyasa işgücü ihtiyaçlarının belirlenmesi yanında, öğrenci ihtiyaç ve beklentilerinin belirlenmesi, öğrencilerin hangi dönemde, hangi alanlarda ve hangi konularda desteğe ihtiyaç duyduklarının sık sık saptanması öğrenci kariyer planlamasında etkin sonuçlar alınması açısından önemli olacaktır. Bu amaçla, öncelikle üniversite bünyesinde *profesyonel kariyer merkezi* oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, benzer çalışmaların farklı üniversitelerde yürütülmesi öğrencilerin kariyer beklentilerinin nasıl şekillendiğini anlamada, öğrenci kariyer hedefleri ile ilgili sorunların önlenmesinde ve çözümünde genel kabul gören ilkelerin belirlenmesini sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adıgüzel, O. (2009).** Shein'in Kariyer Çapaları Perspektifinde Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Değerlerine İlişkin Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 277-292
- Akoğlan Kozak, M. (2001).** Konaklama İşletmelerinde Kariyer Planlaması. Anadolu Üniversitesi Yayınları. N:1326. EMYO Yayınları, No:12
- Akoğlan Kozak, M. (2009).** İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örnek Olaylar. Detay Yayıncılık 3. Baskı
- Barnet ve Bradley. (2007).** The Impact of Organizational Support for Career Development on Career Satisfaction. *Career Development International*, 12(7), 617-636
- Beduwe, C., Giret, J.F. (2011).** Mismatch of Vocational Graduates: What Penalty on French Labour Market?. *Journal of Vocational Behavior*, 78, 68-79
- Bright, J.E.H. ve Diğerleri. (2005).** The Role of Social Context and Serendipitous Events in Career Decision Making. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 5(1), 19-36

- Chuang, N.K. (2010).** The Impact of Gender on Hospitality Undergraduates Perceived Career Barriers. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 52, 323-339
- Creed, P.A., Patton, W. (2003).** Differences in Career Attitude and Career Knowledge for High School Students with and without Paid Work Experience. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 3(1), 21-33
- Çakmak, Z. (1992).** Çoklu Ayırma ve Sınıflandırma Analizi: Eğitimde Öğrencilerin Meslek Seçimine Uygulaması. Anadolu üniversitesi Yayınları. No:658
- Çiçek, H. ve Diğerleri. (2010).** İşletmelerin Web Sitelerinin Değerlendirilmesine İlişkin Bir Araştırma: Burdur İli Örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 15(2), 187-206
- Dick, T.P., Rallis, S.F. (1991).** Factors and Influences on High School Students' Career Choices. *Journal for Research in Mathematics Education*. 22(4), 281-292
- Edward, K., Quinter, M. (2011).** Factors Influencing Students Career Choices Among Secondary School Students in Kisumu Municipality Kenya. *Journal of Emerging Trends in Educational Research and Policy Trends*, 2(2), 81-87
- Erdoğan, B.Z. (2008).** Bireyden Profesyonele Kariyere İlk Adım. Ekin Yayınları
- Flores, L.Y., Spanierman, L.B. (1998).** An Examination of a Culturally Sensitive University Career Center: Outreach, Services, and Evaluation. *Journal of Career Development*, 25(2), 111-122
- Gardner, S.K., Barnes, B.J. (2007).** Graduate Student Involvement: Socialization for the Professional Role. *Journal of College Student Development*, 48(4), 369-387
- Gati, I., Peretz, L.A. (2011).** Internet-Based Self-Help Career Assessments and Interventions: Challenges and Implications for Evidence-Based Career Counseling. *Journal of Career Assessment*, 19(3), 259-273
- Giderler Atalay, C. (2010).** İnsan Kaynakları Yönetimi. Detay Yayıncılık
- Hoekstra, H.A. (2011).** A Career Roles Model of Career Development. *Journal of Vocational Behavior*, 78, 159-173
- Issa, A.O., Nwalo, K. (2008).** Factors Effecting The Career Choice of Undergraduates in Nigerian Library and Information Science Schools. *African Journal of Library and Information Schools*, 18(1), 23-32
- Jain, C. (2008).** Online Social Networking Issues Within Academia and Pharmacy. *Education American Journal of Pharmaceutical Education*, 72(1), 1-7
- Jones, B.D. ve Diğerleri. (2010).** An Analysis of Motivation Constructs with First-Year Engineering Students: Relationships Among Expectancies, Values, Achievement, and Career Plans. *Journal of Engineering Education*, October, 319-306
- Kleinberg, J.L. (1976).** Adolescent Correlates of Occupational Stability and Change. *Journal of Vocational Behavior*, 9(2), 219-232
- Kurt, H. (2004).** Mesleki Eğitimde İşletmelerin ve Eğitim Kurumlarının Yaşadığı Sorunlar ve Çözüm Önerileri". *Mercek*, Yıl:9(35), 65-69
- Kuzgun, Yıldız. (2003).** Meslek Rehberliği ve Danışmanlığına Giriş. Nobel Dağıtım
- Lairio, M. ve Penttinen, L. (2006).** Students Career Concerns: Challenges Facing Guidance Providers in Higher Education. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 6(3), 143-157
- Laker, Dennis R. Laker Ruth. (2007).** The Five-Year Resume: A Career Planning Exercise. *Journal of Management Education*, 31(1), 128-142
- Lefevre, J.H. ve Diğerleri. (2010).** Career Choices of Medical Students: A National Survey of 1780 Students. *Medical Education*, 44, 603-612
- Leung, S.A. ve Diğerleri. (2011).** Effects of Parental Expectations and Cultural-Values Orientation on Careerdecision-Making Difficulties of Chinese University Students. *Journal of Vocational Behavior*, 78, 11-20
- Leong, F.T.L. (1991).** Career Development Attributes and Occupational Values of Asian American and White American College Students. *Career Development Quarterly*. 39(3), 221-230
- Levvin, C., Colley, H. (2011).** Professional Capacity For 14-19 Career Guidance In England: Some Baseline Data. *British Journal of Guidance & Counseling*, 39(1), 1-24

- Lopatto, D. (2004).** Survey of Undergraduate Research Experiences (SURE): First Findings. *Cell Biology Education*, 3(4), 270-277
- Luzzo, D.A. ve McWhirter, E.H. (2001).** Sex and Ethnic Differences in the Perception of Educational and Career-Related Barriers and Levels of Coping Efficacy. *Journal of Counseling & Development*, 79(1), 61-67
- Martens, M.P., Felissa K.L. (1998).** Promoting Life-Career Development in the Student Athlete: How Can Career Centers Help? *Journal of Career Development*, 25(2), 123-134
- Matai, P.H.L., Matai, S. (2010).** Cooperative Education. PBL 2010 Congresso Internacional. Sao Paulo, Brasil, 8-12 Şubat
- Okakın, N. (2008).** Kariyer Yönetiminin Bazı İnsan Kaynakları Fonksiyonları İle İlişkisi. *Öneri*, 8(30), 1-8
- Öksüz, B. (2011).** E-İşe Alım Sürecinde Kurumsal Web Sitelerinin Kullanımı ve Konu Üzerine Bir Araştırma. *Z.K.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(14), 267-284
- Ölçer, Ferit. (1997).** İşletmelerde Kariyer Dengesi. *Amme İdaresi Dergisi*, 30(4), Aralık, 87-103
- Özsalmanlı, A.Y. (2004).** Kariyer Yönetiminde Özel Bir Grup:Yönetici Kadınlar ve Eşleri. *Mercek*, 9(35), 114-119
- Perrone, K.M. ve Diğerleri. (2010).** A Longitudinal Examination of Career Expectations and Outcomes of Academically Talented Students 10 and 20 Years Post -High School Graduation. *Journal of Career Development*, 36(4), 291-309
- Reardon, R.C., Bertoch, S.C. (2010).** Student Motivation and Program Participation. *Journal of College Student Development*, 51(6), November/December
- Sangganjanavanich, V.F., Magnuson, S. (2011).** Using Sand Trays and Miniature Figures to Facilitate Career Decision Making. *The Career Development Quarterly*, 59, 264-273
- Savickas, L. Esbroeck, R.V. Herr, E.L. (2005).** The Internationalization of Educational and Vocational Guidance. *The Career Development Quarterly*, 54, 77-86
- Seçer, B. Çınar, E. (2011).** Bireycilik ve Yeni Kariyer Yönelimleri. *Yönetim ve Ekonomi*. 18(2), 49-62
- Sikora, J. A. Pokropek (2011).** Gendered Career Expectations of Students: Perspectives from PISA 2006. OECD Education Working Papers, 57, OECD Publishing.
- Sikora, J., Sahara, L.J. (2009).** Gender and professional career plans of high school students in comparative perspective. *Educational Research and Evaluation*, 15 (4), 385-403
- Şimşek, M. ve Diğerleri. (2004).** Kariyer Yönetimi. Gazi Kitabevi
- Soysal, Abdullah. (2006).** Kariyer Yönetiminde Yeni Strateji Arayışları: Türkiye Ölçeğinde Bir Değerlendirme. *Çimento İşveren*, Eylül, 4-24
- Stevens, D.T., Lundberg, D. J. (1998).** The Emergence of the Internet: Enhancing Career Counseling Education and Services. *Journal of Career Development*, 24(3), 195-208
- Supangco, V.T. (2011).** *Journal of International Business Research*. 10(2), 113-128
- Sümer, H.C. (2008).** İnsan Kaynakları Etkinliği Olarak Örgütsel Kariyer Planlama ve Geliştirme. *Türk Psikoloji Bülteni*, 4, 62-65
- Swanson, J.L. ve Diğerleri. (1996).** Assessing Perceptions of Career-Related Barriers: The Career Barriers Inventory. *Journal of Career Assessment*, March. 4(2), 219-244
- Taşlıyan, M. ve Diğerleri. (2011).** İnsan Kaynakları Yönetiminde Kariyer Planlama ve Kariyer Yönetimi: İİBF Öğrencileri Üzerinde Bir Alan Araştırması. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, (3) 2, 231-241
- Watson, M.B., Stead, G.B. (1997).** Are career mature students more committed to the career choice process?. *Journal of Industrial Psychology*, Vol:23(3), 20-21
- Weiqiao, F. ve Diğerleri. (2012).** Personality Traits, Vocational Interests, and Career Exploration: A Cross-Cultural Comparison Between American and Hong Kong Students. *Journal of Career Assessment*. 20(1), 105-119
- Yazıcıoğlu, Y., Erdoğan, S. (2004).** SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Ankara. Detay Yayıncılık
- Yüzer, A.F. ve Diğerleri. (2009).** İstatistik. A.Ü. Yayınları

İşletmelerin Pazarlama Giderlerinin Hisse Senetleri Getirileri Üzerindeki Etkisi: İMKB Gıda Sektörü Örneği

The Effect of Marketing Expenses on Stock Returns: The Case of ISE Food Industry

Yrd. Doç. Dr. Yusuf Volkan Topuz - Nazlı Akşit

Öz

Bu çalışmada işletmelerin pazarlama harcamalarının hisse senedi getirileri üzerindeki etkisi incelenmeye çalışılmıştır. Genel kabul görmüş muhasebe usul ve prensiplerine göre pazarlama harcamaları bir gider unsuru olarak kabul edilmektedir. Pazarlama harcamalarının işletmelerin gelir tablolarında faaliyet gideri olarak yer alması bu bakış açısının en önemli göstergelerinden birisidir. Ancak son dönemlerde finansman alanında bazı yaklaşımlar doğrultusunda pazarlama harcamalarının bir gider olarak değil, işletmeye gelecekte değer yaratacak bir yatırım olarak değerlendirilmesi fikri öne çıkmaya başlamıştır. Pazarlama literatüründe ise pazarlama harcamalarının değer yaratan bir unsur olduğu konusunda genel bir kabul vardır. O halde pazarlama harcamalarının bir maliyet unsuru olmaktan çok işletmelerin piyasa değeri üzerinde pozitif etkiye sahip olan bir yatırım olduğu düşünülebilir. Bu açıdan bakıldığında işletmelerin pazarlama harcamaları müşterileri değerini, marka bilinirliğini ve birçok durumda da satışlarını artırması nedeniyle işletmelerin hisse senedi getirilerini etkileme olanağına sahip olabilmektedir. Bu doğrultuda çalışmamızda, İMKB Gıda Sektörü işletmeleri için yapılan panel regresyon analizi ile Pazarlama Satış ve Dağıtım harcamalarının işletmelerin hisse senedi getirileri üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Sonuçlar genel olarak pazarlama harcamalarının cari dönemde hisse senedi getirileri üzerinde pozitif yönlü etkiye sahip olduğunu ve pazarlama harcamaları ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin konkav olduğunu göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlama Harcamaları, Firma Değeri, Panel Veri Analizi

Abstract

In this study, the effect of marketing expenses on stock returns has been studied. According to the generally accepted accounting principles, marketing expenses are a kind of cost and are presented in income statements as an operating expense. On the other hand, in addition to this view, new approaches in finance consider marketing expenses as a value greater than an expense item. Therefore, marketing expenses are taken into account as an investment activity which would create a value for the firm in the future. In the marketing literature, there is a generally accepted view which proposes that marketing expenses are a value-creating activity. Thus, it may be thought that marketing expenses are a kind of investment that has positive effect on firm's value -not just a cost object. From this point of view, marketing expenses should affect stock returns, since a firm can increase its customer equity, brand equity, and sales through marketing activities. In line with the aim of this study, we investigated the effect of Marketing, Sales and Distribution Expenses on stock returns of firms listed in the ISE Food Sectoral Index by using panel data regression analysis. According to the results, marketing expenses (in the current period) effect stock returns generally positively and there is a concav relationship between the variables.

Keywords: Marketing Expenses, Firm Value, Panel Data Analysis

* Bu çalışmanın ilk hali EconAnadolu 2011-Anadolu Uluslararası İktisat Kongresi'nde sunulmuştur.

Yrd. Doç. Dr. Yusuf Volkan Topuz, Abant İzzet Baysal Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, v_topuz@hotmail.com

Nazlı Akşit, Abant İzzet Baysal Üniversitesi SBE İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Öğrencisi, nazli_aksit@hotmail.com

Giriş

İşletme yönetiminin temel amaçlarından birisi hisse senedi sahiplerinin gelecekte elde edecekleri getirileri maksimize etmektir. Demir (2005) bu durumda sadece daha çok kar ya da daha çok satış hasılatı elde eden işletmelerin değil, piyasa değerini en yükseğe çıkararak işletmelerin amaçlarına ulaşmış olacağını ifade etmektedir. Bir işletmenin sahip olduğu hisse senetlerinin gelecekte beklenen değeri firma değerini yansıtmaktadır ve bu değer çoğunlukla işletmenin pazarlama faaliyetlerine bağlıdır (Osinga, vd., 2011). İşletmelerin yapmış olduğu pazarlama ve reklam harcamalarının kısa dönemde karlılık üzerinde negatif bir etki oluşturduğu ve gider unsuru olarak kabul edildiği de bir gerçektir. Ancak pazarlama ve reklam harcamaları kısa dönemde gider unsuru olarak düşünülse de aslında işletmeye uzun dönemde değer katacak bir yatırım aracı olarak kabul edilebilir (Joshi ve Hanssens, 2010). Çünkü finansal açıdan bakıldığında pazarlama harcamalarının işletmenin gelecekteki satışlarını, karlarını ve buna bağlı olarak da nakit akışlarını artıracığı beklenebilir (Graham ve Frankenberg, 2000). Öte yandan firma değerinin işletmenin maddi duran varlıklarının değeri ile maddi olmayan duran varlıklarının değerinin toplamından oluştuğu (Külter ve Demirgüneş, 2006) varsayıldığında, Ar-Ge ve reklam benzeri pazarlama harcamalarının marka değeri gibi maddi olmayan duran varlıklar üzerindeki pozitif etkisi de işletmenin rekabet avantajı elde etmesine ve işletmenin finansal açıdan değerinin artmasına neden olabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı pazarlama faaliyetlerinin firma değeri üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu kapsamda çalışmada hisse senetleri İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB)'nda işlem gören gıda sektörü işletmelerinin pazarlama harcamaları ile firma değerleri arasındaki ilişki panel regresyon analiziyle incelenmiştir. Çalışmanın sonraki kısımlarında ilk olarak pazarlama faaliyetleri ve firma değeri arasındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılacaktır. Ardından sırasıyla yöntem, veri, bulgular ve sonuç başlıkları ele alınacaktır.

Pazarlama Faaliyetleri ve Firma Değeri İlişkisi

Birçok firmanın pazar değeri genellikle sahip olduğu net varlıkların muhasebe değerine eşit olmamaktadır. Graham ve Frankenberg (2000)'e göre firmanın pazar değeri ve muhasebe değeri muhasebenin iki özelliğinden dolayı eşit değildir. Bu özelliklerden ilki muhasebe sisteminin varlıkların elde edilme değerini

ve varlıkların amortismanını kaydetmesidir. İkincisi ise, muhasebenin kayıt yapmadan önce varlık değerinde objektif kanıtlara ihtiyaç duymasındır. Dolayısıyla reklam ve Ar-Ge gibi pazarlama faaliyetlerine ilişkin harcamaların değeri objektif muhasebe standartlarında yer almamaktadır. Bu nedenle söz konusu yatırımlardan kaynaklanan getiriler yöneticiler tarafından göz ardı edilmektedir (Külter ve Demirgüneş, 2006).

Wang, vd. (2009)'e göre mevcut muhasebe yaklaşımlarında pazarlama harcamaları maddi olmayan yatırımlardan çok maliyet unsuru olarak ele alınmaktadır. Doyle (2000)'e göre ise işletmelerin üst düzey yöneticileri pazarlamanın hissedar değeri yaratmadaki rolünü ihmal etmekte ve uyguladıkları pazarlama planlarının finansal sonuçlarını kestirememektedirler. Esasında pazarlama faaliyetleri yalnızca müşteri tutumunu değiştirme, satışları ya da pazar payını artırmak gibi geleneksel amaçları gerçekleştirilmeye katkıda bulunmaz bunların yanı sıra firma ve marka değerini de artırabilir (Day ve Fahey, 1988). Öyleki, Ittner ve Larcker (1998), müşteri tatmini gibi maddi olmayan varlıklara yapılan ve finansal olmayan yatırım göstergelerinin, işletmelerin gelecekteki finansal performansını belirlemede geçmiş muhasebe verilerinden daha iyi bir gösterge olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Nitekim son yıllarda pazarlama literatüründe yapılan çalışmalarda pazarlama harcamalarının işletmelerin finansal performansını artırabileceği ileri sürülmüştür (Ör: Srinivasan ve Hanssens, 2009; Peterson ve Jeong, 2010; Krasnikov ve Jayachandran, 2008).

Muhasebe, ekonomi ve finans literatürünün aksine pazarlama literatürü pazarlama faaliyetlerinin maddi olmayan duran varlık yarattığına odaklanmaktadır (Peterson ve Jeong, 2010). Örneğin reklam, bir işletmenin pazarlama harcamalarının en görünür yönüdür (Graham ve Frankenberg, 2000) ve bir ürünün özellikleri, faydaları, ulaşılabilirliği ve firmanın imajının inşasında önemli rol oynayan bir iletişim sürecidir (Peterson ve Jeong, 2010). Bu nedenle işletmelerin temel pazarlama faaliyetlerinden biri olan reklam harcamalarının artırılması marka bilinirliğini ve birçok halde de satışları artırmaktadır (Külter ve Demirgüneş, 2006).¹ Nitekim işletmelerin reklam harcamaları

1 Bunun da ötesinde bireysel yatırımcıların kurumsal yatırımcılardan farklı olarak portföylerini oluştururken reklamlardan etkilenebileceğini ileri sürmek mümkündür (Osinga, vd. 2011; Frider ve Subrahmanyam, 2005).

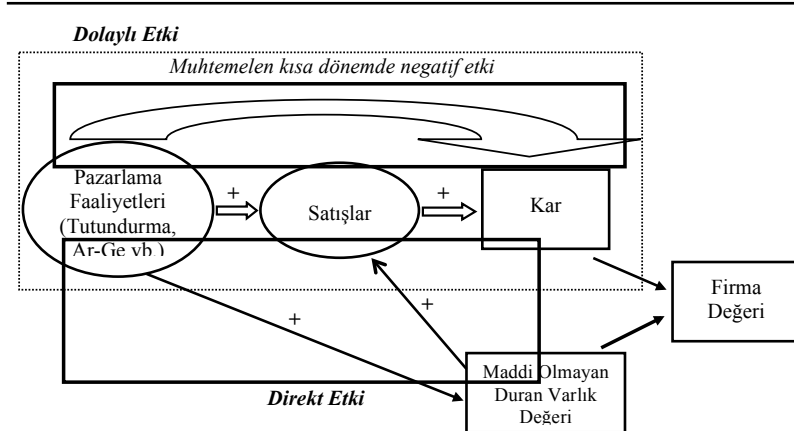
ları ile ilgili olarak son yıllarda yapılan çalışmalarda (Frieder ve Subrahmanyam 2005; Joshi ve Hanssens 2008) reklam harcamalarının hisse senedi getirilerini doğrudan artırabileceği gibi, işletmelerin satış gelirlerini ve karlarını artırması sonucu, dolaylı olarak da firma değerini artırabileceği ifade edilmiştir.

Diğer bir ifadeyle pazarlama faaliyetleri (satış, tutundurma ve Ar-Ge) bir hisse senedinin fiyatının oluşmasına katkı sağlayan temel maddi olmayan kaynaklardır (Cook, 2003). Srinivasan ve Hanssens (2009) temel pazarlama faaliyetleri ile firma değeri arasındaki ilişkileri ele aldıkları çalışmalarında, müşteri tatmin düzeyi ile firma karı ve pazar değeri arasında bir ilişki olduğunu, buna karşın fiyat promosyonlarının uzun dönemde firma karını aşındırması nedeniyle fiyat promosyonları ile firma değeri arasında negatif yönlü ilişki olduğunu ileri sürmüşlerdir. Srinivasan ve Hanssens (2009)'e göre yatırımcılar, firmanın yeni bir dağıtım kanalı seçimi sonucunda sağlayacakları kazancın bu yeni dağıtım kanalı maliyetinden daha fazla olacağına inanmaktadırlar. Buna göre yazarlar yeni bir dağıtım kanalının açılması ile firma değeri arasında pozitif bir ilişki olduğunu ileri sürmektedirler.

Barth vd. (1998) göre yatırımcılar bir firmanın hisse senedini değerlendirirken onun markasını da göz önünde tutmaktadırlar. Bununla birlikte Aaker ve Jacobson (1994) pazarlama faaliyetleri içinde önemli bir değişken olan markanın, gelecekte nakit akımı yaratan bir varlık olduğunu ifade etmişlerdir. Öyleyse marka değerini artıracak harcamalar marka bağımlılığı yaratacak ve firma değeri üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olacaktır (Srinivasan ve Hanssens, 2009).

Fama (1970)'nin ileri sürdüğü etkin piyasalar hipotezine göre bir firmanın pazar değeri firmanın varlıklarından beklenen tüm nakit akımlarının bugünkü değeridir ve bir firmanın cari ve gelecekteki potansiyel karı hakkında ulaşılabilir tüm bilgileri yansıtır. Etkin piyasalar hipotezine göre yatırımcılar, işletmenin gelecekte kar elde edeceği beklentisi ile değeri etkileyecek yeni haberlere tepki vermektedirler. Buna göre temel pazarlama faaliyetlerinden olan yeni ürün geliştirme haberi hisse fiyatlarını artırabilecekken ürünlerin fiyatlarındaki indirimler hisse senedi fiyatlarını düşürebilecektir. Srinivasan ve Hanssens (2009) yeni ürün haberlerinin birkaç gün içinde hisse senedi fiyatlarında artışlara neden olduğunu, bu nedenle bir işletmenin yaptığı yenilikler ile firma değeri arasında çoğunlukla pozitif ilişki olabileceğini ve yenilik haberlerinin yoğun bir reklam ile desteklenmesi durumunda bu etkinin daha da artırılabilirliğini ifade etmişlerdir.

Şekil 1'den de görüleceği üzere pazarlama faaliyetleri firma değerinin artmasında dolaylı ve direkt olmak üzere iki şekilde etkiye sahip olabilmektedir. Pazarlama faaliyetlerinin firma değeri üzerindeki dolaylı etkisi, işletmenin yapmış olduğu pazarlama faaliyetlerinin satışları ve karları artırması sonucunda hisse senedi getirilerinin ve firma değerinin artması şeklindedir. Bu etki satışlar ve karlar aracılığıyla firma değerini artırdığı için dolaylı etki olarak kabul edilmektedir. Ho vd. (2005)'ne göre doğrudan etki ise, değer oluşturan pazarlama ve reklam harcamalarının marka değeri yaratmasına dayanmaktadır. Yazarlara göre pazarlama faaliyetleri sonucunda artan marka değeri sonraki aşamada firma değerini artırmaktadır.



Kaynak: Joshi, A. ve D.M. Hanssens (2010). "The Direct and Indirect Effects of Advertising Spending on Firm Value", *Journal of Marketing*, Vol.74, s. 21. (uyarlanmıştır)

Şekil 1. Pazarlama Faaliyetlerinin Firma Değerine Etkisi

Literatürde birçok çalışma pazarlama harcamalarının bütünü yerine Ar-Ge ve reklam harcamalarının işletmelerin finansal performansı üzerindeki etkisine odaklanmıştır (Chauvin ve Hirschey 1993; Andras ve Srinivasan, 2003; Joshi ve Hanssens, 2010; Ho, vd. 2005; Osinga, vd. 2011). Bu çalışmalarda genel olarak Ar-Ge ve reklam harcamaları ile firma değeri arasındaki pozitif yönlü ilişkiye vurgu yapılmıştır. Fakat Kore firmalarını konu alan bir çalışmada Han ve Manry (2004), Ar-Ge ve reklam harcamalarının hisse senetleri fiyatlarını negatif yönlü etkilediğini belirlemiştir.

Bu çalışmada ise işletmelerin genel olarak yapmış oldukları pazarlama harcamaları ile hisse senetlerinin getirileri arasındaki ilişkiler istatistiksel olarak incelenmeye çalışılmıştır. Bu kapsamda İMKB Gıda Sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yapmış oldukları pazarlama, satış ve dağıtım giderleri ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişki panel regresyon analizi ile incelenmiştir.

Yöntem

Çalışmada ikincil verilere dayalı olarak, İMKB Gıda Sektörü işletmelerinin pazarlama harcamalarının hisse değerine etkisi panel regresyon analizi ile incelenmiştir. Çalışma dönemi 2000.03-2010.12 tarihlerini kapsamaktadır. Üçer aylık verilerden oluşan örneklem seti içerisinde 18 firmaya ait 792 gözlem bulunmaktadır.

Çalışmanın en önemli kısıtı elde edilen bulguların İMKB Gıda Sektörü ve ele alınan örneklem dönemi için geçerli olmasıdır. Bu nedenle sonuçların İMKB'de yer alan diğer sektörler ya da diğer ülke menkul kıymetler borsaları için genelleştirilemeyeceği ifade edilmelidir.

Model

Bir firmanın pazarda oluşan değerinin kamuya açık tüm bilgileri yansıttığı varsayıldığında, pazarlama faaliyetleri ile firma değeri arasındaki ilişki, istatistiksel olarak cari pazarlama harcamaları ve hisse senetlerinin piyasa değeri arasındaki ilişki katsayısının yorumlanması ile açıklanabilir. Bu kapsamda bağımlı değişkeni hisse senedi getirileri olan 6 farklı model geliştirilmiştir. Tüm modellerde hisse senedi getirilerinin piyasa ile olan ilişkisini kontrol edebilmek için İMKB-100 endeksi getirisi bağımsız değişken olarak yer almıştır.

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PD}_{i,t} + e \quad (1)$$

Burada H : Hisse senedi getirilerini, İMKB : İMKB-100 endeksinin çalışma dönemi içinde sağladığı getiriyi ve PD : Örneklem içindeki işletmelerin pazarlama harcamalarındaki değişimini ifade etmektedir.

Coşkun vd. (2010), pazarlama faaliyetleri için yapılan harcamanın belli bir noktaya kadar firma değerine pozitif yönlü etki edebileceğini söz konusu noktadan sonra ise etkinin azalacağını ileri sürmektedirler. Bu nedenle pazarlama harcamalarının etkisinin konkav olup olmadığını görebilmek için pazarlama harcamalarının karesi (PD^2) ilk modele dahil edilerek aşağıdaki model elde edilmiştir. Sonuçlarda negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir katsayının elde edilmesi literatürde ileri sürülen bu ilişkiyi çalışmanın örnekleme açısından doğrulayacaktır.

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PD}_{i,t} + \beta_3 \text{PD}_{i,t}^2 + e \quad (2)$$

Firma değerinin işletmenin gelecekteki satışlarının yarattığı nakit akımlarından türemiş olduğu varsayıldığında, pazarlama harcamalarının satışlar ve firma değeri üzerinde etkili olabileceği ileri sürülebilir. Dolayısıyla pazarlama faaliyetlerinin sonuçları cari dönemde ya da hemen sonraki dönemde değer yaratmayabilir. Örneğin, Graham ve Frankenberger (2000) yaptıkları analizler sonucunda reklam harcamalarının etkisinin 3 yıla kadar sürebileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu nedenle aşağıda ifade edilen 5 gecikmeli (15 ay) model geliştirilmiştir.

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PD}_{i,t} + \beta_3 \text{PD}_{i,t-1} + \beta_4 \text{PD}_{i,t-2} + \beta_5 \text{PD}_{i,t-3} + \beta_6 \text{PD}_{i,t-4} + \beta_7 \text{PD}_{i,t-5} + e \quad (3)$$

Örneklem içindeki firmaların büyüklük farklılıklarının sonuçları etkileyebileceği varsayımı ile yukarıdaki üç modelden farklı olarak pazarlama harcamalarındaki değişimin yerine pazarlama yoğunluğunun yer aldığı aşağıdaki üç model geliştirilmiştir.

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PS}_{i,t} + e \quad (4)$$

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PS}_{i,t} + \beta_3 \text{PS}_{i,t}^2 + e \quad (5)$$

$$H = \beta_0 + \beta_1 \text{İMKB}_{i,t} + \beta_2 \text{PS}_{i,t} + \beta_3 \text{PS}_{i,t-1} + \beta_4 \text{PS}_{i,t-2} + \beta_5 \text{PS}_{i,t-3} + \beta_6 \text{PS}_{i,t-4} + \beta_7 \text{PS}_{i,t-5} + e \quad (6)$$

Yukarıdaki her üç modelde de yer alan pazarlama yoğunluğu (PS) değişkeni, her bir işletmenin pazarlama harcamalarının geçerli dönemdeki satışlara oranlanması ile elde edilmiştir.

Veri

Çalışma dönemi 2000.03-2010.12 tarihleri arasında kapsamaktadır. Analizlerde kullanılan tüm veriler üçer aylıktır. Araştırmanın örneklemini İMKB Gıda Sektöründe faaliyet gösteren firmalardır. Çalışma dönemi içerisinde faaliyette olan, kesintisiz ve güvenilir verileri bulunan 18 firma çalışmaya konu olmuştur.

Modellerde bağımsız değişken olarak yer alan işletmelerin pazarlama satış ve dağıtım giderleri ile satış rakamları İMKB internet sitesinde yayınlanan 3'er aylık gelir tablolarından elde edilmiştir. İşletmelere ait hisse senedi getiri verileri ise aylık olarak İMKB internet sitesinden temin edilmiştir. Aylık bileşik getiriler basit ortalamaları alınarak 3'er aylık getirilere

dönüştürülmüş ve ardından değişim değerleri hesaplanmıştır. Araştırma modellerinde kontrol değişkeni olarak yer alan İMKB-100 endeksi getiri verisi ise 3 aylık değişim oranı şeklinde TCMB veri bankasından elde edilmiştir.

Bulgular

Çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı istatistikler ve değişkenler arası korelasyon ilişkileri EK-1 ve EK-2'de sunulmuştur. EK-3'de ise değişkenler için yapılan durağanlık sınaması sonuçları verilmiştir. Farklı durağanlık testleri kullanılarak yapılan durağanlık sınaması sonuçları modellerde yer alacak değişkenlerin durağan olduğunu göstermiştir.

Pazarlama harcamalarının hisse senedi getirilerine etkisini incelemeye yönelik kurulan modellere ilişkin panel regresyon sonuçları Tablo 1 ve Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Panel Regresyon Sonuçları- Pazarlama Giderlerindeki Değişimin Hisse Senedi Getirilerine Etkisi

	<i>Model 1^a</i>	<i>Model 2^b</i>	<i>Model 3^c</i>
β_0	-0.010 (-1.18)	-0.010 (-1.277)	-0.001 (-0.158)
<i>İMKB</i>	0.892 (16.72)***	0.896 (16.825)***	0.864 (15.955)***
<i>PD_t</i>	0.033 (2.94)***	0.058 (3.360)***	0.025 (2.258)**
<i>PD²</i>	-	-0.007 (-1.926)**	-
<i>PD_{t-1}</i>	-	-	-0.018 (-1.659)*
<i>PD_{t-2}</i>	-	-	-0.024 (-2.146)**
<i>PD_{t-3}</i>	-	-	0.004 (0.370)
<i>PD_{t-4}</i>	-	-	-0.001 (-0.071)
<i>PD_{t-5}</i>	-	-	-0.016 (-1.346)
<i>F Testi</i>	144.49***	97.905***	37.917***
<i>R²</i>	0.273	0.276	0.285
<i>Adj-R²</i>	0.272	0.274	0.278
<i>N</i>	771	771	672

Not: Parantez içi değerler t değerlerini; ***,** ve * sırasıyla istatistiksel olarak %1, %5 ve %10 düzeyindeki anlamlılığı ifade etmektedir.

^a F testi yapılmış ($F_{(17,751)}=1.09$, Prob > F = 0.3586) ve havuzlanmış OLS yapılmasına karar verilmiştir.

^b Hausman testi yapılmış ($\text{Chi}2_{(3)}=5.58$, Prob > Chi2 = 0.1337) ve rassal etkiler yapılmasına karar verilmiştir.

^c Hausman testi yapılmış ($\text{Chi}2_{(7)}=3.96$, Prob > Chi2 = 0.7848) ve rassal etkiler yapılmasına karar verilmiştir.

Tablo 1'de yer alan sonuçlara göre, modellerde kontrol değişkeni olarak yer alan İMKB getiri değişkeni tüm modellerde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bununla birlikte Wooldridge otokorelasyon testi sonucu ($F_{(1,17)}=22.88$, $Prob>0.00$) Model 1'de yer alan değişkenler için birinci sıra otokorelasyon problemi olduğuna işaret etmektedir. Ancak Model 2'de ve Model 3'te Pazarlama harcamalarının hisse senedi getirilerine etkisini gösteren katsayılar (PD) tüm modellerde pozitif yönlüdür ve bu kat-

sayılar t testine göre ilk iki modelde %1 düzeyinde, üçüncü modelde ise %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. İkinci modelde pazarlama harcamalarının karesi için hesaplanan katsayı beklentilere uygun olarak negatif yönlü ve t testine göre %5 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Üçüncü modelde ise pazarlama harcamalarının birinci ve ikinci dönem gecikmelerinin hisse senedi getirilerine etkisini gösteren katsayılar negatif yönlü ve t testine göre istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 2. Panel Regresyon Sonuçları-Pazarlama Harcamaları Yoğunluğunun Hisse Senedi Getirilerine Etkisi

	<i>Model 4^a</i>	<i>Model 5^b</i>	<i>Model 6^c</i>
β_0	0.015 (1.22)	0.007 (0.448)	0.017 (1.319)
<i>İMKB</i>	0.896 (16.79)***	0.896 (16.84)***	0.880 (15.902)***
PS_t	-0.164 (-2.14)**	-0.061 (-0.311)	-0.138 (-0.964)
PS^2	-	-0.208 (-0.573)	-
PS_{t-1}	-	-	-0.393 (-2.449)**
PS_{t-2}	-	-	0.493 (3.187)***
PS_{t-3}	-	-	-0.202 (-1.314)
PS_{t-4}	-	-	-0.089 (-0.567)
PS_{t-5}	-	-	0.176 (1.239)
<i>F Testi</i>	(141.29)***	(94.233)***	(37.788)***
R^2	0.268	0.268	0.275
<i>Adj-R²</i>	0.266	0.265	0.268
<i>N</i>	774	774	702

Not: Parantez içi değerler t değerlerini; ***,** ve * sırasıyla istatistiksel olarak %1, %5 ve %10 düzeyindeki anlamlılığı ifade etmektedir.

^a F testi yapılmış ($F_{(17,754)}=1.29$, $Prob > F = 0.1908$) ve havuzlanmış OLS yapılmasına karar verilmiştir.

^b Hausman testi yapılmış ($Chi2_{(3)}=6.57$, $Prob > Chi2 = 0.0869$) ve rassal etkiler yapılmasına karar verilmiştir.

^c Hausman testi yapılmış ($Chi2_{(7)}=6.97$, $Prob > Chi2 = 0.4316$) ve rassal etkiler yapılmasına karar verilmiştir.

Tablo 2'de yer alan sonuçlara göre, modellerde kontrol değişkeni olarak yer alan İMKB getiri değişkeni tüm modellerde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ancak Wooldridge otokorelasyon testi sonucu ($F_{(1,17)}=26.92$, $Prob>0.00$) Model 3'te yer alan değişkenler için birinci sıra otokorelasyon problemi olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan Model 4'de pazarlama yoğunluğunun hisse senedi getirilerine etkisini gösteren katsayının negatif yönlü ve t testine göre %1 önem düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Altıncı modelde ise bir dönem gecikmeli pazarlama yoğunluğunun hisse senedi getirilerine etkisini

gösteren katsayı negatif yönlü ve t testine göre %5 düzeyinde, iki dönem gecikmeli katsayı ise pozitif yönlü ve t testine göre %1 düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Sonuç

Bu çalışmada İMKB Gıda Sektörü işletmelerinin yapmış oldukları pazarlama harcamalarının hisse senetleri üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Panel veri analiz sonuçları İMKB Gıda Sektörü işletmelerinin yapmış olduğu cari dönemdeki pazarlama harcamalarının hisse senedi getirilerini pozitif yönde etki-

lediğini göstermiştir. Bunun yanında literatürde ileri sürülen sava uygun olarak, pazarlama harcamalarının belli bir noktaya kadar hisse senedi getirilerini artırdığı ve o noktadan sonra ilave pazarlama harcamalarının hisse senedi getirilerini negatif yönde etkilediği görülmüştür. Pazarlama harcamalarının hisse senedi getirileri üzerindeki gecikmeli etkisinin incelendiği model sonuçlarında da, pazarlama harcamalarının bir ve iki dönem gecikmeli etkisinin negatif olduğu görülmüştür. Bu nedenle pazarlama harcamalarının bir veya iki dönem sonra hisse senedi getirilerini azalttığı örneklem içerisindeki firmalar açısından ileri sürülebilir. Pazarlama harcamaları yoğunluğunun hisse senedi getirileri üzerindeki etkisinin incelendiği modellerde, pazarlama harcamaları yoğunluğu ile hisse senedi getirileri arasındaki ilişkinin negatif yönlü fakat istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmüştür. Pazarlama harcamaları yoğunluğunun hisse senedi getirileri üzerindeki gecikmeli etkisinin incelendiği model sonucunda ise pazarlama harcamaları yoğunluğunun bir dönem gecikmeli etkisinin negatif, iki dönem gecikmeli etkisinin ise pozitif olduğu tespit edilmiştir. Bu doğrultuda pazarlama yoğunluğunun bir dönem sonra hisse senedi getirilerini azalttığı ancak iki dönem sonra hisse senedi getirilerini artırdığı ifade edilebilir.

Sonuç olarak ifade dilmelidir ki, İMKB Gıda Sektörü işletmeleri pazarlama harcamaları ile hisse senedi getirileri arasında pozitif yönlü fakat konkav bir ilişki söz konusudur. Buna göre genel kabul görmüş muhasebe prensiplerinin aksine ele alınan örneklem dahilindeki işletmeler için pazarlama harcamaları maliyet unsuru olmaktan öte değer yaratan giderlerdir. Bununla birlikte farklı sektörler ve farklı değişkenler kullanılarak yapılacak sonraki çalışmalarda farklı sonuçlar elde edilebileceği belirtilmelidir. Özellikle pazarlama faaliyetleri içerisinde yer alan alt kalemler ile hisse senedi getirilerini ilişkilendiren modeller geliştirilebilir.

Kaynakça

- Aaker, D. and R. Jacobson (1994).** "The Financial Information Content of Perceived Quality", *Journal of Marketing Research*, May, pp.191-201.
- Andras, T. L. and S. S. Srinivasan (2003).** "Advertising Intensity and R&D Intensity: Differences across Industries and Their Impact on Firm's Performance", *International Journal of Business and Economics*, Vol. 2, No. 2, pp.81-90.
- Barth, M. E., M. Clement, G. Foster, and R. Kasznik (1998).** "Brand Values and Capital Market Valuation", *Review of Accounting Studies*, 3, pp.41-68.
- Chauvin K. W. and M. Hirschey (1993).** "Advertising, R&D Expenditures and the Market Value of the Firm" *Financial Management*, 22 (4), pp.128-140.
- Cook, V. J. (2003).** "Marketing's Impact on Firm Value: The Value-Sales Differential", *Marketing Science Institute Working Paper*, No.03-109.
- Coşkun, E., D. Kök ve A. Yücel (2010).** "Pazarlama Faaliyetlerinin Firma Değerine Kısa ve Uzun Dönem Etkilerinin İncelenmesi", *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, Cilt:47, Sayı:540, ss. 67-76.
- Day, G. and L. Fahey (1988).** "Valuing Market Strategies", *Journal of Marketing*, 52 (July), pp.45-57.
- Demir, Ö. (2005).** "Entelektüel Sermayenin İşletmelerin Piyasa Değerlerine Olan Etkisi", *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, ss.77-82.
- Doyle, P. (2000).** "Valuing Marketing's Contribution", *European Management Journal*, Vol.18, No.3, pp. 233-245.
- Fama, E. F. (1970).** "Efficient Capital Markets: A Review of Theory and Empirical Work", *Journal of Finance*, Vol. 25(2), May, pp. 383-417.
- Frieder, L. and A. Subrahmanyam (2005).** "Brand perceptions and the market for common stock", *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 40, pp. 57-85.
- Graham R. C. And K. D. Frankenberger (2000).** "The Contribution of Changes in Advertising Expenditures to Earnings and Market Values", *Journal of Business Research*, 50, pp. 149-155.
- Han, B. H., and D. Manry (2004).** "The value-relevance of R&D and advertising expenditures: Evidence from Korea" *International Journal of Accounting*, 39(2), pp. 155-174.
- Ho, Y. K., H.T. Keh, and J. M. Ong (2005).** "The Effects of R&D and Advertising on Firm Value: An Examination of Manufacturing and Nonmanufacturing Firms", *IEEE Transactions On Engineering Management*, Vol. 52, No. 1, pp. 3-14.

- Ittner, C. D. and D. F. Larcker (1998)**. “Are NonFinancial Measures Leading Indicators of Financial Performance? An Analysis of Customer Satisfaction”, *Journal of Accounting Research*, 36 (Supplement), pp.1–35.
- Joshi, A. and D.M. Hanssens (2010)**. “The Direct and Indirect Effects of Advertising Spending on Firm Value”, *Journal of Marketing*, Vol.74, January, pp. 20–33.
- Krasnikov, A. and S. Jayachandran (2008)**. “The Relative Impact of Marketing, Research-and-Development, and Operations Capabilities on Firm Performance”, *Journal of Marketing* Vol.72, (July), pp. 1–11.
- Külter, B. ve K. Demirgüneş (2006)**. “Değer Temelli Pazarlama-Finansal Boyut ve Müşteri Boyutu”, *Atatürk Üniversitesi İİBF Dergisi*, Cilt:20 Sayı:2 ss. 327-342.
- Osinga, E. C., P.S.H. Leeflang, S. Srinivasan and J. E. Wieringa (2011)**. “Why Do Firms Invest in Consumer Advertising with Limited Sales Response? A Shareholder Perspective” *Journal of Marketing*, Vol. 75, January, pp. 109–124.
- Peterson R. A. and J. Jeong (2010)**. “Exploring the impact of advertising and R&D expenditures on corporate brand value and firm-level financial performance”, *J. of the Acad. Mark. Sci.* 38, pp. 677–690.
- Srinivasan, S. and D.H. Hanssens, (2009)**. “Marketing and Firm Value: Metrics, Methods, Findings, and Future Directions” *Journal of Marketing Research*, Vol: 46, No. 3, pp. 293-312.
- Wang F., X. P. (Steven) Zhang and M. Ouyang (2009)**. “Does advertising create sustained firm value? The capitalization of brand intangible”, *J. of the Acad. Mark. Sci.* 37, pp.130–143.

EK-1. Tanımlayıcı İstatistikler

	H	İMKB	PD	PS
Ortalama	0.030885	0.032564	0.183890	0.117716
Medyan	0.023537	0.065362	0.066222	0.086911
Max.	1.282151	0.324663	8.058990	0.790707
Min.	-1.161713	-0.373754	-0.963138	0.001755
Standart Sapma	0.260897	0.149413	0.716107	0.103289
N	792	774	772	792

EK-2. Değişkenlerarası Korelasyon İlişkisi

	H	İMKB	PD	PS
H	1.000000	0.514999	0.094927	-0.026479
İMKB	0.514999	1.000000	0.008696	0.064983
PD	0.094927	0.008696	1.000000	-0.022347
PS	-0.026479	0.064983	-0.022347	1.000000

EK-3. Birim Kök Testi Sonuçları

Değişkenler	Levin, Lin & Chu t	Im, Pesaran and Shin W-stat	ADF - Fisher Chi-square	PP - Fisher Chi-square
H	-16.3812***	-17.0243***	322.886***	456.665***
İMKB	-15.4983***	-12.5587***	221.293***	290.003***
PD	-18.1941***	-19.4794***	379.806***	623.126***
PS	-1.61340**	-3.52725***	93.5204***	138.024***

***%1 düzeyinde, ** %5 düzeyinde, *ise %10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir.

Marina İşletmeciliğinde İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Etme Niyeti ve Memnuniyet Üzerindeki Etkisi

Effect of Relationship Marketing Applications on Re-Purchasing Intention, Advising Intention and Satisfaction in Marina Management

Yrd. Doç. Dr. Erdal Arlı

Öz

Marina işletmeleri deniz turizm alanında faaliyet gösteren hizmet işletmeleridir. Son yıllarda ülkemizde marınacılık alanında meydana gelen gelişmeler, marina sayılarının ve bağlama kapasitelerinin artışı, işletmeler arasındaki rekabeti arttırmakta ve marina yöneticileri mevcut müşterilerini elde tutmak ve uzun dönemli ilişkiler kurmak için birtakım yöntemler uygulamaktadırlar. Bu araştırmanın amacı, marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığı belirlemek ve marina yöneticilerine bu konuda yol gösterecek katkı ve önerilerde bulunmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek üzere Antalya Bölgesi'nde faaliyet gösteren bir marina işletmesinin 78 müşterisine yüz yüze anket uygulaması gerçekleştirilmiş ve veriler SPSS paket programıyla analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarında, marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar tercih etme, tavsiye etme niyeti üzerinde etkisinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal Niyetler, İlişkisel Pazarlama, Marina İşletmeciliği

Abstract

Developments occurring in marina business in our country in recent years, increase in number of marinas and binding capacities increase the competition between the establishments and they apply several methods for holding their existing customers and for establishing long term relations. Objective of this research is to find out whether relationship marketing applications in marina establishments have any effect on re-purchasing

intention level, advising intention level and satisfaction level from the management, and make contributions and suggestions that will guide the marina managers on this subject. In order to achieve this objective, a face-to-face survey was executed with 78 customers of a marina establishment operating in Antalya Area, and the data was analyzed with SPSS package program. By the results of research analysis, it was identified that relationship marketing applications had effect on re-purchasing intention and advising intention.

Keywords: Behavioral Intentions, Marina Management, Relationship Marketing

Giriş

Günümüzün yoğun rekabet koşullarında mevcut müşteriye elde tutmanın, yeni müşteri bulmaktan daha az maliyetli olduğunun farkında olan işletmeler müşteri ile ilişkisini uzun dönemli sürdürme çabası içindedirler. Son yıllarda ülkemizde marınacılık alanında meydana gelen gelişmeler, marina sayılarının ve bağlama kapasitelerinin artışı, işletmeler arasındaki rekabeti arttırmakta ve marina yöneticileri mevcut müşterilerini elde tutmak ve uzun dönemli ilişkiler kurmak için birtakım yöntemler uygulamaktadırlar. Artık günümüzde müşteriler mala, hizmete veya fiyata yapılan farklılaştırmalarla tatmin olmamakta kendini özel ve değerli hissettirecek davranış ve ilişkileri talep etmektedirler. Dolayısıyla müşteri ilişkilerine odaklanmak, birebir ve içten etkileşimleri gerçekleştirmek, problemlere yapıcı çözümler getirmek, müşteriye tanımak, anlamak ve ona göre davranmak işletmelere rekabet avantajı sağlamaktadır (Hart ve

Johnson,1999,s.9-17). Buna bağlı olarak ilişkisel pazarlama, uzun dönemli ilişkileri açıklayıcı bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Cheng vd.,2008,s.488; Woo ve Ennew,2004,s.1253). Özellikle müşterilerle yakın ilişki gerektiren hizmet sektöründe, müşteri ile yönetim ve çalışan personel etkileşiminin niteliği, algılanan hizmet kalitesinin de en önemli belirleyicilerinden biri durumunda olmakta, “müşterilerle, yönetim ve çalışan personel arasındaki ilişkinin boyutu ve niteliği pazarlama çabalarının yönünü belirleyecek önemli bir değer olarak ortaya çıkmaktadır (Hart ve Johnson,1999,s.9-17; Uyguç,1998, s.34-35). Müşteriye sunulan hizmete bağlı olarak kurulan bire bir sıcak ve yakın ilişki, onlara hissettirilen güven ve kendini özel hissetmesini sağlama müşterinin işletmeye bağlılığını ve hizmeti satın almaya devam etme kararını vermesine yol açabilecektir.

Marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamaları sadece marina işletmeleri açısından değil, bir ülkenin tanıtımında da büyük rol oynamaktadır. Özellikle teknesini Türkiye'deki bir marinaya bağlayan yabancı tekne sahiplerinin verilen hizmetten ve kurulan bu ilişkilerden memnun olmaları, bunu diğer yabancı tekne sahipleri ile paylaşmalarına neden olacağı gibi, bu durum Türkiye'nin ve Türk insanının tanıtılmasına da katkıda bulunacak ve ülkenin yabancı tekne sahipleri tarafından tercih edilmesini sağlayacaktır.

Bu araştırmada, marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığı araştırılmaya çalışılmıştır.

İlişkisel Pazarlama

İlişkisel pazarlama, işletme ile müşteri arasındaki ilişkinin kurulması, sürdürülmesi ve geliştirilmesi amacıyla odaklanan pazarlama yaklaşımlarını içermektedir (Karakaş vd., 2007, s.3-18). Diğer bir tanımda, ilişkisel pazarlama işletmelerin müşterileriyle bire bir olarak faydalı olabilecek uzun dönemli ilişkiler kurmaya ve geliştirmeye yönelik uygulamaları ve çabaları şeklinde tanımlanmıştır (Ravald ve Grönroos,1996,s.19-30). Walsh ve arkadaşlarına göre, ilişkisel pazarlama daha karlı müşterileri cezp etmek, onlarla ilişkileri geliştirmek ve elde tutmak için yapılan uygulamalardır (Walsh vd., 2004, s.468-483). Daha net bir tanımla ilişkisel pazarlama müşteriye

çekmek, elde tutmak ve müşteri ile olan ilişkileri geliştirmek için uygulanan pazarlama stratejileridir (Berry, 1983). Grönroos'a göre ilişkisel pazarlama müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda kar elde amacıyla uzun dönemli ilişkiler kurulması, bunların artırılarak sürdürülmesidir (Grönroos,1996,s.5-14). İlişkisel pazarlama uygulamalarının önemi ve değeri yeni müşteri edinmenin eldeki müşteriye tutmaktan çok daha maliyetli olduğu konusundaki bulgular ile desteklenmiştir (Reichheld ve Sasser, 1990,s.105-111; Reichheld,1993,s.64-73). İlişkilerin güçlü ve sağlıklı bir zemine oturtulması, müşterilerin sadık hale getirilmesi ve müşterilerin tanınmayan bir yüz olmaktan çıkarılıp devamlı müşteriler haline dönüştürülmesi bu yaklaşımın odak noktasını oluşturmaktadır. (Karakaş vd.,2007,s.3-18) Grönroos'un 1997 yılında yaptığı çalışmasında işletme ile müşteriler arasında uzun dönemli bir ilişkinin kurulması ve geliştirilmesine yönelik, pazarlama döngüsü olarak anılan bir modeli ortaya koyduğu görülmektedir. Modele göre, işletme içerisindeki her bölüm çalışanı, pazarlama bölümü çalışanları gibi hareket etmeli, müşteri ile kurulacak uzun süreli ilişkilerin tüm çalışanlara fayda sağlayacağı, bu fayda için tüm personelin çaba sarf etmesi gerektiğine dikkat etmelidir. Örneğin marina işletmeciliğinde başta önbüro ve liman hizmetleri personelinde teknik personele, temizlik personeline kadar tüm çalışanlar müşteri ile ilişkilerin güçlendirilmesi için çaba gösterirken kurulacak güçlü ve sağlıklı bir ilişkinin müşteri bağlılığı ve tavsiye davranışı üzerinde de etkili olabileceğini unutmamalıdır. İlişkisel pazarlama çalışmalarının önemli bir kısmı, sadık müşteri kazanmanın getireceği faydalar üzerine odaklanmaktadır (Molina vd.,2007, s.253-271). İlişki pazarlaması kavramının ve bu konudaki çalışmaların hizmet kalitesi ve müşteri tatmini konusundaki çabalar ve kavramlarla yakından ilişkili olması, hizmet endüstrisi için bu kavramın önemini özellikle arttırmaktadır (Gummesson,1994,s.5-20;Payne,1994,s.29-31). Uzun dönemli ilişkinin temel öğeleri olan memnuniyet, sadakat, bağlılık ve müşteri değeri oluşturmak için kaliteli hizmetin sunumu, işletmede çalışan personelin desteği, müşteri hakkında toplanan doğum günü ve evlilik yıldönümü gibi özel günlere ilişkin tarihler, müşterinin istek, arzu ve ihtiyaçları gibi bilgileri içeren veri tabanları oluşturulması ve kişinin kendisini özel ve değerli hissedebileceği özel hizmet sunabilecek süreçler geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çabalar, işletme ile müşteri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi oluşturmak, geliştirmek ve müşteriye elde tutmak için yürütülmesi gereken, müşteri ilişkisine odaklı işletme faaliyetleridir (Karakaş vd.,2007,s.3-18)

Bu faaliyetler ışığında, ilişkisel pazarlama uygulamalarının, eğer müşteriler de alacakları ürün veya hizmet ile çok ilgili iseler, müşteri ve satış elemanı arasında kişisel iletişim varsa ve müşteriler hizmet sağlayıcısı ile ilişki kurmaya istekli iseler, daha etkili olacağı söylenebilir (O'Malley ve Tynan,2000,s.797-815). İlişkilerin uzun ömürlü ve sağlıklı yürüebilmesi için sadece işletmenin çabası yeterli olmayacaktır. Müşterilerin de bu istekliliği göstermesi gereklidir. Bu yüzden ilişkisel pazarlama uygulamalarının etkinliği her iki tarafın istekliliği, karşılıklı yakın ve sıcak ilişkisi ile etkinlik kazanır. Karşılıklı geçici ilişkiler yerine uzun dönemli ve kalıcı ilişkiler kurmanın hem işletmelerin, hem de müşterilerinin yararına olduğu açıktır (Parasuraman vd.,1991,s. 39-48, Shani ve Chalasani,1992,s.43-52, Zeithaml vd.,1993, s.1-12).

İlişkisel pazarlama uygulamalarının sağladığı avantajlar; müşterilerle kurulan ve yürütülen yakın ilişkinin getirmiş olduğu avantajlar, ilişkisel pazarlama uygulamalarıyla ortaya çıkabilecek olan müşteri memnuniyetindeki gelişmelerden kaynaklanan avantajlar, ilişkisel pazarlamanın işletme için sağlayabileceği finansal içerikli yararlar olarak belirtilmektedir (Odabaşı,2000).

İlişkisel Pazarlama Uygulamaları

Özel Günleri Hatırlama

Müşterileri ile ilgili geniş veri tabanı oluşturmuş ve bunu da etkili olarak kullanabilen işletmeler müşteri üzerinde kendisine ve ailesine değer verildiği duygusunu oluşturarak müşterinin işletmeye olan bağlılığını arttırabilir ve işletmelerinin tekrar tercih edilmesini sağlayabilirler. Örneğin bununla ilgili olarak; işletme yönetimi müşterisinin dini, milli bayramlarını, doğum gününü, evlilik yıldönümü gibi özel günlerini hatırlayarak müşterisine buna ilişkin kutlama kartları veya küçük ve anlamlı hediyeler göndermek şeklinde birtakım uygulamalar gerçekleştirebilir (Karakaş, 2006; Karaca, 2010, s.453).

Hizmet Bedelinde Kolaylık

Müşteriler işletmeye fiyat ve ödemede sağlanan kolaylıklar açısından da bağlanabilmektedir. Dolayısıyla, kaliteli hizmetin müşteri ile uzun süreli ilişki kurmanın temel öğelerinden biri olmasının yanı sıra, sunulan hizmetin fiyatının uygun olması ve ödemede sağlanan kolaylıklar da önemli olabilmektedir. (Karakaş, 2006). Ayrıca, işletmeler yeni müşteriler elde et-

mek, uzun süreli ilişkiler kurmak ve müşteri sadakâti oluşturmak için daha büyük alımlarda müşteriye düşük fiyatlar sunabilmeli ve uzun süreli müşterilerini ne daha düşük fiyatlar uygulamalıdır (Öztürk, 1998, s.189; Karaca, 2010).

İstek ve İhtiyaçları Sorma

İlişkisel pazarlama müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda ilişkilerin şekillendirildiği bir pazarlama anlayışıdır (Brodie ve Coviello, 1997). Bu anlamda, işletmeler müşterilerinden elde ettikleri bilgiler doğrultusunda üretim ve pazarlama fonksiyonlarını gözden geçirmeli, ürünlerini müşterilerin istedikleri özellikte sunmalıdır (Pine ve diğerleri,1995,s.104; Karaca, 2010, s.453). Bu bağlamda; marina işletmeleri tekne sahiplerinin/kaptanlarının hem kendilerine hem de teknelerine sunulmasını talep ettikleri istek ve ihtiyaçları hem sezonda hem de kışlama döneminde ayrı ayrı belirlemeli ve buna uygun planlama yapmalıdır.

Üye/Paydaş Olarak Görme

İlişkisel pazarlama finansal bağların yanı sıra sosyal bağlara da dayanmaktadır. Bu bakımdan müşterilerin birer sosyal varlık olduğu göz önünde bulundurulmalı ve işletmenin birer üyesi/paydaşı gibi görülmelidir (Karaca, 2010, s.453). Kotler'e (2000) göre ilişkisel pazarlama, müşteriler, tedarikçiler ve dağıtım kanalı üyeleri ile uzun vadeli ve karşılıklı tatmin edici ilişkiler kurma, onların uzun süreli tercih ve işlemlerini kazanma ve her birini işletmenin bir üyesi/paydaşı olarak görme ve bunu hissettirmeyi amaçlayan bir anlayıştır. Ayrıca; Gummesson'a (1996) göre de ilişkisel pazarlama hem iç hem de dış müşterileri birer paydaş olarak görmeyi gerektiren bir pazarlama yaklaşımıdır.

Elde Tutma

İlişkisel pazarlama, yeni müşterileri tanımlama ve elde etmeden çok, mevcut müşterilerle ilişkileri sürdürme ve güçlendirme amacına yöneliktir (Peck ve diğerleri;1999). İlişkisel pazarlamada amaç, müşteri memnuniyeti sağlayarak uzun dönemde karlı ilişkiler kurmaktır. Diğer bir deyişle yeni müşteriler kazanmak yerine mevcut müşterileri elde tutmak önem taşımaktadır (Bayraktaroglu, 2002, s.58-82). Müşteriyi elde tutma aynı zamanda müşteri tatminiyle de yakından ilişkilidir. Bu açıdan, müşteriyi fiyat, hizmet, yüz yüze ilişkiler bakımından tatmin etmek ve müşterinin almış olduğu ürün veya hizmetten memnun kalmasını sağlamak gerekmektedir (Yüksel, 1998).

Yakın ve Sıcak İlgı

Müşteriye yakınlık ve sıcak ilgi; müşteriye dinlemek, anlamak, onların ortaya çıkan yeni gereksinimlerini ve değişen beklentilerini özgün ve üretken biçimde yanıtlamak için zaman ayırmak anlamına gelmektedir. İşletme çalışanlarının müşterilerle görüşmesi, onları dinlemesi, onlardan gerekli bilgileri edinmek için zaman ayırabilmesi ve bunları yaparken yalnızca müşteriye odaklanması müşteriye yakınlığın ve sıcak bir ilginin bir başka anlatımıdır (Bayram, 1999, s.38; Karaca, 2010, s.453).

Değer Verme

Müşteri ilişkisinin oluşturulması ve korunması sürecinde, müşterilerin de bir takım amaçları ve beklentileri bulunmaktadır. Müşteriler, kendilerine iyi hizmet ve daha kaliteli ürünler sunulmasını ve daha da önemlisi kendilerinin kişisel ve özel olarak tanınmasını ve değer verilmesini amaçlamaktadırlar (Buttle, 1996, s.7; Karaca, 2010, s.453)

Özel Hizmet Sunma

Müşterilerin ürün ve hizmet üzerindeki istekleri ön planda tutularak üretim yapılmalı ve hizmet sunulmalıdır. Bu bağlamda, müşteriler tarafından yapılan bütün öneriler kişiye özgü olarak tasarlanmalıdır (Karaca, 2010, s.453). Amaç müşterinin memnuniyetini arttırmaktır (Karakaş, 2006). Örneğin, bir marina işletmesi oluşturduğu veri tabanları sayesinde müşterilerinin tekne tiplerine göre en uygun konaklama yerlerini önceden planlayabilir veya kışlama döneminde en iyi bakım-tutum işlemlerini organize edebilir.

Hatırlama

Müşterinin bir sonraki gelişinde işletme tarafından hatırlanması müşteri sadakatini artıran faktörlerden biridir. Bu sayede müşteri hem ihtiyaç ve isteklerini tekrar etmekten kurtulacak hem de kendisini hatırlayan işletmeye karşı sempati duyacaktır. Ayrıca, müşterinin kendini yeniden tanıyacağı rakip işletme yerine kendini tanıyan işletmeyi tercih etme olasılığının daha yüksek olacağı söylenebilir (Karakaş, 2006; Karaca, 2010, s.453). Örneğin, bir marina işletmesinin yönetici ve çalışanlarının kendisinden konaklama hizmeti satın alan tekne kaptanlarının/sahiplerinin adlarını hatırlamalarının yanı sıra teknelerinin de isimlerini hatırlamaları kişilerin işletmeye karşı güven ve sempati duymasında etkili olabilir.

Şikâyetleri Çözme

Müşteri beklentilerinin karşılanmaması sonucu oluşan tatminsizliğin ifade edilmesi olarak tanımlanan müşteri şikâyetlerinin özenle ele alınıp çözülmesi, pazarlama biliminde müşteri memnuniyetinin sağlanması ve müşterilerin elde tutulmasında önemli bir yöntem olarak görülmektedir (Gökdeniz ve diğerleri, 2011, s.173-185; Karaca, 2010, s.453). Bu anlamda, ilişkisel pazarlama, işletmenin düzenli olarak ilişkinin nabzını tutmasını ve ilişkinin geleceğini garanti altına almak için gereksinim duyulan düzeltici önlemleri almasını gerektirir (Evans ve Laskin, 1994, s.439-452).

Bire-Bir İlişki Kurma

İlişkisel pazarlamanın odak noktası bireydir. Geleneksel pazarlamadan da bu yönü ile ayrılır. Çünkü geleneksel pazarlamada bireye değil, kitleye yönelik bir pazarlama söz konusudur (Kitapçı,2003,s.8). İlişkisel pazarlamada müşterilerle birebir ve uzun dönemli ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sadakate dönüştürmek karlılığın anahtarı haline dönüşmüştür. Artık internet ve diğer iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle de müşteri ile satıcı arasında birebir bağlantı kurulması mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, her müşteri ile diyalog kurma işletmeye müşterileri için yeni ürün/hizmet bulma olanağı da sağlayabilir ve işletme, müşterilerin ihtiyaçlarını başkalarından daha önce sezme ve karşılama gücüne de sahip olabilir (Odabaşı, 2000).

İlişkisel Pazarlama Uygulamalarının Müşteri Niyeti ve Memnuniyetine Etkisi

Bir müşterinin yeniden bir hizmet satın alma olasılığı, ilk satın almada yaşadığı tatmin ve memnuniyet derecesine bağlıdır. Eğer müşteri ilk satın almada çok memnuniyetsiz, memnuniyetsiz ya da kararsız kalmışsa bu müşterinin işletme ile olan ilişkisini sürdürme ihtimalini azaltacaktır. Eğer müşteri ilk satın alma sonucundan memnun kalmışsa çoğu durumda, müşterinin tekrar satın alma olasılığının artması beklenir. Bunun ötesinde, müşteri çok memnun kalmışsa ve işletme vermiş olduğu hizmetle müşteri beklentilerinin çok üzerine çıkmışsa, bu durumda yeniden satın alma olasılığı yükselecektir. İşletmeler çoğu zaman, memnun ve çok memnun müşterilerinin arasında işletmeye sadakat açısından ayırım yapamamaktadır.

Memnun kalan müşteriler eğer aynı ya da daha fazla memnuniyet verecek bir başka tedarikçi bulursa onu tercih edebilmektedir (Kotler,2000,s.184).

Hizmet işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının temel amacı müşterinin sunulan hizmetten memnuniyetinin artırılarak uzun dönemli sadakat ve bağlılığın oluşturulmasıdır. Elbette ki müşteride işletme ile kurduğu yakın ve olumlu ilişkiden bazı avantajlar elde edeceğini düşünüyorsa bu müşterinin memnuniyetine yansiyacaktır (Beatty vd.,1996,s.223-247). Molina ve arkadaşlarına göre, müşterilerin işletmeyle kuracakları uzun dönemli ilişki ve bundan elde edecekleri özel ve değerli hissetme duygusu, sosyal fayda ve güven, müşteri memnuniyetine olumlu katkı sağlayacaktır (Molina vd.,2007,s.253-271).Müşteri memnuniyeti de tekrar satın alma ve tavsiye etme davranışını belirlemede önemli rol oynayacaktır (Söderlund,1998,s.169-188, Leverin ve Liljander,2006,s.232-251). Marina işletmelerinde de tekne sahiplerinin/kaptanlarının hizmeti tekrar satın almaları, marinayı diğer teknecilere tavsiye etmeleri de uzun dönemli bir ilişkiyi sürdürme isteklerinin ve sadakatlerinin bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

Literatür incelendiğinde tüketicinin satın alma niyeti ve müşteri sadakati üzerinde, tüketici tatmininin etkisine yönelik araştırmalara sıkça rastlanmaktadır. Yapılan araştırmalarda, bir işletmede müşteri ile kurulan yakın ve sıcak ilişkinin, sağlanan tatminin, müşterinin elde tutulması için yapılan çabaların, tavsiye niyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğu görülmektedir (Oliver,1980,s.460-469;Oliver,1981,s.25-48; Pascoe,1983,s.185-197, Calnan, 1988,s.927-933, Bitner,1990,s.69-82, Peyrot vd.,1993,s. 24-33,Rust ve Oliver,1994,s.1-19; Zeithaml,2000,s. 67-85).

Araştırmanın Amacı ve Yararı

Araştırmanın temel amacı, marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığı belirlemektir.

Bu araştırma sonuçlarının, marina işletmelerinin yöneticilerine ilişkisel pazarlama uygulamalarının oluşturulması ve geliştirilmesi konusunda fikir vereceği, bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara yol göstereceği ayrıca, ilişkisel pazarlama uygulama-

larına yönelik değişkenler ile davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet düzeyi arasındaki ilişkiyi açıklaması açısından da literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada, araştırmanın amaçlarını gerçekleştirmek üzere nicel araştırma yönteminden yararlanılmış ve yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Anket formu 3 bölümden oluşmakta olup, birinci bölüm cevaplayıcıların demografik özelliklerine ilişkin soruları kapsamaktadır. İkinci bölüm ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu bölümdeki ifadelerin oluşturulmasında araştırmanın literatür bölümünde yer alan 'ilişkisel pazarlama uygulamalarına' ilişkin literatür taraması temel olarak kullanılmıştır. Anketin üçüncü bölümü ise 'tekrar satın alma, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyinin belirlenmesine yönelik ifadeleri içermektedir. Ankette ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik ifadeler ile tekrar satın alma ve tavsiye etme niyetini belirlemeye yönelik ifadeler de beşli Likert Ölçeği (1:Kesinlikle Katılmıyorum, 2:Katılmıyorum, 3:Kararsızım, 4:Katılıyorum, 5:Kesinlikle Katılıyorum), marina yönetiminden memnuniyet düzeyinin belirlenmesine yönelik ifade de 5:Çok Memnunum, 4:Memnunum, 3:Kararsızım, 2:Memnun Değilim, 1:Hiç Memnun Değilim'den oluşan beşli Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Bu araştırma Antalya ilinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma için Antalya'nın seçilmesinin başlıca nedeni, marina işletmeciliğinin geliştiği illerden biri olmasıdır. Deniz Ticaret Odası 2010 Sektör Raporu'na göre; hem Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan Turizm İşletme Belgeli marina potansiyeli açısından hem de beş altın çıpalı marina potansiyeli açısından en gelişmiş ikinci ilin Muğla'dan sonra Antalya olduğu görülmektedir (Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu 2010).

Araştırma Probleminin Tanımı

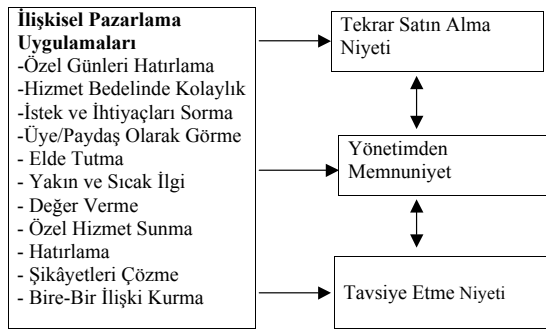
Bu çalışmada aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır;

1. İlişkisel pazarlamanın marina çalışanlarına ilişkin uygulamalarının davranışsal niyetler ve memnuniyet düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi var mıdır?
2. İlişkisel pazarlamanın marina yönetimine ilişkin uygulamalarının davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi var mıdır?

3. Yönetimden memnuniyet düzeyi ile davranışsal niyetler arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki var mıdır?

Araştırmanın Modeli

Belirtilen amaçlar doğrultusunda yapılan bu araştırma ile, ilişkisel pazarlama uygulamalarının, 'tekrar satın alma ve tavsiye etme niyeti ile marina yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde etkisinin bulunup bulunmadığı tespit edilmeye çalışılmış, aynı zamanda davranışsal niyetler ile yönetimden memnuniyet değişkeni arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığı incelenmiştir.



Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada kullanılan değişkenler; cevaplayıcıların demografik özelliklerine ilişkin ifadeler, ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik ifadeler, tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyete yönelik ifadelerden oluşmaktadır.

- Cevaplayıcının Demografik Özellikleri İle İlgili İfadeler;
- Cevaplayıcının Yaşı (Beşli Nominal Ölçek)
- Cevaplayıcının Cinsiyeti (İkili Nominal Ölçek)
- Cevaplayıcının Eğitim Düzeyi (Altılı Nominal Ölçek)
- Cevaplayıcının Gelir Düzeyi (Altılı Nominal Ölçek)
- İlişkisel Pazarlama Uygulamalarına Yönelik 11 İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)
- Tekerar Satın Alma Niyetini Belirlemeye Yönelik İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)
- Tavsiye Etme Niyetini Belirlemeye Yönelik İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)
- Marina Yönetiminden Memnuniyet Düzeyinin Değerlendirilmesine Yönelik İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)

-Tekerar Satın Alma Niyetini Belirlemeye Yönelik İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)

-Tavsiye Etme Niyetini Belirlemeye Yönelik İfade (Beşli Aralıklı Ölçek)

Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçlarını test etmek üzere oluşturulan hipotezler:

H₁: İP (ilişkisel pazarlama)'nin marina çalışanlarına ilişkin uygulamalarının 'tekrar satın alma niyeti' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₂: İP'nin marina çalışanlarına ilişkin uygulamalarının 'tavsiye etme niyeti' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₃: İP'nin marina çalışanlarına ilişkin uygulamalarının 'yönetimden memnuniyet düzeyi' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₄: İP'nin yönetime ilişkin uygulamalarının 'tekrar satın alma niyeti' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₅: İP'nin yönetime ilişkin uygulamalarının 'tavsiye etme niyeti' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₆: İP'nin yönetime ilişkin uygulamalarının 'yönetimden memnuniyet düzeyi' üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir etkisi vardır.

H₇: Yönetimden memnuniyet düzeyi ile tekrar satın alma ve tavsiye etme niyetleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir ilişki vardır.

Ana Kütle ve Örneklem

Örneklemin belirlenmesinde önce ana kütle tanımlanmıştır. Bu araştırmanın ana kütlelerini Antall ya Bölgesi'nde faaliyet gösteren bir marina işletmesinin müşterileri oluşturmaktadır. İşletmenin bağlama kapasitesi 200 olup, müşteriler ile en az bir yıllık bağlama sözleşmesi yapılmaktadır.

Araştırma verileri Ağustos 2011'de toplanmış, zaman ve maliyet kısıtları, iş yoğunluğu ve bazı müşterilerin anketi cevaplamak istememeleri sebebiyle ana kütle

içerisinden 78 kişilik bir örneklem grubuna tesadüf olmayan örnekleme yöntemi uygulanmış ve cevaplayıcılar kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Araştırma sonuçları uygulamaya alınan müşteri grubunu yansıtmakta olup genelleştirilmemelidir.

Veri Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmada veri toplamada yüzyüze anket yöntemi kullanılmıştır. Literatürde ilişki pazarlama üzerine yapılmış çalışmalar ve marina işletmelerinde sunulan hizmetler incelenerek anket formu oluşturulmuştur. Anlaşılması güç soru bulunup bulunmadığını test etmek üzere 12 marina müşterisine ön test uygulanmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma sürecinde toplanmış olan veriler SPSS 15.0 paket programı ile değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Verilerin analizinde, H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 , H_6 hipotezlerini test etmek üzere regresyon ve H_7 hipotezini test etmek üzere korelasyon analizi kullanılmıştır.

Bulgular

Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Anket uygulanan 78 tekne sahibi/kaptanına ilişkin demografik özellikler aşağıdaki tablodadır.

Tablo 1. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Cevaplayıcı Sayısı	Demografik Özellikler		Cevaplayıcı Sayısı
Cinsiyet	Kadın	0	Öğrenim Durumu	Lise	24
	Erkek	78		Önlisans	18
	Toplam	78		Lisans	21
Yaş	26-35	6		Lisansüstü	15
	36-45	27		Toplam	78
	46-55	32			
	56 ve üstü	13			
	Toplam	78			
Gelir Düzeyi	2001-3000 TL	11			
	3001-4000 TL	23			
	4001-5000 TL	34			
	5001 ve üstü	10			
	Toplam	78			

Tablo 1 incelenecek olursa, anketi cevaplayan 78 tekne sahipleri/kaptanından tümü erkektir. Yaş açısından incelendiğinde, 6 cevaplayıcının 26-35 yaş aralığında, 27'sinin 36-45 yaş aralığında, 32'sinin 46-55 yaş aralığında ve 13'ünün 56 yaş ve üstü olduğu görülmektedir.

Cevaplayıcıların gelir düzeyi incelenecek olursa, 11 cevaplayıcının gelir düzeyinin 2001-3000 TL arasında, 23 cevaplayıcının gelir düzeyinin 3001-4000 TL arasında, 34'ünün 4001-5000 TL arasında ve 10 cevaplayıcının gelir düzeyinin 5000 TL ve üstü olduğu görülmektedir.

Cevaplayıcıların eğitim düzeyi incelenecek olursa, 6 cevaplayıcının eğitim düzeyinin lise, 18 cevaplayıcının önlisans, 21 cevaplayıcının lisans ve 15 cevaplayıcının lisansüstü olduğu görülmektedir.

Marina İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Uygulamaları

Marina işletmelerinde ilişki pazarlama uygulamaları ile tekrar satın alma niyeti, tavsiye niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyi arasında bir ilişkinin var olup olmadığını belirlemek üzere ilk aşamada, cevaplayıcılara yöneltilen 11 ifade ile davranışsal niyetler ve yöne timden memnuniyet değişkenleri arasında korelasyon analizi yapılmış, ardından 11 ifade faktör analizine tabi tutularak ilişki pazarlama uygulamalarına ilişkin faktörler belirlenmeye çalışılmıştır. Üçüncü aşamada ise, faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerin davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek üzere regresyon analizi yapılmıştır.

Marina İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Uygulamaları Değişkenlerinin Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Niyeti ve Yönetimden Memnuniyet Düzeyi ile İlişkisi

Aşağıdaki tabloda cevaplayıcılara yöneltilen 11 ifadenin davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet değişkeni ile korelasyon analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 2 incelenecek olursa, ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik tüm ifadelerin 'yönetimden memnuniyet' değişkeni ile 0,01 düzeyinde anlamlı ve doğru orantılı bir ilişki içinde olduğu ve değişkenlerden en güçlü ilişkisi olanın 'üye/paydaş olarak görme' değişkeni olduğu görülmektedir. 'Özel günleri

hatırlama' ve 'hizmet bedelinde kolaylık' değişkenleri dışında kalan diğer değişken ile 'tekrar tercih etme' değişkeni arasında ise 0.01 düzeyinde anlamlı ve doğru orantılı bir ilişki bulunmaktadır. Bu değişkenlerden en güçlü ilişkiye sahip olan değişken ise 'yakın ve sıcak ilişki kurma' değişkenidir.

Tavsiye etme değişkeni ile ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik ifadeler arasındaki ilişki incelenecek olursa, tavsiye etme niyetine ilişkin değişkenin yalnızca çalışanların uygulamalarını içeren değişkenlerle bir ilişki içerisinde bulunmuş olması dikkat çekicidir. Tablo 2'deki sonuçlara göre; yönetim düzeyindeki uygulamalarla tavsiye etme değişkeni arasında istatistiksel açıdan bir ilişkinin bulunmadığını söylenebilir.

Tablo 2. Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkisi

İfadeler		Pearson Korelasyon	Tekrar Satın Alma	Tavsiye Etme	Yönetimden Memnuniyet
Marina yönetimi tekmeni bağlamasam bile bayram, doğum günü gibi özel günlerimi hatırlar ve mesaj yollarlar.	Özel Günleri Hatırlama	Korelasyon	,076	-,241(*)	,709(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,509	,033	,000
Marina yönetimi daimi müşterilerine indirim ve taksitlendirme kolaylığı yapmaktadır.	Hizmet Bedelinde Kolaylık	Korelasyon	,282(*)	,130	,655(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,012	,256	,000
Marina yönetimi hem sezon hem de kışlama öncesinde müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını sormaktadır.	İstek ve İhtiyaçları Sorma	Korelasyon	,326(**)	,110	,621(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,004	,337	,000
Marina yönetimi tekne sahiplerini/kaptanlarını marinanın bir üyesi, bir paydaşı gibi görmektedirler.	Üye/Paydaş Olarak Görme	Korelasyon	,422(**)	,159	,797(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,164	,000
Marina yönetimi yeni müşteri kazanmaktansa var olan müşterileri uzun dönemli bir ilişki kurmanın daha avantajlı olduğunu farkındadır.	Elde Tutma	Korelasyon	,660(**)	,276(*)	,763(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,015	,000
Marina çalışanları tekne sahipleri/kaptanları ile sıcak, yakın ilişki kurmaktadır.	Yakın ve Sıcak İlişki Kurma	Korelasyon	,767(**)	,465(**)	,738(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000
Marina çalışanları tekne sahiplerinin/kaptanlarının kendini değerli ve özel hissetmesini sağlayacak şekilde davranmaktadır.	Değerli ve Özel Hissettirme	Korelasyon	,730(**)	,631(**)	,747(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000
Marina çalışanları istek ve ihtiyaçlarına uygun özel hizmet vermektedirler.	Özel Hizmet Sunma	Korelasyon	,736(**)	,567(**)	,774(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000
Marina çalışanları her gelişimde beni ve tekmeni hatırlamaktadır.	Hatırlama	Korelasyon	,406(**)	,558(**)	,508(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000
Marina çalışanları sorun ve şikâyetlerimi çözmek için çaba sarf etmektedirler.	Şikâyetleri Çözme	Korelasyon	,503(**)	,532(**)	,616(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000
Marina çalışanları tekne sahipleri/kaptanları ile bire bir ilişki kurmaktadır	Birebir İlişki Kurma	Korelasyon	,583(**)	,541(**)	,610(**)
		Anlamlılık (2-yönlü)	,000	,000	,000

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü) (Tablo 2)

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü) (Tablo 2)

Marina İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Faktörlerinin Tekrar Satın Alma Niyeti, Tavsiye Niyeti ve Yönetimden Memnuniyet Düzeyi Üzerindeki Etkisi

Marina işletmelerinde ilişkisel pazarlamaya yönelik faktörlerin neler olduğunun belirlenmesi amacıyla önce faktör analizi yapılmış, ardından bu faktörlerin davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet değişkenleri üzerinde etkisinin olup olmadığını belirlemek üzere regresyon analizi uygulanmıştır.

İlişkisel Pazarlama Uygulamalarına İlişkin Faktörler

Cevaplayıcılara yöneltilen 11 ifadeden elde edilen faktör analizi sonuçları Tablo 3, 4 ve 5'te görülebilir.

Tablo 3. KMO ve Bartlett's Testi Sonuçları

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		,696
Bartlett's Testi	Yaklaşık Ki-Kare	1136,918
	Serbestlik Derecesi	55
	Anlamlılık (Sig.)	,001

Tablo 3 incelenecek olursa, KMO değeri %69,6 (0,696)'dır. KMO değerinin 0,50'den büyük olması veri setimizin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett Testi'nde de, Sig. değerinin anlamlı olması değişkenler arasında korelasyon olduğunu ve veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Kalaycı vd.,2005,s.327-328).

Tablo 4. Faktörler

İfadeler	Değişkenler	Faktör 1	Faktör 2
Marina çalışanları tekne sahiplerinin/kaptanlarının kendini değerli ve özel hissetmesini sağlayacak şekilde davranmaktadırlar.	Değerli ve Özel Hissettirme	,900	
Marina çalışanları her gelişimde beni ve teknemi hatırlamaktadırlar.	Hatırlama	,883	
Marina çalışanları tekne sahipleri/kaptanları ile bire bir ilişki kurmaktadırlar.	Bire Bir İlişki Kurma	,809	
Marina çalışanları sorun ve şikâyetlerimi çözmek için çaba sarf etmektedirler.	Şikâyetleri Çözme	,803	
Marina çalışanları istek ve ihtiyaçlarıma uygun özel hizmet vermektedirler.	Özel Hizmet Sunma	,799	
Marina çalışanları tekne sahipleri/kaptanları ile sıcak, yakın ilişki kurmaktadırlar.	Sıcak ve Yakın İlişki	,693	
Marina yönetimi hem sezon hem de kışlama öncesinde müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını sormaktadır.	İstek ve İhtiyaçları Sorma		,920
Marina yönetimi teknemi bağlamasam bile bayram, doğum günü gibi özel günlerimi hatırlar ve mesaj yollarlar.	Özel Günleri Hatırlama		,894
Marina yönetimi yeni müşteri kazanmaktansa var olan müşteriyle uzun dönemli bir ilişki kurmanın daha avantajlı olduğunu farkındadır.	Elde Tutma		,861
Marina yönetimi tekne sahiplerini/kaptanlarını marinanın bir üyesi, bir paydaşı gibi görmektedirler	Üye/Paydaş Olarak Görme		,845
Marina yönetimi daimi müşterilerine indirim ve taksitlendirme kolaylığı yapmaktadır.	Hizmet Bedelinde Kolaylık		,653
Birinci faktör ilişkisel pazarlama uygulamalarına ilişkin faaliyetleri %59,09 oranında ölçerken, ikinci faktör %19,69 oranında ölçmektedir. Marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamaları toplam %78,79 varyansla iki faktörle açıklanmıştır.			
İlişkisel pazarlama uygulamalarına ilişkin 11 ifade, tekrar tercih etme niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyine yönelik üç ifade de dahil olmak üzere 14 ifade güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Croanbach Alpha katsayısı 0,92 olarak bulunmuştur.			

Tablo 4 incelenecek olursa, 11 ifadenin iki faktör altında toplandığı, birinci faktörün 'marina çalışanlarının ilişkisel pazarlamaya yönelik ifadeleri' içerdiği, ikinci faktörün ise 'yönetiminin ilişkisel pazarlamaya yönelik ifadeleri' içerdiği görülmektedir.

Tekrar Satın Alma ve Tavsiye Etme Niyeti Değişkenlerine Verilen Cevaplar

Tekne sahiplerinin/kaptanlarının tekrar satın alma ve tavsiye etme niyetine ilişkin değişkenlere vermiş oldukları cevaplar Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Müşterilerin Davranışsal Niyetlere Yönelik Değerlendirmeleri

Değişkenler	Kesinlikle Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum		Kesinlikle Katlıyorum	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
Tekrar Satın Alma Niyeti	11	14,1	30	38,5	9	11,5	20	25,6	8	10,3
Tavsiye Etme Niyeti	22	28,2	15	19,2	5	6,4	8	10,3	28	35,9

Tablo 5' e göre, anketi cevaplayan tekne sahiplerinin/kaptanlarının, yaklaşık yarısının hizmeti tekrar satın alma niyetinde olmadığı, yaklaşık %36'sının ise satın alma niyetinde olduğu anlaşılmaktadır. Cevaplayıcıların %11,5'i ise hizmeti tekrar satın alma konusunda kararsızdır.

Yine Tablo 5'teki sonuçlara göre, anketi cevaplayan tekne sahiplerinin/kaptanlarının yaklaşık % 48'inin hizmeti tavsiye etme niyetini taşımadığı, %46'sının ise tavsiye etme niyetinde olduğu görülmektedir. Cevaplayıcıların % 6'sı ise hizmeti tavsiye etme niyeti konusunda kararsızdır.

İlişkisel Pazarlama Faktörlerinin 'Tekrar Satın Alma Niyeti' Üzerindeki Etkisi

Faktör analizinde elde edilmiş ilişkisel pazarlama uygulamalarına ilişkin faktörlerin 'tekrar satın alma niyeti' üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 6,7 ve 8' de verilmiştir.

Tablo 6. Tekrar Satın Alma Niyeti Regresyon Analizi -Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²
1	,723	,522	,510

Model Özeti Tablosunda yer alan R² değeri bağımlı değişkenin % kaçlık kısmının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığını göstermektedir (Kalaycı vd.,2005,s.267). Buna göre faktör analizinde elde ettiğimiz iki faktör, bağımlı değişken olan 'tekrar satın alma niyeti' değişkenindeki değişimin %52,2'sini açıklamaktadır. Diğer bir deyişle 'tekrar satın alma niyetinin' % 52,2 oranında bu faktörlere bağlı olarak biçimlendirildiği söylenebilir.

Tablo 7'deki ANOVA sonucuna göre değişkenler arasındaki ilişki anlamlıdır ve anlamlılık değeri modelimizin kabul edilebilir bir model olduğunu göstermektedir.

Tablo 7. Tekrar Satın Alma Niyeti Regresyon Analizi -ANOVA

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F	Anlamlılık	
1	Regresyon	64,106	2	32,053	41,015	,001
	Residual	58,612	75	,781		
	Toplam	122,718	77			

Tablo 8. Tekrar Satın Alma Niyeti Regresyon Analizi -Katsayılar

Model	B	Standart Hata	Beta	t	Anlamlılık	
1	Sabit Katsayı	2,795	,100	27,922	,001	
	Marina Çalışanları Uygulamaları	,835	,101	,661	8,286	,001
	Yönetimin Uygulamaları	,369	,101	,292	3,658	,001

Tablo 8 incelenecek olursa, Faktör 1 (Marina Çalışanları Uygulamaları) ve Faktör 2'nin (Yönetimin Uygulamaları) %95 güven aralığında 'tekrar satın alma niyeti' değişkeni üzerinde anlamlı ve doğru orantılı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre H₁ ve H₄ hipotezleri kabul edilir.

İlişkisel Pazarlama Faktörlerinin 'Tavsiye Etme Niyeti' Üzerindeki Etkisi

Faktör analizinde elde edilmiş ilişkisel pazarlama uygulamalarına ilişkin faktörlerin 'tavsiye etme niyeti' üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 9,10 ve 11'de verilmiştir.

Tablo 9. Tavsiye Etme Niyeti Regresyon Analizi -Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²
1	,703	,494	,481

Tablo 9'a göre; faktör analizinde elde ettiğimiz iki faktör, bağımlı değişkenimiz olan 'tavsiye etme niyeti' değişkenindeki değişimin %49,4'ünü açıklamaktadır.

Diğer bir deyişle 'tavsiye etme niyetinin' % 49,4 oranında bu faktörlere bağlı olarak biçimlendirilebileceği söylenebilir.

Tablo 10'a göre; değişkenler arasındaki ilişki anlamlıdır ve anlamlılık değeri modelimizin kabul edilebilir bir model olduğunu göstermektedir.

Tablo 10. Tavsiye Etme Niyeti Regresyon Analizi- ANOVA

Model		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
1	Regresyon	110,079	2	55,039	36,660	,001
	Residual	112,601	75	1,501		
	Toplam	222,679	77			

Tablo 11. Tavsiye Etme Niyeti Regresyon Analizi-Katsayılar

Model		B	Standart Hata	Beta	t	Anlamlılık
1	Sabit Katsayı	3,064	,139		22,086	,001
	Marina Çalışanlarının Uygulamaları	1,191	,140	,700	8,528	,001
	Yönetimin Uygulamaları	-,108	,140	-,064	-,774	,442

Tablo 11 incelenecek olursa, Faktör 1 ve Faktör 2'nin %95 güven aralığında 'tavsiye etme niyeti' değişkeni üzerinde anlamlı ve doğru orantılı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre H₂ ve H₃ hipotezleri kabul edilir.

İlişkisel Pazarlama Faktörlerinin 'Yönetimden Memnuniyet' Düzeyi Üzerindeki Etkisi

Faktör analizinde elde edilmiş ilişkisel pazarlama uygulamalarına ilişkin faktörlerin 'yönetimden memnuniyet' düzeyi üzerinde bir etkisinin bulunup bulunmadığını belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları aşağıdaki Tablo 12, 13 ve 14'dedir.

Tablo 12. Yönetimden Memnuniyet Düzeyi Regresyon Analizi -Model Özeti

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²
1	,897	,805	,800

Tablo 12'ye göre; faktör analizinde elde ettiğimiz iki faktör, bağımlı değişken olan 'yönetimden memnuniyet' değişkenindeki değişimin %80,5'ini açıklamaktadır. Diğer bir deyişle 'yönetimden memnuniyet' değişkeninin % 80,5 oranında bu faktörlere bağlı olarak biçimlendirilebileceği söylenebilir.

Tablo 13'deki ANOVA sonucuna göre; değişkenler arasındaki ilişki anlamlıdır ve anlamlılık değeri modelimizin kabul edilebilir bir model olduğunu göstermektedir.

Tablo 13. Yönetimden Memnuniyet Düzeyi Regresyon Analizi- ANOVA

Model		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Ortalama Kare	F	Anlamlılık
1	Regresyon	27,925	2	13,962	155,032	,001
	Residual	6,755	75	,090		
	Toplam	34,679	77			

Tablo 14. Yönetimden Memnuniyet Düzeyi Regresyon Analizi -Katsayılar

Model		B	Standart Hata	Beta	t	Anlamlılık
1	Sabit Katsayı	3,936	,034		115,830	,001
	Marina Çalışanlarının Uygulamaları	,392	,034	,584	11,461	,001
	Yönetimin Uygulamaları	,457	,034	,681	13,368	,001

Tablo 14 incelenecek olursa, Faktör 1 ve Faktör 2'nin %95 güven aralığında 'yönetimden memnuniyet' değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre H_3 ve H_6 hipotezleri kabul edilir.

Yönetimden Memnuniyet Düzeyi İle Tekrar Satın Alma ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Araştırmanın yedinci hipotezi olan yönetimden memnuniyet düzeyi ile tekrar satın alma ve tavsiye

etme niyeti arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek üzere korelasyon analizi yapılmış ve aşağıdaki tabloda yer alan sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo15'e göre, yönetimden memnuniyet düzeyi ile 'tekrar satın alma niyeti' arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu buna karşın 'tavsiye etme niyeti' arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Buna göre H_7 hipotezi 'tekrar satın alma niyeti' için kabul, 'tavsiye etme niyeti' için reddedilir.

Tablo 15. Yönetimden Memnuniyet İle Tekrar Satın Alma ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki Korelasyon

Değişken	Korelasyon	Tekrar Satın Alma Niyeti	Tavsiye Etme Niyeti
Yönetimden Memnuniyet Düzeyi	Pearson Korelasyon	,413(**)	,197
	Anlamlılık (2-yönlü)	,001	,084
	Cevaplayıcı Sayısı	78	78

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-yönlü).

Sonuç

Müşterilerle yakın, bire bir ve uzun dönemli ilişki gerektiren hizmet sektöründe, müşteri ile yönetim ve çalışan personel etkileşiminin niteliği, ilişkisel pazarlamanın en önemli belirleyicilerinden biri durumunda olmakta, müşterilerle, yönetim ve çalışan personel arasındaki ilişkinin boyutu ve niteliği pazarlama stratejilerinin yönünü belirleyecek önemli bir değer olarak ortaya çıkmaktadır. İlişkisel pazarlamanın bir değerler dizisi değişimi olarak tartışıldığı günümüzde, marina işletmeciliğinde ilişkisel pazarlamaya ilişkin uygulamaların anlaşılması amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada ilişkisel pazarlamanın deniz turizm sektöründeki önemi ele alınmış ve ilişkisel pazarlamaya ilişkin değişkenlerin müşteri merkezli bir dizi değerlendirmeden geçtikten sonra gelecekteki davranışsal niyetleri ve memnuniyeti şekillendirdiği yönündeki yaklaşım test edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmada, ilişkisel pazarlama uygulamalarına yönelik değişkenlerin davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet düzeyi ile istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Faktör analizi sonucunda da ilişkisel pazarlamaya yönelik iki faktör belirlenmiştir. Bu faktörlerden biri 'marina çalışanlarının ilişkisel pazarlama uygulamalarına' yönelik değişkenleri içerirken, diğer faktörün 'marina yönetiminin uygulamalarını' içerdiği görülmektedir. Faktörlerin tekrar satın alma niyeti, tavsiye etme niyeti ve yönetimden memnuniyet düzeyi üzerinde etkisinin olup olmadığını belir

lemek üzere yapılan regresyon analizinde de her iki faktörün bu üç değişken üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre marina işletmelerinde hem çalışanların hem de yönetimin ilişkisel pazarlamaya yönelik uygulamalarının müşterilerin davranışsal niyetleri ile memnuniyet düzeylerini etkiledikleri söylenebilir. Bu sonuçların literatürde turizm sektörü üzerine yapılan ilişkisel pazarlamaya ilişkin diğer sonuçlar ile hem paralellik hem destekleyici özellikler gösterdiği görülmektedir. Antalya'daki otel işletmelerinin ilişkisel pazarlamaya yönelik yaklaşımlarının incelendiği bir çalışmada, yöneticilerin ilişkisel pazarlama konusunda bilinçli oldukları ve mevcut müşteriyi elde tutmanın daha önemli olduğunu, 'bire bir ilişkiye ve uzun vadeli ilişkiye önem verdikleri belirlenmiştir (Güven, 2010). Müşteri odaklı olarak yapılan çalışmamızda, 'elde tutma' değişkeni ile tekrar satın alma ve 'yönetimden memnuniyet' değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı, doğru orantılı ve güçlü bir korelasyon bulunmuştur. Ayrıca bire-bir ilişki kurma değişkeni ile davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet değişkenleri arasında bulunan istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı ilişki de ilgili araştırmanın sonuçlarını destekler niteliktedir. Bakırtaş ve Işıkoğulları (2008) tarafından Bursa'daki otel işletmelerinin müşterileri üzerine yapılan bir çalışmada da ilişkisel pazarlamanın müşteri bağlılığı üzerindeki etkisini araştırılmış ve işletmenin stratejik planlama içerisinde ilişkisel pazarlamayı entegre etmesi gerektiği ve bu

süreç içerisinde üst yönetim tarafından desteklenmesi gerektiği sonucu ortaya çıkmıştır. Elde edilen bu sonuç da araştırma sonuçlarımız ile paralellik göstermektedir. Araştırmamızda da ilişkisel pazarlamaya ilişkin tüm değişkenler ile 'yönetimden memnuniyet' değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Butik ve beş yıldızlı oteller üzerine yapılan ilişkisel pazarlamaya yönelik diğer bir araştırmada da butik otel personelinin 5 yıldızlı otel personeline göre müşterilerle daha yakından ilgilendiği, müşterilerle sıcak ve birebir ilişkiler kurduğu, müşterilerin ihtiyaç ve isteklerinin öğrenilerek kişiye özel hizmetin sunulduğu, müşterilerin bir sonraki gelişinde hatırlandığı, her müşteriye değerli bir müşteri olarak davranıldığı, müşteri şikâyetlerinin en kısa zamanda çözüldüğü belirtilmiştir (Karakaş, 2006). Araştırmamızda da yakın ve sıcak ilgi, bire-bir ilişki kurma, istek ve ihtiyaçları sorma, hatırlama, özel hizmet sunma, değer verme ve şikâyetleri çözmeye ilişkin değişkenlerin davranışsal niyetler ve yönetimden memnuniyet değişkeni ile istatistiksel açıdan anlamlı ve doğru orantılı ilişkisi ilgili araştırma ile benzerlik göstermektedir.

Ancak bu sonuçlar benzerlik göstermesine karşın deniz turizm alanında faaliyet gösteren, tekne sahipleri/kaptanlarına ve teknelerine konaklama hizmeti sunan bir konaklama işletmesi olan marina işletmelerinin otel işletmelerine göre en önemli farklılığı hizmetin iki boyutunun olmasıdır. Marina işletmelerinde hizmetin araç ve insan olmak üzere iki boyutu olup, araç boyutunu tekneler, insan boyutunu tekne sahipleri/kaptanları oluşturmaktadır. Marina işletmeciliğinde tekne sahiplerinin teknelerine ilişkin bekledikleri hizmet en az kendilerine bekledikleri hizmet kadar önemli olabilmektedir. Dolayısıyla marina işletmelerinde ilişkisel pazarlama uygulamalarına karar verirken eksen daha da genişlemektedir. Bu anlamda da marina işletmeciliğinde ilişkisel pazarlamaya yönelik karar ve uygulamaların diğer konaklama işletmelerine oranla daha ayrıntılı ve kapsamlı ele alınması gerektiği söylenebilir.

Sonuç olarak, bir deniz turizm işletmesi olan marina işletmeciliğinde ilişkisel pazarlama uygulamalarının müşteri bağlılığı oluşturmada ve davranışsal niyetleri belirlemede önemli bir etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Marinacılık sektöründe tekne sahipleri ile yıllık sözleşme yapmanın en çok kabul gören ve istenilen anlaşma şekli olmasından dolayı

müşteri bağlılığı oluşturmak için marina yönetici ve çalışanlarının tekne sahipleri/kaptanları ile olan ilişkilerine yeterli önemi vermeleri gerekmektedir. Bu bağlamda; marina yöneticilerinin dikkate alması gereken en önemli konu, müşteri bağlılığının sağlanabilmesi için, tekne sahipleri/kaptanları ile kişisel ilişkiler kurulması ve bu ilişkilerin geliştirilmesi gerekliliğidir. Bu yüzden, marina işletmeleri müşterileriyle olan ilişkilerini geliştirmeye doğru sürekli çalışmalı ve yöneticiler tekne sahipleri/kaptanları ile doğrudan yüzyüze ilişkide bulunan başta önbüro ve liman hizmetleri çalışanlarını başta olmak üzere tüm çalışanlarını bu sürece özenle dahil etmelidir. Ayrıca, müşterilerle kurulmuş olan sıcak ve yakın ilişkiyi sürdürmenin kurmaktan daha zor olabileceği de unutulmamalı ve yeni müşterileri işletmeye çekmekten çok mevcut müşterileri elde tutmanın daha kazançlı olduğu gözden kaçırılmamalıdır. Ancak, mevcut müşterileri elde tutmaya yönelik pazarlama stratejisinin işletmenin yeni müşteriler elde etmekten tamamen vazgeçilmesi anlamına da gelmemelidir. Burada en önemli konu, eldeki sınırlı pazarlama kaynaklarının, bu stratejiler arasında dengeli bir şekilde dağılımının planlanmasıdır.

Kaynakça

- Bakırtaş, Hülya ve Işıkoğulları, Aylin (2008).** Turizm Sektöründe İlişkisel Pazarlama ve Müşteri Bağlılığı: Bursa İli Örneği, *Nevşehir Üniversitesi İ.İ.B.F., 13. Ulusal Pazarlama Kongresi*, s.326-332.
- Bayraktaroğlu, Gül (2002).** Geleneksel Pazarlamada Politik Pazarlamanın Yeri, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(3), s.58-82.
- Bayram, Özlem (1999).** *Müşteri Odaklı Yönetim ve Stratejik Pazarlama*, Yıldız Teknik Üniversitesi, Proje, İstanbul.
- Beatty, S.E., Mayer, M., Coleman, J.E., Reynolds, K.E. ve Lee, J., (1996).** Customer-Sales Associate Retail Relationships, *Journal of Retailing*, 72(3), s.223-247.
- Berry, L.L., (1983).** *Relationship Marketing*. In Berry, L.L, Shostack, G.L and Upah, G.D., eds., *Emerging Perspectives On Services Marketing*, American Marketing Association, Chicago.

- Bitner, M.J., (1990).** Evaluating Service Encounters' Effects of Physical Surroundings and Employee Responses, *Journal of Marketing*, 54 (April), s.69–82.
- Brodie Roderick, Coviello Nicole, Brookes Richard W. ve Little Victoria (1997).** Towards a Paradigm Shift In Marketing?, *Journal of Marketing Management*, 13, s.383-406.
- Buttle, Francis (1996).** *Relationship Marketing: Theory and Practice*. Paul Chapman, London
- Calnan, M., (1988).** Towards a Conceptual Framework of Lay Evaluation of Health Care, *Social Science and Medicine*, 27 (9), s.927–933.
- Cheng, J.H., Chen, F.Y., Chang, Y.H., (2008).** Airline Relationship Quality: An Examination of Taiwanese Passengers, *Tourism Management*, 29, s.487-499
- Deniz Ticaret Odası Sektör Raporu (2010).** *IMEAK Deniz Ticaret Odası Yayını*.
- Evans, J.R. ve R.L. Laskin (1994).** The Relationship Marketing Process: A Conceptualisation and Application, *Industrial Marketing Management*, 23, s.439-452.
- Gökdeniz İsmail, Bozacı İbrahim ve Karakaya Eri tuğrul (2011).** Şikâyet Yönetim Süreci Sonrası Memnuniyeti Etkileyen Faktörler Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26, s.173-185.
- Grönroos, C. (1996).** Relationship Marketing: Strategic and Tactical Implications, *Management Decision*, 34(3), s.5-14.
- Grönroos, C., (1997).** Keynote Paper From Marketing Mix To Relationship Marketing – Towards A Paradigm Shift in Marketing, *Management Decision*, April, s.322-39.
- Gummesson, E., (1994).** Making Relationship Marketing Operational, *International Journal of Service Management*, 5, s.5–20.
- Gummesson, E.,(1996).** *Relationship Marketing and Imaginary Organizations: A Synthesis*, *European Journal of Marketing*, 30(2), s. 31-44.
- Güven, Gül N., (2010).** Konaklama İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Uygulamaları, Kapadokya ve Antalya Örneği, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, *Yayınlanmamış YL Tezi*, Ankara.
- Hart, W.C., Johnson, M.D., (1999).** Growing The Trust Relationship, *Marketing Management*, Vol, 8 (1), s.9-17
- Karaca, Şükran (2010).** Hizmet Sektöründe İlişki Pazarlaması, *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 13 (19), s. 443–458.
- Karakaş, Başak (2006).** Hizmet Sektöründe İlişki Pazarlaması: Butik Oteller ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Yasar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.
- Karakaş B., Bircan B., ve Gök, O., (2007).** Hizmet Sektörüne İlişki Pazarlaması: Butik ve 5 Yıldızlı Oteller Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 2007, 7(1), s.3-18.
- Kitapçı, Olgun (2003).** *Hizmet Sektöründe İlişki Pazarlaması*, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sivas.
- Kotler, P., (2000).** *Kotler ve Pazarlama*, Pazar Yaratmak, Pazar Kazanmak ve Pazara Egemen Olmak, Çeviren: Ayşe Özyağcılar, Sistem Yayıncılık, 1. Basm, İstanbul.
- Kotler, P. (2000).** *Marketing Management: The Millennium Edition*. Prentice- Hall, Upper Saddle River, N.J.
- Leverin, A., ve Liljander, V., (2006).** Does Relationship Marketing Improve Customer Relationship Satisfaction and Loyalty?, *International Journal of Bank Marketing*, 24(4), s.232-251.
- Molina, A., Consuegra, D.M. ve Esteban, A., (2007).** Relational Benefits And Customer Satisfaction in Retail Banking, *International Journal of Bank Marketing*, 25(4), s.253-271.
- Odabaşı, Y., (2000).** *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Oliver, R.L., (1980).** A Cognitive Model of the Antecedents and Outcomes of Satisfaction Decisions, *Journal Marketing Research*, 17, s.460–469.
- Oliver, R.L., (1981).** Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, *Journal Retailing*, 57 (3), s.25–48.
- O'Malley, L. ve Tynan, C. (2000).** Relationship Marketing in Consumer Markets. Rhetoric or Reality?, *European Journal of Marketing*, 34(7), s.797–815.
- Öztürk, S. Ayşe (1998).** *Hizmet Pazarlaması*. Anadolu Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Parasuraman, A., Berry, L.L. ve Zeithaml, V.A., (1991).** Understanding Customer Expectations Of Service, *Sloan Management Review*, 32(Spring), s.39-48.
- Pascoe, G.C., (1983).** Patient Satisfaction in Primary Health Care: A Literature Review and Analysis, *Evaluation and Program Planning*, 6 (3-4), s.185–197.
- Payne, A., (1994).** Relationship Marketing –Making The Customer Count, *Managing Service Quality*, 4(6), s. 29-31.
- Peck, H., A. Payne, M. Christopher, ve M. Clark, (1999).** *Relationship Marketing: Strategy and Implementation-Text and Cases*. Butterworth Heinemann, London Oxford.
- Peyrot, M., Cooper, P.D. ve Schnapf, D., (1993).** A Consumer Satisfaction and Perceived Quality of Outpatient Health Services, *Journal of Health Care Marketing*, 13 (Winter), s.24–33.
- Pine Josep, Peppers Don ve Rogers Martha (1995).** Do you Want to Keep Your Customers Forever?, *Harvard Business Review*, March-April, s.104.
- Ravald, A. ve Grönroos, C., (1996).** The Value Concept And Relationship Marketing, *European Journal of Marketing*, 30(2), s.19-30.
- Reichheld, F.E. ve Sasser, W.E. Jr., (1990).** Zero Defections: Quality Comes To Service., *Harvard Business Review*, Vol.68, September-October, s.105-111.
- Reichheld, F.E., (1993).** Loyalty-Based Management, *Harvard Business Review*, 71, (March-April), s. 64-73.
- Rust, R.T. ve Oliver, R.L., (1994).** Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier, in Rust, R. T. and Oliver, R. L. (Ed.), *Services Quality: New Directions in Theory and Practice*, Sage Publications, Thousand Oaks, CA, s. 1–19.
- Shani, D. ve Chalasani, S., (1992).** Exploiting Niches Using Relationship Marketing, *Journal of Service Marketing*, 6,s. 43–52.
- Söderlund, M., (1998).** Customer Satisfaction and Its Consequences on Customer Behavior Revisited, *International Journal of Service Industry Management*, 9(2), s.169–188.
- Tauber, E. M. (1972).** Why Do People Shop?, *Journal of Marketing*, 36(4), s.46-49.
- Uyguç, N., (1998).** *Hizmet Sektöründe Kalite Yönetimi; Stratejik Bir Yaklaşım*. Dokuz Eylül Yayınları, 1. Baskı, Aralık, İzmir.
- Walsh, S., Gilmore, A. ve Carson, D. (2004).** Managing and Implementing Simultaneous Transaction and Relationship Marketing, *International Journal of Bank Marketing*, 22(7), s.468-483.
- Woo, K-Shing ve Ennew, C. T., (2004).** Business-to-Business Relationship Quality: An IMP Interaction Based Conceptualization and Measurement, *European Journal of Marketing*, Vol. 38 (9/10), s.1252-1271
- Yüksel, Berfin, (1998).** *Hizmet Pazarlaması*. Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Eskişehir.
- Zeithaml, V.A., (2000).** Service Quality, Profitability, and the Economic Worth of Customers: What We Know and What We Need to Learn, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 28 (1), s.67-85.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L. ve Parasuraman, A., (1993).** The Nature And Determinants Of Customer Expectations of Service, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 21(1), s.1-12.

Reel Döviz Kuru Belirsizliğinin Türkiye'nin İhracatına Etkisi: Farklı Sektörler Üzerine Bir Analiz

The Impact of Real Exchange Rate Volatility on the Exports of Turkey: Analysis of Different Industries

Yrd. Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu

Öz

Bir ülkenin ihracatını etkileyen faktörlerin bilinmesi, ülke ekonomisi için oldukça önemlidir. Reel döviz kurlarındaki belirsizlik, bu faktörlerin başında gelmektedir. Bu noktadan hareketle çalışmada, reel döviz kuru belirsizliğinin Türkiye ihracatı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Türkiye'nin ihracatında önemli rolleri olan kimya, otomotiv, elektrik-elektronik ve demir-çelik sektörlerinin ihracatları 2003-2011 dönemi için incelenmiştir. Aylık veriler kullanılarak yapılan çalışmada sınır testi ve ARDL yaklaşımı kullanılmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, incelenen dört sektörün ihracatı üzetinde döviz kuru belirsizliği istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Anahtar Kelimeler: Döviz Kuru Belirsizliği, İhracat, Sınır Testi, ARDL Yaklaşımı

Abstract

The impact of real exchange rate volatility on the exports of a country is one of the crucial issues to consider. In this paper, the effect of exchange rate volatility on the exports of Turkey is investigated. Four of the leading industries of Turkey are chosen and examined for the period 2003-2011. Bounds test and ARDL approach are applied to the monthly figures of the variables. According to the empirical findings of the analysis, exchange rate volatility does not have any significant effect on the exports of chemistry, automotive, electric-electronic and iron-steel industries of the country.

Keywords: Exchange Rate Volatility, Exports, Bounds Test, ARDL Approach

Giriş

Sabit kur rejiminin benimsendiği Bretton Woods sisteminin 1973 yılında yıkılmasından sonra sanayileşmiş ülkeler dalgalı kur rejimini uygulamaya başlamışlardır. Önceleri, gelişmiş ülkelerin paralarının ABD doları karşısındaki değeri sabitken, bu yeni sistemle döviz kurları önemli oranda dalgalanma göstermeye başlamıştır. Böylelikle dünya döviz piyasalarına belirsizlik hâkim olmuş, kurların gelecekte alacağı değerleri öngörmek oldukça zor hale gelmiştir. Döviz kurlarının değişkenliğinin¹ artmasının, ülkelerin uluslararası ticarete rekabet güçlerini etkilemesi yanında faiz oranları, kredi olanakları, yatırımlar ve istihdam gibi birbiriyle bağlantılı birçok değişken üzerinde önemli etkileri olmaktadır. Bu değişkenler ülke kalkınmasında ve gelişmesinde büyük önem arz eden ekonomik unsurlardır.

Döviz kurlarındaki belirsizliğin ülkelerin ihracat faaliyetleri üzerindeki etkisi konusu uzun yıllardır merak edilen ve üzerinde çalışılan bir konudur. Ancak bu etkinin yönü konusunda hem teorik hem de ampirik açıdan bir görüş birliğine varılabilmemiş değildir. Döviz kuru belirsizliğinin dış ticareti olumsuz etkileyeceği görüşüne göre, döviz kuru değişkenliğindeki artış riskten kaçınan firmaların maliyetini arttırır ve daha az dış ticaret yapmalarına yol açar. Bunun nedeni, ticari anlaşma tarihindeki döviz kuru ile ödetme tarihindeki döviz kurunun farklı olmasıdır. Bu durumda döviz kurlarındaki değişmelerin öngörülemez hale gelmesi, elde edilecek kârla ilgili belirsizlik yaratmakta ve uluslararası ticaretin faydalarını azaltmaktadır. Diğer taraftan firmanın riskten kaçınma derecesinin dış ticaret üzerindeki etkisinin belirsiz

Yrd. Doç. Dr. Serra Eren Sarıoğlu, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Finans Bölümü, serraeren@istanbul.edu.tr

1 Döviz kurlarının belirsizliği (esasen her tür değişkenin belirsizliği) doğrudan gözlenemediği için belirsizliğin temsilcisi olarak "değişkenlik (volatility)" kullanılmaktadır. Bu çalışmada da belirsizlik ve değişkenlik kelimeleri aynı anlamda kullanılmıştır.

olduğunu savunan teorisyenler bulunmaktadır. Bunlardan De Grauwe (1988)'ye göre, döviz kurundaki artışın ihracat üzerindeki etkisi riskten kaçınmanın derecesine bağlıdır. Döviz kuru belirsizliği, riskten kaçınmanın derecesine göre gelir ve ikâme etkilerine yol açacak ve bu etkilerden hangisinin baskın çıkacağına bağlı olarak ihracatı arttıracak ya da azaltacaktır. Eğer ihracatçının riskten kaçınma derecesi yüksekse, döviz kuru değişkenliği arttığında gelirinin azalmaması için daha fazla ihracat yapmayı tercih edecek (gelir etkisi) ve böylece ihracatta artış olacaktır. İhracatçının riskten kaçınma derecesinin düşük olması halindeyse, döviz kuru değişkenliğindeki artış iç piyasaya yönelmesine yol açacak (ikâme etkisi) ve böylece ihracatta gerileme yaşanacaktır (Saatçioğlu ve Karaca, 2004, s. 184).

Türkiye, 1981 yılında sabit kur rejimini terk ederek Türk Lirası'nı dalgalanmaya bırakmıştır. O zamandan bu zamana Türkiye'de döviz kurlarının belirsizliği en çok tartışılan konulardan biri olmuştur. Diğer dalgalı kur rejimini benimseyen ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de enflasyon oranı, ödemeler dengesinin daha değişken hale gelmesi, sermayenin uluslararası boyutta hareketlilik kazanması, teknolojik gelişmeler ve spekülasyonlar gibi etkenler, döviz kuru değişkenliğinin temel sebeplerinden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, döviz kuru belirsizliğinin Türkiye'nin ihracatı içinde önemli paya sahip olan sektörler üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmektir. Çalışmanın literatüre başlıca katkısı, döviz kuru değişkenliğinin gelişmekte olan bir ekonomide farklı sektörlerin ihracatları açısından değerlendirilmesi ve sonuçların ekonomik ve finansal açıdan tartışılmasıdır.

Çalışma beş ana bölümden oluşmaktadır. İkinci bölümde konuyla ilgili bir literatür taramasının özeti yer almaktadır. Üçüncü bölümde, Türkiye'nin ihracatında önemli bir yere sahip olan dört sektörle ilgili genel anlamda ve bu sektörlerin ihracat özellikleriyle ilgili bilgiler verilmiştir. Dördüncü bölümde çalışmanın veri setinin, kısıtlarının ve modelinin anlatıldığı metodoloji yer almaktadır. Beşinci bölüm analizlerin bulgularının yer aldığı ve yorumlandığı bölümdür. Son bölümde sonuçlara ve önerilere yer verilmiştir.

Literatür

Teorik çalışmalarda döviz kuru değişkenliğinin ihracat üzerindeki etkisi konusunda herhangi bir görüş birliğine varılamamıştır. Aynı şekilde ampirik çalışmalarda da çelişkili bulgular elde edilmiştir. Döviz

kuru belirsizliğinin dış ticareti olumsuz etkilediği sonucuna ulaşan çalışmalar Kenen ve Rodrik (1986), Koray ve Lastrapes (1989), Pozo (1992), Chowdhury (1993), Arize (1995), Arize, Osang ve Slottje (2000) ve Giorgioni ve Thompson (2002)'ye aittir. Buna karşılık McKenzie ve Brooks (1997) ve Zhang vd.(2006) gibi araştırmalar döviz kuru belirsizliğinin ihracat üzerinde olumlu etkileri olduğu neticesine ulaşmıştır. Bu iki değişken arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulamayan çalışmalar da mevcuttur: Gotur (1985) ve Aristotelous (2001) gibi. Daha yakın tarihli çalışmalardan Hondroyannis vd. (2005), inceledikleri 12 gelişmiş ekonomide döviz kuru belirsizliğinin ihracat üzerinde anlamlı bir negatif etkisi olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Benzer şekilde Serenis vd.(2011), Avrupa Birliği üyesi 11 ülkeyi dört farklı sektöre göre incelemiştir. Araştırmacılar geliştirdikleri modellere uyguladıkları analizler neticesinde çelişkili sonuçlar elde etmişlerdir. Kimi ülkede ve sektörde döviz kuru değişkenliğinin ihracat üzerinde olumsuz etkisi varken, kimisinde olumlu bir etkiye rastlanmıştır.

Doğanlar (2002), gelişmekte olan 5 Asya ülkesi verileriyle gerçekleştirdiği çalışmasında, döviz kuru belirsizliğinin ihracatı olumsuz etkilediği bulgusunu elde etmiştir. Türkiye, Güney Kore, Malezya, Endonezya ve Pakistan'da ihracatçıların riskten kaçınan bir yapıya sahip oldukları, döviz kurlarındaki belirsizliğin bu ihracatçıları daha ziyade iç pazarda satış yapmaya zorladığı sonucuna ulaşılmıştır. Marquez ve Schindler (2007) Çin verilerini kullanarak yaptıkları çalışmalarında anlamlı bir negatif ilişki bulurken, Yusoff (2010) Malezya'nın ihracat hacmi ile döviz kuru değişkenliği arasında pozitif yönlü bir ilişkiye rastladığını belirtmiştir. Egert ve Morales-Zumaquero (2008) gelişmekte olan Orta ve Doğu Avrupa ülkelerini incelemiştir. Elde ettikleri bulgular ülkeden ülkeye değişmektedir. Bazı ülkeler, Çek Cumhuriyeti ve Macaristan gibi, döviz kuru değişkenliğine karşı daha hassastırlar. Bazı ülkelerde ise ihracat ile döviz kuru belirsizliği arasında anlamlı bir ilişki bulunmamaktadır.²

Literatürde döviz kurundaki belirsizliğin Türk ihracatı üzerine etkilerini inceleyen çalışmalar da yer almaktadır. Bu çalışmaların bulguları dünya literatüründeki bulgular gibi birbiriyle çelişmektedir. Zengin (2000), ihracat fiyat endeksi, ithalat fiyat endeksi ve

² Döviz kuru değişkenliği ile ihracat arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların bulgularını özetleyen bir çalışma olarak Coric ve Pugh (2010) incelenebilir.

reel döviz kurları arasında uzun dönemli bir eşbütünlüğün varlığını araştırmıştır. Çalışmanın bulgularına göre, döviz kurlarından ithalat fiyat endeksine doğru direkt bir etki söz konusu iken, aynı etki ihracat fiyat endeksi için geçerli değildir. Araştırmacı, döviz kuru politikasının ticaret dengesizliklerini gidermede etkisiz bir araç olduğu sonucuna ulaşmıştır. Buguk vd. (2003) döviz kurunun ve kurdaki belirsizliğin tarım ürünleri ihracatı üzerindeki etkisini araştırmışlar ve anlamlı bir ilişki tespit edememişlerdir. Vergil (2002) Türkiye'nin ABD'ye ve AB'ye olan ihracatları ile döviz kuru değişkenliği arasındaki ilişkiyi incelemiştir. 1990-2000 dönemi için yapılan çalışmada döviz kuru değişkenliğinin reel ihracat üzerinde negatif bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Saatçioğlu ve Karaca (2004), hem uzun dönemde hem de kısa dönemde döviz kuru belirsizliğinin ihracatı olumsuz etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Aynı bulguya Acaravcı ve Öztürk (2002) da ulaşmışlardır. Hatırlı ve Önder (2010) ise tekstil ve konfeksiyon ihracatı ile reel döviz kuru arasındaki ilişkiyi 1998-2008 dönemi aylık verilerini kullanarak araştırmışlardır. Bulgulara göre, reel döviz kurları ile tekstil ve konfeksiyon ihracatı arasında uzun dönemli bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Reel döviz kurundaki belirsizlik artışının tekstil ve konfeksiyon ihracatına negatif etkisi olduğu ve reel döviz kurundan tekstil ve konfeksiyon ihracatına tek yönlü, döviz kurundaki belirsizlikten tekstil ve konfeksiyon ihracatına doğru çift yönlü bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Reel döviz kurlarıyla ithalat ve ihracat arasındaki ilişkiyi 1989-2008 dönemi için inceleyen Aktaş (2010), reel kurdaki herhangi bir değişimin dış ticaret dengesi üzerinde anlamlı bir etki yapmadığını ortaya koymuştur.

Türkiye'nin İhracatında Önemli Payları Olan Sektörler

Bu bölümde, Türkiye'nin ihracatında önemli yeri olan dört sektör üzerinde durulmuştur. Bu sektörler kimya, otomotiv, elektrik-elektronik ve demir-çeliklerdir. Bu sektörler 2011 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının % 52'sini gerçekleştirmişlerdir. Türkiye'nin ihracatında ilk sırada yer alan tekstil sektörü bu çalışmada incelenmemiştir. Bunun nedeni, bu sektörün daha önce yapılan çalışmalarda irdelenmiş olmasıdır (Hatırlı ve Önder, 2010). Bahsi geçen sektörler aşağı-

daki alt bölümlerde kısaca tanıtılmış ve Türkiye ihracatındaki önemleri rakamlar yardımıyla vurgulanmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de Kimya Sektörü ve İhracattaki Önemi

Kimya sektörü, hem diğer sektörlerle hammadde ve yarı mamul sağlayan, hem de doğrudan tüketime yönelik ürünler üreten temel sektörlerdendir. Kimya sektörü üretimi dört ana gruba ayrılmaktadır: Ana kimyasallar, özel kimyasallar, farmasötikler ve tüketici kimyasalları. Dünya kimya sektörünün yaklaşık yüzde 38'ini ana kimyasallar, yüzde 27'sini özel kimyasallar, yüzde 25'ini farmasötikler ve yüzde 10'unu tüketici kimyasalları oluşturmaktadır. Ana kimyasallar içinde petrokimyasallar, plastik ve sentetik kauçuk, suni elyaf, diğer temel inorganikler, endüstriyel gazlar ve gübre yer almaktadır. Boya ve mürekkep ile tarım ilaçları özel kimyasallar grubuna girmektedir. Parfüm, kozmetik, sabun ve deterjan ise tüketici malları sınıfındadır (Türk Kimya Sanayi, 2010, s.4). Hayatın her alanına her türden ürün sunan kimya sektörü, insanoğlunun yaşamını sürdürebilmesi için vazgeçilmez bir öneme sahiptir.

Dünyada kimya sektöründe önceleri Avrupa Birliği hâkim üretici konumundayken, son yıllarda üretimin çoğunluğu Uzak Doğu ve Asya ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir. (Türk Kimya Sanayi, 2010, 7). Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de kimya sektörü ekonomi içinde en önemli sektörlerin başında gelmektedir. İmalat sanayinin yarattığı toplam katma değer sıralamasında kimya sektörü dördüncü sırada yer almaktadır. Kimya sektörü sermaye-teknoloji yoğun bir sektördür. Bu nedenle işgücü yoğunluğu düşüktür. Türkiye'de sektörün imalat sektörü istihdamı içindeki payı, son beş yıldır ortalama % 8 düzeyindedir. Sektör, hammadde konusunda büyük ölçüde dışa bağımlı bir yapı sergilemektedir. 2011 yılında kimya sektörü yaptığı ithalat hacmiyle tüm sektörler arasında ilk sırada yer almaktadır. Sektörün 2011 yılı toplam ithalat tutarı 37,8 milyar dolar iken, yalnızca 16,3 milyar dolarlık ihracat gerçekleştirilmiştir (Tablo 1). Bu rakam Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 12,1'ini temsil etmektedir. Türkiye'nin kimyevi madde ihracatında AB ülkeleri önemli bir yere sahiptir. 2010 yılında toplam kimyevi madde ihracatının yüzde 31'i AB ülkelerine yapılmıştır.

Tablo 1. Türkiye Kimya Sektörü İhracatının Gelişimi (2007-2011)

Yıllar	Kimya Sektörü İhracatı (Bin Dolar)	Toplam İhracat (Bin Dolar)	Yüzde
2007	10.462.232	105.925.486	% 9,9
2008	13.608.594	127.498.828	% 10,7
2009	9.660.896	102.135.006	% 9,5
2010	12.720.421	113.685.989	% 11,2
2011	16.347.328	134.571.338	% 12,1

Kaynak: www.tim.org.tr

Türkiye'de Otomotiv Sektörü ve İhracattaki Önemi

Otomotiv sektörü, motorlu taşıt araçları ve bu araçların üretiminde kullanılan parçaları üreten bir sanayi dalı olarak tanımlanmaktadır. Otomotiv sektörü, ülke ekonomileri açısından oldukça önemli bir yere sahip olan, sürekli bir gelişim içerisinde bulunan ve yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerden biridir. Dünyanın en büyük yatırımlarının gerçekleştiği sektörlerden olan otomotiv sektörünün 2011 yılında gerçekleştirdiği ciro, dünyanın en büyük altıncı ekonomisinin cirosuna neredeyse eşittir. Dünya üzerinde yaklaşık 50 adet motorlu taşıt üreticisi firmanın olduğu ve bunların dolaylı istihdam ile birlikte 50 milyondan fazla kişiyi istihdam ettikleri tahmin edilmektedir (Otomotiv Sektörü Raporu, 2012, s.9).

Otomotiv sektörü Türk Ekonomisi içinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Sektör, sağladığı ekonomik katkı oranı ile imalat sanayi içinde önde gelen sektörler arasında yer almaktadır. Sektör, özellikle 1990'lı yılların başında hızlı bir gelişim içine girmiştir. Ya-

bancı otomotiv firmalarının Türk şirketleriyle kurdukları ortaklıklar ile ihracata yönelik rekabetçi bir nitelik kazanan sektör, adeta yabancı otomotiv firmalarının ihracat üssü haline gelmiştir. Türkiye, 2011 yılında dünya motorlu araç üretiminde on yedinci, Avrupa Birliği üretiminde ise altıncı sırada yer almıştır. Türkiye'de büyük çoğunluğu yabancı araç üreticileri ile ortaklık şeklinde faaliyet gösteren 22 adet motorlu taşıt üreticisi firma bulunmaktadır (Otomotiv Sektörü Raporu, 2012, s.5).

Otomotiv sektöründe ithalat ve ihracat dengesi oldukça önemlidir. Çünkü sektörde hem motorlu taşıtlar hem de yan sanayi ürünleri ihracata konu olduğu gibi, ithal de edilebilmektedir. Otomotiv sektörü, 2011 yılında ihracat sıralamasında tekstil ve demir-çelik sektörlerinden sonra üçüncü sırada yer almış ve toplam ihracattaki payı yüzde 15,2 düzeyinde gerçekleştirmiştir (Tablo 2). Motorlu araç ihracatında AB ülkeleri önemli bir yere sahiptir. 2011 yılında toplam otomotiv ihracatının yüzde 73'ü AB ülkelerine yapılmıştır.

Tablo 2. Türkiye Otomotiv Sektörü İhracatının Gelişimi (2007-2011)

Yıllar	Otomotiv İhracatı (Bin Dolar)	Toplam İhracat (Bin Dolar)	Yüzde
2007	21.256.158	105.925.486	% 20,1
2008	24.730.601	127.498.828	% 19,4
2009	16.876.610	102.135.006	% 16,5
2010	17.382.809	113.685.989	% 15,3
2011	20.400.776	134.571.338	% 15,2

Kaynak: www.tim.org.tr

Türkiye'de Elektrik-Elektronik Sektörü ve İhracattaki Önemi

Günümüzde elektrik-elektronik sanayi, diğer sektörlerin gelişmesine katkıda bulunan stratejik öneme sahip sektörlerin başında gelmektedir. Dinamik yapısı nedeni ile kendi kendini çok çabuk geliştirebilen bir sektör olan elektrik-elektronikte, üretilen ürünlerin önemli bir kısmı (yaklaşık üçte biri) aynı zamanda, yine bu sektör tarafından yeniden işlenmekte veya kullanılmaktadır. Diğer kısım ise doğrudan nihai

kullanıma yönelik ürünlerden oluşmaktadır. Elektrik-elektronik sektöründe temel olarak altı alt-sektör sayılabilir. Bunlar bileşenler, tüketici elektroniği, telekomünikasyon, diğer profesyonel ve endüstriyel cihazlar, askeri elektronik cihazlar ve bilgisayardır. (Tanyılmaz, 2002, s.4).

Bu sektörün en önemli özelliği, kullanılan teknolojinin sürekli yenilenmesi ve bunun neticesinde bir önceki teknoloji ile üretilen ürünlerin eski hale gelmesidir. Diğer önemli bir özellik olarak sermaye ve

teknoloji yoğun bir sanayi olması ve buna bağlı olarak sektörde büyük uluslararası firmaların egemenliği sayılabilir. Sektörün dikkat çekici bir başka özelliği de ürün çeşitliliğidir. Bu ürün çeşitliliğine rağmen yoğun rekabetin yaşandığı sektörde ürünlerin ve teknolojinin ömrü oldukça kısadır. Bu da güçlü bir AR-GE faaliyeti gerektirmektedir. Sektör esasen Amerikan, Avrupa ve Uzak Doğu ülkelerinin hâkimiyeti altındadır. Son yıllarda özellikle Malezya, Singapur ve Güney Kore elektronik sektörüne yaptıkları yatırımlar ile ön sıralara geçen ülkeler arasındadır.

Türkiye’de elektrik-elektronik sektörünün üretimi çok uzun bir geçmişe sahip olmamakla birlikte, son

20 yılda sektörde çok hızlı bir gelişim yaşanmıştır. 1988 yılında elektronik sektöründeki üretim hacmi 1 milyar dolar iken, bu rakam son yirmi yılda 10 kat artmıştır. Türkiye Ekonomisi içinde önemli bir yere sahip olan elektrik-elektronik sektörü, 2010 yılında 11,3 milyar dolar tutarında üretim yapmış ve yaklaşık 45.000 kişi istihdam etmiştir. Sektörle ilgili mühendislik ve hizmet alanında da 18 milyar dolar iş hacmi ve yaklaşık 100.000 kişilik istihdam yaratılmıştır. (Elektronik Sektörü Raporu, 2012, s.4). Otomotiv sektöründe olduğu gibi elektrik-elektronik sektöründe de ithalat-ihracat dengesi oldukça önemlidir. Sektörün ihracat tutarı 2011 yılında Türkiye’nin toplam ihracatının yaklaşık yüzde 8’i olmuştur.

Tablo 3. Türkiye Elektrik-Elektronik Sektörü İhracatının Gelişimi (2007-2011)

Yıllar	Elektrik-Elektronik İhracatı (Bin Dolar)	Toplam İhracat (Bin Dolar)	Yüzde
2007	9.091.920	105.925.486	% 8,6
2008	9.860.425	127.498.828	% 7,7
2009	8.558.030	102.135.006	% 8,4
2010	9.630.539	113.685.989	% 8,5
2011	10.717.536	134.571.338	% 8,0

Kaynak: www.tim.org.tr

Türkiye’de Demir-Çelik Sektörü ve İhracattaki Önemi

Demir-çelik sektörü pek çok sektöre ara mal veren stratejik öneme sahip sektörlerden birisidir. Demir-çelik sektörünün başta inşaat malzemeleri olmak üzere otomotiv, gemi, uçak gibi tüm taşıt araçları ve tüm makine ve eşya üretimine katkısı bulunmaktadır. Dünya genelinde ekonomik faaliyet hızının artmasıyla birlikte konuta, otomobile ve beyaz eşyaya olan talep de artmaktadır. Bu da her geçen gün dünya toplam demir-çelik üretiminin artması anlamına gelmektedir.

Yıllardır ulusların kalkınmışlık düzeyleri kişi başına vasıflı çelik tüketimiyle ölçülmektedir. Gelişmiş ülkelerde kişi başına demir-çelik tüketimi yıllık 600-700 kilo civarındadır. Fakat şunu da belirtmek gerekir ki, gelişmiş ülkeler artık altyapı sorunlarını çözmüş oldukları için demir-çelik sektörü bu ülkelerde önemini yitirmeye başlamıştır. Oysaki Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde bu sektör halen önemini korumaktadır. Dünya genelinde demir-çelik sektörünün yaşadığı sıkıntılardan bazıları fazla kapasite, yetersiz iç ve dış talep ve teknolojik modernizasyon ihtiyacıdır.

Dünya ham çelik üretimi 2011 yılında 1,527 milyar ton olarak gerçekleşmiştir. Bu üretimin yüzde 65’i

Asya ülkelerine aittir. Türkiye’de kişi başına demir-çelik tüketimi 2010 yılı sonu itibariyle yıllık 450 kg düzeyindedir. Sanayi üretimindeki artış ile birlikte sektördeki yeniden yapılanma, ürün çeşitliliğinin artması ve üretim-tüketim dengesindeki gelişmelerle kişi başına ham çelik tüketimindeki artışın da devam etmesi beklenmektedir. 2011 yılında sektör yüzde 17 büyüyerek üretimini 34,1 milyon tona çıkartmıştır. Türkiye bu tonaj ile dünyada çelik üreten 66 ülke arasında 10. sırada, Avrupada ise Almanya’dan sonra 2. sırada yer almaktadır. 2011 yılı itibariyle sektörde toplam ham çelik kapasitesi 51,8 milyon ton olmuştur. Sektörde yaklaşık 33 bin kişi istihdam edilmektedir. (Demir-Çelik, Demir-Çelik Eşya, 2012, s.1). Bu rakam sanayideki toplam istihdamın yüzde 1’ine eşittir.

Sektörün en önemli sorunlarından biri ağırlıklı olarak ithal girdiyle çalışması olup, elektrik ark ocaklı kuruluşlarda hammadde olarak kullanılan hurdanın %70 civarındaki bölümü ithal edilmektedir. (Demir-Çelik Sektörü Raporu, 2012, s.4). Türk demir-çelik sektörü ithalatı, ihracatından daha fazladır. Bunun başlıca nedeni sektörde hammadde, yassı mamul ve vasıflı çelik üretimlerinin yetersiz olmasıdır. (Demir-Çelik Sektörü Raporu, 2012, s.8).

Tablo 4. Türkiye Demir-Çelik Sektörü İhracatının Gelişimi (2007-2011)

Yıllar	Demir-Çelik İhracatı (Bin Dolar)	Toplam İhracat (Bin Dolar)	Yüzde
2007	16.577.689	105.925.486	% 15,7
2008	25.572.070	127.498.828	% 20,1
2009	15.524.582	102.135.006	% 15,2
2010	18.099.218	113.685.989	% 15,9
2011	22.362.910	134.571.338	% 16,6

Kaynak: www.tim.org.tr

Tablo 4'ten de izlenebileceği gibi, demir-çelik sektörünün ihracat tutarı 2011 yılında Türkiye'nin toplam ihracatının yüzde 16,6'sı olmuştur ve ihracat sıralamasında tekstil sektöründen sonra ikinci sırada yer almıştır. Global ekonomideki büyümenin yavaşlaması, hükümet harcamalarının kısıtlanması, mali sıkılaştırma tedbirleri AB'nin dış ticareti üzerinde olumsuz etki yapmıştır. Türkiye'nin önemli bir pazarı olan AB ülkelerinde çelik tüketimi % 7,5 artmakla birlikte, ithal ürünlerin çelik piyasasındaki payı % 21 seviyelerine ulaşmıştır. Bu dönemde Türkiye, AB'ye yönelik yassı çelik ihracatını ciddi bir oranda arttırmıştır.

Türkiye ihracatı içinde önemi oldukça büyük olan bu dört sektörün ihracat rakamlarının hangi faktörlerden etkilendiğini tespit etmek büyük önem arz etmektedir. Özellikle döviz kurlarındaki belirsizliğin bu sektörlerin ihracatını etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi, uygulanacak makroekonomik politikalar ve alınacak tedbirler açısından elzemdir.

Metodoloji

Bu çalışmada döviz kuru belirsizliğinin Türkiye'nin ihracatı içinde önemli bir paya sahip olan dört sektör için araştırılması amaçlanmıştır. 2003-2011 dönemi aylık verileriyle yapılan analizlerde incelenen sektörler kimya, otomotiv, elektrik-elektronik ve demir-çelik sektörleridir. Reel döviz kurundaki belirsizliğin ülkelerin ihracatları üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmalarda genellikle birbirine benzer modeller kurulmuştur. Bu modellerde reel ihracat, reel efektif döviz kuru, döviz kurundaki belirsizliği temsilen reel döviz kurundaki değişkenlik, reel dış gelir ve karşılıştırmalı ihracat fiyatları ile açıklanmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada döviz kuru belirsizliği ile ihracat arasındaki ilişki, Saatçioğlu ve Karaca (2004) ve Hatırlı ve Önder (2010)'in de çalışmalarında kullandıkları aşağıdaki model ile araştırılmıştır:

$$\ln X_t = \beta_0 + \beta_1 \ln REX_t + \beta_2 \ln IPI_t + \beta_3 \ln P_t + \beta_4 \ln VOL_t + e_t \quad (1)$$

Burada X_t reel ihracatı, REX_t reel efektif döviz kuru, IPI_t reel dış geliri, P_t karşılıştırmalı ihracat fiyatlarını, VOL_t döviz kuru değişkenliğini ve e_t hata terimini temsil etmektedir. Kimya sektörünün reel ihracatı için kurulan denklemde X_t notasyonu KIM-YAX, otomotiv sektöründe OTOX, elektrik sektöründe ELEKTRX ve demir-çelik sektöründe DEMCELX olmaktadır.

Aşağıdaki alt bölümde veri seti ve kısıtlar anlatıldıktan sonra, çalışmanın metodolojisinde izlenecek yolda ilk basamak değişkenlere birim kök testi yapmaktır. Değişkenlerin durağanlıkları test edildikten sonra, bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir eşbütünlük ilişkisinin var olup olmadığını araştırmak amacıyla Pesaran, Shin ve Smith (2001)'in "sınır testi (bounds test)" yöntemi uygulanmıştır. Ardından değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi modelleyebilmek amacıyla "gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (autoregressive distributed lag; ARDL)" kullanılmıştır. ARDL Modeli'nde gecikme uzunlukları Schwarz-Bayesian Kriteri (SBIC)'ne göre belirlenmiştir. Bu şekilde ARDL modelleri oluşturulduktan sonra, en son olarak otokorelasyon testleri yapılarak modellerin geçerliliği belirlenmeye çalışılmıştır. Analizler STATA 12 programı ile yapılmıştır.

Veri Seti ve Kısıtlar

Bu bölümde çalışmada kullanılan verilerin neler olduklarından, hangi kaynaklardan elde edildiklerinden ve kısıtlardan ayrıntılı olarak bahsedilmiştir. İlk olarak, Amerikan Doları cinsinden ifade edilen reel ihracat değişkeni (X_t), nominal ihracatın ABD Tüketici Fiyat Endeksi (USA Consumer Price Index) ile deflete edilmesiyle oluşturulmuştur. Nominal ihracat verileri Türkiye İhracatçılar Meclisi'nin internet sitesinden (www.tim.org.tr) elde edilmiştir. 2005 baz yılına sahip ABD Tüketici Fiyat Endeksi verileri ise OECD'nin internet sitesinden (www.oecd.org) alınmıştır.

Reel efektif döviz kuru (REX_t) için iki ayrı değişken kullanılmıştır. Daha önce sektörlerin anlatıldığı bö-

lümelerde de bahsedildiği gibi, otomotiv ve elektrik-elektronik sektörleri ihracatlarının büyük bir çoğunluğunu Avrupa ülkelerine yapmaktadırlar. Bu nedenle analizlerde bu sektörler için reel döviz kuru olarak Euro kullanılmıştır. TCMB'nin internet sitesinden (www.tcmb.gov.tr) ay sonu efektif Euro satış kuru değerleri alınmıştır. Elde edilen bu nominal kurlar aşağıdaki formül kullanılarak reel hale getirilmiştir:

$$\text{Reel} = (\text{Nominal} \times \text{CPIFR}) / \text{CPITR} \quad (2)$$

Burada CPIFR (Euro Consumer Price Index), Avrupa ülkelerinin tüketici fiyat endeksidir. Bu değerler, OECD'nin internet sitesinden elde edilen 25 ülkenin dahil olduğu OECD-Europe ülke kategorisine ait 2005 baz yılına sahip değerlerdir. CPITR (Turkey Consumer Price Index), Türkiye'nin tüketici fiyat endeksidir. Bu veriler de OECD'den alınmıştır ve baz yılları 2005'tir. Otomotiv ve elektrik-elektronik sektörleri için kullanılan reel döviz kurunun notasyonu REX_2 olarak kabul edilmiştir.

Reel efektif döviz kuru için kullanılan diğer değişken reel efektif döviz kuru endeksidir. Bu endeks, ihracatlarının analiz döneminde ortalama olarak sadece % 36'sını Avrupa ülkelerine yapan kimya ve demir-çelik sektörleri için kullanılmıştır. Bu sektörler için Euro para birimini kullanmanın doğru olmayacağı düşünülmüştür. Burada, Türkiye'nin yaptığı ihracat ile ağırlıklandırılmış bir döviz kuru endeksi kullanmak daha doğrudur. Bu verinin baz yılı 2003'tür ve diğer veri setlerinde baz yılı 2005 olduğu için bu verinin baz yılı da 2005 olarak düzeltilmiştir. Verinin kaynağı TCMB'nin internet sitesidir. Kimya ve demir-çelik sektörleri için kullanılan reel döviz kurunun notasyonu REX_1 olarak kabul edilmiştir.

Bu çalışmada reel dış gelirin (IPI_t) göstergesi olarak endüstriyel üretim endeksleri (industrial production index) kullanılmıştır. Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYH), ithalatçı ülkelerin gelirini yansıtan önemli bir değişken olmasına rağmen, bu veri aylık gözlenmemektedir. Bu nedenle GSYH yerine aylık olarak gözlenebilen ve literatürde de yaygın olarak kullanılan endüstriyel üretim endeksi kullanılmıştır (McKenzie ve Brooks, 1997; Vergil, 2002). Döviz kurlarında olduğu gibi bu veride de otomotiv ve elektrik-elektronik sektörleri için 17 ülkenin dahil olduğu Euro bölgesi endüstriyel üretim endeksleri kullanılmıştır (notasyonu IPI_2). Kimya ve demir-çelik sektörleri içinse dünya üretim endekslerini temsilen OECD ül-

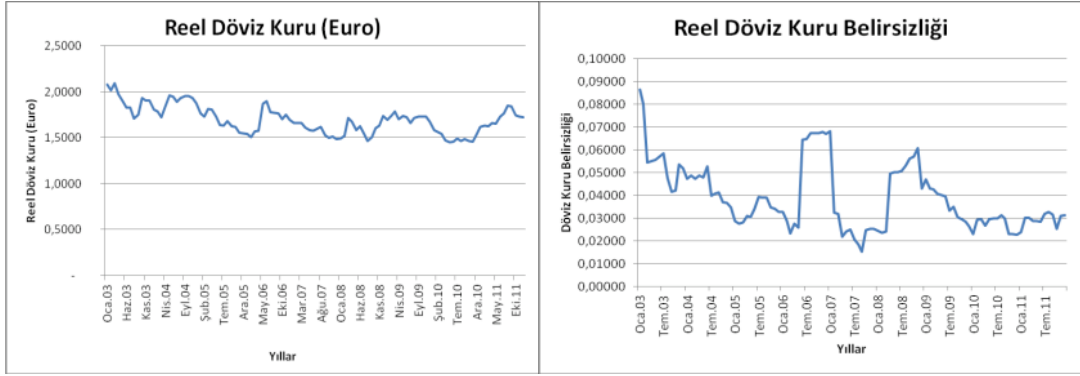
kelerinin endüstriyel üretim endeksleri kullanılmıştır (notasyonu IPI_1). Her iki veri setinin kaynağı da OECD'nin internet sitesidir.

Reel ihracattaki değişim üzerinde fiyat değişmelerinin etkisini ölçmek için kullanılan karşılaştırmalı ihracat fiyatları (P_t), Türkiye'nin ihracat birim değer endeksinin (export unit value index) otomotiv ve elektronik sektörü için Avrupa ülkeleri ihracat birim değer endeksine, diğer iki sektör içinse dünya ihracat birim değer endeksine bölünmesi doğru olan yoldur. Fakat dünya ihracat birim değer endeksi veya bu değeri temsil eden başka bir ülke grubuna (OECD vb.) ait ihracat birim değeri endeksi verisine ulaşılamadığı için tüm sektörler için Avrupa ülkeleri ihracat birim değer endeksi değerleri alınmıştır. Türkiye'nin ihracat birim değer endeksi değerleri Türkiye İstatistik Kurumu'nun internet sitesinden (www.tuik.gov.tr) elde edilmiştir. Avrupa ülkeleri ihracat birime değeri endeks değerleri Avrupa Merkez Bankası'nın internet sitesinden (www.ecb.int) alınmıştır.

Son açıklayıcı değişken olan döviz kuru değişkenliği (VOL_t) ise, doğrudan gözlenmesi mümkün olmayan döviz kuru belirsizliğinin temsili göstergesidir. Herhangi bir serinin değişkenliği birçok farklı yöntem kullanılarak hesaplanabilmektedir. Bu yöntemlerden bazıları verilerin standart sapmasını kullanarak uygulanan hareketli ortalama, üstel ağırlıklı hareketli ortalama, rassal yürüyüş, tarihsel ortalama, üstel düzgülleştirme ve koşullu değişkenlik modelleri (ARCH ailesi) olarak sayılabilir. Öncelikle hem reel efektif döviz kuruna hem de reel efektif döviz kuru endeksine koşullu değişkenlik modellerinin uygulanıp uygulanamayacağı test edilmiştir. Fakat her iki seriye de uygulanan ARCH LM testleri neticesinde, bu serilerde ARCH etkisinin mevcut olmadığı tespit edilmiştir. Buradan hareketle, ilgili literatürde de (Koray ve Lastrapes, 1989; Chowdhury, 1993; Doğanlar, 2002) sıklıkla kullanılan bir yöntem olan hareketli ortalama yöntemi ile döviz kuru değişkenliği hesaplanmıştır. Bu yöntemi gösteren denklem aşağıda yer almaktadır:

$$V_t = [(1/m)\Sigma(\text{Ln}R_{t+i-1} - \text{Ln}R_{t+i-2})^2]^{1/2} \quad (3)$$

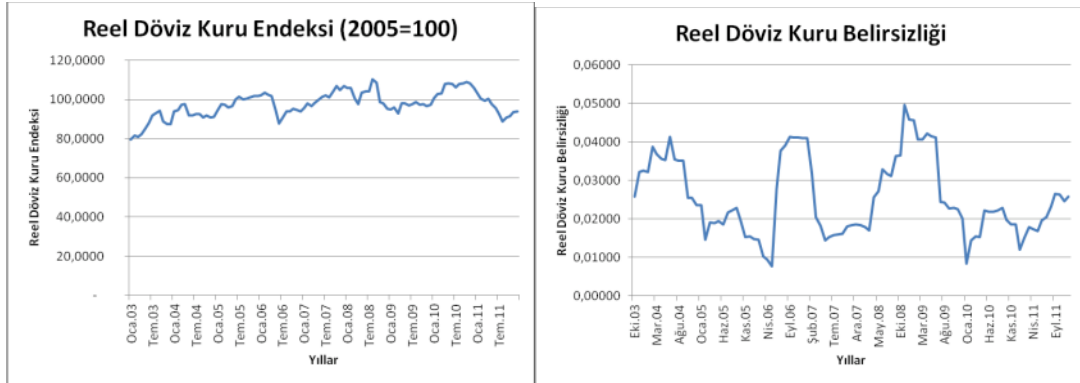
Burada hareketli ortalamanın dönem sayısı 8 olarak alınmıştır. Ayrıca dönem sayısı 4 ve 12 için de çalışma bir kez daha yapılmış ve dönem sayısını değiştirmenin analiz sonuçları üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür.



Grafik 1. Reel Döviz Kuru ve Reel Döviz Kuru Belirsizliği (2003-2011)

Grafik 1'de 2003-2011 dönemi reel döviz kurları incelendiğinde, Nisan 2001'de "güçlü ekonomiye geçiş programı"na bağlı olarak TCMB'nin uyguladığı aktif para politikasıyla birlikte, reel döviz kurunda aşırı

dalganmalar yaşanmamıştır. Döviz kuru belirsizliği, dünyada 2008 yılında yaşanan krizle birlikte 2009 yılının başında artmış, daha sonra durgun bir yapı izlemiştir.



Grafik 2. Reel Döviz Kuru Endeksi ve Reel Döviz Kuru Endeksi Belirsizliği (2003-2011)

Reel döviz kuru ve kurdaki belirsizlikle aynı yapı, reel döviz kuru endeksi ve endeks belirsizliğinde de bulunmaktadır. 2008 dünya ekonomik krizi Türkiye'de etkisini, döviz kuru belirsizliğinde, 2009 yılının başlarında hissettirmiştir.

Kimya ve demir-çelik sektörleri için kullanılan reel döviz kurunun belirsizliğinin notasyonu VOL8_1; otomotiv ve elektrik-elektronik sektörleri için VOL8_2 olarak kabul edilmiştir.

Çalışmada, döviz kuru değişkenliği verisi dışındaki tüm verilerin doğal logaritması alınmıştır.

Ekonometrik Yöntem

Ekonomik ilişkilerin karmaşıklığı, birçok iktisadi olayın tek denklemler yerine, eşanlı denklemler yardımıyla incelenmesine yol açmıştır. Bu çalışmada döviz kuru belirsizliği ile ihracatın birlikte hareket edip etmedikleri "eşbütünlük testi" ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Bilindiği gibi, regresyon analizinde

öncelikle serilerin durağan olup olmadıklarına bakılmaktadır. Eğer seriler düzeyde durağan değillerse ve bu şekilde analize alınırlarsa sahte regresyon problemi ortaya çıkmaktadır. Bu problemten kaçınmak için analizlerde serilerin durağan hale geldikleri seviyelerde kullanılmaları gerekmektedir. Fakat serileri durağan hale getirebilmek için farklarının alınması, özgün düzeylerince belirlenen uzun dönem ilişkisinin yitirmesine neden olabilmektedir (Karaca, 2005: 6). Bu sorunun çözümü Engle ve Granger (1987) tarafından geliştirilen eşbütünleşme testi (cointegration test) ile bulunmuştur. Eşbütünleşme testi, düzeyde durağan olmayan serilerin uzun dönemde birlikte hareket edip etmediklerini ortaya koymaktadır. Eğer seriler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi varsa, düzey değerleriyle yapılacak analizde sahte regresyon problemiyle karşılaşmayacaktır (Gujarati ve Porter, 2012). Benzer bir eşbütünleşme testini Johansen (1988) ve Johansen ve Juselius (1990) Johansen Eşbütünleşme Testi olarak geliştirmişlerdir. Fakat bu testlerin her ikisinin de varsayımı, ele alınan tüm serilerin düzeyde durağan olmaması ve aynı derecede farkları alındığında durağan hale gelmeleridir. Bir başka deyişle, serilerin bütünleşme dereceleri aynı olmak durumdadır. Bu testler farklı bütünleşme derecelerine sahip serilere uygulanamamaktadır.

Bu soruna çözümü Pesaran, Shin ve Smith (2001) bulmuşlardır. Geliştirdikleri sınır testi (bounds test) yaklaşımında serilerin hangi düzeyde durağan olduklarına bakılmaksızın aralarında bir eşbütünleşme ilişkisinin var olup olmadığı araştırılabilmektedir (Karaca, 2005:7). Sınır testi yaklaşımının kullanılmasının pek çok avantajı bulunmaktadır. Bunlardan ilki, sınır testinin uygulanmasının kolay olmasıdır ve Johansen ve Juselius (1990) gibi çok değişkenli eşbütünleşme yöntemlerinin aksine, modelin gecikme uzunluğu en küçük kareler yöntemi (EKKY) ile tahmin edildikten sonra eşbütünleşme ilişkisinin varlığı belirlenmektedir. İkincisi, sınır testi modeldeki serilerin I(2) ve daha yukarı seviyeden bütünleşik olması dışında, bütünyle I(0) ve I(1) veya hepsinin karşılıklı eşbütünleşik I(1) olup olmadığına bakılmaksızın uygulanabilmektedir. Üçüncüsü, sınır testi küçük veya sınırlı örnek kümeleri için oldukça etkindir (Altıntaş ve Taban, 2010: 1719). Bu çalışmada sınır testinin ardından değişkenler arasındaki uzun dönemli ilişkiyi tes-

pit edebilmek amacıyla "gecikmesi dağıtılmış otoregresif model (autoregressive distributed lag; ARDL)" kullanılmıştır. ARDL yaklaşımının avantajları olarak; gecikmeli değerlere yer verilmesi, düşük sayıda gözlemle sağlıklı sonuçlar elde edilmesi ve dinamik bir hata düzeltme modeline lineer bir dönüşümle ulaşılabilmesi sayılmaktadır (Erataş ve Öztekin, 2010: 60).

Ampirik Bulgular

Bu bölümde ihracatı etkilediği düşünülen değişkenlerle yapılan analizlerin bulguları yer almaktadır. Öncelikle ampirik bulguların ilk bölümünde, durağanlık analizlerinin sonuçlarına yer verilmiştir:

Durağanlık Analizi

Çalışmada kullanılan her bir değişkene ait veri seti zaman serisi niteliğindedir. Bu nedenle öncelikle bu verilerin ele alındıkları dönem içerisinde durağan olup olmadıklarının incelenmesi gerekmektedir. Durağan olmayan serilerin durağan hale getirilmesi ve analize durağan şekilde katılması gerekmektedir. Durağan olmayan serilerin denklemlere konulması ile gerçekte olmayan ilişkilerin analizin sonuçlarını etkilemesi söz konusudur. Bu durum, sonuçların yorumlanmasında hatalara sebep olmaktadır. Serilerin durağanlığının test edilmesi için farklı yöntemler kullanılmaktadır. Bu çalışmada serilerin durağanlığı Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) (1981) ve Philips-Perron (PP) (1988) birim kök testleri kullanılarak test edilmiştir. ADF ve PP test sonuçları aşağıda Tablo 5'te gösterilmiştir. Tablodan da izlenebileceği gibi, ADF ve PP birim kök testi sonuçlarına göre LnOTOX ve LnELEKTRX serisi düzeyde durağandır, dolayısıyla I(0) olduğu görülmektedir. LnREX_2, LnIPI_1, LnIPI_2, LnP ve VOL8_1 serileri her iki test sonucuna göre birinci farkları alındığında durağan olmuşlardır ve bütünleşme derecelerinin I(1) olduğu görülmektedir. LnKIMYAX ve LnDEMCELX her iki test istatistiğinin sabit terim ve eğilim katsayılı sonuçlarına göre seviyede; sabit terimli sonuçlarına göre ise birinci farkları alındığında durağan çıkmışlardır. LNREX_1 ve VOL8_1 serileri ise yalnızca PP testin sabit terimli sonucunda seviyede, diğer test sonuçlarında birinci farkları alındığında durağan bulunmuşlardır. Yapılan durağanlık testleri neticesinde analizlerde yer alan değişkenlere ait serilerin farklı düzeylerde durağan oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Birim Kök Testi Sonuçları

Değişken	Düzy/ Birinci Fark	ADF Test İstatistiği				PP Test İstatistiği			
		Sabit Terimli	Sonuç	Sabit T. ve Eğilim Katsayılı	Sonuç	Sabit Terimli	Sonuç	Sabit T. ve Eğilim Katsayılı	Sonuç
LnKIMYAX	Düzy	-2,263	I(1)	-3,661**	I(0)	-2,023	I(1)	-3,522**	I(0)
	Birinci Fark	-13,286***		-13,294***		-13,389***		-13,422***	
LnOTOX	Düzy	-3,976***	I(0)	-4,386***	I(0)	-3,666***	I(0)	-4,192***	I(0)
	Birinci Fark	-15,939***		-15,903***		-17,536***		-17,585***	
LnELEKTRX	Düzy	-4,393***	I(0)	-6,184***	I(0)	-4,192***	I(0)	-6,198***	I(0)
	Birinci Fark	-13,090***		-13,020***		-14,814***		-14,720***	
LnDEMCEL X	Düzy	-2,584*	I(1)	-3,492**	I(0)	-2,401	I(1)	-3,415**	I(0)
	Birinci Fark	-12,195***		-12,190***		-12,309***		-12,325***	
LnREX_1	Düzy	-2,676*	I(1)	-2,457	I(1)	-2,878**	I(0)	-2,718	I(1)
	Birinci Fark	-8,399***		-8,451***		-8,355***		-8,402***	
LnREX_2	Düzy	-2,662*	I(1)	-2,560	I(1)	-2,795*	I(1)	-2,768	I(1)
	Birinci Fark	-8,788***		-8,789***		-8,745***		-8,743***	
LnIPI_1	Düzy	-1,121	I(1)	-1,101	I(1)	-1,623	I(1)	-1,609	I(1)
	Birinci Fark	-4,332***		-4,312***		-4,339***		-4,320***	
LnIPI_2	Düzy	-1,140	I(1)	-1,244	I(1)	-1,559	I(1)	-1,636	I(1)
	Birinci Fark	-7,502***		-7,494***		-7,830***		-7,824***	
LnP	Düzy	-2,437	I(1)	-1,915	I(1)	-2,639*	I(1)	-2,481	I(1)
	Birinci Fark	-5,649***		-5,689***		-5,547***		-5,601***	
Vol8_1	Düzy	-2,361	I(1)	-2,387	I(1)	-2,720*	I(1)	-2,761	I(1)
	Birinci Fark	-9,063***		-9,019***		-9,096***		-9,052***	
Vol8_2	Düzy	-2,750*	I(1)	-2,922	I(1)	-2,951**	I(0)	-3,160*	I(1)
	Birinci Fark	-10,585***		-10,532***		-10,551***		-10,501***	

Not: ***, ** ve * sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 düzeyinde anlamlılığı ifade etmektedir. MacKinnon kritik değerleri, %1, % 5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için sırasıyla, sabit terimli modelde -3,51, -2,89 ve -2,58; sabit terimli ve eğilim katsayılı modelde -4,04, -3,45 ve -3,15'tir.

Eşbütünleşme Analizi

Eşbütünleşme analizinin uygulanabilmesi için her değişkenin eşbütünleşme derecesinin belirlenmesi gerekmektedir. Bir önceki bölümde sonuçları yer alan ADF ve PP birim testlerine göre, çalışmada yer alan değişkenlerin eşbütünleşme derecelerinin aynı olmadığı görülmektedir. Serilerin eşbütünleşme derecelerinin aynı olmaması halinde analizlerde ne Engle-Granger eşbütünleşme yöntemi, ne de Johan-

sen eşbütünleşme yaklaşımı kullanılabilir. Bunun nedeni, her iki yöntemin de aynı varsayıma sahip olmasıdır: Serilerin bütünleşme derecelerinin aynı olması. Eşbütünleşme dereceleri farklı olan serilere Pesaran, Shin ve Smith (2001) tarafından geliştirilen sınır testi uygulanmaktadır. Bu çalışmada da analizlerde sınır testi yaklaşımı kullanılmış ve aşağıdaki denklem oluşturulmuştur:

$$\begin{aligned}
\Delta \ln X_t = & \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} \Delta \ln X_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} \Delta \ln REX_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{3i} \Delta \ln IPI_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{4i} \Delta \ln P_{t-i} \\
& + \sum_{i=0}^m \beta_{5i} \Delta VOL8_{t-i} + \beta_6 \ln X_{t-1} + \beta_7 \ln REX_{t-1} + \beta_8 \ln IPI_{t-1} + \beta_9 \ln P_{t-1} \\
& + \beta_{10} VOL8_{t-1} + e_t
\end{aligned} \tag{4}$$

Burada eşbütünleşme ilişkisi ($H_0: \beta_6 = \beta_7 = \beta_8 = \beta_9 = \beta_{10} = 0$) hipotezinin test edilmesi yoluyla yapılmaktadır. Herhangi bir anlamlılık düzeyi için hesaplanan F istatistiği Pesaran, Shin ve Smith (2001) çalışmasında verilen alt ve üst kritik değerlerin dışına düştüğü takdirde, değişkenlerin bütünleşme derecelerini hesaba

katmaksızın kesin bir yorum yapılabilir. Söz konusu F istatistiğinin üst kritik değer üzerinde olması seriler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi olduğunu, alt değer altında kalması ise eşbütünleşme ilişkisinin bulunmadığını göstermektedir. F istatistiğinin alt ve üst kritik değerlerin arasında kalması

durumdaysa kesin bir yorum yapılamamakta, bu durumda serilerin bütünleşme derecelerini hesaba katan diğer yöntemlere başvurulması gerekmektedir (Karaca, 2005: 7).

Yukarıdaki modelde sınır testinin uygulanabilmesi için ilk olarak “m” notasyonu ile ifade edilen gecikme uzunluğunun belirlenmesi gerekmektedir. Uygun gecikme uzunluğunun seçimi Akaike (AIC) veya Schwarz-Bayesian Bilgi Kriteri’ne (SBIC) göre yapılabilmektedir. Bu çalışmada seçimler SBIC’ye göre yapılmıştır. Ayrıca testlerin sağlıklı sonuç vermesi için hata terimleri serisinde ardışık bağımlılık (otokorelasyon) olmaması gerekmektedir. Ardışık bağımlılığın tespiti için Breusch-Godfrey testi uygulanmıştır. Tablo 6’da (5) numaralı denklemdeki gecikme uzunluklarının nasıl belirlendiği görülmektedir. Bunun için maksimum gecikme uzunluğu 5 olarak alınmış ve her bir gecikme için SBIC değerleri hesaplanmıştır. Burada en küçük kritik değeri sağlayan gecikme uzunluğu, modelin gecikme uzunluğu olarak belirlenmektedir. Fakat bu seçilen gecikme uzunluğu ile kurulan model otokorelasyon problemi içeriyorsa, bu durumda ikinci en küçük kritik değeri sağlayan gecikme uzunluğu alınmakta ve eğer otokorelasyon problemi devam ediyorsa bu problem ortadan kalkıncaya kadar bu işleme devam edilmektedir (Altıntaş ve Taban, 2010: 17). Tablodan da görülebileceği gibi, her bir bağımlı değişkenin denklemi 1 gecikme ile tahmin edilmektedir. Bu gecikme sayılarında hata teriminde ardışık bağımlılık da bulunmadığından, her bir bağımlı değişken için sınır testi 1 gecikmeli model ile yapılmıştır.

Sınır testi için gecikme sayısının tespitinden sonra ($H_0: \beta_6 = \beta_7 = \beta_8 = \beta_9 = \beta_{10} = 0$) hipotezini sınamak için hesaplanan F istatistiği değeri ile Pesaran, Shin ve Smith (2001)’den alınan kritik değerler karşılaştırılmıştır. Bu kritik değerler dört bağımsız değişken ve %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyleri için geçerlidir.

Tablo 6. Sınır Testi İçin Gecikme Sayısının Tespitine Ait Özet Tablo

Bağımlı Değişken	Gecikme Sayısı (m)	Sabit Terimli	
		SBIC	χ^2_{BGAR}
LnKIMYAX	1	-83,605	2,681 (0,1016)
	2	-80,435	0,001 (0,9728)
	3	-59,372	2,124 (0,1450)
	4	-41,991	1,919 (0,1660)
	5	-27,393	0,000 (0,9887)
LnOTOX	1	-27,662	0,354 (0,5519)
	2	-14,505	0,287 (0,5922)
	3	4,591	8,542 (0,0035)
	4	11,568	0,121 (0,7276)
	5	32,022	0,855 (0,3551)
LnELEKTRX	1	-39,495	0,206 (0,6496)
	2	-22,196	0,529 (0,4669)
	3	-3,955	0,268 (0,6048)
	4	4,753	0,006 (0,9380)
	5	11,272	3,333* (0,0679)
LnDEMCELX	1	-47,373	2,080 (0,1493)
	2	-27,032	1,155 (0,2825)
	3	-5,913	0,097 (0,7552)
	4	5,742	1,150 (0,2836)
	5	13,033	0,856 (0,3549)

Not: m, (4) numaralı denklemdeki gecikme sayısıdır. χ^2_{BGAR} , Breusch-Godfrey ardışık bağımlılık sınaması istatistiğidir. ***, ** ve * sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 düzeyinde anlamlılığı göstermekte ve hata terimleri serisinde ardışık bağımlılık olduğunu ifade etmektedir. Koyu renkli sonuçlar sınır testi için uygun modellere ait değerleri göstermektedir.

Tablo 7. Sınır Testinde Hesaplanan F İstatistiğinin Kritik Değerlerle Karşılaştırılması

Bağımlı Değişken	k	F İstatistiği	Anlamlılık Düzeyinde Kritik Değerler		
				Alt Sınır	Üst Sınır
LnKIMYAX	4	2,42	%10	2,45	3,52
			%5	2,86	4,01
			%1	3,74	5,06
R ² = 0,34					
LnOTOX	4	6,97	%10	2,45	3,52
			%5	2,86	4,01
			%1	3,74	5,06
R ² = 0,34					
LnELEKTRX	4	4,91	%10	2,45	3,52
			%5	2,86	4,01
			%1	3,74	5,06
R ² = 0,53					
LnDEMCELX	4	3,08	%10	2,45	3,52
			%5	2,86	4,01
			%1	3,74	5,06
R ² = 0,53					

Not: k, (4) numaralı denklemdeki bağımsız değişken sayısıdır. Kritik değerler, Pesaran, Shin ve Smith (2001)'deki Tablo C1.iii'den alınmıştır.

Tablo 7'de hesaplanan test istatistiklerine göre, LnKIMYAX modelinin F istatistik değerleri yüzde 5 düzeyinde alt sınırın altında kalmaktadır. Bunun anlamı, ele aldığımız beş değişken arasında bir eşbütünlük ilişkisi bulunmamaktadır. LnDEMCELX modeli'nde ise F istatistik değeri alt ve üst sınır arasında kalmaktadır. Bunun anlamı, ele aldığımız beş değişken arasında bir eşbütünlük ilişkisine dair kesin bir yorum yapılamamakta, bu durumda serilerin bütünlük derecelerini hesaba katan diğer yöntemlere başvurulması gerekmektedir. LnOTOX ve LnELEKTRX modellerinde ise F istatistiği kritik değer üst sınırından yüksek çıkmıştır. Bu iki modelde ele

aldığımız değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi mevcuttur. Bu durumda, bu değişkenlerin düzey değerleri ile yapılacak analizde sahte regresyon problemiyle karşılaşılacaktır. Dolayısıyla değişkenler arasında bir eşbütünlük olduğundan, LnOTOX ve LnELEKTRX modellerinde uzun dönem ilişkileri belirleyebilmek için ARDL modelleri kurulabilecektir.

Uzun Dönem İlişkisi

Bu çalışmada LnOTOX ve LnELEKTRX modellerinde uzun dönem ilişkileri belirleyebilmek için ARDL yöntemi kullanılmıştır. Kullanılan ARDL modeli aşağıdaki gibidir:

$$LnX_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} LnX_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{2i} LnREX_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{3i} LnIPI_{t-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{4i} LnPt_{-i} + \sum_{i=0}^m \beta_{5i} VOLB_{t-i} + e_t \quad (5)$$

ARDL modelinde gecikme uzunlukları daha önce olduğu gibi yine SBIC kullanılarak belirlenmiştir. Bu işlem Kamas ve Joyce (1993)'un nedensellik analizlerinde gecikme uzunluğunun belirlenmesi için önerdiği bir yöntemle yapılmıştır. Bu yöntemle göre, belirlenen en büyük gecikme uzunluğu üzerinden bağımlı değişkenin sadece kendi gecikmeli değerlerine göre sıradan EKK yöntemiyle regresyon yapılır ve en küçük SBIC değerine sahip olan gecikme sayısı seçilir.

Daha sonra bağımlı değişkenin gecikme sayısı sabit tutulup birinci bağımsız değişkenin olası tüm gecikmeleri ile regresyon modelleri oluşturulur. En küçük SBIC değeri dikkate alınarak bu bağımsız değişkenin gecikme sayısı belirlenir. Ardından ilk iki değişken için seçilen gecikme uzunlukları sabit tutulup ikinci bağımsız değişkenin olası tüm gecikmeleri ile regresyon modelleri oluşturulur ve yine en küçük SBIC değeri dikkate alınarak bu değişkenin de gecikme sayısı

sına ulaşılır. Bu işleme tüm bağımsız değişkenler denkleme katılıncaya kadar devam edilir. Bu çalışmada da yukarıda anlatılan yöntem kullanılmış ve maksimum gecikme uzunluğu 10 alınmıştır. Buna

göre LnOTOX için tahmin edilecek model ARDL (3,0,1,0,0) modeli olarak bulunmuştur. Tablo 8'de ARDL (3,0,1,0,0) modelinin tahmin sonuçları yer almaktadır:

Tablo 8. LnOTOX için ARDL (3,0,1,0,0) Modeli Sonuçları

Değişken	Katsayı	t-istatistiği	Değişken	Katsayı	t-istatistiği
C	3,837	1,93*	LnIPI _t	4,593	3,32***
LnOTOX _{t-1}	0,077	0,70	LnIPI _{t-1}	-3,471	-2,39**
LnOTOX _{t-2}	0,066	0,63	LnP _t	1,272	2,96***
LnOTOX _{t-3}	0,216	2,23**	VOL8 _t	-2,172	-1,55
LnREX _t	0,043	0,17			
R ² = 0,719 Prob > F = 0,0000					
χ ² _{BGAB} = 0,062 (0,803)					

Not: Bağımlı değişken LnOTOX'tur. ARDL modelindeki gecikme sayıları, maksimum gecikme 10 olmak üzere SBIC kullanılarak belirlenmiştir. ***, ** ve * sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. χ²_{BGAB}, Breusch-Godfrey ardışık bağımlılık sınaması istatistiğidir. Parantez içindeki rakam P-olasılık değerini göstermektedir.

Tablo 8'deki sonuçlar otomotiv sektörünün ihracatı ile döviz kuru ve döviz kuru belirsizliği arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Buna rağmen, otomotiv sektörü ihracatı üç ay önceki sektör ihracatından, reel dış gelirin o ayki ve bir ay önceki değerlerinden ve karşılaştırmalı ihracat fiyatlarının o ayki değerlerinden etkilenmekte-

dir. Modelin açıklayıcılık gücü % 72'dir ve anlamlıdır. Ayrıca modelde herhangi bir otokorelasyon problemi bulunmamaktadır.

LnELEKTRX için tahmin edilecek model ARDL (5,0,0,0,0) modelidir. Tablo 9'da ARDL (5,0,0,0,0) modelinin tahmin sonuçları yer almaktadır:

Tablo 9. LnELEKTRX için ARDL (5,0,0,0,0) Modeli Sonuçları

Değişken	Katsayı	t-istatistiği	Değişken	Katsayı	t-istatistiği
C	4,981	2,00**	LnELEKTRX _{t-5}	0,209	2,10**
LnELEKTRX _{t-1}	0,467	4,33***	LnREX _t	-0,14	-0,61
LnELEKTRX _{t-2}	-0,114	-0,99	LnIPI _t	0,238	0,82
LnELEKTRX _{t-3}	0,123	1,10	LnP _t	0,404	1,54
LnELEKTRX _{t-4}	-0,132	-1,19	VOL8 _t	-0,692	-0,57
R ² = 0,499 Prob > F = 0,0000					
χ ² _{BGAB} = 1,488 (0,222)					

Not: Bağımlı değişken LnOTOX'tur. ARDL modelindeki gecikme sayıları, maksimum gecikme 10 olmak üzere SBIC kullanılarak belirlenmiştir. ***, ** ve * sırasıyla % 1, % 5 ve % 10 düzeyinde anlamlılığı göstermektedir. χ²_{BGAB}, Breusch-Godfrey ardışık bağımlılık sınaması istatistiğidir. Parantez içindeki rakam P-olasılık değerini göstermektedir.

Tablo 9'daki sonuçlar elektrik-elektronik sektörünün ihracatı ile döviz kuru ve döviz kuru belirsizliği arasında uzun dönemde anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Elektrik-elektronik sektörü ihracatı, yalnızca bir ay ve beş ay önceki sektör ihracatından etkilenmektedir. Modeldeki diğer değişkenlerin bu sektörün ihracatı üzerinde herhangi anlamlı bir etkileri bulunmamaktadır. Modelin açıklayıcılık gücü % 50'dir ve anlamlıdır. Ayrıca modelde herhangi bir otokorelasyon problemi bulunmamaktadır.

Sonuç

Bu çalışmada, reel döviz kuru belirsizliğinin Türkiye'nin ihracatı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Bu amaçla, Türkiye'nin ihracatı içinde önemli bir yere sahip olan kimya, otomotiv, elektrik-elektronik ve demir-çelik sektörleri 2003-2011 dönemi temel alınarak incelenmiştir. Aylık veriler kullanılarak yapılan çalışmada sınır testi analizi ve ARDL yaklaşımı kullanılmış ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Çalışmanın bulgularına göre, döviz kuru belirsizliği incelenen dört sektörün ihracatı üzerinde herhangi bir uzun dönemli ve anlamlı etkiye sahip değildir. Kimya sektöründe değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilememiştir. Demir-çelik sektöründe ise eşbütünleşme ilişkisine dair kesin bir yorum yapılamamış, değişkenlerin bütünleşme derecelerini hesaba katan diğer yöntemlere başvurulması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Elektrik-elektronik ve otomotiv sektörlerindeyse, reel döviz kuru, döviz kuru belirsizliği, karşılaştırmalı ihracat fiyatları ve reel dış gelir arasında bir eşbütünleşme ilişkisi tespit edilmiştir. Elektrik-elektronik ve otomotiv sektörleri için uzun dönemli ilişkiyi tespit edebilmek için yapılan analizlerde, her iki sektörde de ihracat ile döviz kuru belirsizliği arasında anlamlı bir uzun dönemli ilişkiye rastlanmamıştır. Otomotiv sektörü ihracatı reel dış gelirden ve karşılaştırmalı ihracat fiyatlarından etkilenmektedir. Elektrik-elektronik sektörünün ihracatı ise çalışmada yer alan hiçbir bağımsız değişkenden uzun dönemde etkilenmemektedir.

Bu çalışmanın bulgularını daha önce yapılmış çalışmaların bulgularıyla karşılaştırmak bir anlamda doğru olmayacaktır. Çünkü bu çalışma Türkiye'nin ihracatı içinde önemli bir paya sahip olan dört sektör üzerine yapılmıştır ve bu sektörleri bu anlamda inceleyen herhangi bir başka çalışma bulunmamaktadır. Daha önce yapılan çalışmalar Türkiye'nin toplam ihracat rakamını kullanmışlardır. Yalnız Buguk vd (2001) tarım sektörü ihracatını inceledikleri çalışmalarında, bu çalışmanın bulgularına benzer bulgular elde etmişlerdir.

Kimya, otomotiv, elektrik-elektronik ve demir-çelik sektörleri Türkiye için en önemli sektörlerin başında gelmektedir. Özellikle de ihracat potansiyelleri bakımından bu sektörler büyük özen istemektedir. Her ne kadar, bu çalışmanın bulgularına göre döviz kuru belirsizliği bu sektörlerin ihracatları üzerinde önemli bir etkiye sahip olmasa da, iktisat politikası açısından belirsizliklerin azaltılmasına yönelik uygulamalar, ihracatı daha az dalgalanır hale getirecektir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda, bu sektörlerin ihracatlarını etkileyen içsel ve dışsal faktörlerin neler olabileceği üzerinde durulmalı ve olumsuz etkiye sahip faktörlerle ilgili yapılması gerekenler vurgulanmalıdır.

Kaynakça

- Acaravcı, A. ve Öztürk, İ. (2002).** Döviz Kurundaki Değişkenliğin Türkiye İhracatı Üzerine Etkisi: Ampirik Bir Çalışma. *Review of Social, Economic and Business Studies*, Cilt:2, 197-206.
- Aktaş, C. (2010).** Türkiye'de Reel Döviz Kuru İle İhracat ve İthalat Arasındaki İlişkinin VAR Tekniğiyle Analizi. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*,. Cilt 6, Sayı 11, 123-140.
- Altıntaş, H. ve Taban, S. (2010).** Türkiye'de İkiz Açık Sorunu ve Feldstein-Horioka Hipotezi: ARDL Yaklaşımı ve Nedensellik Araştırması. Turgut Özal Uluslararası Ekonomi ve Siyaset Kongresi-I, *Küresel Krizler ve Ekonomik Yönetişim*, Malatya, 1704-1734.
- Aristotelous, K. (2001).** Exchange Rate Volatility, Exchange Rate Regime, and Trade Volume: Evidence From The UK-US Export Function (1889-1999). *Economics Letters*, 72, 87-94.
- Arize, A.C. (1995).** The Effects of Exchange Rate Volatility On U.S. Exports: An Empirical Investigation. *Southern Economic Journal*, 62 (1) Temmuz, 34-43.
- Arize, A.C., Osang, T. ve Slottje, D.J. (2000).** Exchange Rate Volatility and Foreign Trade: Evidence From Thirteen LDC's. *Journal of Business and Economic Statistics*, Cilt 18. No. 1 Ocak, 10-17.
- Brooks, C. (2008).** *Introductory Econometrics for Finance*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Buguk, C., Isik, M., Dellal, I. ve Allen, A. (2003).** The Impact Of Exchange Rate Variability on Agricultural Exports Of Developing Countries. *Journal of International Food and Agribusiness Marketing*, 13 (1), 83-105.
- Chowdhury, A.R. (1993).** Does Exchange Rate Volatility Depress Trade Flows? Evidence From Error Correction Models. *Review of Economics and Statistics*, 75 (4) Kasım,700-706.
- Coric, B. ve Pugh, G. (2010).** The Effects of Exchange Rate Variability On International Trade: A Meta-Regression Analysis. *Applied Economics*, 42, 2631-2644.

- De Grauwe, P. (1988).** Exchange Rate Variability and the Slowdown in Growth of International Trade. *IMF Staff Papers*, 35 (1), 63-84.
- Doğanlar, M. (2002).** Estimating The Impact Of Exchange Rate Volatility On Exports: Evidence From Asian Countries. *Applied Economics Letters*, 9, 859-863.
- Egert, B. ve Morales-Zumaquero, A. (2008).** Exchange Rate Regimes, Foreign Exchange Volatility, and Export Performance In Central and Eastern Europe: Just Another Blur Project? *Review of Development Economics*, 12(3), 577-593.
- Engle, R.F. ve Granger, C.W.J. (1987).** Cointegration and Error Correction Representation: Estimation and Testing. *Econometrica*, 55, 251-276.
- Erataş, F. ve Öztekin, D. (2010).** Kısa Vadeli Sermaye Akımlarının Belirleyicileri: Türkiye Örneği. *Ekonomi Bilimleri Dergisi*, 2 (2), 57-64.
- Giorgioni, G. and Thompson, J.L. (2002).** Which Volatility? The Case of The Exports of Wheat. *Applied Economics Letters*, 9, 681-684.
- Gotur, P. (1985).** Effects Of Exchange Rate Volatility On Trade: Some Further Evidence. *IMF Staff Papers*, 32(3), Eylül, 475-512.
- Granger, C.W.J. ve Newbold, P. (1974).** Spurious Regressions in Econometrics. *Journal of Econometrics*, 2, 111-120.
- Gujarati, D.N ve Porter, D. (2012).** *Temel Ekonometri*. Şenesen, Ü. ve Günlük Şenesen, G. (Çev.). İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Hatırlı, S.A. ve Önder, K. (2010).** Reel Döviz Kurundaki Değişkenliğin Türkiye'nin Tekstil ve Konfeksiyon İhracatı Üzerine Etkisinin Araştırılması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt:10, Sayı:2, 41-54.
- Hondroyannis, G., Swamy, P.A.V.B, Tavlas, G.S. ve Ulan, M. (2005).** Some Further Evidence On Exchange Rate Volatility and Exports. *Bank of Greece Working Paper*, No: 28, 1-30.
- Kamas, L. ve Joyce, J.P. (1993).** Money, Income and Prices Under Fixed Exchange Rates: Evidence From Causality Tests and VARs. *Journal of Macroeconomics*, 15 (4), 747-768.
- Karaca, O. (2005).** Türkiye'de Faiz Oranları ile Döviz Kuru Arasındaki İlişki: Faizlerin Düşürülmesi Kurları Yükseltir Mi? *Türkiye Ekonomi Kurumu Tartışma Metni*, 14, 1-19.
- Kenen, P.B. ve Rodrik, D. (1986).** Measuring and Analyzing The Effects of Short-Term Volatility In Real Exchange Rates. *Review of Economics and Statistics*, 68 (2), Mayıs, 311-315.
- Koray, F. ve Lastrapes, W.D. (1989).** Real Exchange Rate Volatility and U.S. Bilateral Trade: A VAR Approach. *Review of Economics and Statistics*, 71 (4), Kasım, 708-712.
- Marquez, J. ve Schindler, J. (2007).** Exchange Rate Effects On China's Trade. *Review of International Economics*, 15(5), 837-853.
- McKenzie, M.D. ve Brooks, R.D. (1997).** The Impact of Exchange Rate Volatility On German-US Trade Flows. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 7, 73-87.
- Pesaran, M.H., Shin, Y. ve Smith, R.J. (2001).** Bounds Testing Approaches to the Analysis of Level Relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16 (3), 289-326.
- Pozo, S. (1992).** Conditional Exchange Rate Volatility and The Volume of International Trade: Evidence From The Early 1990s. *Review of Economics and Statistics*, 74 (2) Mayıs, 325-329.
- Saatçioğlu, C. ve Karaca, O. (2004).** Döviz Kuru Belirsizliğinin İhracata Etkisi: Türkiye Örneği. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5 (2), 183-195.
- Serenis, D., Tsounis, N. ve Serenis, P. (2011).** Exchange Rate Volatility and Sectoral Exports Is There A Relationship? New Evidence From The E.U. *International Conference On Applied Economics-ICOAE 2011*.

Sims, C.A. (1980). Macroeconomics and Reality. *Econometrica*, 48 (1), 1-48.

Tanyılmaz, K. (2002). Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Sektörü. *Birleşik Metal-İş Yayınları*, No: 13/2002, 1-56.

Vergil, H. (2002). Exchange Rate Volatility In Turkey and Its Effect On Trade Flows. *Journal of Economic and Social Research*, 4 (1), 83-99.

Yusoff, M.B. (2010). The Effects Of Real Exchange Rate On Trade Balance And Domestic Output: A Case Of Malaysia. *The International Trade Journal*, Cilt: 24. No. 2, 209-226.

Zengin, A. (2010). Reel Döviz Kuru Hareketleri ve Dış Ticaret Fiyatları (Türkiye Ekonomisi Üzerine Ampirik Bulgular). *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 2, Sayı 2, 27-41.

Zhang, Y., Chang, H. ve Gauger, J. (2006). The Threshold Effect of Exchange Rate Volatility On Trade Volume: Evidence From G-7 Countries. *International Economic Journal*, Cilt 20. No.4, 461-476.

Türk Kimya Sanayii. (2010, Mart). Sanayi Genel Müdürlüğü, 1-17.

Otomotiv Sektörü Raporu. (2012/1). T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 1-27.

Elektronik Sektörü Raporu. (2012/1). T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 1-11.

Demir-Çelik, Demir-Çelik Eşya. (2012). T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü, Maden, Metal ve Orman Ürünleri Daire Başkanlığı, Sektör Raporları, 1-14.

Demir-Çelik Sektörü Raporu. (2012/1). T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Sanayi Genel Müdürlüğü, Sektörel Raporlar ve Analizler Serisi, 1-16.

www.tim.org.tr

www.oecd.org

www.tcmb.gov.tr

www.tuik.gov.tr

www.ecb.int

Türkiye'nin Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü İhracatında Uluslararası Rekabet Gücünün Belirlenmesi*

Determining the International Competitiveness in Turkey's Export of Textile and Apparel Sector

Yrd. Doç. Dr. Birol Erkan

Öz

Ülkelerin sektörel bazda ve ürün bazında küresel piyasalardaki ihracat rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerinin) ölçümü amacıyla kullanılacak en önemli göstergelerden birisi "açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları" dır. Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük (AKÜ) katsayıları, ülkenin belli bir ürün ihracatının toplam ihracatına oranının, aynı ürünün dünyadaki ihracatının dünya toplam ihracatına oranına bölünmesi şeklinde hesaplanmaktadır. Genellikle Balassa Endeksi ve/veya Vollrath Endeksi kullanılarak hesaplanabilen AKÜ katsayıları; ülkenin bir sektördeki yurtiçi uzmanlaşmasını, dünyanın veya herhangi bir ülkenin uzmanlaşmasıyla karşılaştırır. Katsayının 1'den büyük olması, söz konusu ürünün ihracatında ülkenin rekabet avantajına sahip olduğunu ve uzmanlaştığını; 1'den küçük olması ise rekabet dezavantajına sahip olduğunu ve uzmanlaşmadığını gösterir. Çalışmada, 1993-2009 yılları arasında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerin) belirlenmesi amaçlanmıştır; SITC Rev3 4 haneli bazda tekstil sektörüne ait 59, hazır giyim sektörüne ait 37 ürün grubuna ilişkin açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayıları hesaplanmıştır. AKÜ katsayılarının hesaplanmasında Balassa Endeksi ile birlikte Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı Endeksi kullanılmıştır. Sözü edilen endeks sonuçları; Türkiye'de tekstil sektörünün alt ürün grubu ihracatından 43'ünde, hazır giyim sektörünün alt ürün grubu ihracatından da 34'ünde rekabet avantajı durumunu işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: İhracat Rekabet Gücü, Tekstil ve Hazır Giyim, Balassa , Vollrath.

Abstract

On the product basis and sectoral basis, one of the most important indicators which is able to use in order to measure of export competitiveness (comparative advantages) in global markets of countries is "revealed comparative advantage indexes". Revealed comparative advantage index of a country for a product is often measured by the product's share in the country's exports in relation to its share in world trade. The index of RCA (called as Balassa Index or Vollrath Index), is used to measure the relative importance of a product in a country's export composition relative to that products' relative importance in world trade. If a country's Balassa Index of RCA for an industry exceeds 1 the country is said to have a comparative advantage in industry in question, since this industry is more important for the country's exports than for the exports of the reference countries and vice versa. In this study, between the years 1993-2009, it is intended to determine the international competitiveness in Turkey's export of textile and apparel sector. In this context, SITC Rev3 4 digit basis, revealed comparative advantage indexes were calculated with reference to 59 product group of textile sector and 37 product group of apparel sector. Balassa Index, Vollrath Index and Export-Import Rate Index used in the calculation of RCA indexes. The results of aforementioned index point that 43 pcs of export of sub-product group of textile sector have competitive advantage and that 34 pcs of export of sub-product group of apparel sector have competitive advantage.

Keywords: Export Competitiveness, Textile and Apparel, Balassa , Vollrath.

* Anadolu Üniversitesi tarafından organize edilen "EconAnadolu2011 Kriz Sonrası Dinamikler" (15-17 Haziran 2011) adlı uluslararası iktisat kongresinde sunulan bildirinin revize edilmiş halidir.

Giriş

Ülkelerin küresel boyuttaki ekonomik güçleri ve diğer ülkelere göre nispi üstünlükleri günümüzde daha çok milli gelir, kişi başına gelir, ihracat düzeyi gibi makro ekonomik göstergeler göz önünde bulundurulmuş olarak mukayese edilmekte ve ortaya koyulmaktadır. Hal böyle olunca, söz konusu değişkenlerin mikro boyutları arka planda kalmaktadır. Keza, günümüz dünyasında rekabet daha çok makro değişkenler üzerinden değil, ürün bazında ortaya çıkmakta ve küresel bir arenada sahne almaktadır. Bu bağlamda, ülkelerin küresel piyasalardaki rekabet avantaj ve dezavantajlarını ortaya koyabilmeleri, bu doğrultuda zamanında ve doğru politika tercihlerinde bulunabilmeleri için ürün ve sektör bazlı karşılaştırmalı analizler ve projeksiyonlar ortaya koymaları akılcı olacaktır.

Bu amaçla, çalışmada, Türkiye'nin 1980'li yıllardan itibaren benimsediği ihracata dayalı sanayileşme ve büyüme stratejisinin gerek oluşturduğu katma değer, gerekse sağladığı istihdam bağlamında nüvesini teşkil eden tekstil ve hazır giyim sektörünün küresel piyasalardaki ihracat rekabet gücü ortaya koyulmaya çalışılmıştır. 59 adet tekstil ve 37 adet hazır giyim alt ürün grubunun rekabet gücü profili karşılaştırmalı üstünlükler bazında ortaya koyulmaya çalışılmış, açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarından (Balassa Endeksi, Vollrath Endeksi, İhracat-İthalat Oranı Endeksi) yararlanılmıştır.

Çok Elyaflılar Anlaşması'ndan Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması'na Geçiş

Dünya mal ticaretinin yaklaşık %6'lık payına sahip olan tekstil ve giyim ürünlerinin üretimi başlangıçta gelişmiş sanayi ülkelerinde yoğunlaşmıştır. Daha sonra gelişmekte olan ülkeler, emek yoğun ve nispi olarak daha düşük ve ucuz teknoloji kullandıkları için tekstil ve giyim ürünlerinde karşılaştırmalı üstünlükleri elde tutmuşlardır. 1950'den beri OECD ülkelerinde, gelişmekte olan ülkelere yapılan ucuz işgücüne dayalı ithalatla nasıl mücadele edileceği konusu üzerinde durulmuştur (Hoekman, 1995, s.206-207). Aynı zamanda, 1955'de Japonya'nın GATT'a girişi münasebetiyle konunun önemi daha da artmıştır. Zira, Japonya aynı zamanda gelişmekte olan ülke ve tekstil ürünleri ihracatçısıydı. Gelişmiş ülkelerdeki yurt içi sanayiler ucuz ithalattan olumsuz etkilenmiş; tekstil ve giyim eşyası üretiminin aşamalı bir şekilde gelişmekte olan ülkelere kayması sonucunda gelişmiş ülkeler kendi sanayilerini korumaya, sosyal baskı-

lar nedeniyle bazı ticareti kısıtlayıcı önlemler alması (Republic of Turkey Undersecretariat of Foreign Trade, 2002, s.48-49) ve ticaret kısıtlamalarında lobi oluşturmaya başlamışlardır.

Özellikle; Japonya, Mısır, İspanya ve Portekiz gibi ülkelerden yapılan ucuz tekstil ve giyim eşyası ithalatından yurt içi sanayilerin korunması amacıyla "gönüllü ihracat kısıtlamaları" uygulanmaya başlanmıştır. Bu dönemde "piyasa bozulması" kavramı GATT'da ilk defa yoğun bir şekilde tartışılmış, piyasa bozulmasını azaltmak için GATT içindeki Sürekli Tekstil Komitesi'ne tekstildeki ticaretin ortak düzenlenmesine yönelik uluslararası bir anlaşma yapılması önerisi getirilmiştir (Senti, 1998, s.73). Söz konusu çabalar sonucu, 1961'de 19 ülke imzasıyla "Kısa Dönem Pamuklu Sözleşmesi" yapılmıştır. 1962'de de, 5 yıl süreyle geçerli olacak "Uzun Dönem Pamuklu Sözleşmesi" yapılmış, süre sona erdiğinde Sözleşme 1970 yılına kadar uzatılmıştır. 1973 yılında imzalanıp, 1 Ocak 1974'de yürürlüğe giren Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) ile de; tekstil ve giyim eşyası ticaretinin sınırlandırıldığı ve sektördeki korumanın doruk noktasına ulaştığı şeklinde tarihin kayıtlarına geçen bir dönem başlamıştır (Öztürk, 1999, s.63).

Çok Elyaflılar Anlaşması, 1992 yılı toplam 187 milyar dolar rakamıyla dünya tekstil ve giyim ticaretinin önemli bir kısmını kapsamıştır. Anlaşma, gelişmiş sanayi ülkelerine çoğunlukla gelişmekte olan ülkelere ithal edilen tekstil ve giyim ürünlerine kota koyma olanağı tanımıştır. Ülkeler, Anlaşma çerçevesinde tek taraflı kısıtlamalar ve ikili anlaşmalar çerçevesinde tekstil ve giyim ticaretini sınırlamıştır (GATT, 1994, s.107). Tekstil ve giyim sektöründeki korumacı önlemler esasen politik nedenlere dayanmıştır. Gelişmiş ülkelerin; tekstil sanayilerinde istihdam ettikleri işgücünü başka sanayi dallarına kaydırmak amacını güden yapısal uyumu henüz gerçekleştirememiş olmaları dolayısıyla işgücünün önemli bir bölümünü bu sektörde istihdam etmelerine ve söz konusu ülkelerin ithalatlarını gelişme yolundaki ülkelerin ticaretini kısıtlamak suretiyle koruma altına almalarına neden olmuştur.

Çok Elyaflılar Anlaşması (MFA) ilk defa imzalandığında, temel amacının uzun vadede gelişmekte olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarına yardımcı olmak ve bu ülkelerin tekstil ve giyim ticaretindeki paylarını artırmak, ancak kısa vadede gelişmiş ülkelerin

söz konusu sektördeki yapısal sorunlarını çözünceye kadar sadece tekstil ürünlerinde korumacı önlemler alabilecekleri şeklinde olmasına rağmen; Anlaşma zaman içerisinde yenilenerek 4 defa uzatılmış ve tüm elyafılları da kapsayarak temel amacından tamamen sapmıştır. MFA sistemi bir taraftan içerdiği kuralların karmaşıklığı ve saydam olmayışı, diğer taraftan söz konusu kurallar çerçevesinde hazırlanan kota dağıtım sistemi esaslarının gelişme yolundaki ülke ihracatçılarına ekstra maliyet yükleyişi gibi hususlar dikkate alındığında, dünya tekstil ve giyim ticaretinin daralmasında baş etken olarak görülmüştür (Güzelhan, 1992, s.4).

Çok Elyafıllar Anlaşması kısmen tekstil ve giyim sanayilerinin dünyadaki birçok ülkeye yayılmasına da yol açmıştır. Zamanla bir ülkede kotalar daha sınırlayıcı hale geldikçe, yatırımlar sınırlamaların olmadığı ülkelere kaymıştır. Örneğin; Kore ihracatı üzerindeki sınırlamalar, yatırımların ASEAN ülkelerine (Tayland, Filipinler, Malezya ve Endonezya) kaymasına yol açmıştır (Uzay, 2005, s.61).

Tekstil ve giyimde uluslararası ticaret 30 yılı aşkın bir süre Çok Elyafıllar Anlaşması ve daha önce yapılan anlaşmalar altındaki miktar kısıtlamalarıyla yönlendirilmiştir. Uruguay Raundu'nun en önemli sonuçlarından biri, söz konusu sektördeki MFA kısıtlamalarının sona erdirilmesini sağlayan Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması'nın imzalanmasıdır (Macdonald, 2000, s.21).

Tekstil ve Giyim Eşyası Anlaşması ile MFA bazlı mevcut ticaret kısıtlamalarının kaldırılmasının 4 aşamada gerçekleşmesi kararlaştırılmıştır (ITC, 1999, s.165).

- Birinci Aşama; 1.1.1995'de ülkelerin 1990 yılı tekstil ve giyim ithalatlarına uyguladıkları miktar kısıtlamalarının %16'sı kaldırılacaktır.
- İkinci Aşama; 1.1.1998'de söz konusu miktar kısıtlamalarının %17'si kaldırılacaktır.
- Üçüncü Aşama; 1.1.2002'de kısıtlamaların %18'i kaldırılacaktır.
- Dördüncü Aşama; 1.1.2005'de kalan %49'luk kısım kaldırılacaktır.

Çok Elyafıllar Anlaşması'nın sona erdirilmesinin önemli bir başarı olduğu söylenebilir. Tekstil ve giyim sektörünün GATT sistemine entegrasyonunu

sağlayan Tekstil ve Giyim Anlaşması, müzakerelerde gelişmekte olan ülkelerin pozisyonundaki değişmeyi de yansıtır. Keza, anlaşma sonrası tekstil ve hazır giyim rekabet gücü düşük maliyetli üretim yapan Çin, Hindistan ve Pakistan gibi gelişmekte olan ülkelerin eline geçmiştir; A.B.D. ve A.B'de fiyatlar düşmüş, rekabet gücü azalmıştır (Landes, vd., 2005, s.3). Bunlara rağmen, serbest ticaret ortamının tam olarak sağlandığı ya da yakın bir gelecekte sağlanacağı söylenemez. Günümüzde çoğu ülkede pazara girişte yüksek tarife engeli devam etmektedir. Gelişmiş ülkeler tarafından ülke ayrımcılığı yapılmakta ve en büyük ihracatçı konumundaki gelişmekte olan ülkeler (ASEAN ülkeleri, Çin, Güney Asya ülkeleri vb.) ihracatlarında yüksek tarifelerle karşılaşmaktadır. Bununla birlikte, OECD ülkeleri üreticilerinin anti-damping önlemlerini artıran bir şekilde kullandığı ve kullanmaya devam edeceği yaygın bir kanaattir. Çok Elyafıllar Anlaşması'nın sona erdirilmesiyle (bu bağlamda gönüllü ihracat kısıtlamaların yasaklanması) anti-damping üzerinde çok daha fazla baskı yaratacaktır (Hoekman, 1995, s.207). Bu geçici koruma aracının disiplin altına alınmasının, MFA sonrası dönemde gelişmekte olan ülkelerin karşı karşıya gelmesi sonucunu doğurabileceği de muhtemeldir.

Rekabet Gücü; Kavramsal Analiz

Rekabet gücü, farklı kişiler ve çevrelerce farklı malalarda kullanılmaktadır. Rekabet gücü kavramı; bir ekonomist için "bir ülkenin ulusal verimliliğin ve yaşam standardının yansımaları olarak rakiplerine karşı daha iyi performans göstermesi", politika yapımcıları için "yeni düzenlemelerin iş çevrelerindeki rekabet edebilme yeteneğini değiştirebilmesi", işveren açısından ise "düşük maliyetle üretim yapan mal ve hizmetler için pazar payının yansımaları" olarak ortaya çıkan karlılık anlamına gelmektedir. Kısacası, rekabet gücü kavramı açısından herkes tarafından kabul edilebilir, kesin bir tanımlama yoktur. Bu bağlamda, rekabet gücü kavramının konuya, ihtiyaçlara ve amaca göre yorumlanması gerekmektedir (Saxena ve Lozac'h, 2010, s.16).

OECD, ülkelerin rekabet gücünü "bir ülkenin serbest ve adil piyasa koşulları altında, vatandaşlarının reel gelirlerini sağlarken ve artırırken, aynı zamanda uluslararası piyasaların ihtiyacını karşılayabilecek mal ve hizmeti üretebilmesi anlamına gelmektedir. Bazı bilim adamlarına göre birbiriyle rekabet eden ülkeler değil, ülkelerin firmalarıdır.

Michael E. Porter, gelişmiş ülkelerin ekonomik başarılarını nasıl sürdürdüklerini açıklayabilmek için karşılaştırmalı üstünlükler kavramını geliştirmiştir. Porter, rakiplerinden daha düşük maliyetlerle üretebilme ve aşırı maliyetleri nedeniyle ortaya çıkan yüksek fiyatları değiştirebilme yeteneğine sahip olmak olarak iki farklı karşılaştırmalı üstünlük kavramından söz etmiştir. Söz konusu avantajlardan en az birisine sahip olunması durumunda üstün bir firma veya ülkeden söz edilebilir (Porter, 1991, s.95-117). Porter, karşılaştırmalı üstünlük kavramıyla birlikte rekabet gücü kavramından da söz etmiş¹, her ikisinin de özünde karşılaştırmalı maliyetlerin yattığını ifade etmiştir. Bu bağlamda, bir ülkenin uluslararası piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerinin bulunmasının, aynı zamanda rekabet gücünün bulunması anlamına da gelebileceği söylenebilir.

Balassa'nın Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlük Katsayısı (Balassa Endeksi) Yardımıyla İhracat Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Karşılaştırmalı üstünlüğün altında yatan kaynakların belirlenmesinden ziyade, ülkenin belli mallarda rekabet gücüne sahip olup olmadığını ortaya koymaya çalışan Balassa Endeksi; herhangi bir malın ülkenin toplam ihracatındaki payının, söz konusu malın dünyanın toplam ihracatındaki payına oranını ifade eder. Diğer bir ifadeyle Balassa Endeksi; ülkenin bir maldaki yurtiçi uzmanlaşmasını dünyanın uzmanlaşmasıyla karşılaştırır (Steven, 2005, s.6). Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler katsayısı (BAKÜ) değeri, UN Statistics Office ve Standart International Trade Classification (SITC) verilerinden (UN Comtrade ve PC TAS) hesaplanabilir.

"j" ülkesinin "t" döneminde "k" malındaki açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısını Balassa aşağıdaki gibi formülize etmiştir (Balassa, 1965, s.99-123):

$$BAKÜ_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_t^j \right) / \left(X_{kt}^w / X_t^w \right)$$

BAKÜ endeksinin pay kısmı, malın ulusal ihracattaki payını (%); payda kısmı ise, söz konusu malın dünya toplam ihracatındaki payını temsil etmektedir (Mykhnenko, 2005, s.27). BAKÜ katsayısının sonucunun 1'den büyük çıkması; ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet avantajına sahip olduğunu ve uzmanlaştığını (Coxhead, 2007, s.1109), 1'den küçük

çıkması; ülkenin söz konusu malın ihracatında rekabet dezavantajına sahip olduğunu ve uzmanlaşmadığını göstermektedir. BAKÜ endeksinin 0 ile 1 arasında olması rekabet dezavantajını, 1 ile 2 arasında değer alması zayıf bir rekabet avantajını, 2 ile arasında değer alması orta derece rekabet avantajını, 4'den büyük olması güçlü rekabet avantajını işaret etmektedir.

Vollrath'ın Nispi İhracat Avantajı Katsayısı (Vollrath Endeksi) Yardımıyla İhracat Rekabet Gücünün Ölçülmesi

Vollrath'ın Nispi İhracat Avantajı Endeksi (VAKÜ), Balassa Endeksinden farklı olarak ülkenin ve malın çifte hesabını önlemektedir.

$$VAKÜ_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_{-kt}^j \right) / \left(X_{kt}^{-j} / X_{-kt}^{-j} \right)$$

$X_{kt}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malında "j" ülkesinin ihracatı

$X_{-kt}^j \rightarrow$ "t" döneminde "k" malı haricindeki "j" ülkesinin toplam ihracatı

$X_{kt}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde X_{kt}^j hariç "k" malında dünya ihracatı

$X_{-kt}^{-j} \rightarrow$ "t" döneminde X_{kt}^j ve X_{-kt}^j haricinde dünya toplam ihracatı

VAKÜ endeks değerinin sonuçlarının yorumu, Balassa Endeksi ile aynıdır.

İhracat-İthalat Oranı Endeksi

Herhangi bir malda, ülkenin ihracat payının, ithalat payına oranını ifade eder (Mikic, 2005, s.14).

$$İİO_{kt}^j = \left(X_{kt}^j / X_t^j \right) / \left(M_{kt}^j / M_t^j \right)$$

Balassa tarafından geliştirilen endeks, ülkenin belli bir malın dış ticaretine ilişkin ekonomik performansını, rekabet gücünü ve özellikle de uzmanlaşma düzeyini ifade eder. Öyle ki; $İİO_{kt}^j < 1$ ise ülke "k" malı ihracatında uzmandır, $İİO_{kt}^j > 1$ ise ülke "k" malı ihracatında uzman değildir (Balassa, 1977, 327-344).

Literatür Araştırması

M. Martimore ve R. Zamora tarafından yapılan çalışmada (Martimore ve Zamora, 1999, s.1-131); Kosta Rica'da hazır giyim üreticisi 16 firmanın (12'si yabancı, 4'ü yerli) ihracatındaki uluslararası rekabet gücüne ve rekabet gücünü etkileyen 3 faktöre ilişkin (küresel pazar şirket stratejileri, ulusal politikalar) analizler

1 Günümüz dış ticaretinde karşılaştırmalı üstünlükler artık rekabet gücü kavramı ile aynı anlamda kullanılır hale gelmiştir (Utkulu, 2005:6).

yapılmıştır. Kosta Rika'nın hazır giyim ihracatındaki ana pazarı A.B.D.'dir ve ülke firmaları söz konusu pazarda Asya ülkeleriyle yoğun bir rekabet yaşamaktadır. Asya ülkelerinin yoğun rekabeti karşısında, A.B.D. firmaları Kosta Rica firmalarını destekleme çabasıdadır. Bu çaba, Kosta Rika'nın A.B.D. pazarlarında Asya ülkelerine karşı rekabet avantajı kazanmasına yol açmıştır.

S. Smith ve F. Taşkesen, 1980-2001 yılları arasında Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin rekabet güçlerini analiz etmiştir. Buna göre, 1980'lerden itibaren Türkiye ekonomisi için önemli bir gelir kaynağı olan tekstil ve hazır giyim sektörü özellikle 1990'larla birlikte önemli bir hızla gelişmiştir. 1990'larda Türkiye ekonomisinin ortalama yıllık büyüme hızı yüzde 5.2 iken, söz konusu sektörlerin ki yüzde 12.2 olmuştur. Bununla birlikte, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün verimliliği oldukça düşük olup, İtalya'nın yarısı kadardır. AB pazarındaki ihracat rekabet gücünü tehdit eden en önemli faktör, rakip ülkelerdeki işgücü maliyet avantajı olarak Türkiye'nin karşısına çıkmaktadır. Türkiye, AB pazarlarında rakiplerine göre daha yüksek kalitede tekstil ve hazır giyim ürünü ihraç ederek söz konusu handikapı aşmaya çalışmaktadır (Smith ve Taşkesen, 2002, s.1-45).

International Development Research Center (Vietnam) Vietnam'ın tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü analiz etmiştir. Buna göre, özellikle hazır giyim ihracatında düşük ücretler ve güçlü işgücü dolayısıyla önemli bir rekabet gücü mevcuttur. Vietnam'ın, hazır giyim sektöründeki karşılaştırmalı üstünlükleri tekstil sektöründe kendisini göstermiştir (IDRC, 2001, s.1-60).

W.E. James ve M. Umamoto ise Asya ülkelerinin 1989-1996 dönemine ilişkin SITC 65 Tekstil ürünleri, SITC 84 Hazır giyim ürünlerinde A.B.D., Meksika ve Kanada (NAFTA) piyasalarındaki rekabet güçlerini analiz etmiştir. Yıllar itibariyle Kanada'nın Asya piyasalarından yaptığı tekstil ithalatı önemli derecede azalırken, NAFTA partnerlerinden yaptığı ithalat artmaktadır. Kanada'nın hazır giyim ithalatında da aynı yönde fakat düşük oranda bir Asya ülkelerinden NAFTA partnerleri lehine sapma mevcuttur. Meksika için de, Kore ve Tayvan haricinde aynı durum söz konusudur. Meksika'nın tekstil ithalatı yaptığı ülkelerin başında A.B.D. gelmektedir. Meksika, hazır giyim ithalatını Çin, Endonezya ve Tayland'dan ziyade Kanada'dan gerçekleştirmektedir. Tekstil ithalatı açısından A.B.D. için de NAFTA lehine bir durum söz

konusu ise de, hazır giyim ithalatı açısından durum farklıdır. Zira, A.B.D.'nin hazır giyim ithalatında Asya ülkeleri baskındır (James ve Umamoto, 1999, s.1-47).

Ö.A. Çakmak tekstil ve hazır giyim endüstrisinde iki ve üç haneli sektörlerle ilişkin Balassa Endeksini ve Vollrath Endeksini hesaplamış, her iki endeks türünde de Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim endüstrilerinin dünya piyasalarında karşılaştırmalı üstünlük ve rekabet gücüne sahip olduğunu ortaya koymuştur (Vollrath Endeksi sonuçlarına göre, SITC iki haneli ürün gruplarında rekabet gücü daha düşük çıkmıştır). Bununla birlikte, hazır giyim rekabet gücü tekstile göre daha yüksektir. 1989'dan günümüze Türkiye'nin söz konusu sektörlerdeki rekabet gücünde düşüşler yaşanmaktadır (Çakmak, 2005, s.65-76).

U.S. International Trade Commission tarafından yapılan çalışmada (USITC, 2004, s.1-583); A.B.D.'nin tekstil ve hazır giyim talebini karşılayan ihracatçı ülkelerin rekabet güçleri analiz edilmiştir. Buna göre, A.B.D. tekstil ve hazır giyim pazarında rekabet gücü en yüksek ülke Çindir. İşgücü maliyet avantajı bu durumun en önemli nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Çinden sonraki en güçlü ülke coğrafi rekabet avantajına sahip olan Meksika'dır. A.B.D. pazarındaki rekabet üstünlüğüne bakıldığında, Asya ülkelerinin önemli hakimiyeti dikkat çekmektedir. Bununla birlikte, Türkiye de A.B.D. tekstil ve hazır giyim pazarında önemli bir ihracatçı konumundadır.

S. Verma, Hindistan'ın dünya piyasalarında (özellikle de A.B.D. ve A.B.) tekstil ve hazır giyim sektörü ihracatındaki rekabet güçlerini analiz etmiştir. Buna göre, Hindistan'ın gerek A.B.D., gerekse A.B. piyasalarında tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü yüksektir. Bununla birlikte, Hindistan için sözü edilen piyasalarda en önemli tehdit olarak Çin gözükmektedir (Verma, 2002, s.1-52).

United State Agency International Development da; işgücü, elektrik, ulaştırma (kara, okyanus ve hava) maliyetlerini temel alarak Pakistan'ın tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücünü incelemiş; sözü edilen kategorilere göre Hindistan, Çin, Bangladeş ve Kamboçya ile kıyaslama yapmıştır. Sözü edilen ülkeler için en önemli pazar niteliğindeki A.B.D.'de, özellikle Bangladeş karşısında Pakistan'ın ve sözü edilen diğer ülkelerin rekabet gücü azalmaktadır. Zira, Bangladeş; ucuz emek ve ucuz elektrik maliyetli üretimini A.B.D. piyasasında ihracat rekabet gücüne çevirebilmeyi başarmıştır (USAID, 2009, s.1-15).

S.B. Saxena ve V.S. Lozac'h, Bangladeş'in 1994-2008 dönemine ilişkin hazır giyim ihracat rekabet gücünü analiz etmiştir. Bangladeş'in hazır giyim sektöründeki en büyük rakibi Çin'dir. Çin, Bangladeş için gerek ihracat benzerliği, gerekse pazar benzerliği bakımından önem taşımaktadır. Bununla birlikte, Bangladeş'in küresel piyasalarda düşük maliyet, nispeten yüksek kaliteli üretim ve pazar ile iyi ilişkiler kurma bağlamında avantajları mevcuttur. Bangladeş'in hazır giyim ihracatı hacim olarak azalmamakla birlikte, karlılık anlamında azalma mevcuttur. Bu da, ülkenin rekabet gücü bakımından kaygı verici bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır (Saxena ve Lozac'h, 2010, s.1-53).

D. Ulaş, A. Özer ve A. Koçak tarafından yapılan çalışmada (Ulaş, vd., 2005, s.1-16); Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü özellikle firma görüşleri ve sektörün sahip olduğu özellikler dikkate alınarak incelenmiştir. Türkiye'nin ihracat pazarlarındaki en önemli rakibi durumundaki Çin; ucuz ve verimliliği yüksek işgücü, düşük kur ve anti-rekabet politikaları sayesinde rekabet avantajına sahiptir. Bu bağlamda, üretim ve pazarlama sürecinde verimliliğin ve kalitenin artırılması Türkiye'nin Çin karşısında rekabet avantajı sağlamasına yol açabilecektir.

Z. Junli, Çin'in tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü analiz etmiştir (Junli, 2010, s.1-4). Buna göre, son 20 yıl üretim ve ihracat bakımından söz konusu sektörlerde dünya lideri olan Çin'in açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (rekabet gücü) önemli derecede azalmıştır (1980'de 5,17 iken 2007'de 3,80).

R. Kök ve O. Çoban ise Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücünü 1989-2001 dönemine ilişkin ölçülmüştür. Hesaplama ölçütü olarak Balassa Endeksi (açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı) kullanılmıştır. Türkiye'nin AB ülkeleri karşısındaki rekabet gücü oldukça yüksektir (Kök ve Çoban, 2005, s.68-81).

M. Bedrine, E. Parrish, N.L. Cassill ve W. Oxenham da ABD'nin tekstil ve hazır giyim sektörlerinin rekabet gücünü 13 şirketle yapılan görüşmeler ve elde edilen bilgiler ışığında ölçmüş, mevcut durumun nasıl geliştirilebileceğini ve rekabet gücünün nasıl artırılabilirliğini analiz etmiştir. Aşırı kapasite ve düşük verimlilik nedeniyle son yıllarda küresel piyasalarda A.B.D.'nin tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücü azalmıştır. Bununla birlikte, ithalata rakip mal üreten söz konusu sektörlerle ilişkin en önemli olum-

suz etki, düşük maliyetle üretim yapan ülkelere yapılan ithalattaki çarpıcı artışlardır (Bedrine, vd., 2008, s.1-25).

Kosta Rika'nın uluslararası piyasalarda hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünü OECD, Amerika Kıtası ve A.B.D.'deki pazar payıyla ölçen M. Martimore ve R. Zamora, Kosta Rika'nın özellikle A.B.D piyasasında ulusal politika ve rekabet stratejileri ile Asya Kaplanlarına karşı rekabet edebildiğini ortaya koymuştur (Martimore ve Zamora, 1999, s.1-131)

E. Taymaz tarafından yapılan çalışmada da (Taymaz, 2002, s.1-24); Türkiye'nin A.B. ve A.B.D. pazarlarındaki tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü analiz edilmiştir. Türkiye'nin gerek A.B., gerekse A.B.D. pazarlarındaki rekabet gücü yüksektir ve artmaktadır. Bununla birlikte, Türkiye'nin A.B. pazarlarındaki rekabet gücü A.B.D. pazarlarına göre daha yüksektir.

Türkiye Kalkınma Bankası tarafından yapılan çalışmada (Türkiye Kalkınma Bankası, 2012, s.1-1035); Türkiye'de tekstil sektörünün rekabet gücü Balassa Endeksine göre ele alınmıştır. Buna göre tekstil sektörü imalat sanayi içinde rekabet gücü en yüksek 4. sektördür. 2005-2008 yılları arasında rekabet gücünde azalma ortaya çıkmıştır.

N. Alüftekin, Ö. Yüksel, A. Taş, G. Çakar, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektöründeki rekabet gücünü kümelenme perspektifinde ele almıştır. Buna göre, bir ağ yapısı içinde üretim bölgeleri oluşturularak, kümelenme modeliyle söz konusu sektörlerde rekabet gücünün artırılması gerekmektedir (Alüftekin, Yüksel, Taş ve Çakar, 2009, s.1-19).

N. Kanoğlu ve Ç.E. Öngüt, Dünyada ve Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörünün mevcut durumunu ortaya koymak suretiyle geleceğe yönelik perspektif sunmuştur. Buna göre, gelişmekte olan ülkelerde sözü edilen sektörlerde rekabet gücü yüksekse de, üretimde sağlanan katma değer artışı bakımından gelişmiş ülkeler avantajlı durumdadır (Kanoğlu ve Öngüt, 2003, s.1-62)

Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Türkiye ve Diğer Gelişmekte Olan Ülkeler Açısından Önemi, Yapısal Özellikleri, Perspektifi

Gelişme yolundaki birçok ülkede tekstil ve hazır giyim sektörü, sanayileşmenin ilk adımını oluşturmuş ve sanayileşme çabası içerisine giren ülkelerin bu çabalarını gerçekleştirebilmesinde kilit rol üstlenmiştir.

Bu sektör hem genel ihracat içerisindeki payı, hem de üretim sürecinde yaratılan katma değer bakımından ekonomik kalkınma sürecindeki ülkeler açısından vazgeçilmez olmuştur. Ekonomik gelişmenin ve refahın artmasının temelini oluşturan sanayileşmede itici güç olan tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'de de 1980'li yıllardan itibaren benimsenen ihracata dayalı büyüme modelinin başarıyla uygulanabilmesinde önemli bir unsur olmuştur (ŞENOL, s.1).

Tekstil ve özellikle hazır giyim sektörü, Türkiye gibi yoğun genç nüfusa sahip ülkelerde önemli bir istihdam kaynağı olma özelliğine sahiptir. Sektörün üretim ve ticareti uzun yıllar boyunca ağırlıklı olarak gelişmiş ülkelerde yoğunlaşmıştır. Üretimde ve ticaretle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin payı ise günümüzde sürekli artmaktadır. Tekstil üretimi elyaf üreticisi ülkelere, hazır giyim üretimi ise işgücü maliyetlerinin ucuz olduğu ülkelere kaymaktadır. Ekonomik kalkınmanın ileri aşamasına geçmiş gelişmiş ülkelerde tekstil ve hazır giyim sektörünün imalat sanayi üretimi içindeki payı sürekli azalırken, gelişmekte olan ülkelere sektörün imalat sanayi üretimi içindeki payı artmaktadır. Özellikle hazır giyim ticaretinde en önemli ihracat pazarları gelişmiş ülkeler olup bunun süreceği de beklenilmektedir (DTM, 2004, s.84).

Tekstil ve hazır giyim sektörü birlikte değerlendirildiğinde, gayri safi yurtiçi hasıla, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki payı, ihracatı, ekonomiye sağladığı net döviz girdisi, istihdama katkısı, yapılan yatırımlar, dışa açıklık ve makro-ekonomik büyüklükler açısından Türkiye'nin birinci sektörü konumdadır (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5). Tekstil ve hazır giyim sanayi ülkemiz GSYH'nin yaklaşık % 10'unu sağlamaktadır. Tekstil ve hazır giyim, aynı zamanda ihracat performansı açısından da dünyanın belli başlı sektörleri arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, toplam ihracatının yarısına yakını AB ülkelerine gerçekleştiren Türkiye, tekstil ve hazır giyim ihracatının da önemli bir kısmını aynı piyasaya gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda, tekstil ve hazır gi-

yim, AB'ye uyum ve üyelik sürecinde en hızlı yol alan sektörlerin başında gelmektedir (Çetin, 2006, s.257).

AB'nin tekstil ve hazır giyim sektöründe üçüncü ülkelerden gerçekleştirdiği ithalat 2009 yılında € 74,9 milyar'dır. AB'de, hazır giyim sektöründe toplam € 57,3 milyar olarak gerçekleşen ithalatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında € 25,6 milyar ile Çin ilk sırada yer alırken, bu ülkeyi € 6,9 milyar ile Türkiye ve € 5,1 milyar ile Bangladeş izlemektedir. AB'de tekstil sektöründe toplam € 17,6 milyar olarak gerçekleşen ithalatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında da € 5,1 milyar ile Çin ilk sırada yer alırken, ikinci sırada € 2,9 milyar ile Türkiye, üçüncü sırada da € 1,9 milyar ile Hindistan yer almaktadır (İSO, 2010, s.10). Söz konusu veriler, AB piyasasında Türkiye'nin hem tekstil, hem de hazır giyim ihracatındaki ana rakibinin Çin olduğunu göstermektedir.

Dünyanın 5.büyük hazır giyim ihracatçısı konumunda olan Türkiye'de, ihracatın %80 gibi önemli bir bölümü pamuklu ürünlerden oluşmaktadır. Küresel krizin etkisiyle gerileyen ve 2009 yılında \$ 11,2 milyar seviyesinde gerçekleşen hazır giyim ihracatında AB ülkeleri yaklaşık %75'lik pay oluşturmaktadır. İhracatın en yoğun olduğu ülkeler sıralamasında Almanya, İngiltere, İspanya ve Fransa başı çekmektedir. Hazır giyim sektöründe Türkiye'nin en önemli rakipleri düşük ihracat fiyatlarına sahip olan Uzakdoğu ülkeleridir. 2005 yılında tekstil ve hazır giyim ticaretindeki kotaların kalkmasıyla dünyanın en büyük hazır giyim üreticisi ve ihracatçısı haline gelen Çin, sektördeki lider konumunu güçlendirmiştir. Türkiye, tekstil sektöründe de ihracatının önemli bir bölümünü Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya ve Hollanda gibi AB ülkelerine ve A.B.D.'ye yapmaktadır (İSO, 2010, s.10-11).

Türk tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin yapılan SWOT analizi (Tablo 1), sektörün güçlü yönlerinin ve fırsatlarının çokluğu kadar, zayıf yönlerinin ve tehditlerinin de çokluğunu ortaya koymaktadır (Ulaş, vd., 2008, s.2).

Tablo 1. Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörüne İlişkin SWOT Analizi

GÜÇLÜ YÖNLERİ	ZAYIF YÖNLERİ
-Hız -Esneklik -Eğitimli işgücü -Tecrübe -Doğal kaynaklar -Marka bilinci -Know-how -Pamuk üreticisi olması	-İşgücü maliyetleri -Hammadde maliyetleri -Enerji maliyetleri ve dalgalanmaları -Pazarlama ve dağıtım kanalı sorunları -Kamu ve özel sektör kaynak yetersizliği -Ekonomik ve politik istikrarsızlık -Stratejik ortaklık kurulmaması -Sektörün doymuşluğu -Kayıt dışılığın yaygınlığı
FIRSATLAR	TEHDİTLER
-AB pazarına ve gelişen pazarların birçoğuna yakınlık -Komşu ülkelerle ticaretin gelişmesi -2005 sonrası Çin, A.B.D. ve Japonya'ya giriş kolaylığı	-Dünyada kotaların kalkması dolayısıyla Çin'in oluşturduğu haksız rekabet ortamı -İhracat benzerliği bulunan ülkelerin (Asya ülkeleri) maliyet avantajı -Uluslararası rekabetin artması -Çin'in üretimde katma değerinin artması

Kaynak: (Ulaş, vd., 2008, s.2).

Fransız Moda Enstitüsü (IFM) ile birkaç kuruluşun ortaklaşa hazırladıkları "Tekstil ve Hazır giyim Sektöründe 2005 Ticaret Serbestisinin Etkileri" başlıklı raporun; işgücü, hammadde, ekipman ve pazarlama gibi faktörleri tablolara dayalı olarak detaylı bir şekilde analiz eden genel değerlendirmesine göre, Çin, Türkiye ve Güney Kore en rekabetçi ülke konumunda olan ülkelerdir (Tablo 2).

Tablo 2'de, tekstil ve hazır giyim sektöründe işçilik ve ilgili faktörlere ilişkin rekabet gücü değerlendirmesi, 0-5 arasında değişen bir puanlama sistemi ile yapılmıştır. Rekabet gücü göstergesi açısından bir ülke zayıf ise, 0'a yakın bir puan alırken, rekabet gücü yüksek olduğu alanlarda ise 5 ya da 5'e yakın bir değer almaktadır. Örneğin, işçilik ile ilgili faktörleri değerlendiren söz konusu tabloda Türkiye ve Hindistan'ı ele alırsak,

Tablo 2. İşçilik ile İlgili Faktörler: Ülkelerin Avantaj Durumları

İşçilik ve Know How	İşçilik Ücreti	Birim Maliyet	İşçi Sağlama	Operasyon Becerisi	Yönetim Becerisi	Örme/dokuma Bilgisi	Terbiye/Boyama Bilgisi	Konfeksiyon/Örme Bilgisi	Genel Ortalama
Çin	4	5	5	5	4	4	3	5	4
Hindistan	4	4	5	4	3	4	2	4	3
Pakistan	5	3	5	4	3	3	1	2	2
Bangladeş	5	3	5	4	3	2	1	4	2
Güney Kore	0	1	1	5	5	5	5	5	2
Türkiye	2	3	4	4	4	5	4	5	3
Bulgaristan	3	4	3	5	3	4	3	5	3
Romanya	3	4	4	5	3	3	3	5	3
Fas	2	3	4	4	3	2	2	4	2
Tunus	2	3	3	4	3	2	2	4	2

Kaynak: (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5)'den; (Consolidated Report, 2004).

Not: 0: Rekabet gücü yok

5: Rekabet gücü çok yüksek

işçi ücretlerinin Hindistan'da düşük olması, Hindistan açısından bir avantaj sağlamaktadır. Hindistan'ın bu faktör açısından rekabetçi olduğunu gösteren değer olarak 5 puan verilmiştir. Türkiye'de işçi ücretlerinin yüksek olması, Hindistan'a kıyasla bir dezavantaj olup Türkiye'nin rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Bu alanda Türkiye'nin rekabet gücünün düşük olduğunu gösteren 2 puan verilmiştir.

Bir ülkenin verimlilik konusundaki rekabetçiliği başarının anahtarıdır. Bu çerçevede genel faktörlere göre sonuçlar değerlendirildiğinde (Tablo 3); Hindistan, Pakistan, Bangladeş ve bir ölçüde Fas verimlilik konusunda başarısız olurken, Çin ve Türkiye oldukça başarılıdır.

Tablo 3. Genel Faktörler: Ülkelerin Avantaj Durumları

Genel Faktörler	Finansman Sağlama			Enerji Maliyeti		İşletme Maliyeti		Tasamacılık	Altyapı	Genel Ortalama
	Finansman Sağlama	Enerji Maliyeti	İşletme Maliyeti	Tasamacılık	Altyapı	Genel Ortalama				
Çin	5	4	3	4	3	4	3	4		
Hindistan	3	2	1	3	2	2	2	2		
Pakistan	3	3	1	2	1	1	1	1		
Bangladeş	2	2	1	2	1	1	1	1		
Güney Kore	4	3	4	4	5	4	4	4		
Türkiye	2	3	5	5	5	4	4	4		
Bulgaristan	1	3	4	4	2	3	3	3		
Romanya	2	3	4	4	3	3	3	3		
Fas	2	2	2	4	2	2	2	2		

Kaynak: (T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü, 2010, s.5)den;
(Consolidated Report, 2004).

Not: 0: Rekabet gücü yok 5: Rekabet gücü çok yüksek

Güney Kore bu anlamda gelişmiş bir ekonomi ve sağlam altyapısı nedeni ile iyi bir pozisyonda iken, gelişmişlikten de kaynaklanan nedenlerden ötürü fiyat rekabeti açısından negatif bir görüntü çizmektedir.

Tablo 4. Tekstil Dış Ticaretinde Dünya Sıralaması (2009, \$)

İHRACAT			İTHALAT		
Ülke	Değer	%	Ülke	Değer	%
Çin	59.823.502.481	29,2	A.B.D.	19.211.316.633	10,7
Almanya	12.089.433.000	5,9	Çin	14.944.663.252	8,3
İtalya	11.791.326.731	5,7	Almanya	11.248.522.000	6,2
Hong Kong	9.975.598.270	4,9	Hong Kong	9.964.335.037	5,5
A.B.D.	9.914.605.132	4,8	Fransa	6.973.695.948	3,9
Güney Kore	9.155.442.769	4,5	İtalya	6.958.839.890	3,9
Hindistan	9.110.503.462	4,4	Japonya	6.741.737.958	3,7
Türkiye	7.723.826.434	3,8	İngiltere	6.109.241.269	3,4
Pakistan	6.509.645.182	3,2	Vietnam	5.468.630.871	3,0
Belçika	6.199.169.170	3,0	Türkiye	4.718.389.638	2,6
Japonya	6.109.385.997	3,0	Meksika	4.196.530.868	2,3
Fransa	5.608.281.402	2,7	İspanya	3.848.861.342	2,1
Hollanda	3.997.393.526	1,9	Belçika	3.671.343.720	2,0
İspanya	3.590.111.544	1,8	Kanada	3.568.654.279	2,0
İngiltere	3.445.640.705	1,7	Güney Kore	3.536.259.512	2,0

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Tablo 4, dünya tekstil ihracatı ve ithalatındaki sıralamayı ifade etmektedir. Buna göre, dünya tekstil ihracatının 1/3'üne yakını sadece Çin tarafından gerçekleştirilmektedir. Dünya tekstil ihracatının %3,8'ini gerçekleştiren Türkiye 8. sırada yer almaktadır. Dünya tekstil ithalatında da A.B.D. ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte; Çin, Almanya, A.B.D., Hong Kong ve İtalya tekstil ihracatında ve ithalatında önemli derecede payı olan ülkelerdir. Bu durum, söz konusu sektörde, sözü edilen ülkelerin önemli oranda endüstri içi ticaret gerçekleştirdiklerini göstermektedir.

Tablo 5. Hazır Giyim Dış Ticaretinde Dünya Sıralaması (2009, \$)

İHRACAT			İTHALAT		
Ülke	Değer	%	Ülke	Değer	%
Çin	107.263.731.362	34,0	A.B.D.	72.064.172.023	22,6
Hong Kong	22.825.690.309	7,2	Almanya	30.552.483.000	9,6
İtalya	19.617.089.673	6,2	Japonya	25.552.039.129	8,0
Almanya	16.489.538.000	5,2	İngiltere	21.860.536.867	6,9
Hindistan	12.004.893.437	3,8	Fransa	21.072.122.529	6,6
Türkiye	11.555.926.527	3,7	İtalya	15.539.618.865	4,9
Fransa	10.042.123.287	3,2	Hong Kong	15.507.612.135	4,9
Vietnam	8.539.539.681	2,7	İspanya	13.270.242.877	4,2
Belçika	8.355.666.493	2,7	Belçika	8.910.285.557	2,8
İspanya	7.641.303.750	2,4	Hollanda	8.521.354.796	2,7
Hollanda	5.982.041.887	1,9	Kanada	7.559.994.353	2,4
Endonezya	5.915.036.522	1,9	İsviçre	5.242.454.872	1,6
İngiltere	5.247.239.929	1,7	Avusturya	5.068.507.860	1,6
A.B.D.	4.179.775.403	1,3	Rusya	4.075.152.018	1,3
Meksika	4.112.818.709	1,3	Avustralya	4.058.026.218	1,3

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Tablo 5, dünya hazır giyim ihracatı ve ithalatındaki sıralamayı ifade etmektedir. Buna göre, Çin'in dünya hazır giyim ihracatındaki payı, tekstil ihracat payına oranla daha yüksektir (1/3'ünden daha fazlası). Dünya hazır giyim ihracatının %3,7'ini gerçekleştiren Türkiye, 6. sırada yer almaktadır. Bu durum, Türkiye'nin hazır giyim ihracatında, tekstil ihracatına oranla dünya piyasalarında daha hakim olduğunu ifade etmektedir. Dünya tekstil ithalatında olduğu gibi, hazır giyim ithalatında da A.B.D. ilk sırada yer almaktadır. Bununla birlikte, dünya tekstil ithalatının 1/10'unu gerçekleştiren A.B.D., dünya hazır giyim ithalatının 1/5'inden fazlasını gerçekleştirmektedir.

Tablo 4 ve Tablo 5 birlikte incelendiğinde, Türkiye'nin hazır giyim sektöründe, tekstil sektörüne oranla önemli düzeyde net ihracatçı olduğu görülmektedir. Keza, Türkiye'nin hazır giyim net ihracatı \$ 9 milyar civarında iken, tekstil net ihracatı \$ 3 milyar civarındadır.

Türk Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün İhracat Rekabet Gücünün Belirlenmesi

Türkiye'nin gerek tekstil, gerekse hazır giyim ihracatının toplam ihracat içindeki payı yıllar itibariyle istikrarlı bir şekilde azalmaktadır (Tablo 6). Söz konusu

azalış, tekstil sektörüne oranla hazır giyimde daha çarpıcıdır. Bununla birlikte, söz konusu sektörlerin ihracatındaki rekabet gücünün ortaya koyulması bağlamında, sadece ihracat ve ithalat verilerinin varlığı yeterli değildir.

Tablo 6. Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim İhracatının Yıllar İtibariyle Gelişimi (2009, \$)

Yıllar	Tekstil İhracat	Hazır Giyim İhracat	Toplam İhracat	Tekstil İhracat (%)	Hazır Giyim İhracat (%)	Tekstil + Hazır Giyim İhracat (%)
1993	1.592.262.475	4.339.448.391	15.343.000.000	10,4	28,3	38,7
1994	2.194.370.305	4.581.636.829	18.106.000.000	12,1	25,3	37,4
1995	2.526.550.016	6.118.750.720	21.637.000.000	11,7	28,3	40,0
1996	2.722.355.000	6.067.031.000	23.224.000.000	11,7	26,1	37,8
1997	3.352.044.000	6.697.157.000	26.261.000.000	12,8	25,5	38,3
1998	3.548.964.000	7.057.660.000	26.974.000.000	13,2	26,2	39,3
1999	3.477.802.000	6.515.963.000	26.588.000.000	13,1	24,5	37,6
2000	3.672.206.000	6.533.091.000	27.775.000.000	13,2	23,5	36,7
2001	3.942.657.000	6.661.063.000	31.334.000.000	12,6	21,3	33,8
2002	4.244.052.000	8.056.601.000	36.059.000.000	11,8	22,3	34,1
2003	5.261.660.000	9.961.744.000	47.253.000.000	11,1	21,1	32,2
2004	6.428.472.000	11.193.376.000	63.167.000.000	10,2	17,7	27,9
2005	7.075.503.000	11.833.107.000	73.476.408.000	9,6	16,1	25,7
2006	7.584.693.289	12.051.921.797	85.478.556.000	8,9	14,1	23,0
2007	8.942.139.378	13.886.333.453	107.271.000.000	8,3	12,9	21,3
2008	9.399.326.853	13.590.731.811	132.027.000.000	7,1	10,3	17,4
2009	7.723.826.434	11.555.926.527	102.129.000.000	7,6	11,3	18,9

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca derlenmiştir.

Çalışmada, Türk tekstil ve hazır giyim sektörünün SITC Rev3 4 haneli mal gruplarının 1993-2009 yılları arasındaki ihracat rekabet gücünün belirlenmesi amacıyla açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayılarından (AKÜ endeksi) yararlanılmıştır. Bu bağlamda, Balassa'nın AKÜ endeksi, Vollrath'ın AKÜ endeksi, söz konusu endekslerin logaritmik versiyonları ile İhracat-İthalat Oranı endeksi kullanılmıştır.

Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü

Balassa Endeksi ve Vollrath Endeksi sonuçları ele alındığında (Tablo 7); Türkiye, SITC Rev3 4 haneli bazda tekstil sektörüne ait 59 adet ürünün 43'ünün ihracatında rekabet avantajına (karşılaştırmalı üstünlüğe) sahiptir. Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu 43 üründen 22'sindeki üstünlüğü "güçlü" derecededir. Türkiye'nin güçlü üstünlüklerinin en yüksek olduğu 5 ürün grubu sırasıyla SITC-6593 "Kilim, el dokumaları", SITC-6581 "Ambalaj torbası ve çuvallar", SITC-6564 "Tüller", SITC-6585 "Perdeler"

ve SITC-6592 "Yün sarma halı, yer kaplama" dır. Değişkenlik katsayıları analiz edildiğinde, Türkiye'nin ihracatında güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürünlerin, diğerlerine oranla daha istikrarlı olduğu göze çarpmaktadır. Tekstil sektörüne ait 59 adet ürün AKÜ katsayıları iki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); 30'unun ihracat rekabet gücünde ikinci dönemde artış olduğu görülmektedir.

Tekstil sektörü ihracatındaki uzmanlaşma düzeyi ele alındığında, ihracat-ithalat oranı endeksinden faydalanılmaktadır. Bu bağlamda, Türkiye, sözü edilen 59 adet ürünün 41'inin ihracatında uzmandır. İki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); 20 ürünün ihracatında uzmanlaşma düzeyinde ikinci dönemde artış gerçekleşmiştir. Türkiye'nin tekstil ihracatında uzmanlaşma düzeyinin en yüksek olduğu 3 ürün grubu sırasıyla SITC-6584 "Yatak çarşafı, masa örtüleri", SITC-6593 "Kilim, el dokumaları" ve SITC-6585 "Perdeler" dir.

Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat Rekabet Gücü

Balassa Endeksi ve Vollrath Endeksi sonuçları birlikte ele alındığında (Tablo 8); Türkiye, SITC Rev3 4 haneli bazda hazır giyim sektörüne ait 37 adet ürünün 34'ünün ihracatında rekabet avantajına (karşılaştırmalı üstünlüğe) sahiptir. Türkiye'nin rekabet avantajına sahip olduğu 34 üründen 24'üdeki üstünlüğü güçlü" derecededir. Türkiye'nin güçlü üstünlüklerinin en yüksek olduğu 5 ürün grubu sırasıyla SITC-8454 "Örme tişört, iç giyim", SITC-8428 "Kadın fanila, gecelik", SITC-8448 "Kadın örme kombinezon", SITC-8442 "Kadın örme takım elbise" ve SITC-8462 "Örme çorap" dır. Türkiye'nin SITC Rev3 4 haneli hazır giyim alt ürün gruplarından sadece 3'ünün ihracatın-

da rekabet dezavantajı durumu söz konusudur. Sözü edilen ürün grupları sırasıyla SITC-8482 "Plastikten kauçuk giyim eşyası", SITC-8484 "Şapkalar" ve SITC-8452 "Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış mensucat giyim eşyası" dır. Değişkenlik katsayıları analiz edildiğinde, tekstil ihracat rekabet gücünde olduğu gibi hazır giyim ihracat rekabet gücünde de, Türkiye'nin güçlü üstünlüğe sahip olduğu ürünlerin nispi istikrarı göze çarpmaktadır. Hazır giyim sektörüne ait 37 adet malın AKÜ katsayıları iki ayrı dönem itibarıyla ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); sadece 8'inin ihracat rekabet gücünde ikinci dönemde artış olduğu görülmektedir. Bu durum, Türk sanayisinin ve ihracatının lokomotif konumundaki hazır giyim sektörü açısından kaygı vericidir.

Tablo 7. Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma)

KOD	BALASSA ENDEKSİ					VOLLRATH ENDEKSİ					İHRACAT-İTHALAT ORANI ENDEKSİ							
	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK ÜD			
6511	1,3	0,2	0,8	1,7	43,6	ZÜ	1,3	0,2	0,8	1,7	43,9	ZÜ	0,7	-0,4	0,3	1,0	63,2	DZ
6512	2,5	0,9	2,1	3,0	50,4	OÜ	2,5	0,9	2,1	3,0	52,0	OÜ	6,4	1,9	4,5	8,9	84,3	GÜ
6513	5,5	1,7	7,1	4,4	38,8	GÜ	5,7	1,7	7,4	4,5	40,1	GÜ	2,2	0,8	2,9	1,8	62,1	OÜ
6514	1,7	0,5	1,2	2,1	38,1	ZÜ	1,7	0,5	1,2	2,1	38,4	ZÜ	1,0	0,0	0,7	1,2	46,2	DZ
6515	3,6	1,3	4,0	3,0	24,3	OÜ	3,6	1,3	4,1	3,1	24,5	OÜ	1,4	0,3	2,0	0,9	52,6	ZÜ
6516	4,4	1,5	4,7	4,1	20,3	GÜ	4,5	1,5	4,8	4,2	20,7	GÜ	0,9	-0,1	1,0	0,8	25,8	DZ
6517	0,3	-1,2	0,6	0,2	112,3	DZ	0,3	-1,2	0,6	0,2	112,8	DZ	0,1	-3,0	0,1	0,0	97,4	DZ
6518	7,6	2,0	9,0	6,5	18,0	GÜ	8,0	2,1	9,3	6,8	18,1	GÜ	2,0	0,7	3,1	1,2	54,6	ZÜ
6519	1,9	0,6	1,9	1,8	16,9	ZÜ	1,9	0,6	1,9	1,8	17,0	ZÜ	0,9	-0,1	1,1	0,7	38,3	DZ
6521	4,9	1,6	7,8	2,9	65,6	GÜ	5,1	1,6	8,1	2,9	67,4	GÜ	1,6	0,5	2,3	1,1	54,8	ZÜ
6522	3,8	1,3	5,6	2,3	49,0	OÜ	3,8	1,3	5,8	2,3	49,9	OÜ	1,3	0,3	2,3	0,6	74,5	ZÜ
6523	3,4	1,2	2,8	3,8	20,5	OÜ	3,4	1,2	2,8	3,9	21,0	OÜ	2,5	0,9	2,8	2,2	22,2	OÜ
6524	6,9	1,9	6,7	7,0	10,8	GÜ	7,1	2,0	6,9	7,3	11,5	GÜ	2,2	0,8	3,0	1,8	43,4	OÜ
6525	2,7	1,0	0,7	4,8	89,5	OÜ	2,8	1,0	0,7	5,0	91,3	OÜ	2,3	0,8	1,3	3,3	56,4	OÜ
6526	2,3	0,8	0,6	3,9	78,4	OÜ	2,3	0,9	0,6	4,0	79,3	OÜ	1,3	0,3	1,0	1,6	47,9	ZÜ
6529	1,2	0,1	1,1	1,4	69,2	ZÜ	1,2	0,1	1,1	1,4	69,8	ZÜ	1,7	0,5	2,6	1,3	76,8	ZÜ
6531	2,9	1,1	1,8	4,0	50,3	OÜ	3,0	1,1	1,8	4,1	51,8	OÜ	1,7	0,6	1,2	2,4	51,8	ZÜ
6532	0,5	-0,7	0,5	0,5	24,3	DZ	0,5	-0,7	0,5	0,5	24,4	DZ	1,0	0,0	1,0	0,9	39,3	DZ
6533	0,8	-0,2	0,7	1,0	41,3	DZ	0,8	-0,2	0,7	1,0	41,5	DZ	0,5	-0,7	0,5	0,6	58,4	DZ
6534	12,0	2,5	11,7	12,2	24,8	GÜ	12,9	2,6	12,5	13,3	26,1	GÜ	4,6	1,5	5,0	4,1	29,2	GÜ
6535	5,4	1,7	5,3	5,4	21,6	GÜ	5,5	1,7	5,5	5,6	22,0	GÜ	1,8	0,6	2,3	1,6	38,5	ZÜ
6536	6,8	1,9	10,2	4,0	58,2	GÜ	7,1	2,0	10,7	4,1	59,7	GÜ	1,4	0,3	2,0	0,9	50,8	ZÜ
6538	7,0	2,0	6,8	7,0	25,5	GÜ	7,3	2,0	7,0	7,3	26,0	GÜ	3,5	1,2	3,5	3,5	25,7	OÜ
6539	12,2	2,5	8,2	15,9	36,7	GÜ	13,3	2,6	8,4	18,0	41,0	GÜ	9,9	2,3	8,4	12,2	60,1	GÜ
6541	0,1	-2,4	0,1	0,1	84,2	DZ	0,1	-2,4	0,1	0,1	84,2	DZ	0,1	-2,1	0,1	0,1	68,0	DZ
6542	4,4	1,5	4,5	4,4	19,6	GÜ	4,5	1,5	4,6	4,5	20,0	GÜ	2,0	0,7	2,7	1,4	43,5	ZÜ
6543	0,9	-0,1	0,4	1,5	80,3	DZ	0,9	-0,1	0,4	1,5	81,0	DZ	0,2	-1,5	0,2	0,3	56,8	DZ
6544	0,9	-0,1	0,4	1,4	70,5	DZ	0,9	-0,1	0,4	1,4	70,9	DZ	0,3	-1,1	0,2	0,5	62,9	DZ
6545	0,2	-1,7	1,2	0,1	287,1	DZ	0,2	-1,7	1,2	0,1	289,8	DZ	0,1	-2,7	0,2	0,1	186,3	DZ
6546	0,5	-0,7	0,2	0,8	70,1	DZ	0,5	-0,7	0,2	0,8	70,2	DZ	0,5	-0,6	0,4	0,6	34,6	DZ
6549	2,2	0,8	2,9	1,8	64,7	OÜ	2,2	0,8	3,0	1,9	65,7	OÜ	2,4	0,9	3,3	1,6	55,6	OÜ
6551	3,8	1,3	4,0	3,7	18,1	OÜ	3,9	1,4	4,0	3,8	18,4	OÜ	3,6	1,3	3,8	3,6	48,3	OÜ
6552	3,9	1,4	3,4	4,5	33,4	OÜ	4,0	1,4	3,5	4,7	35,0	GÜ	4,3	1,5	3,1	5,5	43,8	GÜ

Tablo 7. Türkiye'nin Tekstil Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma) (Devamı)

6561	1,0	0,0	1,1	0,9	25,4	ZÜ	1,0	0,0	1,1	0,9	25,5	ZÜ	1,0	0,0	1,6	0,7	60,8	DZ
6562	1,4	0,3	0,7	2,0	56,0	ZÜ	1,4	0,3	0,7	2,0	56,5	ZÜ	1,2	0,1	1,0	1,3	35,8	ZÜ
6563	7,4	2,0	3,5	11,3	56,6	GÜ	7,9	2,1	3,5	12,2	59,6	GÜ	5,9	1,8	2,4	9,7	71,4	GÜ
6564	20,2	3,0	21,8	18,5	40,2	GÜ	22,9	3,1	24,4	21,6	43,5	GÜ	40,0	3,7	39,4	42,4	51,9	GÜ
6565	3,5	1,2	1,6	5,4	71,1	OÜ	3,6	1,3	1,6	5,6	73,2	OÜ	6,2	1,8	5,7	7,1	71,9	GÜ
6571	1,2	0,2	0,4	2,0	73,5	ZÜ	1,2	0,2	0,4	2,0	73,9	ZÜ	1,1	0,1	0,7	1,4	49,2	ZÜ
6572	0,9	-0,1	1,1	1,0	72,7	DZ	0,9	-0,1	1,1	1,0	73,4	DZ	0,5	-0,6	0,8	0,5	82,0	DZ
6573	1,3	0,2	1,1	1,4	22,7	ZÜ	1,3	0,2	1,1	1,4	22,8	ZÜ	1,1	0,1	0,8	1,3	32,7	ZÜ
6574	2,6	0,9	0,9	4,2	70,8	OÜ	2,6	1,0	0,9	4,3	71,8	OÜ	0,2	-1,5	0,0	0,6	155,6	DZ
6575	0,4	-0,9	0,6	0,3	58,7	DZ	0,4	-0,9	0,6	0,3	58,9	DZ	0,9	-0,1	1,5	0,5	74,2	DZ
6576	0,3	-1,1	0,6	0,2	98,1	DZ	0,3	-1,1	0,6	0,2	98,3	DZ	24,5	3,2	4,8	57,0	168,5	GÜ
6577	0,3	-1,4	0,1	0,4	55,3	DZ	0,3	-1,4	0,1	0,4	55,3	DZ	0,2	-1,7	0,1	0,3	51,1	DZ
6578	1,1	0,1	1,0	1,3	69,0	ZÜ	1,1	0,1	1,0	1,3	69,2	ZÜ	1,7	0,5	2,0	1,5	40,0	ZÜ
6579	10,7	2,4	13,1	8,5	26,8	GÜ	11,4	2,4	13,9	9,0	27,3	GÜ	8,9	2,2	8,9	8,8	35,2	GÜ
6581	20,9	3,0	23,5	18,2	24,7	GÜ	23,6	3,2	26,4	20,8	25,9	GÜ	47,8	3,9	54,0	43,5	33,9	GÜ
6582	0,8	-0,3	0,8	0,8	38,0	DZ	0,8	-0,3	0,8	0,8	38,2	DZ	3,6	1,3	6,0	2,6	98,0	OÜ
6583	5,0	1,6	6,4	3,8	31,9	GÜ	5,2	1,6	6,6	3,9	32,4	GÜ	21,1	3,1	23,9	22,5	57,6	GÜ
6584	12,8	2,5	12,6	12,9	22,0	GÜ	13,9	2,6	13,5	14,3	23,5	GÜ	157,9	5,1	168,4	153,0	41,6	GÜ
6585	15,1	2,7	19,3	11,0	38,6	GÜ	16,6	2,8	21,2	12,0	40,0	GÜ	108,0	4,7	159,4	72,3	66,9	GÜ
6589	0,8	-0,2	1,0	0,7	37,4	DZ	0,8	-0,2	1,0	0,7	37,6	DZ	3,1	1,1	3,6	2,7	42,0	OÜ
6591	0,3	-1,1	0,5	0,3	137,4	DZ	0,3	-1,1	0,5	0,3	137,9	DZ	1,0	0,0	0,8	1,3	118,6	DZ
6592	15,1	2,7	21,5	10,9	50,1	GÜ	16,5	2,8	24,1	11,8	54,4	GÜ	64,3	4,2	294,3	2,9	249,7	GÜ
6593	30,8	3,4	50,7	18,5	69,8	GÜ	38,6	3,7	70,0	21,0	88,9	GÜ	123,2	4,8	509,7	2,8	250,7	GÜ
6594	4,8	1,6	2,2	7,2	72,7	GÜ	5,0	1,6	2,3	7,7	75,2	GÜ	7,0	1,9	4,3	10,1	60,5	GÜ
6595	11,7	2,5	12,8	12,3	60,5	GÜ	12,9	2,6	13,5	15,1	76,3	GÜ	53,5	4,0	95,2	30,8	92,7	GÜ
6596	1,0	0,0	0,4	1,7	94,2	DZ	1,0	0,0	0,4	1,7	95,0	DZ	2,7	1,0	1,1	4,6	94,5	OÜ

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

AKÜ: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (Uygun ortalama şeklinde hesaplanmıştır. En büyük ve en küçük değerler ortalamaya katılmamıştır).

DK: Değişkenlik katsayısı

ÜD: Üstünlük derecesi

DZ: Dezavantaj

ZÜ: Zayıf derece üstünlük

OÜ: Orta derece üstünlük

GÜ: Güçlü üstünlük

Hazır giyim sektörü ihracatındaki uzmanlaşma düzeyinin ölçüldüğü ihracat-ithalat oranı endeksi incelendiğinde (Tablo 8); Türkiye, sözü edilen 37 adet malın 36'sının ihracatında uzmandır. Türkiye'nin ihracatında uzman olmadığı tek hazır giyim alt ürün grubu 8482 "Plastikten kauçuk giyim eşyası" dır. İki ayrı dönem itibariyle ele alındığında (1993-2000 ve 2001-2009 dönemleri); Türkiye'nin, 37 ürün grubundan sadece 1 tanesinin ihracatında (SITC-8431 "Er-

kek örme palto, kaban") ikinci dönemde uzmanlaşma düzeyi artmıştır. Bununla beraber, ikinci dönemde uzmanlaşma düzeylerindeki yüksek oranda azalışlar dikkat çekicidir. Türkiye'nin hazır giyim ihracatında uzmanlaşma düzeyinin en yüksek olduğu 3 ürün grubu sırasıyla SITC-8447 "Kadın örme bluz, gömlek", SITC-8448 "Kadın örme kombinezon" ve SITC-8416 "Erkek külot, fanila" dır.

Tablo 8.Türkiye'nin Hazır Giyim Sektöründe İhracat Rekabet Gücü (SITC Rev3 4 Haneli Sınıflandırma)

KOD	BALASSA ENDEKSİ						VOLLRATH ENDEKSİ						İHRACAT-İTHALAT ORANI ENDEKSİ					
	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD	AKÜ	LN AKÜ	1993-2000	2001-2009	DK	ÜD
8411	3,1	1,1	4,7	1,8	55,2	OÜ	3,1	1,1	4,8	1,8	56,2	OÜ	28,2	3,3	70,9	3,5	159,1	GÜ
8412	2,5	0,9	2,3	2,5	15,5	OÜ	2,5	0,9	2,4	2,6	15,7	OÜ	13,9	2,6	18,3	11,1	41,2	GÜ
8413	2,9	1,1	2,9	2,9	18,6	OÜ	2,9	1,1	3,0	2,9	19,0	OÜ	19,0	2,9	33,6	10,1	80,0	GÜ
8414	5,9	1,8	5,5	6,3	17,2	GÜ	6,2	1,8	5,6	6,6	18,1	GÜ	60,8	4,1	113,2	24,8	88,4	GÜ
8415	5,8	1,8	6,4	5,4	20,5	GÜ	6,0	1,8	6,6	5,6	21,1	GÜ	72,5	4,3	138,8	29,5	98,4	GÜ
8416	9,5	2,3	11,7	7,4	33,3	GÜ	10,0	2,3	12,4	7,8	34,1	GÜ	218,0	5,4	304,9	147,4	66,8	GÜ
8421	3,6	1,3	5,5	1,9	58,6	OÜ	3,7	1,3	5,7	2,0	59,4	OÜ	32,0	3,5	74,7	5,3	139,9	GÜ
8422	2,8	1,0	4,1	2,0	41,5	OÜ	2,9	1,1	4,1	2,0	42,1	OÜ	44,6	3,8	58,8	37,5	60,6	GÜ
8423	4,6	1,5	5,4	3,9	25,1	GÜ	4,8	1,6	5,5	4,0	25,4	GÜ	33,2	3,5	54,5	20,9	78,2	GÜ
8424	4,3	1,5	5,6	3,5	33,9	GÜ	4,4	1,5	5,7	3,5	34,7	GÜ	37,8	3,6	86,4	11,0	144,7	GÜ
8425	6,7	1,9	6,6	6,8	17,0	GÜ	6,9	1,9	6,8	7,1	17,6	GÜ	56,9	4,0	113,7	21,0	112,2	GÜ
8426	9,7	2,3	10,2	9,1	17,1	GÜ	10,4	2,3	10,8	9,9	17,8	GÜ	72,8	4,3	125,4	36,2	80,7	GÜ
8427	6,4	1,9	7,4	5,7	17,8	GÜ	6,6	1,9	7,6	5,9	18,1	GÜ	64,3	4,2	125,5	24,5	101,9	GÜ
8428	15,5	2,7	18,2	13,0	21,1	GÜ	16,9	2,8	19,9	14,2	21,3	GÜ	163,5	5,1	307,8	98,2	101,5	GÜ
8431	5,0	1,6	4,2	5,9	33,6	GÜ	5,2	1,6	4,3	6,2	35,2	GÜ	18,5	2,9	17,9	19,9	48,4	GÜ
8432	4,8	1,6	6,5	3,5	40,7	GÜ	4,9	1,6	6,7	3,6	41,5	GÜ	56,3	4,0	82,6	44,6	75,5	GÜ
8437	5,3	1,7	8,1	3,1	53,7	GÜ	5,5	1,7	8,5	3,2	55,1	GÜ	145,3	5,0	456,3	34,5	181,7	GÜ
8438	6,8	1,9	9,1	4,8	37,1	GÜ	7,1	2,0	9,5	5,0	37,9	GÜ	144,6	5,0	260,3	63,8	93,9	GÜ
8441	6,7	1,9	6,6	6,9	39,3	GÜ	7,0	1,9	6,7	7,2	40,9	GÜ	27,6	3,3	42,0	21,0	88,4	GÜ
8442	13,7	2,6	20,7	8,2	53,2	GÜ	15,0	2,7	23,4	8,7	56,9	GÜ	201,5	5,3	456,3	57,0	149,8	GÜ
8447	9,4	2,2	11,6	7,7	37,4	GÜ	10,0	2,3	12,3	8,2	38,7	GÜ	246,4	5,5	839,6	45,1	203,4	GÜ
8448	13,7	2,6	21,4	7,4	57,5	GÜ	15,0	2,7	24,0	7,8	60,6	GÜ	228,2	5,4	473,3	88,1	128,7	GÜ
8451	4,1	1,4	5,4	2,9	35,9	GÜ	4,1	1,4	5,5	3,0	36,4	GÜ	56,5	4,0	122,6	22,2	116,9	GÜ
8452	0,7	-0,3	1,7	0,2	148,6	DZ	0,7	-0,3	1,8	0,2	149,7	DZ	16,7	2,8	53,9	1,3	201,7	GÜ
8453	8,6	2,1	12,0	5,6	42,2	GÜ	9,2	2,2	13,2	5,9	44,2	GÜ	79,7	4,4	179,7	20,9	132,0	GÜ
8454	16,6	2,8	18,7	14,5	18,0	GÜ	18,7	2,9	21,0	16,5	18,6	GÜ	181,6	5,2	365,8	69,5	117,4	GÜ
8455	1,5	0,4	1,3	1,6	28,5	ZÜ	1,5	0,4	1,3	1,6	28,8	ZÜ	6,2	1,8	7,9	5,3	54,1	GÜ
8456	1,3	0,2	1,7	1,0	40,8	ZÜ	1,3	0,2	1,7	1,0	41,1	ZÜ	4,8	1,6	7,5	3,6	74,0	GÜ
8458	2,2	0,8	3,9	1,0	76,2	OÜ	2,2	0,8	3,9	1,0	77,2	OÜ	29,5	3,4	67,7	6,6	144,0	GÜ
8459	7,5	2,0	11,5	4,8	55,2	GÜ	7,9	2,1	12,2	5,0	57,6	GÜ	96,4	4,6	204,1	27,4	128,4	GÜ
8461	1,6	0,5	2,5	0,9	52,7	ZÜ	1,6	0,5	2,5	0,9	53,1	ZÜ	5,5	1,7	10,8	1,8	92,0	GÜ
8462	12,4	2,5	11,6	13,0	15,6	GÜ	13,4	2,6	12,3	14,4	17,1	GÜ	88,4	4,5	103,8	78,6	37,1	GÜ
8469	1,1	0,1	1,1	1,0	25,1	ZÜ	1,1	0,1	1,1	1,0	25,2	ZÜ	3,8	1,3	4,9	3,1	45,8	OÜ
8481	9,5	2,3	15,3	5,2	59,4	GÜ	10,1	2,3	16,7	5,4	62,8	GÜ	49,9	3,9	115,5	11,0	144,2	GÜ
8482	0,1	-1,9	0,1	0,2	35,1	DZ	0,1	-1,9	0,1	0,2	35,1	DZ	0,3	-1,2	0,3	0,2	29,0	DZ
8483	10,8	2,4	13,6	8,7	40,3	GÜ	11,5	2,4	14,6	9,2	42,1	GÜ	96,9	4,6	309,9	44,1	191,7	GÜ
8484	0,4	-1,0	0,4	0,3	34,0	DZ	0,4	-1,0	0,4	0,3	34,1	DZ	1,4	0,3	2,4	0,9	69,2	ZÜ

Kaynak: COMTRADE verileri kullanılarak tarafımızca hesaplanmıştır.

AKÜ: Açıklanmış karşılaştırmalı üstünlük katsayısı (Uygun ortalama şeklinde hesaplanmıştır. En büyük ve en küçük değerler ortalamaya katılmamıştır).

DK: Değişkenlik katsayısı

ÜD: Üstünlük derecesi

DZ: Dezavantaj

ZÜ: Zayıf derece üstünlük

OÜ: Orta derece üstünlük

GÜ: Güçlü üstünlük

Sonuç

Türkiye'nin 1993-2009 yılları arasında tekstil ve hazır giyim sektöründeki ihracat rekabet gücünü ölçmeyi amaçlayan bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran en önemli özellik, Türkiye'de tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin uluslararası rekabet gücü (Balassa ve Vollrath endeksi ile) ile birlikte yurtiçi uzmanlaşma düzeyinin (ihracat-ithalat oranı endeksi ile) aynı anda ölçülmesidir. Buna ilaveten, diğer çalışmalarda Balassa ve/veya Vollrath endeksi ile tekstil ve/veya hazır giyim sektöründeki rekabet düzeyine ilişkin daha dar kapsamlı analizler yapılmış olup, SITC Rev3 2 ve/

veya 3 haneli sınıflandırma ele alınmıştır. Bu çalışmada ise tekstil ve hazır giyim sektörüne ilişkin SITC Rev3 4 haneli tüm alt ürün grupları ele alınarak daha kapsamlı bir analiz yapılmıştır. Rekabet gücünü ölçen endekslerle birlikte, yurtiçi uzmanlaşma düzeyini ölçen ihracat-ithalat oranı endeksinin hesaplanması sonucu, Türkiye'de hazır giyim sektöründeki yurtiçi uzmanlaşma düzeyinin aynı sektördeki uluslararası rekabet gücüne oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır. Bu durum, Türkiye'nin hazır giyim ihracatındaki uzmanlaşma düzeyinin çok yüksek olduğunu

ifade etmektedir. Bununla birlikte, Türkiye, yurtiçinde yakaladığı uzmanlaşma düzeyini uluslararası alana aynı derecede taşıyamamış, yurtiçi uzmanlaşma düzeyi uluslararası piyasalarda bir miktar aşınmaya uğramıştır. Tekstil sektörü açısından ise sözü edilen durumun tersi söz konusudur.

Çok Elyafılar Anlaşması'nın sona erdirilmesi, GATT Tekstil ve Giyim Anlaşması'nın yürürlüğe girmesi ile birlikte tekstil ve hazır giyim rekabet gücü yüksek maliyetli üretim yapan ülkelerden nispi olarak düşük maliyetli üretim yapan gelişmekte olan ülkelerin eline geçmiştir. Düşük maliyetler dolayısıyla üretimde ve ihracatta fiyat avantajı bulunan Çin, Hindistan, Hong Kong, Endonezya, Vietnam gibi ülkeler artık dünya tekstil ve hazır giyim piyasalarında daha fazla söz sahibi olmaya başlamıştır. Söz konusu ülkelerin Türkiye ile ihracat benzerliği düşünüldüğünde, küresel piyasalardaki gelişmelerin Türk tekstil ve hazır giyim ihracat rekabet gücü açısından tehdit unsuru taşıdığı açıktır. Bununla birlikte, sözü edilen sektörlerde markalaşmanın sağlanamaması, gerekli ar-ge yatırımlarının yapılamaması, Türkiye'nin tekstil ve hazır giyim ihracatında piyasa çeşitlendirmesini başaramamış olması (piyasa yoğunlaşmasının yüksek olması), AB ülkelerinin toplam ihracattaki paylarının yüksek oluşu bir handikap olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gelişmeler, özellikle son yıllarda Türkiye'nin rekabet üstünlüklerinde azalma şeklinde kendisini göstermektedir.

Ekonomik gelişmenin ve refahın artmasının temelini oluşturan sanayileşmede itici güç olan tekstil ve hazır giyim sektörü Türkiye'de 1980'li yıllardan itibaren benimsenen ihracata dayalı büyüme modelinin başarıyla uygulanabilmesinde önemli bir unsur olmuştur. Bununla birlikte, Türkiye ihracatında lokomotif görevi gören tekstil ve hazır giyim sektörünün rekabet gücü son yıllarda giderek azalmaktadır. Mevcut durum analiz edildiğinde, Türkiye'nin hazır giyim ihracatındaki rekabet gücü tekstil ihracatındaki rekabet gücüne oranla daha yüksektir. Balassa Endeksi, Vollrath Endeksi ve İhracat-İthalat Oranı Endeksi ile hesaplanan açıklanmış karşılaştırmalı üstünlükler yardımıyla dinamik bir analiz yapıldığında; hazır giyim ihracatının rekabet gücündeki azalışın tekstil ihracatındaki rekabet gücündeki azalışa oranla daha yüksek olduğu görülmektedir.

Gerek tekstil, gerekse hazır giyim ihracatının hem toplam ihracat içindeki payının, hem de ihracat rekabet gücünün (karşılaştırmalı üstünlüklerin) azalması, ithalata rakip mal üreten söz konusu sektörler

açısından kaygı verici bir durumdur. Gayri safi yurtiçi hasıladada yaratılan katma değer, imalat sanayi ve toplam sanayi üretimindeki pay, ihracat, ekonomiye sağlanan net döviz girdisi, istihdama katkı, sağlanan vergi gelirleri, yatırımlar, dışa açıklık, tarıma dayalı sanayiye katkı, önsel ve gerisel bağlantı katsayıları gibi makro değişkenler dikkate alındığında; tekstil ve hazır giyim ihracatındaki rekabet gücünün artışına yönelik gereken politikaların ivedilikle oluşturulması gerekmektedir. Bu bağlamda, küresel piyasalarda karşılaştırmalı üstünlüklerin ve ihracat rekabet gücünün sağlanması açısından, üretim ve ihracat maliyetini azaltmaya yönelik vergi düzenlemelerine, işgücü, hammadde ve enerji maliyetlerinin düşürülmesine, ihracat teşviklerinin ve pazarlamada devlet yardımlarının arttırılmasına, ar-ge yatırımlarının arttırılmasına, markalaşmaya, üniversite-sanayi işbirliklerinin nicel ve nitel anlamda geliştirilmesine, üretim ve dağıtımda kalite düzeyini arttırmaya yönelik stratejilere öncelik verilmelidir.

Kaynakça

- Alüftekin, N., Yüksel, Ö., Taş, A., Çakar, G., Bayraktar, F. (2009).** Küresel Krizden Çıkışta Kümelenme Modeli: Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10):1-19.
- Balassa Bela (1965).** Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. *The Manchester School of Economic and Social Studies* 33(2): 99-123.
- Balassa Bela (1977).** Revealed Comparative Advantage Revisited: An Analysis of Relative Export Shares of The Industrial Countries (1953-1971). *The Manchester School of Economic and Social Studies*, 45(4): 327-344.
- Bedrine, M., Parrish, E., Cassill, N.L. ve Oxenham, W. (2008).** Measuring the Competitive Advantage of the US Textile and Apparel Industry. *Alfred P. Sloan Industry Studies, Annual Conference*.
- Beningo, S. (2005),** *Trade and Transportation Between the United States and China, and Between the United States and India*. 2006 Conference of the Society of Government Economists, Washington.
- Coxhead Ian (2007).** *A New Resource Curse? Impacts of China's Boom on Comparative Advantage and Resource Dependence in Southeast Asia*. *World Development* 35(7): 1099-1119.

- Çetin Ali Cüneyt (2006).** Türk Tekstil Sektörü ve Türk Tekstil Firmalarının Etkinlik Düzeylerinin Belirlenmesi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* 8(2): 1-24.
- DTM. (2004).** *Tekstil-Hazır Giyim Deri ve Deri Mamulleri Sektör Raporu*. Ankara.
- GATT. (1994).** *GATT Activities 1993-An Annual Review of The Work of The GATT*. Geneva.
- Güzelhan, C. (1992).** *Tekstil ve Konfeksiyon Sektörünün AT ve Türkiye İçin Önemi ve Dış Ticareti*. T.C. Başbakanlık Hazine ve Dış Ticaret Müsteşarlığı AT Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Hinloopen Jeroen ve Marrewick Charles Van (2001).** *On the empirical distribution of the Balassa Index², Review of World Economics*. 137(1): 1-35.
- Hoekman, B. (1995).** *The Political Economy of The World Trading System-From GATT to WTO*. Oxford University Press, New York.
- IDRC. (2001).** *The Liberalisation and Competitiveness of Selected Manufacturing Industries in Vietnam*.
- International Trade Center UNCTAD/WTO and Commonwealth Secretariat. (1999).** *Business Guide to The World Trading System*. Ceneva.
- İSO. (2010).** *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Sektör Rehberleri: Tekstil ve Hazır Giyim Sanayi 2010/16*. İstanbul.
- James, W.E. ve Umemoto, M. (1999).** *Rules of Origin and the Competitive Position of Asian Textiles and Apparel Producers in the North American Market*. ICSEAD, Working Paper Series 99-01.
- Junli, Z. (2010).** *The Competitiveness of Chinese Textile and Apparel Industry in Global Value Chain*. Internet Technology and Applications, 2010 International Conference on 20-22 August 2010.
- Kanoğlu, N. ve Öngüt, Ç. E. (2003).** *Dünyada ve Türkiye'de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye'nin Rekabet Gücü*. DPT, Yayın No:2668.
- Kök Recep ve Çoban Orhan (2005).** *Türkiye Tekstil Endüstrisi ve Rekabet Gücü: AB Ülkeleriyle Karşılaştırmalı Bir Analiz Örneği, 1989-2001*. İktisat İşletme ve Finans 20(228): 68-81.
- Landes, M., Macdonald, S., Singh, S.K. ve Vollrath, T. (2005).** *Growth Prospects for India's Cotton and Textile Industries*. USDA Outlook.
- Macdonald, S. (2000).** *The New Agricultural Trade Negotiations: Background and Issues for The U.S. Cotton Sector*. Economic Research Service/USDA, Cotton and Wool Situation and Outlook/CWS.
- Martimore, M. ve Zamora, R. (1999).** *The International Competitiveness of The Costa Rican Clothing Industry*. Division of Production, Productivity and Management of ECLAC.
- Mikic, M. (2005).** *Commonly Used Trade Indicators: A Note*. ARTNeT Capacity Building Workshop on Trade Research, UNESCAP.
- Mykhnenko, V. (2005).** *What Type of Capitalism in Eastern Europe? Institutional Structures, Revealed Comparative Advantages, and Performance of Poland and Ukraine*. Centre for Public Policy for Regions (CPPR) Discussion Paper, No:6.
- Öztürk H. (1999).** *Dünya Tekstil ve Konfeksiyon Ürünleri Ticaretine Uygulanan Ticaret Politikası Önlemlerinin Dünü, Bugünü ve Geleceğinin İrdenmesi*. Dış Ticaret Dergisi 4(12): 62-86.
- Porter M. (1991).** *Towards a Dynamic Theory of Strategy*. Strategic Management Journal 12: 95-117.
- Republic of Turkey Undersecretariat of Foreign Trade. (2002).** *Foreign Trade Strategy of Turkey*. Ankara.
- Saxena, S.B. ve Lozac'h, V.S. (2010).** *Competitiveness in the Garment and Textile Industry: Creating a Supportive Environment: A Case Study of Bangladesh*. The Asian Foundation, Occasional Paper No:1.
- Senti, R. (1998).** *WTO Regulation of World Trade After The Uruguay Round*. Zurich, Schulthess Polygraphischer Verlag.
- Smith, S. ve Taşkesen, F. (2002).** *Tekstile, Apparel and Leather Sector in Turkey*. PWC Consulting.
- T.C. Sanayi Genel Müdürlüğü. (2010).** *Tekstil, Hazır Giyim, Deri ve Deri Ürünleri Sektörleri*. Ankara.

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Müdürlüğü. (2012). Türkiye İmalat Sanayiinin Analizi, Ankara.

Ulaş, D., Özer, A. ve , Koçak, A. (2005). *Hazır Giyim Sektörü İçin Yön Haritası: Örnek Olay İncelemeleri*. 10. Ulusal Pazarlama Kongresi-Doğu Akdeniz Üniversitesi.

U.S. International Trade Commission. (2004). *Textiles and Apparel: Assessment of the Competitiveness of Certain Foreign Suppliers to the U.S. Market*. USITC Publication 3671.

USAID. (2009). *Cost Competitiveness of Pakistan's Textiles and Apparel Industry*.

Uzay Nisfet (2005). *Değişen Dünya Koşullarında Türkiye'de Tekstil ve Hazır Giyim Sektörünün Geleceği*. İktisat İşletme ve Finans 20(228): 54-67.

Verma, S. (2002). Export Competitiveness of Indian textile and Garment Industry. ICRIER Working Paper No:94.

Çakmak, Özge Aynagöz (2005). Açıklanmış Karşılaştırmalı Üstünlükler ve Rekabet Gücü: Türkiye Tekstil ve Hazır Giyim Endüstrisi Üzerine Bir Uygulama. (erişim tarihi 30 nisan 2008) (<http://eab.ege.edu.tr/pdf/5/C5-S1-2-M8.pdf>)

Şenol, Coşkun (2009). Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü. (erişim tarihi 1 mart 2011) (<http://www.gumrukkontrolor.org.tr/Yayinlar/Dergiler/61/11pdf.pdf>).

Taymaz, Erol (2002). Competitiveness of the Turkish Textile and Clothing Industries. (erişim tarihi 2 nisan 2011) (http://www.inovasyon.org/pdf/et.textile%20and%20clothing%20ind.15_09_02.pdf).

Ulaş, Dilber, Özer, Alper, ve Koçak, Akın (2008). Hazır Giyim Sektörü. (erişim tarihi 12mart 2011) (http://80.251.40.59/politics.ankara.edu.tr/ozel/Makalelerim/Hazir_GiyimSektoru.pdf).<http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011).

Ek Tablo 1. Tekstil Sektörü SITC Rev3 4 Haneli Ürün Sınıflandırması

6511	Yün iplikleri	6549	Dokumaya elverişli diğer maddelerden mensucat
6512	Pamuktan dikiş iplikleri	6551	Örne tüylü mensucat
6513	Pamuk ipliği	6552	Diğer örme mensucat
6514	Sentetik-suni elyaftan dikiş ipliği	6561	Kordelalar
6515	Tekstürize iplikler	6562	Dokunabilir maddelerden etiket, marka vb. eşya (şekilli kesilmiş)
6516	Sentetik filamentlerden dayanıklı iplikler	6563	Gipe iplik, monofil, şerit, turtul iplik, kordon, saçak, ponpon vb.
6517	Suni filament iplikleri, monofilamentler	6564	Tüller, diğer ağ mensucat, motif halinde dantel
6518	Monofilamentler-sentetik-suni devamsız lif iplikleri	6565	Parça, şerit veya motif halinde işlemler
6519	İpek ipliği, bitkisel iplikler, metalize cam iplikleri	6571	Keçeler
6521	Pamuktan, kadife, pelüş, bukledi, gaz mensucat	6572	Dokunmamış mensucat (emdirilmiş, sıvanmış olsun olmasın)
6522	Pamuktan, ağartılmamış mensucat	6573	Sıvanmış, emdirilmiş, kauçuklu, mensucat ve mamulleri
6523	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (≥ 85 , M2<200 gr)	6574	Dolgu maddeleri ile dikerek elde edilen kapitoneli mamuller
6524	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (≥ 85 , M2>200 gr)	6575	Sicim, kordon, ip, halat ve bunlardan mamuller
6525	Pamuk mensucat-pamuk (< 85 , M2<=200 gr)	6576	Şapka taslakları, keçeden diskler, silindirler
6526	Ağartılmış, boyanmış pamuk mensucat-pamuk (< 85 , M2>200 gr)	6577	Vatkadan mamuller, örme fitiller, mensucattan teknik eşya
6529	Diğer pamuk mensucat (M2<=200 gr)	6578	Dokumaya elverişli maddelerle kaplı ip ve halatlar
6531	Sentetik filament ipliklerden mensucat	6579	Mukavemetli poliamid esaslı ipliklerden teknik eşya
6532	Sentetik devamsız liflerden mensucat-elyaf (≥ 85)	6581	Ambalaj için torba ve çuvalar
6533	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-elyaf (< 85)	6582	Vagon, mavna örtüleri, dış storlar, çadır, yelken, şişme yataklar vb.
6534	Sentetik devamsız liflerden diğer dokumalar	6583	Battaniyeler; diz battaniyeleri
6535	Sentetik filament ipliklerden dokumalar	6584	Yatak çarşafı, masa örtüleri, tuvalet ve mutfak bezleri
6536	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-suni devamsız lif (≥ 85)	6585	Perdeler, iç storlar, perde diğer mefruşat eşyası
6538	Sentetik devamsız liflerden dokumalar-suni devamsız lif (< 85)	6589	Duvar halıları, kilimler, diğer hazır eşya
6539	Sentetik, suni liflerden kadife, pelüş ve turtul mensucat	6591	Yer kaplamaları
6541	İpek, ipek döküntülerinden mensucat	6592	Yünden, ince kıl vb. den düğümlü sarma halılar, yer kaplamaları
6542	Yün, ince hayvan kıllarından dokumalar	6593	Kilim, sumak, karaman vb. el dokumaları, yer döşemeleri
6543	Ağırlıkça < 85 yün-ince kıl dokumalar	6594	Tufte halılar, tufte yer kaplamaları
6544	Ketenden dokunmuş mensucat	6595	Koko liflerinden ve diğer elyaftan yer kaplamaları
6545	Jüt veya diğer bitki iç kabuğundan dokumalar	6596	Keçeden tufte-floke edilmemiş karolar, mensucattan diğer kaplama
6546	Cam elyaftan dokunmuş mensucat		

Kaynak: <http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011).

Ek Tablo 2. Hazır Giyim Sektörü SITC Rev3 4 Haneli Ürün Sınıflandırması

8411	Erkek için palto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık vb.	8442	Kadın için örme takım elbise, takım, ceket, blazer, etek, pantolon
8412	Erkek için takım elbiseler, mesleki kıyafetler	8447	Kadın için örme bluz, gömlek-bluzlar, gömlekler
8413	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için ceketler, blazerler	8448	Kadın için örme kombinezon, jüpon, jüp, slip ve külot, pijama
8414	Dokumaya elverişli maddelerden erkek için pantolon, şortlar	8451	Bebekler için giyim eşyası, aksesuarı
8415	Erkek gömlekleri	8452	Emdirilmiş, sıvanmış, kaplanmış vb. mensucattan giyim eşyası
8416	Erkek için külotlar, slipler, fanilalar, pijamalar, bornozlar vb.	8453	Örme kazak, süveter, hırka, yelek vb. eşya
8421	Kadın için manto, yağmurluk, kaban, kap, pelerin, rüzgarlık	8454	Örme tişört, fanila, atlet, kaşkorse ve diğer iç giyim eşyası
8422	Kadın için takım elbiseler, takımlar	8455	Sütyenler, korseler, pantolon askıları, jartiyerler vb.
8423	Kadın için ceketler, blazerler	8456	Yüzme kıyafetleri
8424	Kadın için elbiseler	8458	Kayak, mesleki kıyafetler
8425	Kadın için etekler, pantolon etekler	8459	Örme spor kıyafetleri
8426	Kadın için pantolon, tulum, şortlar	8461	Mendil, şal, eşarp, kaşkol, kravat, eldiven vb. (örülmemiş)
8427	Kadın için bluz, gömlek, gömlek-bluzlar	8462	Örme külotlu çorap, çorap, soketler
8428	Kadın için fanila, kaşkorse, kombinezon, jüpon, slip, gecelik vb.	8469	Örme eldivenler, giyim eşyasının diğer aksesuarı
8431	Erkek için örme palto, kaban, pelerin, anorak vb.	8481	Deri-köseleden giyim eşyası ve aksesuarı
8432	Erkek için örme takım elbiseler, takımlar, ceketler, blazerler	8482	Plastikten kauçuk giyim eşyası ve aksesuarı
8437	Erkek için örme gömlekler	8483	Kürkten, taklit kürkten giyim eşyası ve aksesuarı
8438	Erkek için örme külot, slip, gece gömlekleri, pijama, bornoz vb.	8484	Şapkalar, başlıklar, saç fileleri
8441	Kadın için örme manto, kaban, pelerin, anorak, rüzgarlık vb.		

Kaynak: <http://www.comtrade.org> (erişim tarihi 03 şubat 2011)

Alkopop Vergilerinin Gençlerin Alkol Tüketimi Üzerine Etkileri ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi

Evaluation of the Effects and Effectiveness of Alcopops Taxes on Juvenile Alcohol Consumption

Yrd. Doç. Dr. Filiz Ekinçi - Yrd. Doç. Dr. Deniz Turan

Öz

Özellikle ergenler arasında popüler bir içecek olan alkopoplar, yüksek derecede tatlandırılmış ve önceden karıştırılmış alkollü içeceklerdir. Bu yeni tür içeceğin başarısı, şekerli tadı, moda uyumlu özel dizaynı, ergenlere uygun reklamı ve imajla ilişkilendirilmesine bağlanmaktadır. Bu içecek imajı gençleri çekmekte ve sonuçta genç yaşta alkole başlamaya neden olmaktadır. Gençler arasında artan alkopop tüketimi, küçük yaşta erken alkol kullanımını teşvik ettiği ve daha çok içmelerine neden olduğu için eleştirilmektedir. Gençlerin sağlığı dikkate alınarak birçok ülkede alkopoplar üzerinden özel vergi alınması uygulamaları artmıştır. Bu vergiler alkol tüketimini azaltmanın yanında ek olarak devlet gelirlerini de arttırmaktadır.

Yapılan çalışma, alkopop türü içeceklerin temel özelliklerini, vergilendirilme nedenlerini ve alkopop vergilerinin alkol tüketimi üzerindeki etkisini açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır. Alkopop türü içecekler üzerinden alınan vergilerin etkinliğinin incelendiği bu çalışmanın bulguları şunlardır; Genç bireylerde alkol tüketiminin fiyat esnekliği, yaşlılara göre daha fazladır. Alkopop vergisi sonrasında bireylerin alkopop içeceklere olan talepleri azalmakta ancak vergi sonrası alkopop tüketimindeki azalma, diğer alkollü içeceklerin tüketiminin artması ile ikame edilmektedir. Alkopop vergilerinin alkolle ilgili zararları ve alkol tüketimini azaltmadaki rolü sınırlı düzeydedir. Alkolle ilgili sorunlardan koruyacak etkili bir alkol politikası, belirli alkol tüketimi üzerine özel müdahaleler yerine, toplam alkol tüketim miktarını azaltmaya yönelik müdahaleleri içermelidir.

Anahtar Kelimeler: Alkopop, Vergi Artırımı, Alkollü İçecekler, Tüketimin Kısılması, İkame Etkisi, Gençlerde İçme Problemleri

Abstract

Alcopops, the popular drinks especially between the young people, are alcoholic drinks which are highly sweetened and mixed before. The success of this new drink is based on its taste with sugar, special design appropriated to trend, advertisement for the young people and image. The image of this drink attracts the young people and then causes to begin alcohol early in life of them. The increasing of alcopops consumptions between the young people is criticized due to encourage alcohol consumption in earlier age and cause to consume more alcohol. With considering the health of the young people, the collecting of private taxes from alcopops has gradually become widespread in many countries. These taxes not only reduce alcohol consumption but also increase the public revenues.

The purpose of the current study is to clarify the fundamental properties of alcopops, the reasons of tax over alcopops and the effects of alcopops taxes on alcopops consumptions. The findings of this study investigated the taxes over alcopops are as follows: Price elasticity of alcohol consumption in the young people is more than the elders. Afterwards the taxes of alcopops, people's demands to alcopops decrease however this reducing is replaced by increasing of the other alcoholic drink consumptions. Thus, the role of the alcopops taxes in the reducing of alcohol's damaging and alcohol consumption is quite limited. Finally, an efficiency alcohol policy should include the interventions which intend to reduce the quantity of whole alcohol consumption instead of the specific interventions for some kind of alcohol drinks.

Keywords: Alcopops, Tax Hikes, Alcoholic Beverages, Limiting Consumption, Substitution Effect, Juvenile Drinking Problems

Giriş

1990'ların sonlarına doğru piyasaya sürülen alkopol, genellikle içerdiği alkolün tadını gizleyen tatlı bir içecek olarak kabul edilmektedir. Alkopol modaya uygun tasarlanmakta, özel pazarlama ve reklam stratejileri kullanılarak satışı sunulmaktadır. Alkopolün öncelikli hedef kitlesi, ergen ve genç bireylerdir. Ergen bireyler, tadı tatlı olan alkopolün içerdiği alkolü algılamamakta ve sarhoşluk gibi sonuçları olduğunu düşünmemektedir. Gençler arasında küçük yaşta artan alkopol tüketimi, ergenlerde özellikle kızlarda küçük yaşta alkolle başlamalarına ve daha çok içmelerine neden olduğu ileri sürülerek eleştirilmektedir.

Son yıllarda gençler arasında artan alkol tüketimini azaltmak, tartışmasız acil bir ihtiyaç haline gelmiştir. Alkol tüketimini azaltmak için devlet açısından en etkili stratejilerden biri, vergileri kullanarak alkol tüketimini sınırlamaktır. Bu tür müdahaleler, belirli dışsal maliyetleri olan malların tüketimini azaltmak için vergileri bir araç olarak gören seçmenler ve politikacılar tarafından desteklenmektedir. Birçok ülkede, gençlerin sağlığı dikkate alınarak alkopol türü içecekler üzerine ilave vergiler konularak, gençlerin alkol tüketiminin azaltılması amaçlanmıştır. Bu vergiler alkol tüketimini azaltmanın yanında ek olarak devlet gelirlerini de arttırmaktadır. Ancak gençlerin alkol tüketimini azaltmak amacıyla sadece alkopol türü içeceklerden ilave vergilerin alınması ise tartışmalı bir uygulamadır.

Çalışmanın amacı, alkopol türü içeceklerin temel özelliklerini ve ortaya çıkardığı ekonomik ve sosyal etkileri açığa kavuşturmak suretiyle alkopol üzerinden alınan vergilerin alkol tüketiminin sıklığı ve miktarı, alkolle ilgili negatif sonuçları önlemede ki etkinliğini analiz etmektir. Çalışmada, alkopol türü içeceklerin temel özellikleri ve vergilendirilme nedenleri açıklanarak, çeşitli ülkelerdeki alkopol vergisi uygulamalarına değinilmiş ve alkopol türü içecekler üzerinden alınan vergilerin alkol tüketimini önlemedeki etkinliği incelenmiştir.

Alkopol içeceklerin Temel Özellikleri

Uluslararası terminolojide tatlandırılmış alkollü içecek (flavoured alcoholic beverages), önceden karıştırılmış içecek (premix drinks), alkol kullanmaya hazırlayıcı içecekler (ready to drink-RDT) olarak da adlandırılan alkopol, tatlı içecekler ile alkollü içkilerin önceden karıştırılarak hazır olarak satışı sunulduğu alkollü içeceklerdir (Müller vd., 2010 ; Metzner, 2007).

Alkopol, soda, limonata ve meyve suyu gibi alkolsüz içecek tadları taklit edilerek üretilmektedir (Metzner ve Kraus, 2008, s.230). Genellikle meyve suyu ya da sodaya benzeyen parlak renkli sıvı halindedirler ve göz alıcı parlak renkli paketleri ve yazıları bulunmaktadır (DFAA, s.1.).

Alkopol türü içeceklerin başlıca iki türü bulunmaktadır. Gençler arasında tüketimi yaygın olan alkopol, şekerli içecekler ile fermente edilmiş çözeltilinin (az alkollü içkilerin) damıtılması yoluyla üretilen rakı, rom, votka, cin, vermut, kanyak, tekila ve viski gibi alkol oranı yüksek içkilerin (Spirit) karıştırılması ile hazırlanmaktadır. Şekerli içecekler ile damıtılmış alkolden üretilen bu türdeki alkopol, hacimce %5 ile %7 arasında alkol içermektedir (Wicki vd., 2006, s.522-523). Alkopol üzerinden alınan vergiler genellikle bu kapsamda üretilen ürünleri içermektedir.

Alkopol türü içeceklerin diğer türü ise şeker ya da nişasta içeren ürünlerin fermente edilmesi sonucu elde edilen (bira, şarap gibi) az alkollü içkiler (Özçelik ve İç, 1998, s.17) ile şekerli içeceklerin karışımı ile elde edilmektedir. Bu ürünlerde alkol tadını gizlemek zordur. Alkopol türü içecekler üzerinden alınan vergiler, çoğunlukla fermente alkolden üretilen bu türdeki alkopolü kapsamamaktadır.

Alkopol genellikle 14-19 yaş grubundaki ergenleri ve gençleri cezbetmektedir ve bu yaş gurubu için en popüler iektir. Bundan dolayı alkopolün üretimi, fiyatı, paketleri ve satış teknikleri diğer alkollü içeceklerden farklı olup ergenleri ve gençleri hedef almaktadır (Metzner ve Kraus, 2008, s.230). Gençlere uygun hale getirmek için özel pazarlama ve reklam stratejisi kullanılmaktadır. Paketlemede çekici yapay renkler kullanılmakta ve modaya uygun, asi, anti sosyal bir hava ve isimler verilmektedir. Eğlenceli ve sosyal olarak onay alan bir yapıya sokulmaktadır. Ayrıca Alkopol'lar ile gençlik imajı arasında bağ kurulmakta ve göreceli yüksek fiyatı ile prestijli, herkesin kullanamayacağı bir içecek havası verilmektedir. Sonuçta bu içecekler gençler arasında daha iyi bir imaj ve farklı görülme aracı olarak algılanmaktadır (Metzner ve Kraus, 2008, s.230).

Alkopol içeceklerin Vergilendirilme Nedenleri

Yönetimler tarafından vergilerin kullanılarak *yasal ve yaygın tüketilen* ancak negatif dışsallıklara sahip olan alışkanlıklar üzerinden vergi alınması, pratikte kabul gören bir uygulamadır. Toplumca uygun görülmeyen

erdemsiz malların tüketimi üzerine konulan ve kişileri tüketimden vazgeçirerek tüketimi kısıtlamaya veya olumsuz dışsallığı azaltmayı amaçlayan vergilere, tüketimi kısıtlayıcı vergi (sumptuary tax) ya da tüketimi düzenleyici vergiler (regulatory taxes) adı verilmektedir. (Yelvington, 1997, s.234). En önemli örnekleri alkol, tütün ve kirlilik vergileridir (Hyman, 1999, s.146).

Alkopoplar türü içecekler üzerine ilave vergiler konulmasının en önemli nedenlerinden biri gençlerin sağlığı açısından önemli ölçüde tehdit unsuru olan alkopopların vergilendirilmesi suretiyle bu ürünlere olan talebi azaltmaktır (Doran ve Digiusto, 2011). Bunun nedeni, 1990'ların ikinci yarısında İskoçya, Galler ve İngiltere'de başlayarak kıta Avrupası ülkelerine hızlı şekilde yayılan (Metzner ve Kraus, 2008, s.230) ve özellikle gençler arasında popüler olan alkopop türü içeceklerin gençlerin alkole başlamasına yol açması ve alkol düşkünlüğünün gittikçe artmasının sebebi olarak görülmesidir. Romanus'un İsveç'te (Romanus, 2000, s.618), Roberts'in Galler'de (Roberts vd., 1999, s.13) yaptıkları çalışmalarda Alkopops'a başlamanın ergenlerde toplam alkol tüketiminin artmasından sorumlu olduğu sonucuna varmışlardır. 2003 yılı Avrupa Okullararası Proje verilerine göre, 15-16 yaş gurubu öğrencilerde alkopop kullanımı Polonya'da %6 ile Kıbrıs ve Man Adalarında %62 arasında değişmektedir (Metzner ve Kraus, 2008, s.230).

Alkopoplar, erken yaşta alkol kullanımına yol açmasının yanısıra, daha sık ve sarhoşluğa yol açan devamlı alkol tüketiminden sorumlu tutulmaktadır (Crawford ve Allsop, 1996, s.1397). Ergen bireyler alkopopların damıtılmış sert alkollü içkiler kadar güçlü alkol içermediğini düşünmekte (Metzner ve Kraus, 2008, s.231) ve sarhoşluk gibi fiziksel sonuçları olmayan içecekler olarak görmektedirler (Leeming vd., 2002, s.171). Ayrıca alkol kullanımı ile ilgili ikincil sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Alkopop kullananların, damıtılmış sert alkollü içecekleri kullananlara göre daha az risk, bira içenlere göre daha çok risk taşıdıkları ifade edilmektedir. Alkopop kullananlar, kullanmayanlara göre agresif ve anti sosyal davranışlara sahiptirler. Alkopop kullananların kullanmayanlara göre daha çok fiziksel çatışmaya girdikleri, zayıf okul başarıları gösterdikleri ve diğer uyuşturucu maddeleri kullanım riskinin arttığı savunulmaktadır. Bu negatif dışsallığa sahip davranışlar, alkopop türü içeceklerin vergilendirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. (Wicki vd., 2006, s.522-523).

Alkopop türü içeceklerin aşırı tüketimi, bireyde sağlık sorunlarına yol açmakta ve ayrıca ekonomik ve sosyal kaynakların tükenmesine neden olmaktadır. Çok fazla alkol alanlar, az ya da hiç alkol almayanlara göre birçok riskli durumla karşılaşmaktadırlar. Alkol bağımlılığı trafik kazalarının başlıca sebeplerindendir ve birçok ciddi suç alkol ile ilişkilidir (Black ve Mohamed, 2006, s.131). Avustralya'da alkollü şekilde araba kullananların oranı %35'i bulmaktadır. %25'i alkollü iken bireylerle sözlü tartışmaya girmekte, % 7'si ise mülklere zarar vermektedir (Srivastava ve Zhao, 2010). Ohio'da Alkopops'ların gençler tarafından tüketiminin tahmini maliyeti her yıl 449.950.000 dolardır (DFAA, s. 2).

Alkopop türü içecekler üzerinden vergi alınmasının önemli bir diğer nedeni de, vergilerin söz konusu içeceklerin maliyetini artırması sonucu kişilerin taleplerinin azalmasına ve gelirlerini daha verimli alanlarda kullanmalarına yol açmasıdır. Vergi etkinliğinin nedeni alkol tüketiminin fiyat esnekliğidir. Diğer bir ifade ile parakende fiyatlarındaki değişimler doğrultusunda tüketicilerin alkol tüketimindeki değişikliklerdir. Genç bireylerde alkol tüketiminin fiyat esnekliği yaşlılara göre daha esnektir. Çünkü mali kaynakları daha sınırlıdır (WHO, 2004). Bu nedenle genç bireyler fiyat değişimlerine karşı daha duyarlıdır (Chaloupka vd., 2002, s.31).

Alkopop vergileri, alkol tüketimini azaltmanın yanında ek olarak devlet gelirlerini de arttırmaktadır ve devletin diğer vergileri (gelir, kurumlar vergisi vb) artırmasına yönelik duyulan ihtiyacı azaltmaktadır. Buradan elde edilen gelir ile alkopop kullanımının bireyin kendisine ve üçüncü kişilerde meydana getirdiği negatif dışsallıkların yol açtığı refah kaybı finanse edilebilir. Alkollü içeceklerin vergilendirilmesi ve buradan elde edilen gelirin bütçe dengesi ya da alkol tedavi merkezleri gibi alkole bağlı sağlık sorunlarını azaltmasına yönelik kulanılması, hükümetler tarafından desteklenmektedir. Örneğin alkol vergilerinden sağlanan gelir ile alkol bağımlılarının tedavi masrafları karşılanabilir. Avustralya devleti alkopop vergisine gerekçe olarak, sağlık koruma programlarına kaynak yaratmayı göstermiştir (Doran ve Shakeshaft., 2008, s. 701).

Çeşitli Ülkelerde Alkopop Vergisi Uygulaması

Alkopopların, içerdiği alkollü maskeleyiği ve gençlerin, özellikle genç kızların alkole erken yaşta başlamasına, daha çok ve sık içmelerine neden olduğu yönündeki

kaygıların tartışıldığı bir çok ülkede (Almanya, Fransa, İsviçre, Avustralya, Hollanda vd.) alkopolar üzerine ilave bir vergi konulmuştur (Müller vd., 2010).

Örneğin, 2008 yılında Avustralya federal devleti, özellikle genç bireyler arasında aşırı alkol tüketimini azaltmak amacıyla ulusal bir strateji ilan etmiştir. Bu stratejinin bir parçası olarak Nisan 2008'de alkopol vergisi kabul edilerek yürürlüğe sokulmuştur. Bu verginin yürürlüğe girişi ile alkopol olarak da adlandırılan damıtılmış RTD içeceklerin vergileri yeniden belirlenmiştir. Avustralya'da RTD içeceklerin büyük kısmı damıtılmış bazlı, bir kısmı da şarap bazlı satılmaktadır. Bu vergi, şarap bazlı olanlara konmamış ve sadece damıtılmış bazlı RTD içecekler üzerinden, bu ürünlerin içerdiği alkol miktarına göre değil, toptan satış fiyatına %29 oranında uygulanmıştır. Vergi sonrası damıtılmış RTD tüketim vergisi ile sert alkollü ürünlerin tüketim vergisi oranları eşitlenmiştir. Bu vergi artışının sonrasında saf alkolün litresi 9.36 Avustralya dolarından 66. 67 Avustralya dolarına yükselerek imalat fiyatı yaklaşık %70 oranında artış göstermiş ve sonuçta perakende satış fiyatı önemli ölçüde artmıştır. Avustralya federal devleti, alkopol vergisine gerekçe olarak; sağlık koruma programlarına fon oluşturmayı ve RTD tüketiminin azaltılmasını, özellikle de diğer içeceklere göre daha çok RTD tüketen genç kadınların aşırı alkol tüketiminin azaltılmasını göstermiştir (Doran ve Digusto. 2011).

İsviçre'de ise 1 Aralık 1997 tarihinden itibaren Alkopol olarak adlandırılan bu tatlı alkollü içecekler İsviçre Alkol Yasasında yer almıştır. Bu düzenlemenin sonucu olarak, bu içeceklerin 18 yaşın altındaki bireylere satışı yasaklanarak, yüksek alkollü içecekler gibi vergilendirilmesine başlanılmıştır. Bu ürünler üzerindeki belirgin vergi artışı nedeniyle, alkopoların satışları önemli ölçüde azalmıştır. Ancak 1 Temmuz 1999 tarihinde yüksek alkollü içecekler üzerinde sabit vergi uygulamasına geçilmesi nedeniyle, bu içecekler üzerindeki vergiler önemli ölçüde azalmış ve sonuçta alkopoların fiyatları oldukça düşerek yine cazip bir içecek haline gelmiştir (SFA, s.4). Alkopoların son yıllarda gençler arasında daha da fazla popüler hale gelmesinin sonucu olarak, İsviçre hükümeti alkopolara yönelik özel bir vergiyi 2003 yılında onaylamış ve bu vergi, 1 Şubat 2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Alkopol türü içecekler üzerinden alınan bu vergi, alkol vergisi ile karşılaştırıldığında dört kat daha fazladır. Böylece alkopolar üzerinden saf alkolün

litresi başına 116 frank tahsil edilmektedir. Bu da %5.6 oranında alkol içeren 275 ml standart şişede 1.80 franka tekabül etmektedir (Das Schweizerische Steuersystem, 2011).

Almanya'da federal düzeyde uyuşturucu ve bağımlılık eylem planı 2003 yılında kabul edilmiş ve alkol, bu stratejinin bir bölümü olarak yer almıştır. Bu bağlamda Almanya'da, 1997 yılında çıkarılan Ulusal Alkol Kanunu, 2003 yılında "Gençliği Koruma Kanunu" olarak revize edilmiştir. (http://www.yesilay.org.tr/wp-content/uploads/Raporlar/ab_de_alkol_kontrolu_konsey_karari.pdf, Erişim Tarihi 3 Aralık 2012). Gençleri Alkolün ve Tütünün Tehlikelerinden Koruma Kanunu kapsamında ise alkopol türü içeceklere yönelik alkopol vergisi adı altında özel bir tüketim vergisi yürürlüğe sokulmuştur. Alkopol vergisi, tatlı içecekler ile yüksek alkollü içkilerin karıştırılarak hazır şekilde satışa sunulan ve yaklaşık % 1.2 ile % 10 oranında alkol içeren bu içeceklerin vergilendirilmesi amacıyla Almanya'da 1 Temmuz 2004 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Vergi saf alkolün hektolitresi başına 5.550 €, %5.5 oranında alkol içeren 275 ml standart şişede şişe başına ise yaklaşık 84 cent olarak belirlenmiştir (Steuern von A bis Z, 2011, s. 37). Alkopol vergisi ile bu tür içeceklerin maliyetleri ve böylece satış fiyatlarını arttırarak, gençlerin alkopol tüketiminin azaltılması amaçlanmıştır

Fransa'da alkopolara yönelik vergi 1 Ocak 2005 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Vergi miktarı saf alkolün hektolitresi başına 11.100 €, %5.5 oranında alkol içeren 275 ml standart şişede ise şişe başına yaklaşık 1.68 € olarak belirlenmiştir. Hollanda'da ise 1 Haziran 2005 tarihinden itibaren alkopol vergisi uygulamaya başlanmıştır. Vergi %5.5 oranında alkol içeren 275 ml standart şişede şişe başına yaklaşık 52 cent olarak belirlenmiştir (Bundesministerium der Finanzen, 2005, s.10-11).

Alkopol Vergisinin Alkol Tüketimini Önlemedeki Etkinliği

Öncelikli hedef kitlesi ergen ve genç bireyler olan alkopoların, küçük yaşta erken alkol kullanımını teşvik etmesi nedeniyle, gençlerin sağlığı dikkate alınarak, yukarıda açıklandığı üzere bir çok ülkede alkopolar üzerine ilave vergiler konulması uygulamalarına gidilmiştir. Bu suretle özellikle genç bireylerin alkopol tüketimi dolayısıyla alkol tüketiminin azaltılması hedeflenmiştir.

Alkopol ürünlerinin fiyatı, ergenlerin alkopol tüketimini sınırlamada büyük öneme sahiptir. Genç bireyler ürün fiyatlarına duyarlıdır ve fiyat artınca daha az tüketmeye başlamaktadırlar. Ergen bireylerin alkopol tüketim miktarı ve sıklığı, alkopol fiyatı ile ters orantılıdır. Alkopol üzerine ilave vergiler koyan ülkelerde vergi sonrası, alkopolun fiyatı artmış ve sonuçta bu ürünlerin satış miktarı azalmıştır (Chaloupka vd., 2002, s. 31).

Avustralya hükümeti Nisan 2008'de RDT ürünleri üzerindeki tüketim vergisini arttırdıktan sonra gençler arasında RDT tüketiminin azaldığı görülmüştür (Chikritzhs vd., 2009, s.293). Ancak yapılan bazı çalışmalarda RDT ürünleri üzerine ilave vergiler

konulmasının genç bireyler arasında RDT tüketimini azaltmasına karşın, alkopol tüketimini azaltmadığı, vergi sonrası genç bireylerin tercihlerini değiştirdiği yönünde bulgular elde edilmiştir. Örneğin, Doran ve Shakeshaft, genç bireylerin alkopol tüketiminde fiyatların inelastik olduğunu savunmakta ve alkopol tüketiminin Avustralya'da toplamda önemli ölçüde azalmayacağını çünkü, RDT içeceklerin piyasada biradan daha az satıldığını ve genç bireylerin büyük olasılıkla tercihlerini değiştireceğini ifade etmektedirler (Doran ve Shakeshaft., 2008, ss. 701-702).

Doran ve Digiusto tarafından yapılan çalışmada da aşağıdaki tablo 1'de görüldüğü üzere benzer şekilde sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 1. Avustralya'da Saf Alkopol Tüketiminde Kişi Başına Düşen Değişiklikler (2005-2009)

	Tüketim oranı:2005/2007	Tüketim oranı:2007/2009
Spirit bazlı RDT	1.16	0.71
Şarap bazlı RDT	1.16	1.15
Elma şarabı	1.12	1.21
Spirit	1.02	1.04
Şarap	1.00	0.99
Bira	0.99	0.99
Toplam saf alkopol	1.012	0.968

Kaynak: Doran ve Digiusto, 2011.

Tablo 1'de saf alkopol miktarına göre kişi başı alkopol tüketimi alkopol vergisinden önce ve sonraki iki dönem halinde verilmiştir. Vergi öncesi dönemde şarap, bira ve spirit'de kişi başı saf alkopol tüketimi sabit durmakta, elma şarabında %12 ve damıtılmış ve şarap bazlı RTD'de ise %16 artış göstermiştir. Toplam kişi başı saf alkopol tüketimi ise %1,2 artış göstermiştir. Vergi sonrası dönemde ise bira ve şarapta kişi başı saf alkopol tüketimi aynı kalmıştır, spirits tüketimi %4 artış göstermiş, şarap bazlı RTD tüketimi %15 artmış, elma şarabı tüketimi %21 artış göstermiş ve damıtılmış RTD tüketimi ise %29 azalmıştır. Toplam kişi başı saf alkopol tüketimi ise %3,2 (0.38 litre) azalma göstermiştir. Doran ve Digiusto, bu azalışın damıtılmış RDT'de kişi başı alkopol tüketimindeki 0.39 litrelik azalışa denk geldiğini ve 2007-2009 yılları arasında diğer içeceklerde meydana gelen artışın, bazı damıtılmış RDT içen bireylerin spirit almak yerine elma

şarabı ya da şarap bazlı RDT kullanmaya başladıkları şeklinde yorumlanmasının da mümkün olduğunu belirtmişlerdir.(Doran ve Digiusto, 2011).

Almanya'da da 18 yaşın altındaki gençlerin alkopol tüketimini azaltmak amacıyla Alkopol vergisi 2004 yılı Temmuz ayında uygulamaya konulduktan sonra, alkopol ürünlerinin perakende satış fiyatları yaklaşık olarak iki katına çıkmıştır. (Müller vd., 2010). Almanya Federal Sağlık Eğitim Merkezince 2005 yılında, 12-17 yaş arası genç bireylere yapılan anket çalışmasında, bu yaş grubunda alkopol tüketiminin alkopol vergisi sonrası önemli ölçüde azaldığı sonucuna varılmıştır. Bu 12-17 yaş arası genç kesiminde ayda en az bir kez alkopol tüketenlerin oranı 2004 yılında % 28 iken bu oran 2005 yılında %16 ya düşmüştür. Saf alkopol miktarı, sadece alkopol tüketen gençlerde 2004 yılında haftada ortalama 8.5 g iken

2005 yılında 4.2 g düşmüştür. 2004 kasımından beri alkopol tüketimi ortalama %3 azalmıştır. Bu durum alkopol tüketen gençlerde haftalık ortalama saf alkol miktarının 2.2 g indiğini göstermektedir. Bu düşüş hem genç kız hem de genç erkeklerde gerçekleşmiştir. Toplam alkol tüketim miktarında ise 12-17 yaş genç kesiminde önemli bir azalma meydana gelmemiştir (Bundesministerium der Finanzen, 2005, s.2-3).

Almanya'da 2003 ile 2007 yılları arasında ergen bireylerin içecek tercih ve alkol tüketimi değişiklikleri üzerinde alkopol vergisinin etkisinin değerlendirildiği

Müller ve diğerleri tarafından yapılan araştırmada ise Tablo 2 ve Tablo 3'te görüldüğü üzere vergi sonrası saf alkol tüketimine göre alkopol tüketiminin önemli ölçüde azaldığı, spirit tüketiminin önemli ölçüde artış gösterdiği, bira, şarap ve toplam alkol tüketiminde önemli bir değişikliğin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. (Müller vd., 2010).

Tablo 2'ye göre, 7 günlük sürede; alkopol tüketim hacmi 11.8 g azalırken, spirit miktarı 5.3 g artmıştır. Bira ve şarap tüketimi için ise hiçbir değişiklik olmadığı gözlemlenmiştir.

Tablo 2. Almanya'da Alkopol Vergisi Öncesi ve Sonrası Alkol Tüketimindeki Değişiklikler

Alkopol vergisi	7 günlük sürede alkol tüketimi (gr)				
	Bira	şarap	Spirit	Alkopol	Toplam
Yürürlüğe girmeden önce (2003)	43.3	13.4	14.1	25.4	88.6
Yürürlüğe girdikten sonra (2007)	46.7	13.1	19.4	13.6	82.7

Kaynak: Müller vd., 2010

Tablo 3. Almanya'da Alkopol Vergisi Öncesi ve Sonrası Öğrencilerin Alkollü İçecek Tercihlerindeki Değişiklikler (7 günlük sürede)

Alkopol vergisi	İçecek tercihi (%)			
	Bira	şarap	Spirit	Alkopol
Yürürlüğe girmeden önce (2003)	43.7	21.1	8.0	27.3
Yürürlüğe girdikten sonra (2007)	49.5	22.3	15.8	12.4
Fark	+5.8	+1.2	+7.8	-14.9

Kaynak: Müller vd., 2010

Tablo 3'e göre; alkopop tercih eden öğrencilerin oranı 2003'te %27.3 iken 2007'de %12.4'e düşmüştür. Ancak bira tercih eden öğrencilerin oranında %5.8'lik, spirit tercih eden öğrencilerin oranında ise %7.8'lik bir artış meydana gelmiştir.

Tablo 2 ve Tablo 3'den de görüleceği üzere alkopop tüketimi azalmış, ancak bira ve şarap tüketiminde önemli bir değişiklik olmamıştır. Buna karşın spirit içecek tüketimi önemli ölçüde artmıştır. Diğer bir ifade ile genç bireylerin alkopop tüketimi azalmasına rağmen diğer alkollü içkiler tüketimi artmıştır. Sonuçta bu durum alkopop tüketiminin azaltılmasında alkopop vergisinin tek başına etkin olmadığını, alkopopun bira ve şarap temelinde karışık alkollü içeceklerle ağırlıklı olarak ikame edildiklerini gösterdiği, ancak başka nedenlerin de bu duruma neden olabileceği ifade edilmiştir (Müller vd., 2010). Örneğin, alkopop vergisinin uygulandığı dönemde küresel finansal kriz yaşanmakta idi. Kriz dönemlerinde tüketicilerin fiyatlara genelde olduğundan daha çok duyarlı olması nedeniyle alkopop tüketiminin azalmasında finansal krizin de etkisi olabilir (Doran ve Digiusto, 2011).

Hall ve Chikritzhs, devletin alkopop türü içeceklere yüksek vergi uygulaması durumunda, genç bireylerin taleplerini karşılayacak daha yüksek alkol oranı içeren ve daha ucuz ve kalitesiz olan içkiler tercih etmeye başladıklarının görüldüğü ve vergi arttırıldıktan sonra alkopop satışının önemli derecede azaldığı ancak bira ve diğer yüksek alkollü içeceklerin tüketiminin ise artış gösterdiğini tespit etmişlerdir (Hall ve Chikritzhs, 2011, s.1137).

Gifford ise Alkopop'un elde edilebilirliğini azaltmanın, büyük ihtimalle toplam alkol tüketimi üzerinde etkili olmayacağını ve bu nedenle alkolle ilişkili sorunların, diğer alkol tüketim davranışları yaygın kaldığı sürece değişmeyeceğini çünkü, yüksek oranlarda alkopop vergisi uygulanmalarının kaçak alkol üretimini artırdığının da bir gerçek olduğunu ifade etmiştir (Gifford, 1997, s.75). Kaçak alkol üretimi de sağlığı tehdit etmektedir. Bireylerin ticaretlerini gayri resmi sektörlere yöneltmesi ise kaçakçılığının artmasına ve alkopop tüketimini kısıtlayıcı etkisinin sınırlı düzeyde kalmasına yol açmaktadır. Kaçakçılığın artması ise devletin vergi gelirlerinin azalmasına yol açmaktadır (Sirico, 1995, s.4).

Kisely ve diğerleri tarafından yapılan bir çalışmada da, sadece tek bir türdeki alkollü içeceğin vergilendirilme-

sinin genel olarak tüm alkol tüketimini azaltmada etkili olacağına şüpheli olduğunu, genç bireylerin daha ucuz ve potansiyel olarak daha etkili olan içeceklere doğru tercihlerini değiştirdiklerini, tek bir içeceğin vergisini arttırmanın alkolle ilgili zararları azaltmadığı dolayısıyla, vergi artışının yanı sıra diğer önlemlerin de (Örneğin, içme yaşı sınırının arttırılması, reklamların daha etkin şekilde düzenlenmesi gibi) alınması gerektiğini ifade etmişlerdir (Kisely vd., 2011, s. 690-692).

Jha ve diğerleri alkopop vergilerinin gençlerin alkol tüketimini önlemede sınırlı etkisinin olması, devletleri vergi politikası dışında başka araçlara da başvurmasını gerektirdiğini, alkollü içeceklerin reklâm ve promosyonu yasaklama, medya aracılığı ile alkol zararlarını anlatan bilgiler yayınlamak, alkol içiciliğine ve satışına yaş sınırı getirilmesi ile alkollü içkilere erişimin kısıtlanması uygulamaları gibi diğer önlemlerin de alınmasının gerekliliği konusunda görüş belirtmişlerdir (Jha vd., 1999).

Alkopop türü içeceklere uygulanan ilave vergiler, bu ürünlerin tüketiminin azalmasına neden olmuş, ancak toplam alkol tüketim miktarında önemli bir değişikliğe yol açmamıştır. Bu durum toplam alkol tüketiminin azaltılmasında, tek ürün bazlı vergilemenin yeterli olmadığını göstermektedir. Alkolle ilgili sorunlardan koruyan etkili bir alkol politikasının temel hedefi şu şekilde belirlenmelidir. Tek bir alkol türü üzerine uygulanan özel vergi artışı yerine, toplam alkol tüketimi miktarını azaltacak bir şekilde genel bir vergi artışı yapılmalıdır. Elde edilen gelir *alkol bağımlılığının tedavisi*, alkol kullanımının yol açtığı zararı azaltma ya da *genel sağlık faaliyetlerinin desteklenmesi için tahsis edilmelidir* (WHO, 2007, ss.12-14).

Sonuç

Alkol tüketimini azaltmada alkopop vergisinin bir araç olarak kullanılmasının etkinliğine dair kesin bir kanıt bulunmamaktadır. Genç bireylerde alkol tüketiminin fiyat esnekliği, yaşlılara göre daha fazladır. Çünkü gençlerin mali kaynakları daha sınırlıdır. Bu nedenle gençler ürün fiyatlarına duyarlıdır ve ürün fiyatı artınca alkopop türü içecekleri daha az tüketmeye başlamaktadır. Buna karşılık alkol tüketimi bağımlılık yaratıcıdır ve bireylerin tercihleri vergi sonrası fiyat artışları nedeniyle çok fazla değişiklik göstermemektedir. Bu nedenle alkol tüketimine yönelik bu dar müdahaleci vergi politikası, genç bireyler arasında alkol tüketimini azaltmamaktadır. Vergi sonrası

alkopop tüketimindeki azalma, diğer alkollü içeceklerin tüketiminin artması ile ikame edilmektedir.

Yüksek oranlarda alkopop vergisi uygulamaları kaçak alkol üretimini artırmakta, kaçak alkol tüketimi de sağlığı tehdit etmekte ve kaçakçılığın artması ise devletin vergi gelirlerinin azalmasına yol açmaktadır.

Dolayısıyla alkolle ilgili sorunlardan koruyan etkili bir alkol politikasının gerçekleştirilebilmesi için, tek bir alkol türü üzerine uygulanan özel vergi artışı yerine, toplam alkol tüketim miktarını azaltacak şekilde genel bir vergi artışı yapılması yoluna gidilmelidir. Ayrıca alkollü içeceklerin reklam ve promosyonun yasaklanması, medyada alkolün zararlarını anlatan bilgilerin yayınlanması, alkol içiciliğine ve satışına ilişkin yaş sınırının getirilmesi gibi diğer önlemlere de başvurulması suretiyle toplam alkol tüketiminin azaltılması sağlanmalıdır.

Kaynakça

- Black, P. ve Mohamed, A. (2006).** "Sin" Taxes and Poor Households: Unanticipated Effects. *South African Journal of Economics*. 74 (1): 131-136.
- Bundesministerium der Finanzen(2005).** *Bericht der Bundesregierung über die Auswirkungen des Alkopopsteuergesetzes auf den Alkoholkonsum von Jugendlichen unter 18 Jahren sowie die Marktentwicklung von Alkopops und vergleichbaren Getränken*. <http://www.drugscouts.de/sites/default/files/file/Alkopopsteuerbericht.pdf>, erişim tarihi, 12.11.2012).
- Chikritzhs, T.N., Dietze, P.M., Allsop, S.J., Daube, M.M., Hall, W.D., Kypri, K., (2009).** The "Alcopops" Tax: Heading in the Right Direction. *The Medical Journal of Australia*, 190 (6):293-294.
- Chaloupka, F.J., Grossman, M., Saffer, H., (2002).** The Effects of Price on Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems. *Alcohol Research & Health*, 26 (1): 22-34 <http://pubs.niaaa.nih.gov/publications/arh26-1/22-34.htm>, erişim tarihi, 22.10.2012.
- Crawford, A., ve Allsop, D.T. (1996).** Designer Drinks and Drunkenness Among Schoolchildren. Study Left Several Questions Unanswered. *British Medical Journal*, 313(7069): 1397-1398.
- Das Schweizerische Steuersystem. (2011).**erişim. <http://www.news.admin.ch/NSBSubscriber/message/attachments/21675.pdf>
- DFAA: Properly Classifying and Taxing Alcopops: A Position Paper of Drug-Free Action Alliance.** <http://www.drugfreeactionalliance.org/files/alcopopsfinal.pdf>, erişim tarihi, 28.11.2012.
- Doran, C.M., Shakeshaft, A.P. (2008).** Using Taxes to Curb Drinking in Australia. *Lancet*, 372: 701-702.
- Doran, C.M. ve Digiusto, E. (2011).** Using Taxes to Curb Drinking: A Report Card on the Australian Government's Alcopops Tax. *Drug and Alcohol Review*. doi: 10.1111/j.1465-3362.2011.00309.x, <http://www.nabca.org/News/Files/Alcopop%20Taxes%20in%20Australia.pdf>
- Gifford, A. (1997).** Whisky, Margarine, and Newspapers: A Tale of Three Taxes. William F. Shughart II (Ed.), *Taxing Choice* içinde (s.75-90). Oakland, CA.
- Hall, W. ve Chikritzhs, T. (2011).** The Australian Alcopops Tax Revisited. *Lancet*, 377(9772): 1136-1137.
- Hyman, N.D. (1999).** *Public Finance: A Contemporary Application of Theory to Policy* (6. Baskı). Dryden Pres.
- Jha, P., Beyer, J., Heler, P S. (1999).** *Death and Taxes Economics of Tobacco Control, Finance & Development*. <http://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/1999/12/jha.htm>, erişim tarihi, 22.11.2012.
- Kisely, S.R., Pais, J., White, A., Connor, J., Quek, L.H., Crilly, J.L., Lawrence, D. (2011).** Effect of the Increase in "Alcopops" Tax on Alcohol-Related Harms in Young People: A Controlled Interrupted Time Series. *The Medical Journal of Australia*, 195(11-12): 690-693.

- Leeming, D., Hanley, M., Lyttle, S. (2002).** Young People's Images of Cigarettes, Alcohol and Drugs. *Drugs-Education Prevention and Policy*, 9(2):169 – 185.
- Metzner, C. (2007).** *Eine Analyse des Zusammenhangs zwischen dem Konsum von Alcopops und dem Problemverhalten von Jugendlichen.* <http://epub.uni-regensburg.de/10571/1/MetznerDissertation.pdf>, erişim tarihi, 20.09.2012.
- Metzner, C. ve Kraus, L. (2008).** *The Impact of Alcopops on Adolescent Drinking: A Literature Review.* *Alcohol & Alcoholism*, 43(2): 230-239. doi:10.1093/alcalc/agm148. <http://alcalc.oxfordjournals.org/content/43/2/230.full.pdf>, erişim tarihi, 18.10.2012.
- Müller, S., Piontek, D., Pabst, A., Baumeister, S.E., Kraus, L. (2010).** Changes in Alcohol Consumption and Beverage Preference Among Adolescents After the Introduction of the Alcopops Tax in Germany. *Addiction*, 105(7):1205-1213. doi.1111/j.1360-0443.2010.02956.x. http://www.ift.de/literaturverzeichnis/Mueller_et_al_2010_Addiction.pdf, erişim tarihi, 30.10.2012.
- Özçelik, F., İç, E. (1998).** Türkiye'de Alkollü İçki Sanayii. *Gıda Mühendisliği Dergisi*, 5:17-19.
- Roberts, C., Blakey, V., Tudor-Smith, C. (1999).** The Impact of "Alcopops" on Regular Drinking by Young People in Wales. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 6(1): 7 – 15.
- Romanus, G. (2000).** Alcopops in Sweden —A Supply Side Initiative. *Addiction*, 95(4): 609 – 619.
- SFA. Trends im Tabak-, Alkohol- und Cannabisgebrauch von 1986 bis 2006 bei Jugendlichen in der Schweiz.** Lozan. http://www.hbsc.ch/pdf/hbsc_bibliographie_169.pdf, erişim tarihi 5.11.2012.
- Sirico, R. (1995).** *The Sin Tax: Economic and Moral Considerations.* The Action Institute. Occasional Paper 5.
- Srizastava, P. ve Zhao, X. (2010).** What do the Bingers Drink? Micro-Unit Evidence on Negative Externalities and Drinker Characteristics of Alcohol Consumption by Beverage Types. *Economic Papers: A journal of applied economics and policy*, 29(2):229-250.
- Steuern von A bis Z. (2011).** erişim, http://www.bundesfinanzministerium.de/Content/DE/Downloads/Broschueren_Bestellservice/steuern-von-a-z.pdf?__blob=publicationFile&v=8
- Yelvington, B. (1997).** *Excise Taxes In Historical Perspective.* The Predatory Politics of Fiscal Discrimination. William F. Shughart II (Ed.), *Taxing Choice* içinde (234-245).
- Wicki, M., Gmel, G., Kuntsche, E., Rehn, J., Griching, E. (2006).** Is Alcopop Consumption in Switzerland Associated With Riskier Drinking Patterns and More Alcohol-Related Problems?. *Addiction*, 101(4):522–533.
- World Health Organization. (2004).** Global Status (Report). Geneva: Alcohol Policy, World Health Organization.
- World Health Organization (2007).** *Financing Health Promotion2007* (Report:4). Geneva. http://www.who.int/health_financing/documents/dp_e_07_4-health_promotion.pdf, erişim tarihi, 25.01.2013 http://www.yesilay.org.tr/wpcontent/uploads/Raporlar/ab_de_alkol_kontrolu_konsey_karari.pdf, erişim tarihi, 03.12.2012.

Obsesif Kompulsif Bozuklukta Kontrol İhtiyacı

Need for Control in Obsessive Compulsive Disorder

Uzm. Psk. Tuğçe Erguvan Eryılmaz - Yrd. Doç. Dr. Ahmet Tosun

Öz

Obsesif Kompulsif Bozukluk'taki (OKB) ortak bir çok semptomun kontrol ihtiyacı içerdiğine yönelik görüşler bulunmaktadır. OKB tanısı alan kişiler kendisini, diğerlerini ve dünyayı kontrol etme eğilimindedirler. Psikanalitik yaklaşım kontrol ihtiyacını açıklarken anal dönem, katı tuvalet eğitimi ve anal döneme gerileme kavramları üzerinde durmaktadır. Nesne ilişkileri yaklaşımının ise çocuğun bakım veren ile olan ilişkisine ve eleştirel anne tasarımının içselleştirilmesine odaklandığı görülmektedir. Bilişsel yaklaşım, aile tutumunu daha geri planda bırakmaktadır ve işlevsel olmayan inançlar üzerinde durmaktadır. Üç yaklaşımın da birleştiği temel nokta, OKB tanısı alan kişilerde kontrol ihtiyacının olduğu görüşüdür. Bu alanyazın taramasında psikolojik yaklaşımların OKB'yi ve OKB'deki kontrol ihtiyacını nasıl açıkladıklarıyla ilgili görüşler incelenmiş ve yaklaşımların bir karşılaştırması yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Obsesif Kompulsif Bozukluk, Kontrol, Psikanalitik Kuram, Nesne İlişkileri, Bilişsel Kuram.

Abstract

In Obsessive Compulsive Disorder (OCD), there are opinions that many common symptoms contain control needs. Individuals diagnosed with OCD are in a tendency to control themselves, the others and the world. While psychoanalytic approach is explaining the need for control in OCD, the approach focuses on anal period, hard toilet-training and regression to anal period. Object relations approach focuses on child's relationship with care giver and internalization of the representation of the criticizing mother. On the other hand, cognitive approach focuses on dysfunctional beliefs

much more than parents attitude. The main point that three approaches agree is the idea that individuals diagnosed with OCD have needs for control in their lives. In this review, how the psychological theories explain OCD and the control in OCD have been explained in detail and comparison of the theories has been made.

Keywords: Obsessive Compulsive Disorder, Control, Psychoanalysis, Object Relations, Cognitive Theory.

Giriş

İnsanların en önemli varkalım mekanizması, çevrede olup bitenleri anlama, tahmin etme ve buna bağlı olarak davranışlarını ileriye yönelik olarak uyarlama becerisidir. İnsandaki bu bilişsel becerinin doğurgusu, kontrol etme yetisi ve kontrol duygusudur. Kontrol etme ya da kontrolü altında olduğu duygusunu yaşama, insanların temel ihtiyaçları arasında yer alır. Kontrol yetisi ve duygusu, kişinin kendisinin, diğerlerinin ve dünyanın tahmin edilebilirliğini, değişimlenebilirliğini ve bu sayede kişinin kendini güvende hissetmesini sağlamaktadır (Wells, vd., 1990, s. 366-368). Eğer insanlar çevreleri ve kendileri üzerindeki kontrol duygusunu kaybetmeye ya da bundan şüphe duymaya başlarsa, bunu hemen her zaman yoğun bir "kaygı" yaşantısı izlemektedir (Clark, 2004). Kaygı, kişinin fiziksel veya ruhsal bütünlüğünün tehlike altında olduğuna yönelik evrimsel bir uyarı ve acil önlem çağrısı mekanizmasıdır. Bir kişi herhangi bir nedenle kaygı hissetmeye başlarsa, bunu da hemen her zaman kontrol duygusunun kaybı, tehlike ve tehdit algısı izlemektedir. Bu duygu kişiyi kontrolü yeniden kazanmaya yönelik bazı davranışlar yapmaya yönelir.

Kontrol bir bütün olarak kaygıyla yakından ve karşılıklı bir ilişki içinde görülmektedir. Sağlıklı insanda bu karşılıklı ilişki kişinin davranışlarını düzenlemesinde, önlem almasında, kaçma ve kaçınma davranışlarında uyuma yönelik bir işleve sahiptir. Bununla birlikte kontrol-kaygı mekanizmasının işlevini yitirdiği, kişinin uyumunu ve işlevselliğini bozduğu durumlar da vardır. Pek çok ruh sağlığı bozukluğunda kontrol-kaygı mekanizmasının bu işlevsel olmayan çalışma tarzını görmek mümkündür. Özellikle “kaygı bozuklukları”, özgül olarak da “Obsesif Kompulsif Bozuk (OKB)”, işlevi bozulmuş kontrol-kaygı mekanizmasıyla yakından ilişkili görünmektedir.

Obsesyonlar felaket senaryoları içeren, rahatsız edici, istemsiz, tekrarlayıcı, ısrarcı düşüncelerdir. Bu nedenle kişide tehlike/tehdit algısı ve yoğun kaygı duygusu yaratılır. Kaygı hemen her zaman kaybedilmiş kontrol duygusunu yeniden kazanmaya kişiyi yönlüten bir “kontrol ihtiyacı” doğurur. Kompulsiyonlar, temelde obsesyonların yarattığı bu kaygıyı azaltmaya ve kaybedilmiş kontrol duygusunu yeniden kazanmaya yönelik güvenlik işlemleridir. Örneğin; “mikrop bulaşı” obsesyonu, kişide tehlike altında olduğu algısı ve yoğun bir kaygı yaratır, kişi bu hayali tehlikeden kurtulmak için ellerini yıkar ve kaygı yatıştır. Bu işlemler başlarda kişiye kontrol duygusu yaşatıp kaygısının azalmasını sağlarken, bir süre sonra kişi bunları yapmadan duramaz ve yapmadığı zamanlarda yoğun kaygı yaşar hale gelir. Dolayısıyla kompulsiyonlar yapılmadan durulamayan, tekrarlayıcı, yorucu davranışlardır ve en sonunda kişinin kurtulmak istediği bir kaygı kaynağına dönüşmektedirler. Baumeister, vd., (1994) obsesyon ve kompulsiyonların, kişinin düşüncelerini kontrol etmedeki yetersizliğin en belirgin örneklerinden olduklarını belirtmektedir. Bu açıdan bakıldığında, OKB’de birçok semptomun aşırı kontrol ihtiyacına dayandığı görülmektedir (Magril, vd., 2008, s. 334-341). Patolojik bir “kontrol ihtiyacı”, obsesif kişilerin yaşamlarının hemen her alanında kendini göstermektedir (Esman, 1989, s. 149).

OKB, belirtileri ve etiyojisi dolayısıyla bir kontrolü yitirme duygusu - kontrolü yeniden kazanma çabası şeklindeki bir kısır döngü üzerine kurulu görünmektedir. Bu nedenle, obsesif kompulsif bozukluğun kontrol-kaygı mekanizmasıyla nasıl bir ilişkisi olduğu, hastalığın doğası gereği önem taşımaktadır. Ruh sağlığı ve bozukluklarına yönelik psikolojik yaklaşımlara bakıldığında, OKB’de “kontrol” kavramına yer veren ve yaygın kabul görmüş üç ana yaklaşımın

olduğu görülmektedir. Bunlar; psikanalitik yaklaşım, psikodinamik yaklaşım ve bilişsel-davranışçı yaklaşımdır (Davison ve Neale, 2004). Bu üç yaklaşım OKB ile ilgili olarak “kontrol” kavramını ele alırları açısından farklılaşmaktadırlar. Örneğin psikanalitik yaklaşım “kontrol” kavramını çocuklukta tuvalet eğitimi ile bağlantılı ele alırken, bilişsel yaklaşım olumsuz sonuçlara neden olabilecek abartılmış sorumluluk inançları çerçevesinde ele almaktadır. OKB alan yazınına bakıldığında bu üç yaklaşımın ayrı ayrı oldukça fazla çalışıldığı, ancak “kontrol” kavramı açısından birbirleriyle neredeyse hiç karşılaştırılmadıkları görülmektedir. Bu yazı, bu üç yaklaşımı OKB’de “kontrol” kavramını ele alış şekilleri açısından karşılaştırmayı ve farklılıklarını, örtüşmelerini ve birleşmelerini gözden geçirmektedir. Bu sayede “kontrol” olgusunun OKB’deki rolü ve nasıl işlediği hakkında bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Sağlıklı ve Patolojik “Kontrol”

Genel anlamda “kontrol etme”, insanın varkalmısal temel becerilerinden biridir. Hatta obsesif-kompulsif tarzındaki kontrol etme davranışının belirli bir dereceye kadar çoğu sağlıklı insanda bulunduğu söylenebilir. Baumeister, vd., (1994) kontrol etme ve temizlemenin bazı durumlarda yararlı olduğunu, öz bakımlarına dikkat etmeyen, önemli şeyleri kontrol etmeyen kişilerin, kontrol etme ve temizleme konusunda dikkatli olan kişilere göre tehlikeye daha açık olduklarını ileri sürmektedir. Haslam, vd., (2005), kontrol etmenin belli bir derecesinin, hatta tekrarlı bir şekilde kontrol etmenin, genel popülasyonda da belirgin olduğunu ileri bildirmektedir. Zuckerman’a (1999, s. 142) göre, psikolojik rahatsızlığı olmayan kişiler de zaman zaman şüphe duymaktadır ve kontrol etme davranışı sergilemektedirler. Amir, vd., (1997, s. 775) çalışmalarında kontrol stratejilerinin, OKB hastası olmayanlar tarafından da kullanıldığı gözlemişlerdir.

Radomsky, vd., (2008, s. 20), kontrol etme davranışını, normal kontrol etme ve patolojik kontrol etme diye iki kategoride düşünmek yerine, bir ucunda sağlıklı diğer ucunda hastalıklı olan bir boyut üzerinde dereceli düşünmenin daha gerçekçi olduğunu belirtmektedirler. Zuckerman’a (1999, s. 142) göre, OKB tanı kriterini karşılamak için, obsesyonlar ve kompulsiyonlar belirgin bir rahatsızlığa ya da aşırı zaman kaybına sebep olmalı, sosyal hayatta, iş hayatında belli bir rutindeki işlevselliğe belirgin olarak engel olmalıdır. Benzer şekilde, DSM-IV-TR’de de kontrol etme

kompülsiyonu, kişinin obsesyona bir tepki olarak ya da katı bir biçimde uygulanması gereken kurallarına göre yapmaktan kendini alıkoyamadığı yineleyici davranışlar ya da zihinsel eylemler olarak tanımlanmaktadır (Amerikan Psikiyatri Birliği - APB, 2005). OKB hastalarının, hasta olmayan kişilere göre daha fazla zihinsel kontrol etme, endişe duyma, düşünce durdurma ve kendini cezalandırma sergiledikleri görülmektedir. Bu özellikleriyle “kontrol”, kişinin sağlıklı işlevlerini bozucu ve işlevsel olmayan bir niteliğe sahiptir (Clark, 2004). Sağlıklı kişilerden farklı olarak obsesifler yaşamlarının her alanında belirgin ve yaygın bir kontrol ihtiyacına sahiptirler. “Kontrol” çevresel uyuma yönelik bir araç olmaktan çok, bir amaç olmuş gibi görünmektedir (Mallinger, 1984, s. 147-165; Salzman, 1985, s. 329). OKB’de kontrol ihtiyacı kişinin kendisinin, diğerlerinin ve çevresinin kontrolünü içermektedir. Bu durum kendisini kişilerarası ilişkilerde de gösterir. Wells, vd., (1990) obsesif kişiyi içeren kişilerarası durumların “kontrol etmekle” karakterize olduğunu belirtmekte ve obsesif kişi için her bir birey etkileşimin “kontrol etme” için potansiyel bir çaba olduğunu vurgulamaktadırlar.

OKB’nin alt tiplerinde “Kontrol” Olgusu

Bazı farklı tanımlamalar olmasına rağmen OKB’nin alt tipleri genel olarak; temizleme, kontrol etme, simetri, biriktirme ve doğrulama olarak tanımlanmaktadır (Rasmussen ve Eisen, 1998, s. 12-43). Alt tiplerin birbirleriyle karşılaştırıldığı çalışmalarda, kontrol etme ve temizleme kompülsiyonlarının OKB’nin en çok bilinen semptomları olduğu görülmektedir (Bameister, vd., 1994). Ball, vd., (1996, s. 47-51) 601 kişinin katıldığı çalışmalarında, kompülsiyonların en yaygın alt tiplerinin temizleme kompülsiyonları olduğunu ve bunu kontrol kompülsiyonlarının takip ettiğini öne sürmüşlerdir. Ayrıca, kompulsif kontrol etmenin, OKB’nin en bilinen ve en karışık semptomlarından biri olduğunu belirten Rachman ve Hodgson (1980) OKB’nin semptomları arasında kontrol alt tipinin, temizleme alt tipinden sonra ikinci sırada geldiğini öne sürmektedirler.

Kontrol ihtiyacı, alttipler arasında kontrol tipi OKB’nin ana belirtisi olsa da aslında tüm alttiplerde temel ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla OKB’de obsesyonlar ile bozulan kontrol duygusu, bir kontrol ihtiyacı yaratmakta, obsesyonlar bu ihtiyaç yüzünden güçlenmekte, kompülsiyonlar ise sürekli kontrolü yeniden elde etme duygusu kazanmak için vazgeçilemez tekrarlarla dönüşmektedir (Magril, vd., 2008; McKay, 2004; Radomsky ve Taylor, 2005).

Psikanalitik Yaklaşım ve “Kontrol”

Obsesif kompulsif bozuklukla ilgili en eski ve hala geniş kabul gören yaklaşımlardan birisi psikanalitik yaklaşımdır. Psikanalitik yaklaşım OKB ile ilgili iki temel görüş üzerine odaklanmaktadır. Bunlardan birisi, “anal dönemdeki tuvalet eğitimi”, ikincisi “kabul edilemeyecek cinsel ve saldırgan dürtülere karşı kullanılan savun mekanizmalarıdır”.

Freud (1917), libido gelişiminin oral ve fallik evrelerinin arasındaki ikinci evresi olan “anal sadistik evre” üzerinde durmaktadır. Çocuğun gelişiminin 18 ay ile 3 yıl arasındaki bu dönemde hazzın asıl kaynağı, dışkıyı tutma ve dışkıyı bırakma aktiviteleridir. Çocuk bu dönemde dışkıyı kendisinden çıkarılan bir parça olarak görür ve bu nedenle büyük değere sahip olan bir nesne olarak algılar. Bu yaşantı ona neyin korunabilir ve değerli olduğunu işaret eder. O güne kadar ıdıksını özgürce bırakan / istediğinde tutan çocuk, tuvalet eğitimi ile birlikte artık belirli kurallara uymak ve bunu denetlemek zorunda kalmaktadır. Bu dönemde dışkıyı tutma ve bırakma artık kendi istediği zaman ve şekilde değil, annesinin (bakım verenin) istediği zamanda ve şekilde gerçekleşme tabiliyle karşılaşmaktadır. Bu dönemde çocuğun ihtiyaçlarına duyarlı olan, dışkıyı tutamadığı zamanlarda onu cezalandırmayan, dışkıyı yapmayı kısa bir süre ertelemesine ve tuvalete gidip yapmasına teşvik eden bir ebeveyn tutumu, çocukta sağlıklı bir libido gelişimine ön ayak olmaktadır. Bu dönemde, tuvalet eğitimi eğer katı bir tutumla uygulanırsa, cezalandırılırsa, teşvikten çok tehdit ile düzenlenmeye kalkılırsa, o zaman bu dönemdeki dürtülerin doyurulması sekteye uğramakta ve döneme saplanma oluşmaktadır. Katı tuvalet eğitimine karşı çocuk 2 farklı tepki stili kullanılabilir. Bunlar; anal tutucu (*anal retentive*) ve anal bırakıcı (*anal expulsive*) tepki örüntüsüdür. Çocuğun bu iki tepki örüntüsüne göre de yetişkinliğinde iki farklı kişilik tipi oluşur.

Freud (1917) psikanalitik yaklaşımın önemli kavramlarından biri olan “gerileme”yi obsesyonel semptomları açıklamak için kullanmaktadır. Obsesyonel semptomları, pregenital anal sadistik döneme (saldırganlık – itaatkarlık, kirlilik – temizlik, düzen – düzensizlik arasındaki çatışmaların olduğu gelişim sürecine) gerileme olarak tanımlanmaktadır. Nemiah, bu döneme gerilemenin tuvalet eğitimi sırasında rahatsızlıklar yaşanan anal döneme uzun süreli saplanmadan kaynaklandığını belirtmektedir (Gabbard, 2001, s. 209). Odağ’a göre, özellikle tuvalet eğitimi sırasında yaşanan güçlükler, anal sadistik döneme saplanmayı

kolaylaştırmaktadır (Topçuoğlu, 2003, s. 47). Obsesyonel nevrozun gelişiminde, çocuğun boşaltım işlevlerinin denetimini kazandığı ve tuvalet eğitiminin verildiği bu dönemin özel önemi olduğu ileri sürülmektedir. Tuvalet eğitimi, çocuğun egosu ile dürtüleri arasındaki ilişkinin gelişmesinde önemlidir. Bu eğitim, çevrenin dikkate alınması ile çocuğun dürtü doyumunu geri bırakmayı veya ondan vazgeçmeyi öğrenip öğrenmeyeceği ilk durumdur. Tuvalet eğitimi ile dürtülerinin anında tatminin engellenmesine, çocuk dışkısını boşaltarak protesto eder veya annesinin cezalandırması ihtimaline karşı dışkısını boşaltmaktan kaçınır. Eğer anne keskin bir tutumla çocuğu suçlarsa, çocuk suçluluk duyguları ile öfke ve karşı koyma isteği arasında bocalamaya başlar. Anne ile etkileşiminde çocuğun karşı koyduğu şey, yasaktan çok bu yasağa mutlaka uymasının beklenmesidir (Topçuoğlu, 2003).

Çocuğu tuvalet konusunda eğitirken utanç duymasının sağlanması, düşük öz saygı hissine yol açabilmektedir. Tepki olarak çocuk inat etmektedir ve kendisine ne olacağıyla ilgili kontrol sahibi olmak için kararlılıkla yanıt verebilmektedir. Böylece karşıt tepki oluşturma yoluyla çocuk titizlikle temizleyerek, her şeyi aşırı derecede zamanında yaparak ve sahip olduklarını paylaşmayarak kirlenme dürtüsünün üstesinden gelebilmektedir (Corsini, 1987, s. 25).

Psikanalitik yaklaşıma göre OKB'de kontrol davranışlarını, kişinin erotik ve saldırgan dürtülerini "yalıtma", "karşıt tepki oluşturma" ve "yapma - bozma" savunmalarının yardımı ile bilinçdışında tutmaya çalışırken görmekteyiz (Gabbard, 2001, s.209). Freud'a (1917, s. 127-133) göre, ortaya çıktığında kişide kaygı yaratacak olan asıl dürtü (öfke) karşıtlarına dönüştürülerek (sevgi ya da aşırı ilgi) kontrol edilmekte ve kaygı yaşamaktan kaçınılmaktadır. Freud bu tür kişilerin büyük olasılıkla öfkenin dışı vurumu hakkında ciddi çatışma yaşadığını öne sürmektedir. Böylelikle, obsesif kompulsif kişi ilişkilerinde oldukça kibar ve nazik olmayı başarmaktadır. Kişi, kendi yaptıklarını ve çevrede olup bitenleri kontrol ederek, kendi düşünce, duygu ve davranışlarını kontrol etmeye ihtiyaç duyabilir.

OKB'nin bir diğer savunma mekanizması olan "yalıtma", bazı düşüncelerin / davranışların, savunma amacıyla diğer düşüncelerden ayrı tutulması anlamına gelmektedir. Yalıtma ile zihnindeki bazı düşüncelere sanki dokunulmamaya çalışılmaktadır. "Yapma

bozma" da bir eylem bir diğeri tarafından iptal edilmektedir. Bu iki evreli eylemler birbirine zıt iki dürtü (sevgi - nefret) arasındaki çatışmayı ifade etmektedir. Buradaki temel amaç, bir eylemin iptal edilmesi ve farklı bir niyetle tekrarlanmasıdır. Eskiden dürtüsel olarak yapılmış olanın yerine şimdi süper egonun yaptırdığı geçirilmektedir (Topçuoğlu, 2003, s. 48). Bu nedenle, obsesiflerin içinden geleni yapmak istedikleri / yaptıktan sonra ise yapmamaları gerektiğine inandıkları için davranışlarını iptal ettikleri ya da kompülsiyonlar geliştirdikleri düşünülebilir.

Adler kompülsiyonu olan bireyin kontrolle aşırı uğraşını, yetersizlik ve değersizlik duygularının karşılanması için bir deneme olarak görmektedir (Magril, vd., 2008, s. 334). Shapiro, OKB tanısı almış kişilerin, düşük otonomi duygusundan ve bu eksikliği gidermek için yaptıkları denemelerden acı çektiklerini ileri sürmektedir (Magril, vd., 2008, s. 334). Bu eksikliği, tüm hareketlerini, düşüncelerini ve duygularını katı bir şekilde kontrol ederek yapmaktadırlar.

Özetle psikanalitik yaklaşımlar, insanın obsesif tarzındaki kontrol ihtiyacının temellerinin, anal dönemdeki tuvalet eğitimi sırasında atıldığını düşünmektedir. Kurama göre bu yaşantı önemlidir, çünkü bu dönemde yaşananlar dolayısıyla çocuk dürtülerini düzenlemek ve kendiliğinden davranışların kökenini oluşturan ego mekanizmaları kazanmak yerine, dürtülerini baskı altında tutma tarzında bir kontrol stratejisi edinmektedir. Bunun sonucunda ya dürtülerini top yekün bastırma ya da dürtülerine izin verdiğinde kontrolü kaybedip dürtüsel davranma ikileminde kalmaktadır. Bu yüzden obsesif kişilerin enerjisinin çoğu dürtülerinin işaretleri olan obsesyonları yaşamak ve bunları kontrol altında tutan kompülsiyonları yapmak için kullanılmaktadır. Bu noktada "kontrol", çevreye uyum için çevrede ve kendinde olan bitenleri izleyen, yordayan ve düzenleyen bir mekanizma olmaktan çıkmakta, dürtüleri kontrol altında tutmak için ekstra enerji ve vakit harcayan işlevsiz bir hale gelmektedir.

Psikodinamik Yaklaşım

OKB'nin psikodinamik görüşleri, genel olarak nesne ilişkileri teorilerine dayandırılmaktadır. Nesne ilişkileri teorileri, kişinin kendisinin ve diğerlerinin zihinsel temsillerinin hem içeriğine hem de yapısına odaklanmaktadır (Blatt, vd., 1997). Bu temsilleri veya kalıpları, öncelikle birincil bakım verenlerle gerçekleşen erken etkileşimlere dayandırmakta, bunların

düşüncelere, duygulara ve davranışlara rehberlik ettiği düşünülmektedir. Leib (2001, s. 222-242), OKB hastalarının analizinde anne – çocuk ilişkisinin incelenmesinin çok önemli olduğunu düşünmektedir. Bu hastaların çoğunda omnipotan ve aşırı koruyucu olarak içselleştirilmiş anne tasarımları ile kurulan ilişkinin, hastalığın gelişiminde rol oynadığını tespit etmiştir. Mallinger'a (1984) göre, obsesif kişinin kendisinin ve diğerlerinin temsilleri eleştirel ve cezalandırıcı olan diğerlerinin negatif özelliklerinin (kendini eleştirmesi ve aşırı ahlaklı) bir yansımasını içermektedir. Tüm bunlar katılığa, yüksek oranda "kontrol ve özerklik" ihtiyacına yol açmaktadır.

Melanie Klein (1932), bebeklerin diğerleriyle ilişki içinde olma ihtiyacı duyduklarını gözlemlemiştir. Bu ilişki kurma biçimi kendini, ilk olarak "annenin memesi" gibi özgül nesneyle ve daha sonra "annenin kendisi" gibi tüm nesneyle ilişki şeklinde gerçekleştirmektedir. Bu temsiller zihinde bir kere oluştuğundan sonra, bebek temel ihtiyaçlarının karşılanmasına yönelik bu temsillerle hayali senaryolar oluşturabilir ya da fanteziler kurabilir. Böylece davranış nesnelere ilgili fantazilerin bir sonucu olmaktadır. Josephé (2001) göre, Klein'in nesne ilişkileri yaklaşımı, çocukların güçlü bir duygusal bağlanmayla algıladıkları bakım veren, görüntü ve değerleriyle birlikte içselleştirdiklerini öne sürer. Çocuğun kendi geçmişindeki bakımveren kişinin çevreyi algısı ve buna karşı tepkiyle oluşturduğu egosu, nesne temsilleriyle içselleştirilmektedir. Çocuk, bu aşamada kendi düşünceleri ve istekleriyle annesinkileri ayırt etmekte zorlanabilir. Ebeveynlerin tutarsız mesajlarını içeren çocukluk deneyimleri, çocuğun güvensiz bir ego geliştirmesine neden olmaktadır. Kişi, nesne temsillerini tam olarak birleştirememekte, bunun yerine nesnelere hepsi iyi ya da hepsi kötü şeklinde ayırdığı bölme – ayırma savunmasını kullanmaktadır. Eğer bu savunma mekanizması yetişkinliğe kadarki sürede etkin şekilde kullanılan bir mekanizma olmayı sürdürürse, bu kişi yetişkinlikte doğruların ve yanlışların kesin çizgilerle ayrıştığı, siyah-beyaz düşünme eğiliminde olan, kesinlik ve mükemmellik ihtiyacında olan, dolayısıyla kurallara katı sürette uymak zorunda hisseden, fikirlerinin ve davranışlarının esnemediği, bir kişilik tipi sergileyebilir. Bu kişilik tipi obsesif kompulsif davranışların kökeni olarak görülebilir.

Josephé (2001) göre, erken yaşdaki ilişkiler, kişilik ve patolojinin gelişiminde temel olduğunu ileri sürmektedirler. Ebeveynin tutarsız mesajlarını ve eleştirel tutumunu içeren sağlıklı bir ilişkinin patolojiye

katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Salzman (1985, s. 323-330), obsesif davranıştaki kontrol ihtiyacını açıklamak için birçok girişimde bulunmuştur. OKB tanısı almış kişilerin, tehlikeli dünyaya karşı güvenlik ve kesinlik garantisini elde etmek için kontrol ederken, anksiyete ile uğraştıklarını ve kompulsiyonlar geliştirdiklerini ileri sürmektedir. Salzman, anksiyeteyi gidermek için kontrol mekanizmaları üzerinden obsesif amaçlara odaklanmaktadır. Ona göre, çocuğun, ebeveynin eleştirilerine karşı kendi düşüncelerini, duygularını ve davranışlarını kontrol etme ihtiyacı içerisine girdiği düşünülebilir.

Topçuoğlu'na (2003, s.48) göre, Klein obsesyonları içsel iyi nesnenin tahribi arzusuna karşı kullanılan savunmalar olarak görmektedir. Çocuk sevdiği nesneyi tahrip ettiğinden korkmakta ve onu onarımı mümkün olmayan şekilde tahrip etmemek için kontrol etmektedir. Bu yüzden, Klein'a göre obsesif semptomatoloji bir tamir gayretidir.

Salzman (1985, s. 323-330), obsesyon ve kompulsiyonların eksiklik ve utanç yaratabilecek herhangi bir duyguyu engellemeye yönelik bir araç olduğunu ileri sürmektedir. Neo - Freudyen teorilerde anal karakteristik yerine suçluluk duygusunun takip ettiği kızgın bir karşı çıkmayı vurgulamaktadır. OKB tanısı almış kişi, anal dönem yerine özerkliğindeki engellenmeyle mücadele etmektedir. Kontrol etme davranışı, çocuğa kendi kararını veriyormuş gibi hissetmesini sağlayan bir yol olarak düşünülebilir.

Bilişsel Yaklaşım

Bilişsel kuramlar, obsesif kompulsif belirtilerin nedeninin erken yaşlarda edinilmiş inançlarla bağlantılı olduğunu kabul eder. Buna göre, obsesyonların altında bir takım felaketleştirici bilişler yer almakta ve bunlar obsesif düşüncenin kaygı yaratmasına neden olmaktadır. Bu bakış açısıyla bilişsel yaklaşım, geçmiş yerine şu an varolan bilişsel değerlendirmelere odaklanır (Clark, 2004; Salkovskis, 1996).

OKB'si olmayan kişilerde obsesyon olabilecek bazı istem dışı düşünceler hızlı ve otomatik bir şekilde önemsiz olarak değerlendirilmekte ve bu düşünce obsesyona dönüşmeden ortadan kalkmaktadır. Oysa OKB tanısı almış kişi, istem dışı düşünceleri katastrofik bir biçimde yorumlamakta ve zarar verme düşüncelerinin gerçekten zarar vermeye neden olacağını düşünmektedir (Radomsky, vd., 2008, s. 19-35). Bir kez böyle bir yorumlama yapıldıktan sonra, geri kalan süreç bu tehlikeyi kontrol altına alma duygusu

yaşayınca kadar devam edecek olan kontrol işlemleridir. Bu noktada, obsesif kompulsif süreci başlatan içsel uyarıcı katastrofik yorum, devam ettiren ise kontrol duygusu ihtiyacıdır.

Bilişsel modeller OKB'deki kontrol ihtiyacını açıklarken "abartılmış sorumluluk" ve "belirsizliğe tahammülsüzlük" kavramları üzerinde durmaktadır. OKB'yi ele alan ilk bilişsel modeller (Carr, 1974; McFall ve Wollersheim, 1979) kompulsif davranışları, olumsuz sonuçlar üzerinde kontrol hissini elde etmek için olan girişimler olarak tanımlamaktadır. Salkovskis (1996) bu kontrol sorununu, önemli negatif sonuçlara neden olan abartılmış sorumluluk çerçevesinde ele almaktadır. Carr (1974, s. 311-318) OKB'de zarara neden olabilecek her durumun abartılmış tehlikeyle sonuçlanacağını, çünkü kişinin istenmeyen sonucun olma olasılığıyla ilgili aşırı tahminini genellediğini öne sürmektedir. Belirli durumlarda obsesif kompulsif davranışların varlığı, istenmeyen sonuçların yüksek olabilirliği ve zararlarının fazla olarak algılanmasına bağlı olmaktadır.

Rachman (2002, s. 625-639), kompulsif kontrol etmenin, kişilerin algıladıkları tehdit ortadan kaldırıldığına dair emin olmadıklarında ve zararı önleyebileceklerine dair özel bir sorumluluk hissettiklerinde ortaya çıktığını ileri sürmektedir. Magril, vd., (2008, s. 334-341), OKB tanısı almış kişiler, kendi düşüncelerini ve hareketlerini izlemeyle aşırı meşgul olduklarını, davranışlarını yönlendirmede katı kurallar uyguladıklarını ve kontrolü kaybetmekten kaçınmak için ağır kısıtlamalar üstlendiklerini ileri sürmektedirler.

Bilişsel kuramcılar, kaygıyı anlamada kişinin kontrol algısının önemli bir değişken olduğunu savunmaktadır. Buna göre, insanlar kendi davranışlarını ve çevrelerindeki olayları kontrol edebildiklerinde daha az kaygılı olma eğilimi göstermektedirler (Clark, 2004). Moulding, vd., (2009, s. 84) OKB tanısı almış kişinin yoğun bir kontrol etme isteğinin olduğunu ama ihtiyaç duyduğu düzeyde kontrol etmeyi başaramadığını ileri sürmektedirler. Barlow'a (1988) göre, OKB geliştiren kişiler strese karşı olumsuz duygusal tepkiler gösterebilirler. Böylece, kişi bunlardan kaçınmak için mücadele edebilir, ancak bilişsel olayların kontrol edilmesi güçtür.

Obsessive Compulsive Cognitions Working Group, OCCWG (Obsesif Kompulsif Bilişsel Çalışma Grubu) (1997), OKB'de önemli olduğu düşünülen biliş-

sel yanlılıkları üç düzeye ayırmışlardır: (1) İstem dışı düşünceler (*intrusive thoughts*): İstenmeyen, zihne girmesi durdurulamayan düşünce, imge ya da dürtülerdir. (2) *İnançlar (beliefs)*: Kişinin sahip olduğu durumsal olmayan ve uzun süreli sayıltılardır. (3) Değerlendirmeler (*appraisals*): Zorlayıcı bir düşüncenin ortaya çıkması gibi belirli bir olayı anlamlandırma ile ilgilidir. OCCWG (1997) yayınladıkları raporlarında OKB'ye ait 6 tane şema temelli inanç öne sürmektedir:

- *Tehlikenin Abartılı Değerlendirilmesi*: Zararın ya da tehlikenin olma olasılığını ya da şiddetini abartma.
- *Abartılmış Sorumluluk*: Kişinin olumsuz sonuçları ortaya çıkarma ya da engelleme gücüne sahip olduğu inancı.
- *Mükemmellikçilik*: Her sorunun mükemmel bir çözümü olduğu, bir şeyi mükemmel yapmanın yalnızca mümkün olarak değil gerekli olarak görülmesi gerektiği ve küçük hataların bile ciddi sonuçlar doğurabileceği inancı.
- *Düşünceleri Kontrol Etmeye Verilen Önem*: Girişici düşünceler, imgeler ve dürtüler üzerinde tam bir kontrol sağlamanın önemli ve mümkün olduğu inancı.
- *Düşüncelerin Aşırı Önemsizliği*: Bir düşüncenin sadece var olmasının bile onun önemli olduğunu gösterdiği inancı.
- *Belirsizliğe Tahammülsüzlük*: Kesin olma gerekliliği, tahmin edilemez değişikliklerle başa çıkamayacağı inancı ve belirsiz durumlarda işlevsellikte zorluklar yaşama (OCCWG, 1997, s. 677-668).

Rheume, vd., (1995, s. 159) da abartılmış sorumluluk ve kontrol etme semptomolojisi arasında anlamlı ilişki olduğunu gösteren birçok çalışma bulunduğunu belirtmektedirler. Lopatka ve Rachman'ın (1995, s. 673) çalışmasında, yüksek sorumluluk sözleşmesini imzalayan hastaların, düşük sorumluluk sözleşmesini imzalayanlara göre çok daha fazla kontrol ettikleri görülmüştür. Ladouceur'un (1995, s. 937-946) çalışmasında yüksek sorumluluk durumundaki katılımcıların daha fazla kompulsif davranış (kontrol) gösterdiği görülmüştür. Shafran'ın (1997, s. 397-407) yaptığı bir çalışma da abartılmış sorumluluğun kompulsif kontrol etme semptomolojisinde kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

OKB'deki kontrol ihtiyacını açıklamada iki önemli kavramdan biri olan belirsizliğe tahammülsüzlük ile anksiyete arasındaki ilişki ilgi çeken bir konu olmuştur. Steketee, vd., (1998, s. 525-537) çalışmalarında, OKB hastalarının diğer anksiyete bozukluklarına göre belirsizliğe tahammülsüzlüklerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu görüşü destekleyen bir benzer çalışmada, Tolin, vd., (2003, s. 31-42) birincil semptom olarak kompulsif kontrol etme rapor eden OKB tanısı almış kişilerin, kompulsif kontrol etme rapor etmeyen OKB'lilere göre belirsizliğe daha fazla tahammülsüz oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Holaway, vd., (2006, s. 158-174) çalışmasında ise diğer kompulsif davranışlardan daha çok, kontrol etme ve şüphe etme kompulsiyonlarının belirsizliğe tahammülsüzlük ile yüksek derecede ilişkili olduğu görülmektedir. "Belirsizliğe tahammülsüzlüğün", kompulsif kontrol etmede önemli bir rol oynadığını ileri sürmektedirler.

Tartışma

OKB'deki kontrol ihtiyacını açıklamada psikanalitik, nesne ilişkileri ve bilişsel yaklaşımın bazı noktalarda benzerlikleri bulunduğu gibi farklı yönleri de bulunduğu görülmektedir. Psikanalitik yaklaşım, OKB'deki kontrol ihtiyacının ortaya çıkışında anal dönemde yaşanan sorunların, katı tuvalet eğitiminin ve anal döneme gerilemenin etkili olduğu görüşündedir (Topçuoğlu, 2003). Nesne ilişkileri yaklaşımında ise anal dönem yerine ebeveynle olan engellenme ön plandadır. Buna göre kontrol etme ihtiyacı, ebeveynin eleştirel temsilinin çocuk tarafından içselleştirilmesiyle başlarken, psikanalitik yaklaşımda özellikle tuvalet eğitimindeki sorunlar ve eleştirel ebeveyn tutumuyla başlamaktadır (Joseph, 2001; Salzman, 1985). Bilişsel yaklaşımda ise kişilerin tehlike içeren durumları aşırı tehdit içerikli olarak algılamalarının (OCCWG, 1997), bu durumlara karşı abartılmış bir sorumluluk inançlarının olmasının (Clark, 2004), kontrol etme ihtiyacında önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Olayların zararlı sonuçlanma ihtimaline karşı belirsizliğe tahammülsüz olmaları bilişsel yaklaşımın üzerinde durduğu önemli bir noktadır (Radomsky, vd., 2008).

Kontrol ihtiyacını açıklarken bilişsel yaklaşım durumlara negatif anlam yüklediğini ve bunların aşırı tehdit içerikli olarak algılandığını, tüm bunların özellikle abartılmış bir sorumluluktan ve belirsizliğe tahammülsüzlükten kaynaklandığını savunmaktadır (Clark, 2004). Yapılan katastrofik yorumları, kont-

rol edebildiklerinde insanların daha az kaygılı olma eğiliminde oldukları düşünülmektedir (Clark, 2004). Psikanalitik yaklaşım ise kontrolü, anal dönemdeki tuvalet eğitiminde ebeveynin eleştirel tutumunun, çocuğun dürtüsü ve yapması gereken hareketler arasında kalmasına yol açtığı ile açıklamaktadır (Freud, 1917). Dolayısıyla psikanalitik yaklaşımda kontrol, dürtülerin durdurulması veya bırakılması üzerinde toplanmaktadır. Duruma bireyler arası ilişki açısından bakan Adler'e (1936) göre ise bireyin kontrol kompulsiyonlarına devam etmesi, yetersizlik ve değersizlik duygularını karşılamaya yönelik denemeler olarak görülmektedir. Bu nedenle, kişi her alanda kendisini katı bir şekilde kontrol etme ihtiyacı duymaktadır (Mallinger, 1984).

Psikodinamik yaklaşım eleştirel bakım verenin negatif temsillerinin kişi tarafından içselleştirildiğini savunmaktadır (Joseph, 2001). Aşırı koruyucu olarak içselleştirilmiş anne tasarımlarının OKB'deki kontrol ihtiyacını açıklamada önemli olduğu düşünülmektedir (Leib, 2001). Kişinin, kendisinin ve diğerlerinin temsilleri eleştirel bakım verenin özellikleriyle şekillenmektedir. Bu nedenle, kontrol ve özerklik ihtiyacı duyulmaktadır (Mallinger, 1984). Tehlikeli dünyaya karşı güvenlik ve kesinlik garantisi sağlamak amacıyla kontrol etmeyi sürdürmektedirler (Salzman, 1985).

Yukarıda görüldüğü gibi üç farklı yaklaşımın OKB'yi ele alışları arasında önemli farklar vardır. Bu farklılıklar kontrol ihtiyacının kökeni ve işleviyle ilgili görülmektedir. Psikanalitik yaklaşım OKB'de kontrol ihtiyacını "dürtü-kontrol" bağlamında, nesne ilişkileri yaklaşımı "erken kişilerarası ilişkiler" bağlamında, bilişsel yaklaşım ise "güncel işlevler" bağlamında ele almaktadır. Psikanalitik yaklaşıma göre OKB yaşayan kişilerdeki kontrol ihtiyacı, kökenleri anal dönemdeki yaşantılarda olan, ancak halen devam eden dürtülerin tehlikeli olarak algılanması ve dürtü kontrolü ile genel kontrol duygusunun yeniden sağlanması şeklindedir. Kişi için gündelik yaşantısı sırasında tehlike işareti taşıyan dürtülerini harekete geçirebilecek her şey fobik uyarıcı niteliğindedir. Aynı zamanda dürtülerinin harekete geçmesi de yine kaygı yaratan bir içsel uyarıcı niteliği taşır. Dürtülerini tanımayan ve dürtülerinin gücü olması gerekenden daha güçlü olan kişi, dürtülerinin harekete geçmesini aşırı davranış kalıplarıyla regüle etmeye uğraşır. Bu regülasyon işlevsel olmayan, uyum bozan davranışların tekrarı şeklindedir.

Nesne ilişkileri yaklaşımı OKB'nin kökenlerini kişilerarası ilişki yaşantılarında görür. Dolayısıyla OKB'nin temel dinamikleri dürtüsel değil, ilişkiseldir. Bu yaklaşıma göre çocuk ve bakım veren arasındaki ilişki, bu ilişki sırasında yaşanan duygular ve tüm bu bağlamın ayrı ayrı ama birbirleriyle bağlantılı temsilleri önemlidir. OKB'de temel sorun erken yaşlarda içselleştirilen "diğeri" temsiline, "aşırı kontrol edici, eleştirel ve kuralcı" olmasıdır. Bu durum çocukta kendi ihtiyaçlarını karşılama ve kendi içinden geldiği gibi davranma konusunda tereddütte olmasına ve kendi yetilerini test edip, geliştirmesine engel olmaktadır. Kişinin kendi hakkındaki temel temsili "yetersiz", ilişki ile ilgili temel temsili "kurallara uymak gerektiği" şeklide oluşmuş görünmektedir. Bu kişi yetişkin olduğunda günlük hayatında, kuralcı, mükemmellik ve düzen arayan, ilişkilerinde mesafeli, spontan olmayan bir özellik sergilemektedir.

Bilişsel yaklaşım, kişinin günlük hayatında kaygıyı tetikleyen ipuçları ve obsesyonların besleyen bilişleri ele almaktadır. Çevrenin ve durumların farklı bir tarzda ve kaygı uyandıracak şekilde değerlendirilmesi, kişinin kontrol elde etme mekanizmalarını tetikleyip kompulsyonları harekete geçirir görünmektedir.

Bu üç yaklaşım, kontrol kaybı-kaygı-kontrol ritüelleri şeklindeki mekanizma konusunda görüş birliği içinde görünmektedirler. Ancak kontrol kaybına yol açan uyarıcı, bu durumun hangi mekanizmaları kullandığı konusunda farklı görünmektedirler. Oysa obsesif kompulsif bozukluğun mekanizmasının oluşma sürecine bir zaman eksenini üzerinde baktığımızda, bu üç yaklaşımın birbirini tamamlayan bir özellikte olduğu görülmektedir. Bu ortaklık aynı zamanda neden bazı insanların OKB geliştirme için daha hazır olduklarını, bazı insanların ise tam tersi özellik sergilediklerini anlamamızı kolaylaştırabilir. Bir kişide OKB mekanizmasının temellerinin atıldığı dönemler çocukluk dönemleri gibi görünmektedir. Özellikle nesne ilişkilerinin sözünü ettiği, baskıcı ebeveyn karşısında kesinlik arayışı, ebeveynin kurallarını içselleştirme, kendini kontrol etme gibi ilişki örüntüleri sonucunda, dürtülerini kontrol etmek, kendini bırakmamak önemli bir yatkınlık faktörü yaratıyor gibi görünmektedir. Benzer şekilde psikanalitik görüş, anal dönemdeki tuvalet eğitiminin aslında çocuk ile dış dünya (ebeveyn) arasında kendi istediğini yapma ya da kendi istediğini baskılayıp dış dünyanın taleplerinin istediğini yapma arasındaki bir çatışmaya odaklanır. Bunun sonucunda nesne ilişkileri kuramlarıyla

benzer şekilde, spontan davranmayan, kendi istek ve dürtülerini tehlikeli (korkutucu) bulan, bunları durdurma için kesin ve zorlantılı bir takım ritüeller yapan bir kişilik tipi ortaya çıkmaktadır. Bu kişilik tipi, yıllar ilerledikçe ve taleplerin daha da arttığı bir dış dünyada daha da fazla kontrolcü ve kuralcı olmaya çalışmaktadır.

Sonuç olarak, kontrol etme ve kontrol duygusu elde etme OKB'de üç ana yaklaşımın da merkezi mekanizmalarından biri olarak görünmektedir. Bozukluğun erken yaşlardaki kaynaklarını ve eğilimlerin oluşmasını psikanalitik ve nesne ilişkileri yaklaşımları daha fazla ele alırken, bozukluğun o anki kaynaklarını bilişsel yaklaşım daha fazla ele almaktadır. Erken dönemlerde başlayan bir dürtüleri kontrol etme talebi, bu kontrol etme konusundaki aşırı vurgu ve cezalandırıcı tutum, kişinin tüm dürtülerini kontrol etme, kendini sürekli denetim altında tutma stilini ortaya çıkarıyor, daha sonra bu denetim altında tutma gereksinimi, denetimin yeteri kadar olup olmadığı konusunda kişinin bir üst denetim ihtiyacını doğurmakta ve tüm zihinsel ve davranışsal uğraşı "kontrolüm atında mı, değil mi" takıntısına dönüştürmektedir.

Öneriler

Buraya kadar tartışıldığı üzere, obsesif kompulsif bozukluğu bir zaman boyutu üzerinde sırayla dürtü kalıpları, kişilik yatkınlıkları, bilişsel ve üst-bilişsel kontrol stratejileri olarak resmetmek yararlı bir gelişimsel model gibi görünmektedir. OKB'yi gelişimsel bir modele oturmaya çalıştığımızda ise bu model kaçınılmaz bir şekilde psikanalitik yaklaşım, nesne ilişkisi yaklaşımı ve bilişsel yaklaşımdan kaynaklarını almak durumunda görünmektedir. Bu nedenle birbirinden farklı yaklaşımlar OKB'yi anlamak için bir kavram karmaşası ya da bakış açısı çatışmaları yaratmaktan çok, aslında birbirini tamamlayan ve zenginleştiren bir kaynak yaratmaktadır. OKB özelinde bu kaynağın yüzeye çıktığı nokta "kontrol gereksinimi" kavramı gibi görünmektedir.

OKB'de temel dinamiği oluşturan "kontrol gereksinimi" tedavideki kilit çalışma alanlarından birisidir. İster psikanalitik, ister nesne ilişkisi, ister bilişsel yaklaşımla tedavi girişimlerinde bulunalım, ana hedeflerin başında "kontrol gereksinimini azaltmak" ve "kaygıyı daha işlevsel yolla düzenlemek" gelmektedir. Psikanalitik yaklaşım bunu anal dönemdeki çatışmalar üzerinde çalışarak yapmayı hedeflemekte, nesne ilişkileri yaklaşımı bunu çocuk-ebeveyn ilişkisindeki

ilişki stillerini ve kişilerarası ihtiyaçları ortaya çıkarıp düzeltmeye çalışarak yapmayı hedeflemekte, bilişsel yaklaşım ise kontrol gereksiniminin arkasındaki işlevsel olmayan düşünceleri, bilişleri ve değerlendirmeleri ortaya çıkarıp yerine işlevsel olanları geçirerek yapmayı hedeflemektedir. OKB'yi ve kontrol ihtiyacını gelişimsel bir boyut üzerinde formüle etmek bu birbirinden çok farklı müdahalelerin nasıl işe yaradıklarını anlamamızı kolaylaştıracaktır. Aynı zamanda OKB ile başvuran hastaları böyle bir gelişimsel perspektifle değerlendirmek, daha bütüncül tedavi stratejilerinin planlanmasına ve ekletif müdahalelerin geliştirilmesine imkan sunacak bir potansiyel sunmaktadır.

Kaynakça

- Amir, N., Cashman, L. ve Foa, E. B. (1997).** Strategies of thought control in obsessive compulsive disorder. *Behaviour Research and Therapy* 35 (8), 775 – 777.
- Ball, S. G., Baer, L ve Otto, M. W. (1996).** Symptom subtypes of obsessive compulsive disorder in behavioral treatment studies: A quantitative review. *Behaviour Research and Therapy* 34 (1), 47-51.
- Barlow, D. H. (1998).** *Anxiety and its disorders: The nature and treatment of anxiety and panic.* New York: Guilford.
- Baumeister, R. F., Heatherton, T. F. ve Tice, D. M. (1994).** *Losing control: how and why people fail at self-regulation.* California: Academic Press.
- Blatt, S. J., Auerbach, J. S. ve Levy, K. N. (1997).** Mental Representations in personality development, psychopathology and the therapeutic process. *Review of General Psychology* 1 (4), 351-374.
- Carr, A. T. (1974).** Compulsive neurosis: A review of the literature. *Psychological Bulletin* 81, 311–318.
- Clark, D. A. (2004).** *Cognitive – behavioral therapy for OCD.* Newyork: The Guilford Press.
- Corsini, R. J. (1987).** *Current Psychotherapies.* Illinois: F. E. Peacock Publishers.
- Davison, G. C. ve Neale, J. M. (2004).** *Anormal Psikolojisi.* Ankara: Türk Psikoloji Derneği Yayınları.
- Esman, H. A. (1989).** Obsessive - compulsive disorder: current views. *Psychoanalytic Inquiry* 2, 145 – 156.
- Freud, S. (1917).** *On transformations of instinct as exemplified in anal erotism.* Standart edition, Vol. 17, London: Hogarth Press
- Gabbard, G. O. (2001).** Psychoanalytically informed approaches to the treatment of obsessive – compulsive disorder. *Psychoanalytic Inquiry* 21 (2), 208 - 221.
- Haslam, N., Williams, B. J., Kyrios, M., McKay, D. ve Taylor, S. (2005).** Subtyping obsessive – compulsive disorder: a taxometric analysis. *Behaviour Therapy* 36, 381 – 391.
- Holaway, R. M., Heimberg, R. M. ve Coles, M. E. (2006).** A comparison of intolerance of uncertainty in analogue obsessive compulsive disorder and generalized anxiety disorder. *Journal of Anxiety Disorders* 20, 158-174.
- Joseph, S. (2001).** *Psychopathology and therapeutic Approaches.* New York: Palgrave.
- Ladouceur, R., Rheume, J., Freeston, M. H., Aublet, F., Jean, K. ve Lachance, S. (1995)** Experimental manipulations of responsibility: An analogue test for models of obsessive compulsive disorder. *Behaviour Research & Therapy* 33 (8), 937-946.
- Leib, P. T. (2001).** İntegrating behaviour modification and pharmacotherapy with the psychoanalytic treatment of obsessive compulsive disorder: a case study. *Psychoanalytic Inquiry* 21, 222 – 242.
- Lopatka, C. ve Rachman, S. (1995).** Perceived responsibility and compulsive checking: An experimental analysis. *Behaviour Research & Therapy* 33 (6), 673 – 684.
- Magril, O. R., Dar, R. ve Liberman, N. (2008).** İllusion of control and behavioral control attempts in obsessive - compulsive disorder. *Journal of Abnormal Psychology* 117 (2), 334 – 341.
- Mallinger, A. E. (1984).** The obsessive's myth of control. *Journal of the American Academy of Psychoanalysis* 12, 147-165.
- McFall, M. E. ve Wollersheim, J. P. (1979).** Obsessive- compulsive neurosis: A cognitive behavioral formulation and approach to treatment. *Cognitive Therapy and Research* 3, 333–348.

- McKay, D., Abramowitz, J. S., Calamari, J. E., Kyrios, M., Radomsky, A. S., Sookman, D. ve Wilhelm, S. (2004). A critical evaluation of obsessive compulsive disorder subtypes: Symptoms versus mechanisms. *Clinical Psychology Review* 24 (3), 283-313.
- Moulding, R., Kyrios, M. Doron, G. ve Nedeljkovic, M. (2009). Mediated and direct effects of general control beliefs on obsessive compulsive symptoms. *Canadian Journal of Behavioral Science* 41 (2), 84-92.
- Obsessive Compulsive Cognitions Working Group, OCCWG. (1997).** Cognitive Assessment of obsessive-compulsive disorder. *Behaviour Research and Therapy* 35 (7), 667- 681.
- Oltmanns, T. F., Neale, J. M. ve Davison, G. C. (2003). *Anormal davranışlar psikolojisinde vakâ çalışmaları*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği.
- Rachman, S. ve Hodgson (1980). *Obsessions and compulsions*, Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Rachman, S. (2002). A cognitive theory of compulsive checking. *Behaviour Research and Therapy* 40, 625 – 639.
- Radomsky, A.S., Ashbaugh, A.R, Gelfand, L.A., & Dugas, M.J. (2008). Doubting and compulsive checking. In J. Abramowitz, S. Taylor & D. McKay (Eds.), *Obsessive compulsive disorder: Subtypes and spectrum conditions*. The Netherlands: Elsevier Press.
- Radomsky, A. S. ve Taylor, S. (2005). Subtyping OCD: Prospects and problems. *Behaviour Therapy* 36 (4), 371-279.
- Rasmussen, S. A. ve Eisen, J. L. (1998). The epidemiology and clinical features of obsessive-compulsive disorder. In M. A. Jenike & W. E. Minichiello (EDS.), *Obsessive-compulsive disorders: Practical management* (pp. 12-43). St. Louis: Mosby.
- Rheume, J., Ladouceur, R., Freeston, M. H. ve Lertarte, H. (1995). Inflated responsibility in obsessive compulsive disorder: Validation of an operational definition. *Behaviour Research and Therapy* 33 (2), 159 – 169.
- Salkovskis, P. M., Kirk, J., Hawton, K. ve Clark, D. M. (1991). *Cognitive behavioral therapy for psychiatric problems*. Oxford: Oxford University Press.
- Salkovskis, P. M. (1996). Cognitive behavioural approaches to understanding obsessional problems. In *Current controversies in the anxiety disorders*. New York: Guilford.
- Salzman, L. (1985). Psychotherapeutic management of obsessive-compulsive patients. *American Journal of Psychotherapy* 39, 323-330.
- Shafran, R. (1997). The manipulation of responsibility in obsessive compulsive disorder. *British Journal of Clinical Psychology* 36, 397-407.
- Steketee, G., Frost, R. O. ve Cohen, I. (1998). Beliefs in obsessive compulsive disorder. *Journal of Anxiety Disorders*. 12, 525-537.
- Tolin, D. F., Abramowitz, J. S., Brigidi, B. D. ve Foa, E. B. (2003). Intolerance of uncertainty in obsessive compulsive disorder. *Journal of Anxiety Disorders* 17, 31 – 42.
- Topçuoğlu, V. (2003). Obsesif kompulsif bozuklukta psikanalitik görüşler. *Klinik Psikiyatri*, 6, 46 – 50.
- Wells M. C., Hughes, C. G. ve Buzzell, V. (1990). Treating obsessive – compulsive personalities in psychodynamic / interpersonal group therapy. *Psychotherapy* 27, 366 – 368.
- Zuckerman, M. (1999). *Vulnerability to psychopathology*. Washington: American Psychological Association.

İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programına İlişkin Öğretmen Görüşleri*

Teachers' Opinions on the English Language Curriculum of the 5th Grade of Primary Education

Tuğba Cihan - Yrd. Doç. Dr. Eda Gürten

Öz

Bu araştırma, ilköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programına yönelik öğretmen görüşlerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Araştırma, 2008-2009 öğretim yılında Ankara iline bağlı Çankaya, Sincan, Keçiören, Çubuk, Polatlı, Kazan ve Mamak ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın çalışma evrenini bu ilçelerde görev yapan 288 İngilizce öğretmeni oluşturmaktadır. Ankara ilinin üst, orta ve alt grup olarak değerlendirilen ilçelerinden kolay ulaşılabilir durum örneklemesiyle, Çankaya, Sincan, Çubuk, Mamak ve Ayaş ilçelerinden seçilen 9 öğretmene ise yarı yapılandırılmış görüşme formu uygulanmıştır. Araştırmada mevcut durumun ortaya konulması amaçlandığından betimsel tarama (survey) modeli kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; hedef ifadeleri öğretmenler tarafından anlaşılır ve öğrencilerin yaş grubu ile gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun bulunmuştur. İçeriğin hedeflerle tutarlı olduğu belirlenmiş, ünitelerin genel olarak basitten karmaşığa, somuttan soyuta, kolaydan zora doğru yazıldığı sonucuna varılmıştır. Öğretme-öğrenme etkinliklerinin öğrencilerin derse etkin şekilde katılmasını ve etkili öğrenmesini sağladığı, öğrencilere bağımsız çalışma özelliği kazandıracak nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araç-gereçlerin öğrencilerin yaş, gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun olduğu belirlenmiştir. Programın hedeflerle tutarlı olarak ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri önerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Öğretmenlerin alternatif ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerinden en fazla öz değerlendirme ve akran değerlendirme kullandıkları belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: İngilizce Öğretim Programı, Yabancı Dil Öğretimi, Erken Yaşta Dil Öğrenenler.

Abstract

The purpose of this research is to determine teachers' opinions on the English language curriculum of the 5th grade of primary education. The research was conducted in Çankaya, Sincan, Keçiören, Çubuk, Polatlı, Kazan and Mamak, the counties of Ankara, during the academic years of 2008-2009 and the sample consisted of 288 teachers working in these counties. The semi-structured interview form was implemented to 9 teachers chosen from the upper, middle and low class counties of Ankara, which are Çankaya, Sincan, Çubuk, Mamak and Ayaş, using convenience sampling. Since the purpose of the study is to reveal the present situation, descriptive (survey) method was used. The results of the research showed that; the statements of aims were found understandable by teachers and also suitable for the development and learning characteristics of the age group of students. The syllabus was found consistent with the aims of the curriculum and the units were written generally from simple to complex, concrete to abstract and easy to difficult. The teaching and learning activities made it possible for students to attend the class actively and learn effectively, and they could make the students gain the skill of studying independently. The materials were suitable for the development and learning characteristics of the age group of students. The curriculum recommends measurement and assessment techniques and methods that are consistent with the aims. The teachers mostly used the self assessment and peer assessment among other alternative assessment types.

Keywords: English Curriculum, Foreign Language Teaching, Young Learners of a Foreign Language.

*Bu çalışma, 2009 yılında hazırlanan yayınlanmamış yüksek lisans tezinin bir bölümünü içermektedir.

Tuğba Cihan, Ankara Üniv. Yab.Dil. Y.O. (İng. Okutmanı), ODTÜ Eğitim Prog. ve Öğr Bölümü (Doktora Öğrencisi), tugbagunes@gmail.com
Yrd. Doç. Dr. Eda Gürten, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Programları ve Öğretim ABD, edaerdem@hacettepe.edu.tr

Giriş

Demirel (2006a), gençlere sağlanan eğitim olanaklarının, toplumun niteliğini ortaya koyduğunu belirtmekte, program geliştirme uzmanlarının hazırladıkları eğitim programlarının öğrencilerin toplumsallaşma ve şekillenmelerinde önemli bir rol oynadığını; diğer bir anlatımla eğitim programının bir toplumu yansıttığı ya da toplumun şekillenmesine yardımcı olduğunu ileri sürmektedir.

Eğitim programının temel öğeleri, hedef, içerik, öğrenme yaşantıları ve değerlendirmedir. Hedef, “yetiştirilen kişide bulunması istenilen, eğitim yoluyla kazandırılabilir nitelikteki istendik özelliklerdir” (Ertürk, 1994, s. 24). Hedefler, içeriğin düzenlenmesinde bilgilerin hiyerarşik sıralaması, basitten karmaşığa, somuttan soyuta, kavramlardan ilke ve genellemelere göre dizilmesi ve kapsamdaki önkoşul ilişkilerin belirlenmesi açısından program tasarısında önemli bir rol oynamaktadır (Erden, 1998). Öğrencilere istenilen davranışların kazandırılmasını sağlayan öğrenme yaşantılarının düzenlenmesi eğitim durumlarında ele alınmaktadır (Demirel, 2006a). Öğrenme bu boyutta gerçekleşmektedir. Ölçme ve değerlendirme, program geliştirmenin son boyutunu oluşturmaktadır. İyi geliştirilmiş bir program güçlü ve işlevsel değerlendirme öğelerini içerir. Bu değerlendirme öğeleri programın hedeflerine göre belirlenir ve içerikle, öğretim yöntemleriyle, öğrenme etkinlikleriyle bütünleştirilir ve beklenen sonuçlara ilişkin gelişme düzeyi değerlendirme yoluyla belirlenir (Güven, 2007).

Yabancı Dil Öğretimi Programının Özellikleri

İkinci dil veya yabancı dil öğretimine dar bir açıdan bakılmakta, öğrenci başarısızlığından da öğretim yöntemi, materyaller veya öğretmen sorumlu tutulmaktadır. Ancak bir dil programının başarısı, sadece öğretme işinden fazlası olup, pek çok planlama, geliştirme ve uygulama aşamalarını içermektedir (Yordanova, 2000). Dil öğretimine yönelik sağlıklı kazanımlar, öğretilen konunun yapısını anlamaya, öğrenenlerin değişik düzeylerde ulaşabilecekleri öğrenme seviyelerinin bilincinde olmaya ve hedeflerin iyi yapılandırılmış birimler olarak tanımlanma becerisine dayanmaktadır (Richards, 2001). Kazanımların tanımlanması ve hedefleri gerçekleştirmek için gerekenleri düşünme süreci, öğrencilerin dil gereksinimlerini karşılamak için gerekli bilgi ve becerilerin analizi, sentezi ve belirlenmesine öncülük edecektir (J.D. Brown, 1995). Programın içerik boyutu ise öğ-

retilmesi gerekenler hakkında ve bu içeriğin nasıl seçilmesi ve hangi sırayı izlemesi gerektiğiyle ilgili bilgi vermektedir (Nunan, 1994). Tamamlanmış bir içerik; yapılar, fonksiyonlar, konu başlıkları, beceriler ve görevler olmak üzere tüm öğeleri içermektedir (MEB, 2006a).

Avrupa Konseyi'ne göre, öğretme öğrenme sürecinde kullanılacak yöntemler öğrenenlerin bireysel ihtiyaçları ve öğrenme işinin gerçekleştiği bağlam ışığında kazanımlara ulaşmada en etkili olanlar arasından seçilmelidir (CEF, 2009). Bu doğrultuda, pek çok yabancı dil programında öğretim materyalleri anahtar bir bileşendir (Richards, 2001). İyi geliştirilmiş yabancı dil öğretim materyalleri etkili olmalı, öğrencilerin rahat hissetmesini sağlamalı, öğrencilere dilin gerçek kullanımını göstermeli, hedef dili iletişim amacıyla kullanma fırsatı sunmalı, öğrencilerin zihinsel, estetik ve duygusal olarak dahil olmalarını sağlamalı, çok fazla kontrollü çalışmaya dayanmamalı ve geri bildirim olanak vermelidir (Tomlinson, 1998). Kullanılan yöntem ve teknikler öğrenenin dili kullanmaya ihtiyaç duyduğu iletişimci durumları destekleyen materyaller içerirse, öğrenme daha etkili ve kalıcı olacaktır (Mackey, 1967).

Yabancı dil öğretiminde program geliştirmenin son boyutu ölçme-değerlendirmedir. Yabancı dil öğretiminde ölçme değerlendirmeye ilişkin yaklaşımlar davranışçı bir bakış açısından daha iletişimci ve bütünlüycü bir bakış açısına doğru değişmiştir (H.D. Brown, 2004). Bu yaklaşımlar, ayrık nitelikli sınav ve bütünlükçü sınav, iletişimci sınav ve performans dayalı sınavdır. Hughes (1989), her bir sorusu bir dilbilgisi kuralını ölçen bir sınavı ayrık nitelikli sınav, kompozisyon yazmak gibi birden fazla beceriyi ölçen bir sınavı ise bütünlükçü olarak tanımlamaktadır. H.D. Brown (2004)'a göre dikte ve cümle tamamlama testleri bütünlükçü sınavmaya örnektir. Test tasarımcılarının daha otantik ve gerçek hayata ilişkin bir arayışa girmeleriyle birlikte iletişimci yaklaşım öne çıkmıştır. Bachman ve Palmer (1996)'a göre, bir testin yararlı ve otantik olabilmesi için test performansı gerçek hayattakine benzer bir dil kullanım becerisini ölçebilmelidir ve bu da iletişimci sınav yaklaşımı ile mümkündür. Performansa dayalı sınav yaklaşımında performans dili üretmek anlamına gelmektedir (CEF, 2009). Performansa dayalı testler sözlü üretim, yazılı üretim, açık uçlu sorular ve bütünlük performans içerir (H.D. Brown,

2004) ve öğrenenlere gerçek hayatta gerekli olan dil becerilerini kullanabilme imkanı verir (Wigglesworth, 2008). Çoklu zeka ve alternatif değerlendirme ise, dil öğretiminde sınama durumlarını etkileyen yeni yaklaşımlardır (H.D. Brown, 2004). Çoklu zeka üzerine çalışan Gardner, toplam sekiz zeka türü belirlemiştir. Gardner'ın teorisini benimseyenler, portfolyo, projeler, öğrenci günlükleri ve yaratıcı ödevler gibi sınama durumlarını desteklemektedir (Brualdi, 1996). Birenbaum (1996)'a göre alternatif değerlendirme, gelenekselden farklı olarak değerlendirme ve öğretim sürecini bütünleştirir (Akt. Paran, 2010). Devamlıdır, süreç odaklıdır, açık uçlu cevapları destekler etkileşim, iletişim ve etkin katılım içerir (H.D. Brown, 2004). Alternatif değerlendirme teknikleri yazma değerlendirmesi, portfolyo değerlendirmesi, sınıf değerlendirmesi, bireysel değerlendirme, öğretmen gözlemi, anektotlar, kontrol listeleri, oran ölçekleri, puanlama yönergeleri ve sıralama standartlarıdır (MEB, 2006a).

Erken Yaşta Yabancı Dil Öğretimi

Yabancı Dil Eğitim ve Öğretimi Komisyon Raporu'nda (1991), gencin bir meslek veya beceriye daha erken yaşlarda yönlendirilmesini sağlayacak yeni düzenleme içinde yabancı dil öğrenimine ilköğretim 4. sınıfta başlanması gerektiği belirtilmektedir. İlköğretim birinci kademe öğrencilerine ilişkin olarak Koydemir (2001), bu dönemde çocuğun dil öğrenimini amaç dilin keşfi biçiminde algıladığını, oyun ve müzikle bağlantılı etkinliklere öğrenme sürecinde önemli bir yer verildiğini, konuşmak ile yapmanın her zaman bir bütün olarak kabul edildiğini belirtmektedir. Cihan (2001), ilköğretimin eğitim sistemi içinde belirleyici ve birikimlerin üst öğretim kademelerine aktarılmasını sağlayan güç verici bir niteliğe sahip olduğunu, başlangıç değil, eğitim sisteminin temeli konumunda bulunduğunu ifade etmektedir. Hayes (2008)'e göre, bu yaş grubunda öğrenme işinin faydalı olduğunu ve başarabileceklerini hissetmek öğrencilerin motivasyonunu güçlendirirken, hayal dünyalarının beslenmesi onları yaratıcı hale getirmekte ve meraklarını uyandırmaktadır. Dean (1999), ilköğretimde en iyi okulların başarmış olduğu bağımsız öğrenmeyi sağlamak için bir eğilim olduğunu, işbirliği içinde gerçekleştirilen grup çalışmalarının öğrencileri bağımsız karar alabilme ve çalışmalarını planlama konusunda yüreklendirdiğini belirtmektedir.

Center for Applied Linguistics (2009)'e göre, yabancı dil öğretimine erken yaşlarda başlamak, bir çocuğun zihinsel gelişimini zenginleştirir, öğrenciye düşünmede esneklik ve dile karşı büyük bir duyarlılık kazandırırken çocuğun kendi anadilini daha iyi anlamasına yardımcı olur. Erken yaşta dil öğrenmenin Avrupa'da önem kazanmasıyla birlikte, Fransa gibi ülkeler ilköğretim yıllarında yabancı dil öğreniminin ne derece başarılı olabileceğini belirlemek adına deneyler yapmaya başlamıştır. Girard tarafından hazırlanan bir rapor (1974), Avrupadaki çeşitli yabancı dil öğrenimi projelerine ilişkin ayrıntılı bir açıklama sunmuştur. Söz konusu rapor, erken yaşta yabancı dil öğrenimi konusunda bazı çıkarımlara ulaşmıştır. Buna göre, çocukların sahip oldukları belli yeteneklerden yararlanılabilir; erken yaşta yabancı dil öğrenimi, ilköğretimde öğretilen diğer şeylerle bütünleştirilmelidir ve öğretmenlerin dilbilimsel ve pedagojik becerileri en önemli unsurlardır (Akt. Brewster, Ellis ve Girard; 2002).

Abrahamson (2007)'a göre, bir çocuk yeni bir dil ve kültür öğrendikçe, toplumun içine daha fazla dahil olmakta, ve hayatta ilerledikçe her alanda daha iyi iletişim kurma becerisine sahip olmaktadır. Bireyin kişiliğinin oluşumunda önemli bir etkisi olan benlik tasarımı üzerinde de yabancı dil öğrenmenin etkili olduğu araştırmalarla ortaya koyulmuştur (Koydemir, 2001). Çalışmalar ve deneyimler çocukların ergenlik çağından önce yabancı dil öğrendiğinde telaffuzlarının daha iyi olduğunu göstermektedir. Çocuğun yaşı ne kadar küçükse, süreç hedefe o kadar yakın olacaktır. Çocuk, öğrenmenin üstesinden geleceği daha az biyolojik, nörolojik, sosyal ve duygusal engelle sahiptir. (MEB, 2006a). Ergenleri dil öğreniminde olumsuz yönde etkileyen öz bilince karşılık, daha erken yaşta yabancı dil öğrenen öğrencilerin yeni sorunlara daha istekli yaklaşımlarını sağlayan doğal bir eğilimleri bulunmaktadır (Driscoll, 1999). Bu yüzden küçük çocukların yabancı dil öğrenmeleri çok daha kolay olduğu halde, büyüklerin yabancı-dili öğrenmeleri görece olarak daha zorlaşmaktadır (Başkan, 1969). Tüm bunlar göstermektedir ki, çocukların 4. ve 5. sınıfta İngilizce öğretimi görmelerini hedefleyen ve 2006-2007'de ilk kez 4. sınıflarda, 2007-2008'de ise ilk kez 5. sınıflarda uygulamaya konan yeni İngilizce öğretim programları önceki programlara kıyasla önemli bir adım atmıştır.

İlköğretim İngilizce Öğretim Programları

Birdal (2008)'a göre, ülkemizde uzun yıllar yabancı dil öğretim içeriğinde öğrenci göz ardı edilmiş, dil-bilgisel yapılar verilmiş, iletişimsel özellikler dikkate alınmamıştır. Demircan (1988), dilbilgisi-çeviri yöntemine kaçılmasının öğretmen açısından "öğretilemez", öğrenci açısından ise "öğrenilemez" bir ortam yarattığını belirtmektedir. Dil işlevsel olarak öğrenilmelidir ki öğrenciler kendilerini bilinçli bir biçimde öğrenmeye ve dili kullanmaya hazır hissedebilsinler (Tosun, 2006). Yabancı dil öğretiminde gerçek başarı, dil öğrenenler sınıf içinde ve dışında hedef dili kullanarak gerçekten iletişim kurabildiklerinde sağlanmış olmaktadır (Davies ve Pearse, 2002). Ancak ülkemizde yıllarca dil eğitimi sınıf ortamında, günlük deneyimlerden uzak, öğretmen merkezli olduğu için öğrencilerin öğrendikleri dili yaşayarak, kullanarak pekiştirmeleri mümkün olmamış, dil öğretiminde istenen başarı sağlanamamıştır. (Tanış, 2007).

Türkiye'nin bugüne kadar girdiği Pisa 2003, Pisa 2006, Pisa, 2009 ve Prills 2001 gibi sınavlar da, ülkemizin ilköğretimde yeterlilik düzeyinin oldukça geride kaldığını göstermiştir. İlköğretimde verilen eğitimi daha etkili hale getirmek ve gelişmiş ülkelerdeki eğitim seviyesini yakalamak için diğer derslerin programlarında yapılan değişik yabancı dil programına da yansımıştır. Yabancı dili daha etkin öğretebilmek adına İngilizce öğretiminin ilköğretimde başlatılması T.T.K.B.'nin 17.09.1997 tarih ve 144 sayılı kararı ile yürürlüğe konan "İlköğretim Okulu Yabancı Dil (İngilizce) Öğretim Programı" adlı programla olmuştur. Söz konusu program yaklaşık on yıl sonra ikinci kez değiştirilmiş, T.T.K.B.'nin 10.02.2006 tarih ve 14 sayılı kararıyla, "İlköğretim 4, 5, 6, 7 ve 8. Sınıf İngilizce Dersi (A Bölümü) Öğretim Programı ile Seçmeli İngilizce Dersi (B Bölümü) Öğretim Programı'nın 2006-2007 Öğretim Yılında 4. sınıfta; 2007-2008 Öğretim Yılında 5. sınıfta; 2008-2009 Öğretim Yılında 6, 7 ve 8. sınıflarda uygulanmasına başlanmıştır (MEB, 2006a).

1997 tarihli program, Türk eğitim sistemi tarafından yıllarca çıkış noktası olarak kabul edilen ve öğrenmeyi davranış oluşturma süreci olarak gören davranışçı psikolojiye dayanmaktadır (Çınar, vd., 2006). Bu programda hedefler aşamalı olarak sınıflandırılmıştır ancak hedefler davranış boyutunda ifade edilmemiştir. Ünitelerin yüzdelik dağılımları, her ünite için ön

görülen ders saatleri ve özel amaç sayısı tablo halinde verilmiştir. Her üniteye yönelik işlev (function), yapı (structure) ve kelime bilgisi (vocabulary) bölümleri bulunmaktadır. Kullanılabilecek araç-gereçler yalnızca resimler, flaş kartlar, tahta, duvar resimleri, slaytlar, cep resimleri ve flanel tahtası olarak belirtilmiş; yöntem ve teknikler ise soru-cevap, dramatizasyon, anlatım, dinleme-konuşma, ezberleme, canlandırma ve tekrarlama olarak ön görülmüştür. Değerlendirme sürece yönelik değil, ürüne yöneliktir.

Bir önceki programın aksine, 2006 tarihli program öğrenenlerin bilgiyi yapılandırma sürecine etkin olarak katıldığında öğrenenin daha etkili olduğunu savunan yapılandırmacı öğrenme yaklaşımına dayanmaktadır (Özden, 2003). Bu programda hedefler beceriler doğrultusunda belirlenmiştir. Ünitelerin açıklandığı tablolarda konu (topic), beceriler (skills), bağlam (context), işlev (functions) ve görev (tasks) bölümleri bulunmaktadır. Beceriler bölümünde dört temel beceriye (dinleme, okuma, yazma ve konuşma) yönelik yapılacaklar tek tek açıklanmaktadır. Bağlam bölümünde kullanılabilecekler ünitelere göre ayrı ayrı verilmemekte, her ünite için listeden uygun olanların kullanılması önerilmektedir. Söz konusu listedeki etkinlik ve materyallerden bazıları drama ve dramatize etme, çizme ve boyama etkinlikleri, bilgi tamamlama ve dinleme etkinlikleri, öğrenci diyalogları, şarkılar, şiirler, tekerleme ve kelime yap-bozları, kısa ve basit okuma parçaları, OHP ve saydamlardır.

2006 tarihli programda bir öncekinden farklı olarak ürün yerine süreç değerlendirilmekte, değerlendirme için alternatif (otantik) değerlendirme yöntemleri önerilmektedir. Bu programda değerlendirme European Language Portfolio'dan esinlenilerek hazırlanmıştır. Yeni programlar, bireysel farklılıkları dikkate alan öğrenci merkezli öğretme ve öğrenme stratejilerini benimsemiş olduğu için, ölçme değerlendirmede de öğrencilerin bilgi, beceri ve tutumlarını sergilemeleri için çoklu değerlendirmeyi gerektirmektedir. Bu nedenle sadece yazılı ve sözlü sınavlarla öğrenci başarısının ölçülmesi ve değerlendirilmesi uygun düşmemektedir (Demirel, 2006b). Öte yandan iletişimsel ve işlevsel yöntemin ağırlık kazandığı 2006 tarihli programın 1997 tarihli programa göre daha öğrenci merkezli olup, öğrencilere bağımsız çalışma ve daha fazla sorumluluk alma becerilerini kazandırmayı hedeflediği gözlenmektedir.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu araştırmanın amacı öğretmenlerin ilköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programına ilişkin görüşlerini belirlemektir. Elde edilen verilerin yeni geliştirilecek programlara ve yürütülecek araştırmalara katkı sağlaması beklenmektedir. Bu amaçla aşağıdaki problem ve alt problemlere yanıt aranmıştır:

1. İlköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programına ve programın uygulanmasına ilişkin öğretmen görüşleri nelerdir?
 - a. İlköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programının hedeflerine ilişkin öğretmen görüşleri nelerdir?
 - b. İlköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programının öğretme-öğrenme sürecine ilişkin öğretmen görüşleri nelerdir?
 - c. İlköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programının ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerine ilişkin öğretmen görüşleri nelerdir?

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada öğretmenlerin ilköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amaçlandığından betimleme yöntemi kullanılmıştır. Betimleme modeli, mevcut olayların daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini göz önüne alarak, durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı amaçlamaktadır (Kaptan, 1998). Bu araştırmada nitel ve nicel araştırma yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma desen benimsenmiş, ilköğretim 5. sınıf İngilizce dersi öğretim programının hedefleri, öğretme-öğrenme süreci ile ölçme-değerlendirme öğelerine ilişkin öğretmen görüşleri nitel ve nicel araştırma yöntemleri birlikte kullanılarak değerlendirilmiştir. Karma desen, tek bir çalışma ya da çalışmalar serisindeki aynı temel olgulara yönelik nitel ve nicel veriler toplamayı, bu verileri analiz etmeyi ve yorumlamayı kapsamaktadır (Leech ve Onwuegbuzie, 2007).

Çalışma Evreni

Milli Eğitim Bakanlığı Öğretmenlerinin Atama ve Yer Değiştirme Yönetmeliği'nde verilen bilgilere göre, Ankara iline bağlı ilçeler sosyoekonomik düzeyleri açısından A, B, C ve D sınıfları olmak dört sınıfa ayrılmıştır (MEB, 2006b). A sınıfı ilçeleri sosyoekonomik anlamda üst grubu oluştururken, D sınıfı en alt grubu oluşturmaktadır. MEB İstatistik Bölümünden

alınan verilerde ise, Ankara ilçelerinde görev yapan ilköğretim İngilizce öğretmenlerinin ilçelere göre sayısı belirtilmektedir. 2008-2009 eğitim-öğretim yılında Ankara iline bağlı ilçelerdeki tüm ilköğretim okullarında çalışan toplam 1625 ilköğretim İngilizce öğretmeni bulunmaktadır. Araştırma 5. sınıf İngilizce öğretmenlerine yönelik yürütülse de, MEB verilerine göre 5. sınıflarda görev yapan öğretmen sayısı ayrıca bilinmemektedir. Bundan dolayı araştırmanın evrenine ilköğretimin tüm kademelerinde (4, 5, 6, 7 ve 8. sınıf) görev yapan öğretmenler dahil edilmiştir. Araştırmanın kapsamına giren 1625 İngilizce öğretmeninden araştırma konu ve problemlerine sosyoekonomik, kültürel vb. özellikleriyle en uygun örneklemin seçilmesi için ölçüt temelli örnekleme tekniği kullanılmıştır. Bu araştırmanın örneklemini, her sınıf ilçeden seçilen 288 öğretmen oluşturmaktadır. Ayrıca yine ölçüt temelli örnekleme tekniği kullanılarak, 5. sınıflarda programı uygulamış ve çeşitli sosyoekonomik düzeylerdeki ilçelerden 9 öğretmene de görüşme formu uygulanmıştır.

Veri Toplama Aracı

Bu araştırmada ilköğretim İngilizce öğretmenlerinin 5. sınıf İngilizce öğretim programına yönelik görüşlerini belirlemek amacıyla veri toplama aracı olarak, araştırmacı tarafından geliştirilen anket ve görüşme formu kullanılmıştır. Hazırlanan anket, hedefler (competences/skills), içerik ve öğretme-öğrenme süreci (context, functions, tasks) ve ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Anketin geçerlik çalışmalarına yönelik uzman görüşlerine başvurulmuş, 62 madde içeren anketin ilk hali, bazı maddelerin çıkarılması, düzeltilmesi ve yeni maddeler eklenmesiyle 48 madde olarak son halini almıştır. Ankete verilen cevaplara yönelik hiç katılmıyorum, katılmıyorum, kararsızım, katılıyorum, tamamen katılıyorum şeklinde 5'li likert tip ölçek kullanılmıştır. Anketin Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0.94'tür. Bir diğer veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Taslak görüşme formunun geliştirilmesinde alan yazın taramasıyla birlikte, taslak anketin oluşturulması için İngilizce öğretmenleriyle yapılan ön görüşme verileri de kullanılmıştır. Bunların sonucu olarak araştırmanın alt problemlerine yönelik geliştirilen 12 soruluk görüşme formu, geçerlik çalışmaları kapsamında uzman görüşüne sunulmuştur. Alınan görüşler doğrultusunda bazı maddelerde değişiklikler yapılmıştır. Tüm bunların sonunda, ilköğretim 5. sınıf İngilizce öğretim programının hedefler, içerik, öğret-

me-öğrenme süreci ve ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri ile öğretmenlerin programı uygulama aşamasında yaşadıkları güçlüklerle yönelik 15 soruluk bir görüşme formu öğretmenlere uygulanmıştır.

Verilerin Toplanması

Anketlerin bir kısmı araştırmacı tarafından Ankara iline bağlı Çankaya, Sincan, Keçiören, Çubuk, Polatlı, Kazan ve Mamak ilçelerindeki ilköğretim okullarına gidilerek, bir kısmı ilçelerin Milli Eğitim Müdürlüklerindeki okulların posta kutularına bırakılarak, bir kısmı ise e-posta aracılığıyla uygulanmıştır. Anket, toplam 288 İngilizce öğretmenine uygulanmıştır. Görüşme formu ise Ankara'nın üst, orta ve alt grup olarak değerlendirilen ilçelerinden (Çankaya, Sincan, Mamak, Çubuk ve Ayaş) ölçüt temelli örneklemeyle seçilen 9 öğretmene uygulanmıştır.

Verilerin Analizi

Anketten elde edilen nicel veriler için SPSS paket programı kullanılarak frekans ve yüzdeler hesaplanmıştır. Bu frekans ve yüzdeler tablolara aktarılmış ve verilerin analizi gerçekleştirilmiştir. Görüşme formu kullanılarak yapılan yüz yüze görüşmeler neticesinde elde edilen veriler ise, nitel araştırma yöntemleri kapsamında içerik analizi yapılarak çözümlenmiştir. Görüşme formunun uygulandığı grupla yapılan görüşmeler neticesinde elde edilen veriler düz yazı halinde alt alta getirilerek kodlara ulaşılmıştır. Bu kodlamalar ortak temalar altında birleştirilmiş ve içerik analizi yapılmıştır.

Bulgular ve Yorum

Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Hedeflerine İlişkin Görüşleri

İngilizce öğretmenlerinin ilköğretim 5. sınıflara uygulanan İngilizce öğretim programının konuşma, dinleme, yazma ve okuma becerilerine yönelik hedeflerine ilişkin görüşleri belirlenmiştir. Tablo 1'de ölçme araçlarından anket ile toplanan görüşlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 1'e göre, en çarpıcı bulgulardan biri öğretmenlerin konuşmayla ilgili hedeflerin ulaşılabilir nitelikte olmadığı görüşünü bildirmesidir. Görüşmelerden elde edilen bulgulara göre bunun temel nedeni haftalık ders süresinin ancak içeriği tamamlamaya yetiyor olmasıdır. Öğretmenler konuşmayla ilgili hedeflerin birbiriyle kaynaşık nitelikte olmadığı yönünde görüş bildirmişlerdir. Programın 5. Sınıf 1. Ünitesi (Unit 1: Countries Part A: My Country) ve 5. Sınıf 2. Ünite-

si'ndeki (Unit 2: Regions Part A: My Region) konuşma becerisine yönelik olan hedeflere bakıldığında, hedeflerin birbirini pekiştirici bir nitelikte olduğu söylenebilir. Ayrıca görüşme bulguları öğretmenlerin program hakkında yeterince bilgilendirilmediklerini göstermektedir. Yazmayla ilgili hedeflerin ulaşılabilir olması konusunda öğretmenlerin büyük bir kısmı katılıyorum şeklinde görüş bildirmişlerdir. Çocuklar kendilerine yönelik yazmaktan hoşlanmaktadırlar, bu yüzden de yazma işini mümkün olduğunca kişiselleştirmek yararlı olmaktadır (Brewster, Ellis ve Girard, 2002). Yazma becerisine yönelik hedeflere bakıldığında, bunlar arasında kendileri hakkında basit cümleler yazma, sevdikleri ve sevmedikleri şeyler hakkında basit cümleler yazma, basit bir şiir yazma gibi kişisel yazmaya yönelik hedefler olduğu görülmektedir. Öğretmenlerin bu maddeye yönelik katılıyorum görüşü bildirmeleri, bu beceriye ilişkin hedeflerin çocukların yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygunluğundan kaynaklandığı söylenebilir. Yazmayla ilgili hedeflerin birbiriyle kaynaşıklığı konusunda öğretmenler katılıyorum görüşü bildirmişlerdir. Kaynaşıklık açısından birkaç ünitenin yazma becerilerini incelemekte fayda olabilir. Programın 5. Sınıf 1. Ünitesi'nde (Unit 1: Countries Part A: My Country) yazma becerisine yönelik belirtilen beceriler; milliyet ve ülke isimlerini yazma, kendileri ve diğer insanlar hakkında basit cümleler yazma olarak görülmektedir. Bunu takip eden ünite (Unit 2: Regions Part A: My Region), standart formatta yazılı basit kelime ve kısa metinleri kopyalama, 3. Ünite'de (Unit 3: Cities Part A: Capital Cities) ise insanların yaşadıkları yerler hakkında basit cümleler kurma becerileri görülmektedir. Yazma becerisine yönelik hedefler birbiriyle kaynaşık görülmektedir ve öğretmenler bu maddeye ilişkin katılıyorum görüşünü belirtmişlerdir. Dinleme becerisinin geliştirilmesi için öğretmenlerin öğrencileri hazırlaması ve onlara çeşitli şekillerde yol göstermesi gerektiği düşünüldüğünde, öğretmenlerin dinlemeyle ilgili hedefler ulaşılabilir niteliktedir maddesine verdikleri katılıyorum ve katılmıyorum görüşlerinin birbirine yakın olmasının, katılmıyorum şeklinde yanıt veren öğretmenlerin dinleme öncesi etkinlikleri gerçekleştirmediklerinden kaynaklandığı düşünülebilir. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler sırasında 5. sınıfın ilk ünitelerindeki okuma parçalarının öğrenci seviyesinin çok üzerinde olduğu, ders İngilizce olmasına rağmen öğrencilerin parçayı anlamalarını sağlamak için öğrencilere coğrafi şekilleri ve farklı ülkeleri anlatmak zorunda kaldıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Daha sonraki okuma parçalarında

Tablo 1. Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Hedeflerine İlişkin Görüşleri

MADDELER	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılıyorum	
	f	%	f	%	F	%	f	%	F	%
1. Programdaki hedef ifadeleri öğretmenlerin anlayabileceği niteliktedir.	5	1,7	61	21,2	20	6,9	135	46,9	67	23,3
2. Hedefler öğrencileri İngilizce öğretiminin genel amaçlarına ulaştırabilecek niteliktedir.	3	1,0	38	13,2	48	16,7	160	55,6	39	13,5
3. Hedefler öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur.	4	1,4	55	19,1	49	17,0	152	52,8	28	9,7
4. Konuşmayla ilgili hedefler ulaşılabilir niteliktedir.	17	5,9	114	39,6	76	26,4	73	25,3	8	2,8
5. Konuşmayla ilgili hedefler birbiriyle kaynaşık (pekiştirici bir nitelik içinde) niteliktedir.	16	5,6	115	39,9	71	24,7	75	26,0	11	3,8
6. Konuşmayla ilgili hedefler etkinliklerin ve sınama durumlarının düzenlenmesine yol göstericidir.	10	3,5	102	35,4	78	27,1	92	31,9	6	2,1
7. Yazmayla ilgili hedefler ulaşılabilir niteliktedir.	19	6,6	68	23,6	45	15,6	132	45,8	24	8,3
8. Yazmayla ilgili hedefler birbiriyle kaynaşık (pekiştirici bir nitelik içinde) niteliktedir.	12	4,2	89	30,9	50	17,4	116	40,3	21	7,3
9. Yazmayla ilgili hedefler etkinliklerin ve sınama durumlarının düzenlenmesine yol göstericidir.	12	4,2	97	33,7	56	19,4	111	38,5	12	4,2
10. Dinlemeyle ilgili hedefler ulaşılabilir niteliktedir.	9	3,1	95	33,0	62	21,5	100	34,7	22	7,6
11. Dinlemeyle ilgili hedefler birbiriyle kaynaşık (pekiştirici bir nitelik içinde) niteliktedir.	11	3,8	81	28,1	76	26,4	102	35,4	18	6,3
12. Dinlemeyle ilgili hedefler etkinliklerin ve sınama durumlarının düzenlenmesine yol göstericidir.	13	4,5	87	30,2	66	22,9	104	36,1	18	6,3
13. Okumayla ilgili hedefler ulaşılabilir niteliktedir.	20	6,9	98	34,0	38	13,2	106	36,8	26	9,0
14. Okumayla ilgili hedefler birbiriyle kaynaşık (pekiştirici bir nitelik içinde) niteliktedir.	9	3,1	83	28,8	71	24,7	104	36,1	21	7,3
15. Okumayla ilgili hedefler etkinliklerin ve sınama durumlarının düzenlenmesine yol göstericidir.	8	2,8	97	33,7	54	18,8	109	37,8	20	6,9
16. Hedefler kendi içinde birbiriyle tutarlıdır (ardışık düzende yazılmıştır).	18	6,3	65	22,6	55	19,1	114	39,6	36	12,5
TOPLAM	12	4	84	29	57	20	111	39	24	8

ilk ünitelere oranla daha az sorun yaşandığını belirten öğretmenler, yine de okuma parçalarını genel olarak zor bulmaktadır. Okumayla ilgili hedeflerin ulaşılabilir olmasına yönelik belirtilen katılıyorum ve katılmıyorum görüşlerinin birbirine yakın olması bu durumdan kaynaklanıyor olabilir.

Veri toplama araçlarından görüşme formu ile programın hedeflerine ilişkin alınan görüşler, hedeflerin dil becerilerine uygunluğu, gelişim düzeyine uygunluk ve gerçekleştirilebilirlik kategorileri altında toplanmıştır. Buna göre, öğretmenlerin neredeyse tamamı hedeflerin dört temel beceriye eşit derecede önem verdiğini belirtmekte, dört temel becerinin aynı oranda geliştirilmesinin dil öğrenmenin en önemli noktası olduğunu ifade etmektedirler.

“İlk defa dört temel beceri iç içe hedeflerde, her beceriye yönelik hedef var. Sonuçta dil dört beceriyi ilgilendiren bir mesele. Bundan önce uyguladığımız programda bu yoktu.”(7)

Anket sonuçlarıyla paralel olarak, dört öğretmen programda yer alan dört temel beceriye yönelik hedefleri öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun bulduklarını ifade ederken, beş öğretmen söz konusu hedeflerden özellikle yazma ve okuma becerisine yönelik olanları öğrencilerin yaş grubu için ağır bulduğunu belirtmektedirler.

“Yazma ve okuma hedeflerini uygun bulmuyorum çünkü daha çok küçük bu öğrenciler. Önce bırakılmı şat pat konuşsunlar, dinlediklerini anlamayı öğrensinler.”(1)

“Hedefler öğrencilerin yaşına uygun, onları zorlayacak ya da yaş gruplarıyla ilgili gelişim özelliklerine zıtlık yaratacak hedefler yok.”(2)

Anketten elde edilen verilere göre öğretmenler, yazma ve okuma becerilerine ilişkin hedeflere ulaştığını bildirmişlerdir. Görüşme verilerine göre ise yazma ve okuma becerilerine ilişkin hedefleri öğrencilerin yaş grubuna uygun bulmadıklarını ifade etmektedirler. Bu durum eski programda olduğu gibi okuma ve yazma becerilerine daha fazla ağırlık verildiğini gösterebilir. Öğretmenler ayrıca kendi ifadeleriyle hedeflerin dört temel beceriye eşit derecede önem vermesini ve gelişim düzeyine uygun yazılmış olmasını iyi bir gelişme olarak nitelendirirken, özellikle konuşma ve dinlemeye yönelik hedeflerin haftalık ders saatinin yetersiz oluşu nedeniyle tam olarak gerçekleştirilemediğini ifade etmektedirler.

“İletişim becerilerini geliştirebilmek için çok daha fazla dört temel becerinin üzerinde durulacak zamana ihtiyaç var ancak haftalık ders programı ile programın kendi yükünü karşıladığımız zaman tüm bu yeterliklere ulaşmak oldukça zor görünüyor.”(5)

Araştırmanın nitel ve nicel verilerinden elde edilen sonuçlarına göre programda dört temel becerinin birlikte geliştirilmesi amaçlanmasına rağmen, dinleme ve okuma becerisine yönelik hedeflerin gerçekleştirilebilirliğinin düşük olması bir eksiklik olarak görülebilir.

Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Öğretme-Öğrenme Sürecine İlişkin Görüşleri

İngilizce öğretmenlerinin ilköğretim 5. sınıflara uygulanan İngilizce öğretim programının içerik ve öğretme-öğrenme sürecine ilişkin görüşleri belirlenmiştir. Tablo 2’de bu görüşlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 2’ye göre, ünitelerin basitten karmaşığa, somuttan soyuta, kolaydan zora doğru yazıldığı konusunda öğretmenlerin verdikleri katılmıyorum ve katılıyorum cevaplarının birbirine yakın olması, öğretmenlerin görüşmelerde belirttiği gibi 5. sınıf programının özellikle ilk ünitesindeki okuma parçası ve kelimelerinde büyük zorluk yaşanmasından kaynaklanabilir. Öğretmenler hedeflenen cümle yapıları ve kelime dağarcığının öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun olduğunu düşünmektedirler. Programda ünitelerdeki A ve B bölümlerinin

iş görüleri açıkça belirtilmektedir. Ünitelerdeki A ve B bölümlerinin iş görülerinin programda açıkça belirtilmesi konusunda öğretmenlerin katılıyorum ve katılmıyorum şeklindeki görüşleri birbirine yakındır. Öğretmenlerin katılmıyorum olarak görüş bildirmesinin nedeni programın öğretmenler tarafından yeterince incelenmemesi olabilir. Ünitelere ayrılan sürenin yeterli olup olmadığına yönelik öğretmenler süreyi yeterli bulmadıklarını belirtmişlerdir. Araştırmanın veri toplama aracı olan anketin geliştirilmesi aşamasında öğretmenlerle yapılan ön görüşmelerde, programda ünitelerin A ve B bölümleri olarak ayrılmasına rağmen, sınıfta işlenen kitapta bunun açıkça belirtilmediği, bu yüzden öğretmenlerin farkında olmadan hem A hem de B bölümünü yetiştirmeye çalıştıkları, bu yüzden üniteleri zamanında bitirmekte büyük güçlük yaşadıkları için Milli Eğitim Bakanlığı’na gönderdikleri dilekçe ile ders saatinin haftada 2 saatten 3 saate çıkarıldığı ortaya çıkmıştır. Öğretme-öğrenme etkinliklerinin etkili öğrenmeyi sağladığı konusunda öğretmenlerin katılıyorum şeklinde görüş belirtmeleri, dört temel beceriye yönelik hedeflerin ulaşılabilirliği konusunda ise genel olarak katılmıyorum şeklinde veya eşit oranda katılıyorum ve katılmıyorum cevapları vermeleri bir çelişki olarak görülebilir. Programda yer alan etkinliklerin sınıf içinde ve dışında uygulanabilir nitelikte olması konusunda öğretmenler katılıyorum şeklinde görüş bildirmişlerdir. Ancak öğretmenlerle yapılan görüşmelerde söz konusu etkinliklerin çok zaman aldığı, bu yüzden sıkıntı yaşandığı görüşü ortaya çıkmıştır.

Veri toplama araçlarından görüşme formu ile içerik ve öğretme-öğretme sürecine ilişkin alınan görüşler içeriğin günlük yaşamla bağlantısı, içeriğin gelişim düzeyine uygunluğu, etkinliklerin uygulanabilirliği, etkinliklerin etkililiği ve araç-gereçlerin eksikliği kategorileri altında toplanmıştır. Buna göre, anketten çıkan sonuçlarda olduğu gibi öğretmenler program içeriğinin günlük yaşamla genel olarak ilgili olduğunu, ancak öğrencilerin zaman zaman ünitelerde karşılaştıkları terimleri daha önceden bilmediklerinden sorunlar yaşanabildiğini belirtmektedirler.

“Ünitelerin günlük yaşamla ilişkisi var, öğrenciler gerçek hayatta karşılarına çıkabilen şeyleri ünitelerde buluyorlar fakat bazı okuma parçaları ki bunlar öğrencilerin dil bilgisi seviyesinin üzerinde, farklı ülkelerden bahsediyor. Öğrenci bunları gerçek hayatında bir kere duymamış. Önce coğrafya dersindeymişiz gibi dünyadan, ülkelerden bahsetmek anlatmak gerekiyor.”(2)

Tablo 2. Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Öğretme-Öğrenme Sürecine İlişkin Görüşleri

MADDELER	Hiç Katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılmıyorum	
	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%
17. Program içeriği hedeflerle tutarlı niteliktedir.	2	,7	58	20,1	50	17,4	147	51,0	31	10,8
18. İçerik öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur.	25	8,7	72	25,0	45	15,6	129	44,8	17	5,9
19. Üniteler öğrencilerin ilgisini çekecek niteliktedir.	19	6,6	94	32,6	36	12,5	116	40,3	23	8,0
20. Üniteler basitten karmaşığa, somuttan soyuta, kolaydan zora doğru yazılmıştır.	32	11,1	88	30,6	43	14,9	113	39,2	12	4,2
21. Ünitelerde bulunan okuma parçaları hedef dilin (İngilizce) kültürüne uygundur.	5	1,7	70	24,3	60	20,8	142	49,3	11	3,8
22. Üniteler gerçek yaşama uygulanabilir biçimde hazırlanmıştır.	7	2,4	77	26,7	58	20,1	138	47,9	8	2,8
23. Programda hedeflenen cümle yapıları öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur.	17	5,9	88	30,6	52	18,1	122	42,4	9	3,1
24. Programda hedeflenen kelime dağarcığı öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur.	23	8,0	91	31,6	35	12,2	122	42,4	17	5,9
25. Ünitelerin A ve B bölümünün iş görüleri programda açıkça belirtilmiştir.	14	4,9	101	35,1	71	24,7	94	32,6	8	2,8
26. Ünitelerin A ve B bölümü olarak ayrılmış olması uygulamada kolaylık sağlayıcı niteliktedir.	15	5,2	95	33,0	59	20,5	106	36,8	13	4,5
27. Ünitelerin A bölümünün işlenmesi için ayrılan süre yeterlidir.	27	9,4	129	44,8	34	11,8	90	31,3	8	2,8
28. Ünitelerin B bölümünün işlenmesi için ayrılan süre yeterlidir.	23	8,0	132	45,8	34	11,8	89	30,9	10	3,5
29. Ünitelerin B bölümü seçmeli ders alan öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılaması bakımından gereklidir.	14	4,9	73	25,3	76	26,4	108	37,5	17	5,9
30. Programda yer alan öğretim-öğrenme etkinlikleri (activities) açık bir şekilde ifade edilmiştir.	4	1,4	48	16,7	39	13,5	164	56,9	33	11,5
31. Öğretim-öğrenme etkinlikleri öğrencilerin derse etkin şekilde katılmasını sağlayacak niteliktedir.	5	1,7	57	19,8	38	13,2	155	53,8	33	11,5
32. Öğretim-öğrenme etkinlikleri öğrencilerin etkili biçimde öğrenmesini sağlayacak niteliktedir.	5	1,7	57	19,8	71	24,7	135	46,9	20	6,9
33. Öğretim-öğrenme etkinlikleri öğrencilere bağımsız çalışma özelliği kazandıracak niteliktedir.	8	2,8	68	23,6	56	19,4	132	45,8	24	8,3
34. Program öğrencilerin ilgisini çekecek şarkı, oyun, drama gibi zengin etkinliklere yer verir niteliktedir.	13	4,5	75	26,0	33	11,5	122	42,4	45	15,6
35. Programda yer alan etkinlikler sınıf içinde ve dışında uygulanabilir niteliktedir.	3	1,0	68	23,6	41	14,2	141	49,0	35	12,2
36. Programda önerilen araç-gereçler ulaşılabilir niteliktedir.	5	1,7	64	22,2	49	17,0	144	50,0	26	9,0
37. Sınıf ortamı araç-gereçlerin kullanımına uygundur.	2	,7	34	11,8	51	17,7	166	57,6	35	12,2
38. Programda önerilen araç-gereçler öğrencilerin yaş grubuna uygundur.	3	1,0	26	9,0	33	11,5	177	61,5	49	17,0
TOPLAM	12	4	76	26	48	17	130	45	22	8

Öğretmenler, üniteler gerçek yaşamla bağlantı kursa da, öğrencilerin bunları gerçek yaşamlarında kullanma şansları olmadığından zamanla mutlaka unuttuklarını dile getirmektedirler. Öğretmenlere göre, program içeriği öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve

öğrenme özelliklerine uygundur ve bu anketten çıkan sonuçları destekler niteliktedir. Öğretmenler ayrıca kitabın renkli ve resimli oluşunun öğrencileri derse motive ettiğini belirtmektedir.

“Üniteler öğrencilerin gelişim özelliklerine uygun, özellikle de kitaptaki karakterler, resimler çok canlı ve eğlenceli. Üniteleri işlemekten, resimlere bakmaktan ve bunlarla ilgilenmekten hoşlanıyorlar.”(4)

Öğretmenler öğrencilerin içerikte yer alan bazı okuma parçalarındaki ülke ve kültürleri bilmediklerini (örn: gelenek kelimesinin anlamı) belirtmişlerdir. Bu durum öğrencilerin somut işlemler döneminde bulunmasından kaynaklanıyor olabilir. Öğretmenler anket sonucunda da olduğu gibi programda yer alan öğretme-öğrenme etkinliklerini sınıf içinde uygulanabilir bulmaktadırlar. Programda yer alan drama, oyunlar, el işi etkinlikleri (kuklalar, maskeler, vb.), vb. etkinliklerin uygulanmasında sınıf ortamının müsait olduğunu ifade edilmektedir. Bazı öğretmenler ise, etkinlikleri sınıf ortamında uygulanabilir bulmakta ancak yine de birtakım nedenlerden dolayı uygulamada zorluklar yaşanabildiğini belirtmektedirler.

“Pek çoğu sınıf içinde uygulanabiliyor fakat çok zaman alıyor. Özellikle kuklalar vb. çok zaman alıyor. Ama müfredat akışına bakıldığında sanki bunları hızla yapacağımız düşünülmüş. Yeterli zaman yok. Bir de bazı çocuklar malzeme gerektiğinde bunları getiremeyebiliyor. Maddi yetersizlik, buna da bir çözümlenmeli.”(2)

Etkinliklerin uygulanmasındaki zaman yetersizliğinin etkinliklerin uzun zaman almasından değil, İngilizce dersi için ayrılan haftalık ders saatinin yetersiz kalmasından kaynaklandığı söylenebilir çünkü öğretmenler anketteki süre yeterliliğine ilişkin maddede büyük oranda katılmıyorum yanıtı vermişlerdir. Programda önerilen öğretme-öğrenme etkinliklerinin etkililiği ile ilgili öğretmenler genel olarak olumlu görüş belirtmektedirler. Özellikle bu dönemdeki çocukların ilgilerini çekecek zengin etkinliklere yer verilmesi sayesinde derslerin renkli ve eğlenceli geçtiği anlaşılmaktadır. Oyun, şarkı ve tekerlemelelerin yararları ile öğretmenlerin görüşleri arasında paralellik görülmektedir. Bu durum etkinliklerin etkili şekilde uygulandığını ve etkili öğrenme sağladığını gösterebilir. Ayrıca öğretmenlerin neredeyse tamamı programın zengin bir araç-gereç içeriği bulunduğunu belirtmektedirler. Fakat buna rağmen, programda kullanılması önerilen araç-gereçlere ulaşmada sıkıntı yaşadıklarını, bu durumun da dersin işlenişine olumsuz yansıtıldığını ifade etmektedirler.

“Keşke her sınıfımızda projektör, DVD oynatıcı gibi görsel ve işitsel araçlar bulunsaydı ve dil öğretimini hakkını vererek yapabilesek. Ancak en fazla kullandığımız araç olan CD'lere bile ulaşma sorunu yaşayabiliyoruz. Bu program araç-gereç açısından da diğer programdan üstün çünkü görsel ve işitsel anlamda çok fazla araç-gereç öneriyor.”(3)

Öğretmenler ders kitaplarına ait CD'lerin okullara ulaşmıyor olduğunu belirtmektedirler, ancak söz konusu araç gereçlerin MEB'e ait web sayfasında herkesin erişimine açıldığını göz ardı etmektedirler. Dinleme ve konuşma becerisinin diğer becerilere göre daha az geliştirilmesinin bir nedeni de dinleme etkinliklerine yönelik araç-gereçlerin öğretmenler tarafından yeterince araştırılmaması olabilir.

Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Ölçme Değerlendirme Ögesine İlişkin Görüşleri

İngilizce öğretmenlerinin ilköğretim 5. sınıflara uygulanan İngilizce öğretim programının ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerine ilişkin öğretmen görüşleri belirlenmiştir. Tablo 3'te bu görüşlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Tablo 3'e göre programın hedeflerle tutarlı olarak ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri önerdiği ve programda verilen örnek testin, öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun olduğu konusunda öğretmenlerin ağırlıklı olarak katıldıkları dikkat çekmektedir. Öğretmenler alternatif değerlendirme yöntemlerine ilişkin maddeler için programın akran değerlendirmesi, öz değerlendirme ve grup değerlendirmesine yer verecek nitelikte olduğu görüşünü paylaşmaktadırlar. Öğretmenlerin programın velilerin değerlendirmeye katılmasını sağlayacak nitelikte olmadığını düşündükleri görülmektedir. Programın dil gelişim dosyasını değerlendirmede kullanmayı önermesi konusunda öğretmenlerin katılmıyorum şeklinde görüş bildirdikleri görülmektedir. Ancak bu soruya kararsızım, katılmıyorum veya hiç katılmıyorum şeklinde cevaplar da verilmesinin nedeni öğretmenlerin programı yeterince inceleyip bilmemelerinden kaynaklanıyor olabilir. Programın öğretmen gözlemlerini değerlendirmede kullanmayı önermesi konusunda öğretmenler katılmıyorum şeklinde görüş bildirmişlerdir fakat öğretmenlerle araştırmanın veri toplama araçlarından biri olan anketin

Tablo 3. Öğretmenlerin İlköğretim 5. Sınıf İngilizce Dersi Öğretim Programının Ölçme Değerlendirme Ögesine İlişkin Görüşleri

MADDELER	Hiç Katılmıyor		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Tamamen Katılmıyorum	
	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%
39. Program, hedeflerle tutarlı olarak ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri önermektedir.	5	1,7	54	18,8	58	20,1	145	50,3	26	9,0
40. Programda verilen örnek test, öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur.	7	2,4	40	13,9	37	12,8	174	60,4	30	10,4
41. Örnek test, öğrenci başarısını değerlendirme amacıyla hazırlanacak testler için yol gösterici niteliktedir.	11	3,8	66	22,9	50	17,4	139	48,3	22	7,6
42. Program, akran değerlendirmesine yer verecek niteliktedir.	11	3,8	65	22,6	45	15,6	144	50,0	23	8,0
43. Program, öz değerlendirmeye (öğrencilerin kendi kendini değerlendirmesi) yer verecek niteliktedir.	11	3,8	63	21,9	51	17,7	141	49,0	22	7,6
44. Program, grup değerlendirmesine yer verecek niteliktedir.	13	4,5	83	28,8	38	13,2	133	46,2	21	7,3
45. Program, velilerin değerlendirmeye katılmasını sağlayacak niteliktedir.	28	9,7	92	31,9	80	27,8	78	27,1	10	3,5
46. Program, dil gelişim dosyası hazırlamaya yer verecek niteliktedir.	11	3,8	71	24,7	59	20,5	127	44,1	20	6,9
47. Program, dil gelişim dosyasını değerlendirmede kullanmayı önermektedir.	12	4,2	53	18,4	53	18,4	146	50,7	24	8,3
48. Program, öğretmen gözlemlerinin değerlendirilmesini kullanmasını önermektedir.	8	2,8	60	20,8	47	16,3	163	56,6	10	3,5
TOPLAM	12	5	64	22	52	18	139	48	21	7

geliştirilmesi sırasında yapılan ön görüşmelerde birçok öğretmenin not verirken öğretmen gözlemine daha fazla bir pay verilmesini istedikleri gözlenmiştir.

Veri toplama araçlarından görüşme formu ile programın ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerine ilişkin alınan görüşler, ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerinde örnek eksikliği ve dört temel becerinin ölçülememesi kategorileri altında toplanmıştır. Öğretmenlerin tamamına yakını programda pek çok ölçme-değerlendirme teknik ve yöntemine yer verdiğini belirtmektedirler. Fakat bu konuda yaşanan en büyük sıkıntının, söz konusu teknik ve yöntemlere ilişkin yeterli örnek verilmemesi, yani hangi tekniğin nerede ve nasıl uygulanacağını anlatılmaması olduğunu belirtmektedirler.

“Programda ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerine geniş yer verilmiş. Ama biz neyi, nerede, ne kadar uygulamalıyız? Ölçme-değerlendirme standartlaştırılmalıdır. Her okul, ülkenin her yerindeki tüm okullar aynı anda aynı üniteye aynı ölçme-değerlendirme teknikleri kullanılmalıdır. Aksi takdirde herkes beğendiği tekniği alıp kullanıyor.”(6)

Öğretmenler yeterli örnek göremediklerinden hangi tekniği ne şekilde uygulayacaklarını bilemediklerini

ifade etmektedirler. Bunu programın bir boşluğu olarak gören öğretmenler, alternatif ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleriyle ilgili sorunlarını benzer şekilde ifade etmektedirler.

“Bunların açıklamalarına yer verilmiş. Klasik ölçme değerlendirme yerine bunların üzerinde daha fazla durulmuş ancak somut örneklendirmeye gidilmediği için bunların da askıda kaldığını düşünüyorum. Etkili olarak kullanılabilirler sınav kaygısını ve stresini azaltmaya yönelik teknikler ancak süre darlığı bunların yapılmasını güçleştiriyor.”(5)

Ayrıca öğretmenlerin tamamına yakını programdaki örnek eksikliğinden söz etmektedirler. Öğretmenlerin ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerine yönelik somut örnekler göremediklerine ilişkin görüşleri, program hakkında bilgilendirilmediklerini göstermektedir.

“Bilgilendirme konusunda ciddi sıkıntı var. En basitinden ünitelerin A ve B bölümü diye ayrıldığını anlayamadık. Tüm üniteleri yapmaya çalıştık ve süre, yani o zaman haftada iki saati, son derece yetersiz geldi. Sonra bu durum iletildi ve süre üç saate çıkarıldı. Kimse nerede ne yapacağını bilemiyor çünkü tam olarak bilgilendirilmiyoruz.”(1)

Öğretmenlerin tamamı uygulama başlamadan önce program konusunda bilgilendirilmediklerini ifade etmektedirler. Buna göre, program öğretmenlere verilmekte, okuyup anlayıp uygulamaları beklenmektedir. Programda aksayan yönlerin bulunması, programın öğretmenler tarafından tam olarak anlaşılmasından kaynaklanıyor olabilir. Programın hedefler kısmı ise dört temel beceriye yönelik yazılmış, etkinlikler dört temel beceriyi geliştirecek şekilde düzenlenmiştir. Buna rağmen, öğretmenlerin neredeyse tamamı ölçme-değerlendirme için kullandıkları yöntem ve tekniklerin dört temel beceriyi ölçmekten uzak olup, sadece okuma ve yazma becerilerini ölçtüğünü ifade etmektedirler.

“Özellikle dört temel beceriyi hiç ölçmüyorum. Hedeflerde her temel beceriye yer verilirken ölçmede sadece okuma ve yazma ile sınırlı kalıyoruz.”(5)

Program dört temel becerinin iç içe olmasını önerse de, öğretmenlerin kullandığı ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerinde daha çok okuma ve yazma becerileri ölçülmektedir. Az geliştiği belirtilen konuşma ve dinleme becerilerinin değerlendirilmede fazla dikkate alınmadığı görülmektedir.

Tartışma

Araştırmanın sonucunda ilköğretim 5. sınıflara uygulanan İngilizce öğretim programının konuşma, dinleme, yazma ve okuma becerilerine yönelik öğretmenler hedeflerin dört temel beceriye eşit derecede yer verecek nitelikte olduğu ve hedefleri anlaşılır bulduklarını belirtmişlerdir. Erbilen-Sak (2008) tarafından yeni öğretim programı üzerine yapılan araştırmada da öğretmenler hedeflerin dört beceriye yer verdiğini ve hedefleri açık ve anlaşılır bulduklarını belirtmişlerdir. Ancak, bazı araştırmalar öğretmenlerin yeni öğretim programının hedeflerine yönelik olumlu düşünceler belirtmediklerini göstermiştir (Zincir, 2006; Küçük, 2008; Topkaya ve Küçük, 2010). Bu araştırmada öğretmenler hedefleri öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine genel olarak uygun bulmuşlardır ancak yazma ve okuma becerilerine ilişkin hedeflerin öğrencilerin yaş grubuna göre biraz ağır olduğunu ifade etmişlerdir. Konuşma becerisine yönelik olarak, hedeflere ulaşamadığı, bu hedeflerin birbiriyle kaynaşık bir nitelik içinde olmadığı ve etkinliklerin ve sınav durumlarının düzenlenmesine yol gösterici olmadığı sonucuna varılmıştır. Öztürk ve Tılfarlıoğlu (2007) yaptıkları çalışmada öğretmenlerin %13'ünün sınıf içinde hiç

konuşma çalışması yaptırmadığını, % 19'unun ise sadece nadiren konuşma çalışması yaptırdığını ortaya koymuştur. Görüşme sonuçlarına göre, dinlemeye yönelik hedeflerin fazla gerçekleştirilemediği ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde Topkaya ve Küçük (2010) ile Baturay ve Karaca (2008), tarafından yapılan araştırmalarda da öğretmenler hedeflerin 4. ve 5. sınıflara İngilizce öğretmek için yeterince etkili olmadığını ve bu yaş grubundaki öğrencilerin bilişsel ve duygusal gelişimlerine uygun olmadığını belirtmişlerdir.

Bu araştırmada programının içerik ve öğretme-öğrenme sürecine ilişkin öğretmenler, program içeriğini hedeflerle tutarlı ve öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine genel anlamda uygun bulmuşlardır. Ancak ilk ünitelerde yer alan bazı okuma parçalarında daha önceden karşılaşmadıkları ülke isimleri ve kültürleriyle karşılaşan öğrencilerin zorlandığı ifade edilmiştir. Küçük (2008) tarafından yapılan araştırmada da benzer sonuçlara ulaşıldığı söylenebilir. Öğretmenler kitaptaki ilk üç üniteyi atlayıp dördüncü ünitenede derse başladıklarını, ilk ünitelerde yer alan konuların öğrencileri çok zorladığını, bu yüzden öğrencilerin İngilizce dersine yönelik olumsuz öz yeterlilik bilinci geliştirebildiklerini belirtmişlerdir. Ancak okuma parçalarının hedef dilin (İngilizce) kültürüne uygun ve gerçek yaşama uygulanabilir biçimde hazırlanmış olduğu ortaya çıkmıştır. Erbilen-Sak (2008) tarafından yapılan araştırmada da öğretmenler içeriği öğrenci ilgilerine ve seviyesine uygun bulduklarını belirtmişlerdir. Öğretmenler ünitelerin A ve B bölümleri olarak ayrılmış olmasının iş görülerinin programda açıkça belirtilmediğini belirtmiş ve A ve B bölümleri için ayrılan ders saati süresinin yetersiz olduğu bulunmuştur. İngilizce dersine ayrılan haftalık ders saatinin yetersizliği diğer pek çok araştırmada öğretmenlerden tarafından belirtilen bir sorun olarak görülmektedir (Erdoğan, 2005; Öztürk ve Tılfarlıoğlu, 2007; Şimşek, 2007; Topkaya ve Küçük, 2010). Öğretme-öğrenme etkinliklerinin öğrencilerin ilgisini çekecek nitelikte olduğu ve öğrencilerin derse etkin şekilde katılmasını ve etkili öğrenmesini sağladığı, öğrencilere bağımsız çalışma özelliği kazandıracak nitelikte olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Erbilen-Sak (2008) da araştırmalarında etkinliklerin öğrencilere derse katılma fırsatını verdiğini sonucunu desteklemektedirler. Erdoğan (2005) tarafından yürütülen araştırmada ise öğretmenler, özellikle İngilizce konuşma etkinliklerinin öğrencileri gerçek etkileşime hazırlama bakımından yetersiz bulduklarını

belirtmişlerdir. Mevcut çalışmada ayrıca bazı etkinliklerin fazla zaman aldığı ve bazı öğrencilerin özellikle el işi etkinliklerini gerçekleştirmek için gereken materyalleri maddi yetersizlikler yüzünden alamamasının sorun yarattığı ortaya çıkmıştır. Programda önerilen araç-gereçlerin genel olarak ulaşılabilir nitelikte olduğu, sınıf ortamının araç-gereçlerin kullanımına uygun bulunduğu, araç-gereçlerin öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygun olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır. Ancak özellikle sosyo-ekonomik anlamda az gelişmiş olan ilçelerde çok temel bazı araç-gereçlere bile ulaşmada güçlük yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır. Yeni programın uygulanmasına yönelik yapılan diğer çalışmalar da programın uygulanması için gereken kaynaklara yeterince ulaşamadığı sonucunu destekler niteliktedir (Çınar, vd., 2006; Toptaş, 2006; Bulut, 2007; Öztürk ve Tılfarlıoğlu, 2007; Topkaya ve Küçük, 2010).

Bu çalışmada öğretmenlerin İngilizce öğretim programının ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerine ilişkin görüşleri, programın hedeflerle tutarlı ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri önerdiğini şeklinde belirlenmiştir. Ancak programın bu ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerine yönelik yeterli örnek vermediği, bundan dolayı öğretmenlerin neyi nerede ve nasıl kullanacaklarını bilemedikleri ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde Akşit (2006), yeni öğretim programında yeniden yapılandırılan içerik, hedefler, öğretme stratejileri ve değerlendirme türlerine yönelik yeterli bilgi verilmediği sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca öğretmenler program hakkında yeterince bilgilendirilmediklerini belirtmişlerdir (Akt. Topkaya ve Küçük, 2010). Zincir (2006) tarafından 1997 öğretim programına yönelik yapılan çalışmada öğretmenlerin ders planlarını program kitapçığına göre değil, ders kitabına göre hazırladıkları sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde yapılan diğer çalışmalarda da öğretmenlerin 2006 yılında uygulanmaya başlanan yeni programa yönelik bilgilendirilmedikleri sonucuna ulaşılmıştır (Baturay ve Karaca, 2008; Topkaya ve Küçük, 2010). Küçük (2008) 4. ve 5. sınıflarda uygulanmakta olan İngilizce Öğretim Programı'na yönelik öğretmen görüşleriyle ilgili çalışmasında programla ilgili bilgilendirici seminerlere katılan öğretmenlerle bunlara katılmayanların programa ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Buna göre, bilgilendirici seminerlere katılan öğretmenler diğerlerine kıyasla programla ilgili daha olumlu görüşler bildirmişlerdir. İngilizce Program hedefleri dört temel beceriye yönelik yazılmış olsa

da, öğretmenler tarafından uygulanan ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerinin daha çok okuma ve yazma becerilerini ölçtüğü, konuşma ve dinleme becerilerinin tam olarak değerlendirilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Programın alternatif ölçme değerlendirme tekniklerinden akran değerlendirmesi, öz değerlendirme ve grup değerlendirmesine yer verecek nitelikte olduğu, velilerin değerlendirmeye katılmasına ise yer vermediği bulunmuştur. Alan yazındaki diğer bazı araştırmalar da bu bulguyu destekler niteliktedir (Erbilen-Sak, 2008). Öğretmenlerin, en fazla öz değerlendirme ve akran değerlendirmesini kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır. Dil gelişim dosyasının değerlendirmede kullanılmasıyla ilgili olarak, programın söz konusu dosyayı hazırlamaya yer verecek nitelikte olduğu ve dil gelişim dosyasını değerlendirmede kullanmayı önerdiği sonucuna ulaşılmıştır. Programın öğretmen gözlemlerini değerlendirmede kullanmayı önerdiği, böylece çoklu değerlendirme tekniklerinin programda önemli bir yere sahip olduğu belirlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Araştırmanın nitel ve nicel verilerinden elde edilen sonuçlarına göre, dört temel beceriden dinleme ve konuşma becerilerine yönelik hedeflerin ulaşılabilir nitelikte olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Buna göre, dinleme ve konuşma becerilerine yönelik hedefler öğrencilerin yaş ve gelişim özellikleri ile haftalık ders saati dikkate alınarak yeniden düzenlenebilir. Ayrıca hedeflerin gerçekleştirilmesinde yaşanan sorunlara yönelik öğretmenler bilgilendirilebilir, buna yönelik yeni öğretim yöntemleri geliştirilebilir. Araştırmada öğretmenlerin program içeriğinin günlük yaşamla bağlantı kurduğunu düşündükleri ortaya konmuştur. Ancak öğretmenler öğrencilerin ünitelerde karşılaştıkları terimleri daha önceden bilmedikleri için zaman zaman sorunlar yaşadıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenlere göre üniteler gerçek yaşamla bağlantı kurmayı amaçlasa da, öğrenciler öğrendiklerini gerçek yaşamlarında kullanamadıklarında bilgilerini unutmaktadırlar. Araştırmada ayrıca 5. sınıfın ilk ünitesindeki okuma parçasının öğrencileri çok zorladığı, öğretmenlerin uygulamada sorun yaşadığı ortaya çıkmıştır. Ders kitabı gözden geçirilerek 4. sınıftan 5. sınıfa daha hafif bir geçiş yapılması ve okuma parçalarının öğrencilerin seviyelerine daha uygun hale getirilmesi için gerekli düzenlemeler yapılabilir.

Araştırmada öğretmenlerin yaşadığı en büyük sorunun zaman yetersizliği olduğu belirlenmiştir. Et-

kinlikler sınıf ortamında uygulanabilir niteliktedir, ancak uygulamada zorluklar yaşanabildiği belirtilmektedir. Etkinliklerin uygulanmasındaki zaman yetersizliğinin İngilizce dersi için ayrılan haftalık ders saatinin yetersiz kalmasından kaynaklandığı söylenebilir. Öğrenmelerin daha kalıcı olması, dil öğrenimine yönelik etkinliklere ve pratik yapmaya daha fazla yer verilebilmesi için haftalık İngilizce ders saati artırılabilir. Araştırmada ayrıca araç-gereçlere ulaşmada özellikle az gelişmiş ilçelerde sorun yaşandığı belirlenmiştir. Dil öğrenmede araç-gereç kullanımının önemi düşünüldüğünde, en azından ders kitabına yönelik CD'lerin ve CD çalarların bu ilçelere ulaştırılması sağlanabilir.

Öğretmenlere göre programın hedeflerle tutarlı olarak ölçme-değerlendirme yöntem ve teknikleri önermektedir ve programda verilen örnek test, öğrencilerin yaş grubuna ait gelişim ve öğrenme özelliklerine uygundur. Araştırmada programın önerdiği ölçme değerlendirme yöntem ve tekniklerinin öğretmenlerce tam olarak anlaşılmadığı sonucuna varılmıştır. Öğretmenlerin tamamına yakını programda pek çok ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerine yer verildiğini belirtmektedirler. Ancak bunlara ilişkin yeterli örnek verilmemesi, hangi tekniğin nerede ve nasıl uygulanacağına anlatılmaması öğretmenlerin yaşadığı en büyük sıkıntı olarak ortaya çıkmıştır. Öğretmenlerin çoğunlukla okuma ve yazma becerilerine yönelik ölçme teknikleri kullandığı, az geliştiği belirtilen konuşma ve dinleme becerilerinin değerlendirilmede fazla dikkate alınmadığı görülmektedir. Öğretmenlere ölçme-değerlendirme yöntem ve tekniklerine yönelik somut örnekler sunularak, bunların uygulamadaki etkililiği artırılabilir. Araştırmada ayrıca öğretmenlerin program hakkında bilgilendirilmedikleri ortaya çıkmıştır. Ders yılı başında okullarda düzenlenen seminerlerle öğretmenlerin program hakkında daha ayrıntılı bilgi sahibi olmaları sağlanabilir. Böylece uygulamadaki aksaklıkların sayısı azaltılabilir.

Kaynakça

- Abrahamson, A. (2007).** *Benefits of Children Learning English As A Second Language*. Erişim: 11 Mayıs, 2007, <http://www.eslteachersboard.com/cgi-bin/articles/index.pl?read=2313>.
- Bachman, L. F. ve Palmer, A. S. (1996).** *Language Testing in Practice*. Oxford: Oxford University Press
- Başkan, Ö. (1969).** *Yabancı-Dil Öğretimi İlkeler ve Çözümler*. İstanbul: Edebiyat Fakültesi Basımevi.
- Baturay, M.H. and Karaca, F. (2008).** Perceptions of the School Staff for the Curriculum Change at a K12 School Setting” *8th International Educational Technology Conference. Online papers*. Erişim: 16 Kasım, 2011, <http://www.ietc2008.anadolu.edu.tr/>.
- Birdal, A. (2008).** *Yabancı Dil Öğretiminde “Gereksinim Çözümlemesi” Uygulamasının Gerekliliği*. Erişim: 12 Nisan 2008, <http://www.ingilish.com/gereksinim-cozumlemesi.htm>.
- Brown, H. D. (2004).** *Language Assessment Principles and Classroom Practices*. Oxford University Press.
- Brown, J. D. (1995).** *The Elements of Language Curriculum*. Boston: Heinle ve Heinle
- Publishers, Brown, J. D. (1996).** *Testing in Language Programs*. PrenticeHall Regents.
- Brualdi, A. C. (1996).** *Multiple Intelligences: Gardner's Theory*. ERIC/AE, ERIC/AE Digest Series EDO-TM-96-01.
- Bulut, M. (2007).** Curriculum Reform in Turkey: A Case of Primary School Mathematics Curriculum. *Eurasia Journal of Mathematics, Science ve Technology Education*, 3(3), 203-212. Erişim: 17 Nisan, 2011, http://www.ejmste.com/v3n3/EJM-STE_v3n3_Bulut.pdf
- CEF (2009).** *Common European Framework of Reference for Languages*. Oxford University Press.

- Cihan, N. (2001).** *Erken Yaşta Çokdillilik ve Yabancı Dil*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Çınar, O., Teyfur, E., Teyfur, M. (2006).** İlköğretim okulu öğretmen ve yöneticilerinin yapılandırmacı eğitim yaklaşımı ve programı hakkındaki görüşleri. *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7, 11: 47-64. Erişim: 3 Aralık, 2008, <http://www.pegem.net/akademi/3-8290-Primary-School-Teachers-and-Administrators-8217-Views-about-Constructivist-Education-Approach-and-Programs.aspx>
- Davies, P. ve Pearse, E. (2002).** *Success in English Teaching*. Shangai Foreign Language Education Press.
- Dean, J. (1999).** *Improving the Primary School*. London and New York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Demircan, Ö. (1988).** *Türkiye'de Yabancı Dil*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Demirel, Ö. (2006a).** *Kuramdan Uygulamaya Eğitimde Program Geliştirme*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Demirel, Ö. (2006b).** *Öğretme Sanatı*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- Driscoll, P. (1999).** *The Teaching of Modern Languages in the Primary School*. London and New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- Erbilen-Sak, Ö. (2008).** *İlköğretim I. Kademe İngilizce Programının Öğretmen Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Erden, M. (1998).** *Eğitimde Program Değerlendirme*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Erdoğan, V. (2005).** *An Evaluation of the English Curriculum Implemented at the 4th and 5th Grade Primary State Schools: The Views of the Teachers and the Students*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Mersin: Mersin University.
- Ertürk, S. (1994).** *Eğitimde Program Geliştirme*. Ankara: Meteksan Yayınevi.
- Güven, İ. (2007).** Etkili Bir Öğretim İçin Öğretmen-den Beklenenler. *Milli Eğitim Dergisi Sayı 164*. Erişim: 9 Mayıs, 2007, <http://yayim.meb.gov.tr/dergi-ler/164/guven.htm>.
- Kaptan, S. (1998).** *Bilimsel Araştırma ve İstatistik Teknikleri*. Ankara: Tekışık Web Ofset Tesisleri.
- Hughes, A. (1989).** *Testing for Language Teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Koydemir, F. (2001).** *Erken Yaşta Yabancı Dil Öğretiminin Bazı Değişkenler Açısından Değerlendirmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Küçük, Ö. (2008).** *An Evaluation of English Language Teaching Program at Key Stage I and Opinions of Teachers Regarding the Program*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale: Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Leech, N.L. ve Onwuegbuzie, A.J. (2007).** *A typology of mixed methods research designs*. *Qual Quant*. 43, 265-27.
- Mackey, W.F. (1967).** *Language Teaching Analysis*. Indiana University Press.
- MEB. (2006a).** *İlköğretim İngilizce Dersi (4, 5, 6, 7 ve 8. Sınıflar) Öğretim Programı. 10.02.2006 Tarih ve 2582 Sayılı Tebliğler Dergisi*.
- MEB. (2006b).** *Milli Eğitim Bakanlığına Bağlı Eğitim Kurumları Öğretmenlerinin Atama ve Yer Değiştirme Yönetmeliği*. Erişim: 23 Nisan 2009, http://mevzuat.meb.gov.tr/html/24076_0.html.
- Moon, J. (2000).** *Children Learning English*. Oxford: Mc Millan Heinemann.
- Nunan, D. (1994).** *Syllabus Design*. Erişim: 19 Mayıs, 2009, <http://www.lac2000.revolta.com/library/syllabus.htm>.

- Özden, Y. (2003).** *Öğrenmeye Farklı Bir Bakış: Yapılandırmacılık, Öğrenme ve Öğretme*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Paran, A. (2010).** More than Language: The Additional Faces of Testing and Assessment in Language Learning and Teaching. In Paran, A. ve Sercu, L., *Testing the Untestable in Language Education*. Multilingual Matters.
- Richards, J. (2001).** *Curriculum Development in Language Teaching*. New York: Cambridge University Press.
- Şimşek, H. (2007).** *A Teacher Development Program for Young Learners of English: An Action Research*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi.
- Taniş, E. (2007).** *Türkiye’de Yabancı Dil Öğretimi*. Erişim: 16 Mart, 2009, http://www.ingilizceogretmeni.com/portal/index.php?option=com_content&view=task&layout=edit&Itemid=74.
- Tomlinson, B (1998).** *Materials Development in Language Teaching*. New York: Cambridge University Press.
- Topkaya, E.Z. ve Küçük, Ö. (2010).** An Evaluation of 4th and 5th Grade English Language Teaching Program. *İlköğretim Online*, 9(1), 52-65.
- Toptaş, V. (2006).** İlköğretim Matematik Dersi (1-5) Öğretim Programının Uygulanmasında Sınıf Öğretmenlerinin Karşılaştıkları Sorunlarla İlgili Görüşleri. *Ulusal Sınıf Öğretmenliği Kongresi, Bildiri Kitabı*, Cilt 1, 277-285. Ankara: Kök Yayıncılık.
- Tosun, C. (2006).** *Yabancı Dil Öğretim ve Öğreniminde Eski ve Yeni Yöntemlere Yeni Bir Bakış*. Erişim: 8 Ocak, 2009, <http://jas.cankaya.edu.tr/jas5/09-cengiz.pdf>.
- Wigglesworth, G. (2008).** Task and Performance Based Assessment. In E. Shohamy (ed), *The Encyclopaedia of Language Education, Volume 7; Language Testing And Assessment*. Kluwer Press.
- Yordanova, S. (2000).** *Language Curricula and Communicative Classroom*. Erişim: 14 Nisan, 2009, <http://www.lac2000.revoluta.com/library/Curriculum2.htm>.
- Zincir, B. (2006).** *5th Grade English Teachers’ Evaluations of Curriculum Objectives*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Lise Öğrencilerinde Okula Aidiyet Duygusu

Sense of School Belonging Among High School Students

Doç. Dr. Mediha Sarı

Öz

Temel amacı, lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusunun incelenmesi olan bu araştırma, alt, orta ve üst sosyo-ekonomik düzeylerdeki üç lisede, dokuz, on ve on birinci sınıf düzeyinde öğrenim görmekte olan 274 öğrenci (163 kız, 111 erkek) üzerinde gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında Goodenow (1993a) tarafından geliştirilen Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ) kullanılmıştır. Ölçeğin lise düzeyi için geçerlik ve güvenilirlik çalışması da bu çalışmada yapılmıştır. Verilerin analizinde, betimsel istatistikler ile bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Ulaşılan bulgulara göre, öğrencilerin okula aidiyet duyguları çok yüksek olmamakla birlikte ortalamanın üzerindedir. Cinsiyetlerine göre öğrencilerin OADÖ puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamakla birlikte, kız öğrencilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Öğrencilerin OADÖ puanları, sınıf düzeylerine, akademik başarılarına ve öğrenim gördükleri lisenin sosyo-ekonomik düzeyine göre ise anlamlı farklılıklar göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Okula Aidiyet Duygusu, Eğitim Çıktıları, Lise Öğrencileri

Abstract

This study which aims to investigate high school students' psychological sense of school membership, carried out with 274 ninth-, tenth-, and eleventh-grade students (163 female, 111 male) in three high schools representing low, middle and high socio-economic status. The Psychological Sense of School Membership (PSSM) Scale, developed by Goodenow (1993a) was used as data collection tool. Reliability and validity of the scale were also examined in this study for high

school level. To analyze the data, descriptive statistics, independent samples t-test, and one-way analysis of variance were used. Results showed that although the students' sense of school belonging were not very high, it was higher than the average point. Although significant differences were not found between PSSM scores of the students in terms of gender, female students have higher scores than male students. It was also found that there were significant differences between PSSM scores of the students in terms of grade level, academic achievement, and socio-economic status in the high school they were attending.

Keywords: Sense of School Belonging, Educational Outcomes, High School Students

Giriş

Çocuk ve gençlere, günlük zaman dilimlerinin önemli bir bölümünü geçirdikleri okullarda, kendilerini huzurlu, mutlu ve güvende hissettikleri eğitim ortamları sunulması, okula ve genel olarak eğitimlerine bağlılıklarını arttırabilecek önemli faktörlerdendir. Okula yönelik olumlu tutumlar geliştirmek, özellikle eğitimin bilişsel çıktıları üzerindeki etkisi nedeniyle eğitim alanında önemsenen konulardan biridir. Yaptığı araştırmalarla Bloom (1998, s.123), duyuşsal özelliklerin başarının belirlenmesi ve etkilenmesinde önemli bir yeri olduğunu; duyuşsal giriş özelliklerinin bilişsel başarı değişkenindeki varyansın dörtte birine yakın bir kısmını açıklayabildiğini ortaya koymuştur. Öğrencilerin okullarına yönelik sahip olmaları beklenen önemli duyuşsal özelliklerden biri de, okula bağlılık veya okula aidiyet duygusudur. Okula aidiyet duygusu, öğrencinin, bireysel olarak okuldaki diğer bireyler tarafından ne ölçüde onaylandığına,

saygı duyulduğuna, dâhil edildiğine ve desteklendiğine yönelik öznel duygu durumunu ifade etmektedir (Goodenow, 1992a; Goodenow ve Grady, 1993).

Okula Aidiyet Duygusu ve Akademik Başarı

Öğrencilerde okula aidiyet duygusunun önemi, geliştirilmesi ve eğitimin diğer çıktularıyla yakın ilişkisi, özellikle yurt dışı alan yazında birçok araştırmaya konu edilmiştir. Bu araştırmaların çoğunda vurgulanan önemli noktalardan biri okula aidiyet duygusunun öğrencilerin akademik başarısı üzerindeki etkisidir. Adelabu (2007), Anderman (2002), Booker (2006), Cemalcılar (2010), Finn (1989), Goodenow (1992a, 1992b, 1993a) ve Osterman (2000), okula aidiyet duygusunun yüksek başarı, akademik motivasyon ve akademik öz yeterlikle olumlu yönde, okulu terk etme ile de olumsuz yönde yüksek ilişkiler gösterdiğini ortaya koymuşlardır. Anderman (2002), öğrencilerin okula aidiyet duygularıyla genel not ortalamaları arasındaki pozitif yönlü ilişkileri belirlerken, Hagborg'un (1994) yaptığı araştırmada okula aidiyet duygusu yüksek olan öğrencilerin daha yüksek akademik başarıya sahip oldukları ve okullarına daha sıcak baktıkları belirlenmiştir. Benzer şekilde, Isakson ve Jarvis'in (1999) yaptığı çalışmada da okullarına yönelik aidiyet duygusu yüksek olan öğrenciler, daha yüksek akademik başarı göstermişlerdir.

Fredericks, Blumenfeld ve Paris (2004), okula aidiyetin genellikle okuldan hoşlanma ve eğitim etkinliklerine katılımı başladığını; okula gönülden bağlılıkla sonuçlandığını; böylece öğrencilerde okulu sevmemenin önüne geçmede ve öğrenmeyi arttırmada bir anahtar olabileceğini belirtmektedirler. Finn'e (1989) göre, gençlerin okul ve sınıf işlerine katılımındaki veya okulla özdeşleşme duygusu geliştirmedeki başarısızlığı, önemli olumsuz sonuçlara yol açabilir. Gerçekten de araştırmalar, kendilerini okulun önemli bir parçası olarak gördüklerinde, öğrencilerin okulu terk etme olasılıklarının azaldığını göstermektedir (Finn, 1989; McMahon, Parnes, Keys ve Viola, 2008). Adelabu (2007) ve Cemalcılar (2010) ise okula ait hisseden öğrencilerin, okula ve eğitime daha çok değer verdiklerini; gerek sosyo-kültürel etkinliklere gerekse sınıf içerisindeki akademik etkinliklere daha çok katıldıklarını belirtmektedir. Bu katılım etkinliklerini yoğun bir şekilde gerçekleştiren öğrencilerin, akademik başarılarında artış beklenmesi de oldukça doğal bir kestirimdir.

Uwah, McMahon ve Furlow (2008) da okula aidiyet duygusu ile çeşitli eğitim çıktuları arasında, birbirini yakından etkileyen karşılıklı bir ilişki olduğunu vur-

gulamaktadır. Örneğin, okula aidiyet duygusunun öğrencilerin gelecek planları üzerinde de önemli etkileri olduğu ortaya konulmuştur. Adelabu (2007) ve Israelashvili'nin (1997) yaptığı araştırmalarda, öğrencilerin okula aidiyet duyguları ile gelecek beklentileri arasında yakın ilişkiler bulunduğu; okullarına bağlılığı yüksek olan öğrencilerin geleceğe dönük daha olumlu bir bakış açısına sahip oldukları ortaya konulmuştur. Sekizinci sınıf öğrencileri üzerinde araştırma yapan Bond, Butler, Thomas, Carlin, Glover, Bowes ve Patton (2007) da öğrencilerin okula bağlılık düzeylerinin akademik başarılarını ve ileride eğitimlerine devam etme olasılıklarını arttırdığını gösteren bulgular elde etmiş ve öğrencilerin okulla ilişkilerinin sadece akademik boyutta tutulmaması gerektiğini, okulun duyuşsal, bilişsel ve sosyal gelişim için bir arena olması gerektiğini vurgulamışlardır.

Okula Aidiyet Duygusu ve Okuldaki Diğerleriyle İlişkiler

Alanyazındaki açıklamalar, okula aidiyet duygusunun, okuldaki öğretmenler ve diğer öğrencilerle olan etkileşimlerden etkilenen bir kavram olduğuna vurgu yapmaktadır. Goodenow (1993a), örneğin, öğrencilerin öğretmenleri ile olan ilişkisinin onların aidiyet duygularına önemli ölçüde etki ettiğini belirtmektedir. Öğrencileriyle besleyici ve empatik ilişkiler kuran öğretmenler, onlarda ait olma duygusunun gelişmesine de katkıda bulunmaktadır. Nichols'e (2008) göre, öğrenciler açısından öğretmenleriyle aralarındaki olumlu ilişkinin temel dayanağı dürüstlük ve yardım severlik iken; olumsuz ilişkinin temel kaynağı ise öğretmenlerin öğrencilerine yeterince adil davranmamaları ve her hangi bir konuda yardımcı ihtiyaçları olduğunda öğretmenlerin bu yardım çağrısına cevap verememeleridir. Anderman (2002) ise öğrenciler arasında karşılıklı saygıdan söz eden ve öğrencilerinden buna dikkat etmelerini isteyen öğretmenlerin, okula aidiyet duygusunun gelişmesine daha çok katkıda bulduklarına işaret etmektedir. Booker'a (2006) göre genel olarak okula aidiyet, okuldaki yetişkinlerle (öğretmen, koç ve danışman) olan destekleyici ilişkilerle gelişmektedir ve bu gelişme, karşılıklı olarak öğrencilerin okulda mutlu olmalarını, okuldaki performanslarına daha çok güvenmelerini ve psikolojik iyi olma durumlarını beslemektedir. Türkiye'de Özdemir, Sezgin, Şirin, Karip ve Erkan (2010) tarafından yapılan araştırmada da, öğrencilerini başarıya ve çalışmaya teşvik ederek destekleyen ve onların sevgi, ait olma ve başarı ihtiyaçlarını dikkate alan öğretmenlerin, daha etkili öğretmenler

olarak algılandığını; öğrencilerin okul yöneticilerini ve öğretmenleri destekleyici olarak algılamalarının başarıya odaklanmalarına katkı sağladığını gösteren sonuçlar elde edilmiştir.

Goodenow'un (1992a) da belirttiği gibi eğitim, her şeyden önce sosyal ve kişilerarası bir süreçtir. Bu süreçte öğrencilerin birbirleriyle olan ilişkisi de okula aidiyet duygusunu etkilemektedir (Capps, 2003; Beyer, 2008; Nichols, 2008). Özellikle duygusal dalgalanmaların çok yaşandığı ergenlik döneminde, öğretmenlerinden ve diğer arkadaşlarından psikolojik olarak kabul ve sosyal destek görmek daha da büyük önem taşımaktadır (Capps, 2003). Öğrenciler tarafından okulda stres etkeni olarak algılanan unsurlar arttıkça, okula aidiyet duygusunda düşme olduğunu belirleyen Isakson ve Jarvis (1999), arkadaşlardan algılanan destek arttıkça okula aidiyet duygusunun yükseldiğini belirtmektedir. Perdue, Manzeske ve Estell (2009), arkadaşların, okula bağlılık ve akademik başarı açısından çok önemli bir bağlam oluşturduğunu ve arkadaş ilişkilerindeki kaliteyle akranlardan görülen desteğin öğrencilerin okula bağlılıklarıyla yakından ilişkili olduğunu gösteren bulgulara ulaşmışlardır. Okula aidiyet duygusu elbette her yaşta bütün öğrenciler için önemlidir (Uwah, vd., 2008); fakat, yetişkinliğe geçiş dönemi olan ergenlikte daha da kritik önem taşımaktadır (Goodenow, 1993a, 1993b). Booker (2006), lise dönemindeki birçok ergenin, kimlik ve artan özerklik duygusu sorunlarıyla mücadele ettiğini belirtmektedir. Bu bağlamda, okula aidiyet ergenler açısından önemli ölçüde yapıcı bir anlam taşımaktadır; çünkü öğretmenleri ve diğer öğrenciler tarafından kabul gören ve sosyal açıdan da desteklenen öğrencilerde bağlılık ve motivasyon olumlu yönde gelişmektedir (Goodenow, 1992b; Beyer, 2008). Bunun yanı sıra ergenler, okullarındaki diğerleri tarafından önemsenediklerini hissedip kendilerini okullarının bir parçası olarak gördüklerinde, küçük yaşta madde kullanma, şiddet içerikli durumlara karışma gibi olumsuz davranışlara da daha az eğilimli olmaktadır (Mcneely, Nonnemaker ve Blum, 2002).

Hem okuldaki ilişkilerden hem de genel olarak okul ortamından alınan doyumun, öğrencilerin okula aidiyetini yordadığını ortaya koyan Cemalcılar (2010), okula aidiyet duygusu yüksek olan öğrencilerin, öğretmenleri ve arkadaşlarıyla daha iyi ilişkiler kurduklarını, daha yüksek özsaygı geliştirdiklerini ve genel olarak yaşamlarından daha çok doyum aldıklarını belirtmektedir. Özdemir ve diğerlerinin (2010)

de belirttiği gibi, öğrencilerin okula bağlılık göstermesi, okul iklimi ve okuldan memnuniyet ile ilişkilidir. Okul ikliminin önemli bir boyutu olan bireylerarası ilişkilerin niteliği, öğrencilerin kendilerini okula ne ölçüde ait hissedecekleri üzerinde etkilidir. İklimi olumlu özellikler taşıyan bir okulda, öğrencilerle diğer öğrenciler ve öğrencilerle öğretmenler arasında sevgi ve saygıya dayalı yakın ilişkiler vardır. Öğrenciler, olumsuz, hoş olmayan ya da arzulanmayan bir iklimin olduğu veya kendilerini dışlanmış hissettikleri bir okula gitmek istemezler (Özdemir, vd., 2010). Okulların kültürel yapısının fiziksel özelliklerden çok, yönetici, öğretmen ve öğrenci iletişiminden etkilendiğini vurgulayan Sezgin (2010), etkili okulların tüm çalışanları ortak amaçlar etrafında toplayan güçlü kültürlere sahip olduğunu ve olumlu örgüt kültürüne sahip okullarda öğrenci başarısının arttığını belirtmektedir.

Okula Aidiyet Duygusundan Yoksunluk

Okula aidiyet duygusu, okul ortamlarında istenmeyen duyuşsal, bilişsel ve davranışsal özelliklerle olan ilişkisi bakımından da önemsenen bir konudur. Cemalcılar (2010), okula bağlılık düzeyi daha yüksek olan öğrencilerde kaygı, yalnızlık ve okula devamsızlık oranının da düşük; özerkliğin, olumlu sosyal davranışların, içsel motivasyonun ve akademik başarının ise yüksek olduğunu belirtmektedir. Öğrencilerin okula aidiyet duygularının önemini vurgulayan Osterman'a (2000) göre, kabul edilme, dahil edilme ve iyi karşılanma durumu, mutluluk, gurur, hoşnutluk, huzur gibi pozitif duygularla ilişkilirken, reddedilme ve dışlanma ya da görmezden gelinme durumu da aşırı kaygı, depresyon, üzüntü, kıskançlık ve yalnızlık gibi negatif duygulara yol açmaktadır. Booker'ın (2006) yaptığı çalışmada da okula aidiyet duygusunun okuldan tatmini ve öğrencilerdeki depresyon düzeyini etkilediğini ortaya koymuştur. Okula gitmekten memnun ve mutlu olmayan öğrenciler, okullardaki eğitim-öğretim sürecine yabancılaşabilmektedirler. Bu durumda okulda yalnızlık hisseden öğrenciler yavaş yavaş eğitim-öğretimlerini aksatıp bir süre sonra da okulu bırakma eğilimi gösterebilirler. Dolayısıyla okulun görevlerinden birinin, öğrencilerde aidiyet duygusunu geliştirip, okula bağlılıklarını garanti altına almak olduğu söylenebilir. Pehlivan (2006), lise öğrencilerinin devamsızlık nedenlerini incelediği çalışmasında, öğrencilerin devamsızlık nedenlerinin; okulda sıkılma, okulu ve dersleri sevmeme, arkadaşlarının özendirilmesi ve eğitimle ilgili beklentilerinin olmaması şeklinde belirlemiştir. Bu nedenlerin okula aidiyet duygusuyla yakından ilişkili

olduğu görülmektedir. Booker (2006), okula aidiyetin bütünü önemli bir parçasını oluşturduğunu, çünkü öğrencilerin okula devamlarıyla, akademik başarıyla ve psikolojik iyi olmayla ilgili eğitim çıktılarını etkilediğini belirtmektedir. Goodenow (1992b) ise, bir sosyal sistem olarak okula tam anlamıyla ait hissetmemenin yol açabileceği sonuçların düşük düzeyde aktif katılım ve bunun sonucunda da akademik başarıda düşme, hatta okulu bırakma ile sonuçlanabileceğini dikkate almak zorunda olduğumuzu belirtmektedir.

Araştırmanın Amacı

Yukarıda değinilen araştırmaların bulguları genel olarak özetlenecek olursa, okula aidiyet duygusunun akademik başarı, motivasyon, öz yeterlik algısı, okul işlerine katılım, kişilerarası olumlu ilişkiler, okuldan memnun olma, okulda mutlu hissetme, geleceğe olumlu bakış gibi birçok olumlu özellikle pozitif yönde; okulu terk etme, kaygı, zorbalık, yabancılaşma, depresyon, üzüntü, kıskançlık ve yalnızlık gibi birçok olumsuz özellikle ise negatif yönde ilişkili olduğu görülmektedir. Bu bulgulara dayanılarak, okula aidiyet duygusunun sadece okuldaki başarı ve gelişim bakımından değil, tüm yaşam boyunca sürecek olan gelişim açısından da önemli bir etken olduğu söylenebilir. Ancak taşıdığı bu öneme rağmen, okula aidiyet duygusunun Türkiye alan yazınında çok sınırlı araştırmaya konu edildiği (Arastaman, 2006; Cemalcılar, 2010; Ekşioğlu, Sürücü ve Arastaman, 2009; Kızılay, 2008; Özdemir, vd., 2010) görülmektedir. Yurt dışındaki alan yazında ise, Booker'ın (2006) da belirttiği gibi, okula aidiyet duygusu üzerine yapılan araştırmaların çoğunda okula aidiyet duygusu ile akademik başarı arasındaki ilişkiler incelenmiş; çalışma grupları olarak da genellikle ilköğretim ikinci kademe öğrencileri tercih edilmiş, lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusu çok az ele alınmıştır. Oysa özellikle çocukluktan yetişkinliğe geçiş dönemi olarak kabul edilen ergenlikte, öğretmenleri ve arkadaşları tarafından kabul edilmek, sosyal ve akademik destek görmek öğrenciler için büyük önem taşımaktadır (Capps, 2003). Alanyazındaki bu eksiklikten yola çıkılarak yapılması gereği duyulan bu araştırmanın genel amacı, lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusunun incelenmesidir. Bu ana amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Lise öğrencilerinin okula aidiyet duygularının düzeyi nasıldır?
2. Lise öğrencilerinin okula aidiyet duyguları cinsiyete, sınıf düzeyine, akademik başarıya ve okulun sosyo ekonomik düzeyine göre anlamlı bir şekilde farklılaşmakta mıdır?

Yöntem

Evren ve Örneklem

Araştırmanın çalışma evreni 2009–2010 Öğretim Yılında Adana ili merkez ilçelerinden Yüreğir'deki toplam 20 ortaöğretim kurumunun 9., 10. ve 11. sınıflarında öğrenim gören 15119 öğrenciden oluşmaktadır. Çalışma evreninde yer alan öğrencilerin 6502'si (%43) 9. sınıf, 4458'i (%29.48) 10. sınıf ve 4159'u (%27.50) 11. sınıf öğrencisidir. Örneklem büyüklüğünün belirlenmesinde büyüklüğü belli olan evrenler için kullanılan $[n = Nt^2 pd / d^2 (N-1) + t^2 pq]$ formülü kullanılmıştır. Bu formülde hata payı %5 ($d=0.05$); güven aralığı %95 ($\alpha =0.05$ için $t=1.96$); olayın gerçekleşme olasılığı (p) 0.80; olayın gerçekleşmeme olasılığı (q) 0.20 ve çalışma evrenindeki toplam öğrenci sayısı (N) 15119 alınarak örneklem hacmi $[n=15119 \times (1.96)^2 \times (0.80 \times 0.20) / (0.05)^2 \times 15118 + (1.96)^2 \times (0.80 \times 0.20) = 241]$ olarak hesaplanmıştır. Bu şekilde büyüklüğü hesaplanan örneklem, iki aşamalı oransız küme örnekleme yoluyla belirlenmiştir. Birinci aşamada sosyo-ekonomik düzeye göre liselerin sınıflandırıldığı herhangi bir döküman bulunamadığından Yüreğir İlçe Milli Eğitim Müdürlüğündeki yetkililerden alınan bilgiler doğrultusunda alt, orta ve üst sosyo-ekonomik düzeyden olacak şekilde birer lise seçkisiz olarak belirlenmiş, daha sonra bu üç liseden yine seçkisiz olarak 9., 10. ve 11. sınıf düzeyinden birer şube seçilmiştir. Bu şubelerdeki öğrenciler araştırmanın örneklemini oluşturmuşlardır. Araştırmaya, alt sosyo-ekonomik düzeydeki liseden 83, orta sosyo-ekonomik düzeydeki okuldan 94 ve üst sosyo-ekonomik düzeydeki liseden de 97 olmak üzere toplam 274 öğrenci katılmıştır. Öğrencilerin 92'si (%33.6) dokuzuncu sınıf, 97'si (%35.4) onuncu sınıf, 85'i (%31.0) de on birinci sınıfa devam etmektedir ve 163'ü (%59.5) kız, 111'i (%40.5) erkektir. Yaşları 13-18 arasında değişen öğrencilerin yaş ortalaması 15.98, standart sapması 0.95'tir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği (OADÖ, The Psychological Sense of School Membership Scale) aracılığıyla toplanmıştır. Goodenow (1993a) tarafından geliştirilen bu ölçek, öğrencilerin okullarının önemli bir parçası olarak hissetme düzeylerini, kabul edilme, değer görme ve gruba dahil olma konusundaki duygularını; okul, öğretmen ve akranlarla bağlantılarını ölçmek amacıyla geliştirilen 18 maddelik beşli Likert tipinde (1. Hiç doğru değil, 5. Tamamen doğru) bir araçtır. Ölçekte yer alan mad-

deler, objektif bir değerlendirmeden çok, öğrencilerin okula yönelik öznel, kişisel perspektiflerini ölçecek nitelikte ifadelerdir (*Buradaki öğretmenler benim gibi insanlarla ilgilenmez, Bu okuldaki öğretmenler bana arkadaşça davranır, Bu okula gelmek beni sinirlendiriyor, vb.*) Ölçekteki beş madde (3, 6, 9, 12 ve 16. maddeler) olumsuz ifadeler şeklindedir. Bu olumsuz maddeler ters puanlandığında her bir öğrenci için tüm maddelerin ortalaması alınarak ölçek puanları hesaplandığı gibi öğrencilerin puanları alt ölçekler bazında da hesaplanabilmektedir. Ölçeklerden alınan yüksek puanlar okula aidiyet duygusunun yüksek olduğuna işaret etmektedir.

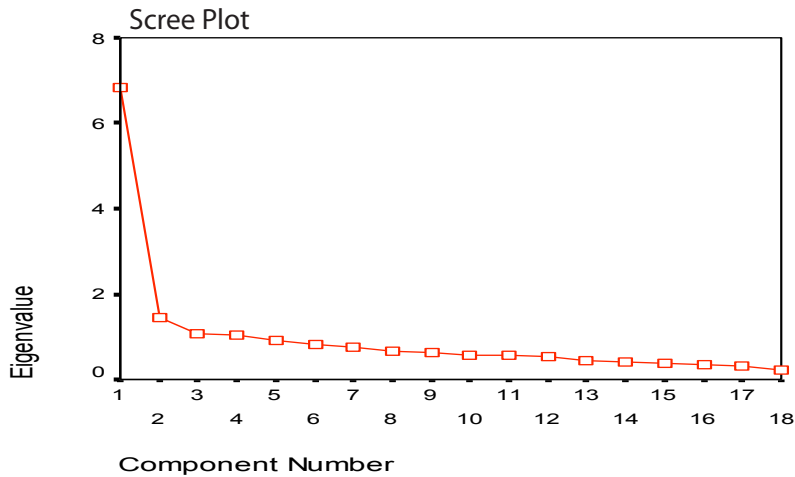
Goodenow (1993a), ölçeğin iç tutarlık katsayısını 0.80 olarak rapor etmiştir. Daha sonra birçok çalışmada kullanılan bu ölçeğin iç tutarlık katsayıları Isakson ve Jarvis'in (1999) çalışmasında .90; Stevens, Hamman ve Olivárez'in (2007) çalışmasında 0.72; Mcmahon vd.'nin (2008) çalışmasında 0.88; Uwah vd.'nin (2008) çalışmasında ise 0.81 olarak hesaplanmıştır.

Ölçeğin Türkçeye uyarlaması Sarı (2011) tarafından ilköğretim ikinci kademedeki öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Bu çalışmada yapılan faktör analizleri sonucunda maddelerin iki bileşende toplandığı, bu iki faktörün toplam varyansın %38.49'unu açıkladığı görülmüştür. Birinci faktör (Okula Aidiyet) ölçekteki 13 olumlu maddeyi kapsamaktadır; diğer faktörde (Reddedilmişlik Duygusu) ise ölçekte yer alan beş olumsuz madde bir araya gelmiştir. Alt ölçeklere ilişkin Cronbach alfa güvenilirlik katsayılarının ise sırasıyla .84 ve .78; olumsuz maddeler ters çevrilip puan-

landığında ölçek toplam puanlarına ait Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı ise .84 bulunmuştur.

Bu çalışma kapsamında ise ölçeğin lise öğrencileri için geçerlik ve güvenilirlik çalışması yeniden yapılmış ve ilköğretim formundaki gibi, okula aidiyeti ifade eden maddelerin birinci faktörü, reddedilmişlik duygusunu ifade eden maddelerin ise ikinci faktörü oluşturduğu görülmüştür. Lise öğrencilerinden elde edilen veriler üzerinde OADÖ'nün faktör yapısını belirlemek amacıyla yapılan faktör analizinin başında, verilerin faktör çözümlenmesine uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) katsayısı ve Barlett'in küresellik testi sonuçları incelenmiş, bu değerlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür (KMO = 0.90; Barlett Sphericity testi $\chi^2 = 1903.797$, $df = 153$, $p < .001$). Analizlerde, ölçek kapsamına alınan maddelerin çarpıklık ve sivrillik katsayıları, madde-toplam puan korelasyonları, maddelerin korelasyon matrisi değerleri, ortak varyansları, faktör yükleri (en az .40) ve birden fazla faktöre yüklenen maddelerin faktör yükleri arasındaki farklar (en az .20) incelenmiştir. Bu işlemler, temel bileşenler faktör çıkarma yöntemi ve ortogonal (varimax) döndürme işlemi kullanılarak yapılmıştır.

Faktör analizinin ilk sonuçları, ölçeğin özdeğeri (eigen value) 1.00'in üzerinde olan dört bileşeni olduğunu göstermiştir. Ancak ilk iki bileşen dışındaki faktörler altında toplanan maddelerin ya sayıca çok az olduğu (bir-iki madde) ya da diğer bileşenler altında da .30'un üstünde faktör yüküne sahip oldukları ve iki bileşen altındaki yüklerinin birbirine yakın



Şekil 1. Scree plot (Çizgi) Grafiği

olduğu görülmüştür. Özdeğerlerin çizgi grafiği (scree plot) incelendiğinde de en belirgin kırılmanın ikinci faktörde olduğu gözlenmiştir (Şekil 1). Bu değerlerin yanı sıra, daha önce yapılan çalışmalarda da (Cheung ve Hui, 2003; Sarı, 2011) ölçeğin iki faktörlü bir yapıya sahip olduğu belirlendiğinden faktör analizi iki bileşenle sınırlandırılarak tekrar uygulanmıştır.

Üç iterasyonda ulaşılan ve iki faktörlü bir yapıyla sonuçlanan faktör analizi ile güvenilirlik analizlerinden elde edilen faktörler, faktör yükleri, faktör özdeğerleri, faktörlerin açıkladıkları varyans yüzdeleri, Cronbach Alpha değerleri ve maddelere ait düzeltilmiş madde-toplam puan korelasyonları (r) Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Okula Aidiyet Duygusu Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

Madde No	Okula Aidiyet	Reddedilmişlik Duygusu	r*
1	.44		.49
2	.56		.54
4	.52		.47
5	.58		.60
7	.61		.56
8	.65		.65
10	.41		.37
11	.72		.65
13	.58		.56
14	.72		.71
15	.76		.61
17	.59		.70
18	.69		.59
3		.48	.42
6		.65	.52
9		.47	.48
12		.70	.32
16		.73	.50
Özdeğeri	6.84	1.45	Toplam
Varyans %	38.03	8.09	46.13
Cronbach Alpha	.88	.70	.89

*r: Madde - toplam puan korelasyonları

Not: İzleme kolaylığı bakımından, .25 değerinden küçük olan faktör yükleri tabloda gösterilmemiştir.

Tablo 1'de görüldüğü gibi, analizler sonucunda elde edilen ilk bileşen, okula aidiyet duygusunu ölçen 13 maddeyi içermektedir. Bu ölçekte yer alan bazı maddeler "Kendimi okulumun gerçek bir parçası olarak hissediyorum", "Okulumdaki öğrenciler, benim fikirlerimi önemsemektedirler", "Bu okulda gerçekten kendim olabiliyorum" şeklindedir. Bu alt ölçekte yer alan 13 maddenin faktör yükleri, .41 -.76; madde - toplam puan korelasyonları ise .37 -.71 arasındadır ve

Cronbach Alfa iç tutarlık katsayısı .88'dir. OADÖ'de yer alan ikinci bileşen ise öğrencilerin okuldan okula aidiyet duygularının olumsuz veya düşük düzeyde olduğuna işaret eden ve Goodenow (1993a) tarafından Reddedilmişlik duygusu (feeling of rejection) olarak adlandırılan alt ölçektir. Bu boyut, "Benim gibi insanların burada kabul görmesi çok zordur", "Bazen kendimi sanki bu okula ait değilmişim gibi hissediyorum" ve "Buradaki öğretmenler benim gibi insanlarla

ilgilenmezler” gibi olumsuz ifade edilen maddelerden oluşmakta ve alınan yüksek puanlar okula aidiyet duygusunun düşük olduğuna işaret etmektedir. Bu faktörde yer alan maddelerin faktör yükleri .47 - .73; madde-toplam puan korelasyonları ise .32-.52 arasındadır. Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı ise .70’tir. Reddedilmişlik duygusu alt ölçeğini oluşturan beş madde ters çevrilip puanlandığında ölçek toplam puanlarına ait Cronbach alfa iç tutarlık katsayısı ise .89 bulunmuştur. İki alt ölçek toplam varyansın % 46.13’ünü açıklamaktadır. Bunların yanı sıra, verilerin toplandığı bireylerin aldığı toplam puanlar, her bir madde için ayrı ayrı en düşüğe en yükseğe doğru sıralanarak alt %27 ve üst %27’lik gruplar oluşturulmuş ve maddelerin bu iki grubu birbirinden ayırt edip etmediği incelenmiştir. Bu inceleme sonucunda tüm maddelerin grupları anlamlı ($p < .001$) bir şekilde ayırt edebildiği görülmüştür.

Verilerin Analizi

Verilerin analizinde SPSS 11.5 paket programı kullanılarak betimsel istatistikler incelenmiş, ayrıca bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Verilerin analizi sürecinde ölçeklerden alınan puanlar, her ölçeğin kapsadığı madde sayısına bölünerek, 1-5 ölçeğine çevrilmiştir. Bulguların anlamlı olup olmadığının değerlendirilmesinde .05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmış, gruplararası belirlenen anlamlı farkların kaynağının incelenmesinde Scheffe F testinden yararlanılmıştır. Karşılaştırmalarda anlamlı farkların kaynağının Scheffe F testiyle belirlenemediği durumlarda ise LSD testinden yararlanılmıştır.

Bulgular

Lise Öğrencilerinin Okula Aidiyet Duygularına İlişkin Bulgular

Örnekleme oluşturan 274 öğrencinin Okula Aidiyet Duygusu Ölçeğinden (OADÖ) aldıkları puanlara ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma dağılımları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Öğrencilerin OADÖ Puanlarına İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Dağılımları

Boyutlar	N	\bar{X}	Ss
Okula Aidiyet Duygusu	274	3.51	.79
Reddedilmişlik Duygusu	274	2.59	.93
OADÖ Toplam Puanları	274	3.50	.74

Tablo 2’de görüldüğü gibi öğrencilerin, Okula aidiyet duygusu boyutundan aldıkları puanların aritmetik ortalaması 3.53; Reddedilmişlik duygusu boyutundan aldıkları puanların aritmetik ortalaması 2.58 ve OADÖ toplam puanlarına ait aritmetik ortalama ise 3.51’dir.

Cinsiyet, Sınıf Düzeyi, Akademik Başarı ve Okulun Sosyo-Ekonomik Düzeyine Göre Öğrencilerin Okula Aidiyet Duygularına İlişkin Bulgular

Öğrencilerin okula aidiyet duygularını cinsiyete göre incelemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre Okula aidiyet duygusu alt ölçeğinde kız öğrencilerin ortalaması 3.52, erkek öğrencilerin ortalaması ise 3.50; Reddedilmişlik duygusu alt ölçeğinde kız öğrencilerin ortalaması 2.52, erkek öğrenci-

Tablo 3. Sınıf Düzeyine Göre Öğrencilerin OADÖ Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Sınıf	N	X	Ss	df	F	p	Anlamlı Fark (LSD)
Okula Aidiyet Duygusu	9	92	3.67	.63	2	2.862	.050	9 > 10
	10	97	3.45	.81				9 > 11
	11	85	3.41	.91				
Reddedilmişlik Duygusu	9	92	2.38	1.07	2	4.033	.019	10 > 9
	10	97	2.76	.90				
	11	85	2.64	.76				
OADÖ Toplam Puanları	9	92	3.70	.63	2	5.403	.005	9 > 10
	10	97	3.39	.78				9 > 11
	11	85	3.50	.74				

lerin ortalaması 2.70; OADÖ toplam puanlarında ise kız öğrencilerin ortalaması 3.53, erkek öğrencilerin ortalaması ise 3.45'tir. Kız öğrencilerin ortalamaları nispeten yüksek olmakla birlikte, grupların ortalamaları arasındaki farklar, istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır ($p>.05$).

Öğrencilerin aldıkları puanların sınıf düzeyine göre incelenmesi amacıyla yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları ise Tablo 3'te gösterilmiştir.

Tablo 3'te görüldüğü gibi, Okula aidiyet duygusu boyutuna ait ortalamalar 3.41 ile 3.67 arasında değişmekte ve dokuzuncu sınıf öğrencileri lehine anlamlı farklar göstermektedir. Reddedilmişlik duygusu boyutunda ise on ve on birinci sınıf öğrencilerinin ortalamaları birbirine nispeten yakinken (2.76 ve 2.64), dokuzuncu sınıf öğrencilerinin ortalaması 2.38'dir. Ortalamalar arasındaki farklar, onuncu ve dokuzuncu sınıf öğrencilerinin puanları arasında, onuncu sı-

nıf öğrencilerinin puanları lehine anlamlı bulunmuştur ($p<.05$). OADÖ toplam puanlarında ise sınıf düzeyi yükseldikçe ortalamaların düştüğü ve en yüksek ortalamanın dokuzuncu sınıf öğrencilerine ait olduğu görülmektedir. Grupların ortalamaları arasındaki farkın kaynağını incelemek üzere yapılan LSD testi sonucunda, OADÖ toplam puanlarında gözlenen anlamlı farkların dokuzuncu sınıf öğrencileri lehine gerçekleştiği belirlenmiştir.

Veri toplama aracı olarak kullanılan Okula Aidiyet Duygusu Ölçeğinin başında sorulan kişisel bilgilerden biri de "Derslerdeki başarınız aşağıdakilerden hangisine uymaktadır?" şeklindedir ve öğrencilerin bu soruyu düşük (ortanın altında), orta, iyi ve çok iyi seçeneklerinden birini işaretleyerek yanıtlamaları istenmiştir. Bu soruya verdikleri yanıtlara göre, öğrencilerin OADÖ puanları üzerinde yapılan tek yönlü varyans analizinin sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Akademik Başarıya Göre Öğrencilerin OADÖ Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	Akademik Başarı	N	X	Ss	df	F	p	Anlamlı Fark (Scheffe)
Okula Aidiyet Duygusu	Düşük	37	3.09	.79	3	4.313	.005	Orta > Düşük İyi > Düşük
	Orta	88	3.63	.84				
	İyi	114	3.55	.71				
Reddedilmişlik Duygusu	Çok iyi	35	3.52	.88	3	5.744	.001	Düşük > Orta Düşük > İyi
	Düşük	37	3.05	.93				
	Orta	88	2.50	1.06				
OADÖ Toplam Puanları	İyi	114	2.43	.80	3	6.292	.000	Orta > Düşük İyi > Düşük
	Çok iyi	35	2.88	.82				
	Düşük	37	3.05	.76				

Öğrencilerin akademik başarı düzeylerine göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre, Okula aidiyet duygusu ve OADÖ toplam puanlarında en düşük, Reddedilmişlik duygusu puanlarında ise en yüksek aritmetik ortalamalar akademik başarıyı zayıf olan öğrencilere aittir. Okula aidiyet duygusu ile OADÖ toplam puanlarındaki farklar akademik başarıyla orta ve iyi olan öğrencilerin puanları lehine; Reddedilmişlik duygusu alt ölçeğinden alınan puanlar arasındaki

farklar ise, akademik başarıları düşük olan öğrenciler lehine anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır ($p<.05$). Akademik başarıları çok iyi olan öğrencilerin OADÖ puanları ile diğer gruplardaki öğrencilerin puanları arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır.

Öğrencilerin OADÖ puanlarını, öğrenim gördükleri lisenin sosyo-ekonomik düzeyine göre karşılaştırmak amacıyla yapılan varyans analizinin sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Okulun Sosyo-Ekonomik Düzeyine Göre Öğrencilerin OADÖ Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Boyutlar	SED	N	X	Ss	df	F	p	Anlamli Fark (Scheffe)
Okula Aidiyet Duygusu	Alt	83	3.18	.74	2	11.296	.000	Üst > Alt Orta > Alt
	Orta	94	3.67	.93				
	Üst	97	3.64	.59				
Reddedilmişlik Duygusu	Alt	83	3.05	.97	2	15.606	.000	Alt > Üst Alt > Orta
	Orta	94	2.43	.91				
	Üst	97	2.36	.78				
OADÖ Toplam Puanları	Alt	83	3.15	.61	2	13.942	.000	Üst > Alt Orta > Alt
	Orta	94	3.65	.88				
	Üst	97	3.64	.59				

Okulun sosyo-ekonomik düzeyine göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarının gösterildiği Tablo 5 incelendiğinde, Okula aidiyet duygusu puanlarına ait ortalamaların 3.18 – 3.67; Reddedilmişlik duygusu puanlarına ait ortalamaların 2.36 – 3.05; OADÖ toplam puanlarına ait ortalamaların ise 3.15 – 3.65 arasında olduğu görülmektedir. Öğrencilerin her üç ölçümde elde ettikleri puanlar anlamlı farklar göstermektedir ($p < .01$). Yapılan Scheffé testinde, ortalamalar arasındaki anlamlı farkların, Okula aidiyet duygusu ile OADÖ toplam puanlarında, alt sosyo-ekonomik düzeydeki liseye devam eden öğrencilerin puanları ile orta ve üst sosyo-ekonomik düzeydeki liselere devam eden öğrencilerin puanları arasında, orta ve üst sosyo-ekonomik düzeydeki liselere devam eden öğrencilerin puanları lehine olduğu görülmüştür. Reddedilmişlik duygusundaki puanlar ise, alt sosyo-ekonomik düzeydeki liseye devam eden öğrencilerin puanları ile orta ve üst sosyo-ekonomik düzeydeki liselere devam eden öğrencilerin puanları arasında ve alt sosyo-ekonomik düzeydeki liselere devam eden öğrencilerin puanları lehine anlamlı bir şekilde farklılaşmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusunun incelenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada elde edilen ilk bulgu, öğrencilerin OADÖ toplam puanlarına ait ortalamaların (3.51), çok yüksek olmamakla birlikte, beşli derecelendirme ölçeğinde ortanın üzerinde olduğu şeklindedir. Booker (2004) da, çok yüksek olmamakla birlikte öğrencilerin çoğunun okullarının birer parçası olarak hissettiklerine dair bulgu-

lara ulaşmıştır. Benzer şekilde Goodenow (1992b) da öğrencilerin okula aidiyet duygusu puanlarına ait ortalamayı 3.10 olarak orta düzeyde bulmuştur.

Öğrencilerin okula aidiyet duygularını cinsiyete göre incelemek amacıyla yapılan bağımsız gruplar t-testi sonuçlarına göre grupların ortalamaları arasındaki farklar istatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte, kız öğrencilerin ortalamaları okula aidiyet ve OADÖ toplam puanlarında daha yüksekken, Reddedilmişlik duygusu alt ölçeğinde ise daha düşüktür. Alayazındaki benzer araştırmaların (Adelabu, 2007; Arastaman, 2006; Cheung, 2004; Cheung ve Hui, 2003; Goodenow, 1992b; 1993a, 1993b; Goodenow ve Grady, 1993; Hagborg, 1994; Nichols, 2008) bulgularına paralellik gösteren bu bulgulara dayanılarak, kız öğrencilerin erkek öğrencilere göre kendilerini okullarına daha yakın hissettikleri söylenebilir. Uwah vd. (2008), kız öğrencilerin okullarını daha çok önemseyebileceklerini ve bu nedenle okula bağlılıklarının daha yüksek olabileceğini belirtmektedir. Öte yandan, öğrencilerin okula bağlılıklarının tersi olarak kabul edilebilecek olan okula yabancılaşma konusunda yapılan araştırmalarda da erkek öğrencilerin okullarına yabancılaşma düzeylerinin daha yüksek olduğu şeklinde bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin Brown vd. (2003), okula yabancılaşmanın tüm alt boyutlarının öğrencilerin cinsiyeti tarafından anlamlı bir şekilde etkilendiğini ve erkek öğrencilerde okula yabancılaşma düzeyinin daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Benzer şekilde Uzun Yüksek'in (2006) yaptığı çalışmada, erkek öğrencilerin kız öğrencilere oranla daha yüksek oranda yabancılaşma yaşadığı saptanmıştır. Oysa Fredericks vd.'nin (2004) de işaret ettiği

gibi, okula bağlılık, öğrencilerin okula yabancılaşmasının antidotu olarak görülebilir. Okulun sadece akademik başarıya odaklanmaması gerektiğini vurgulayan Calabrese (1989) ise okulların öğrencilerdeki yabancılaşmayı azaltmaya odaklanarak uzun vadede onların akademik başarılarını yükseltebileceklerini belirtmektedir. Bu bağlamda, hem erkek hem de kız öğrencilerde okula bağlılığın artırılmasına yönelik alınacak önlemlerin, öğrencilerin hem akademik hem de sosyal ve psikolojik gelişimleri açısından son derece önemli olduğu söylenebilir.

Sınıf düzeyine göre yapılan analizlerde, OADÖ puanlarında sınıf düzeyi yükseldikçe ortalamaların düştüğü ve en yüksek ortalamaların dokuzuncu sınıf öğrencilerine ait olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, alanyazındaki diğer araştırmaların bulgularıyla örtüşmemektedir. Örneğin, Goodenow'un (1992b) ilköğretim ikinci kademe öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmada, Okula Aidiyet Duygusu Ölçeği puanlarında sınıf düzeyi açısından anlamlı bir fark bulunmamıştır. Benzer şekilde Hagborg (1994) da, ilköğretimden ortaöğretime 5. – 12. sınıf öğrencileri üzerinde yaptığı araştırmada, lise düzeyinde daha düşük bağlılık beklenmekle birlikte, sınıf düzeyine göre öğrencilerin okula aidiyet duygularının anlamlı bir şekilde farklılaşmadığını belirtmektedir. Anderman (2002) da Goodenow (1992b) ve Hagborg'un (1994) bulgularına paralel sonuçlar elde etmiş ve öğrenci düzeyindeki eğitim çıktılarının sınıf düzeyinden çok okul içerisindeki gerçek uygulamalardan etkilenebileceğine işaret etmiştir. Bu araştırmada lise birinci sınıf öğrencileri lehine bulunan anlamlı farklılıkların nedenleri hakkında daha ileri düzeyde araştırmalar yapılması gereği açıktır. Dokuzuncu sınıf öğrencileri kendilerini okullarına neden daha ait hissetmektedirler? Ortaöğretim döneminde sınıf düzeyi yükseldikçe, okula aidiyet duygusu neden düşüş göstermektedir? Bu durum, ergenlik döneminin evreleriyle mi ilgilidir yoksa okulların kendi özgül koşullarından mı kaynaklanmaktadır? Bunlara benzer soruların irdelendiği araştırmalarda ulaşılabilecek bulgular doğrultusunda, öğrencilerin okula aidiyet duygularının zaman içerisinde nasıl bir değişim gösterdiğinin boyutsal olarak incelenmesi alanyazındaki önemli bir eksiğin giderilmesine katkı getirecektir.

Araştırmada ulaşılan diğer bir bulgu grubu da öğrencilerin belirttikleri akademik başarı durumlarına göre OADÖ puanlarında görülen anlamlı farklılaşma ile ilgilidir. Buna göre yapılan tek yönlü varyans anali-

zi sonuçlarına göre, okula aidiyet duygusu ve OADÖ toplam puanlarında en düşük, Reddedilmişlik duygusu puanlarında ise en yüksek aritmetik ortalamalar akademik başarısı zayıf olan öğrencilere aittir; buna göre akademik başarısı düşük olan öğrenciler, kendilerini okullarına daha az ait hissetmektedirler. Bu bulgular, alan yazındaki diğer araştırmaların bulgularıyla tutarlıdır. Örneğin, Anderman (2002), Hagborg (1994), Goodenow ve Grady (1993) ve Isakson ve Jarvis'in (1999) öğrencilerin okula aidiyet duygularıyla genel not ortalamaları arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler bulunduğunu; okula aidiyet duygusu yüksek olan öğrencilerin akademik başarılarının da daha yüksek olduğunu ortaya koymuşlardır. Ekşioğlu vd.'nin (2009) yaptığı çalışmada da akademik başarının, lise öğrencilerinin okula bağlılığını anlamlı bir şekilde yordayan değişkenler arasında yer aldığı belirlenmiştir. Benzer şekilde Özdemir vd. (2010) de okula aidiyet düzeyinin artmasının, öğrencilerin başarı algılarını geliştirdiği sonucuna ulaşmışlardır. Gerek bu araştırmada, gerekse alanyazındaki diğer araştırmalarda ulaşılan bu sonuçlar doğrultusunda, öğrencilerin okula aidiyet duyguları ile akademik başarıları arasında karşılıklı bir ilişki olduğu, öğrencilerin akademik başarılarını yükseltmek için alınacak önlemlerin okula bağlılıklarını da yükseltebileceği; okula bağlılıklarını yükseltmek için alınacak önlemlerin de akademik başarılarını arttırabileceği yargısına varılabilir.

Araştırmada ulaşılan son bulgu, öğrencilerin OADÖ puanlarında devam ettikleri lisenin sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı farklar olduğu şeklindedir. Okulun sosyo-ekonomik düzeyine göre yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre OADÖ toplam ve alt boyutlarından alınan puanlar, orta ve üst sosyo ekonomik düzeydeki öğrencilerin puanları lehine anlamlı farklar göstermektedir ($p < .01$). En düşük ortalamalar alt sosyo-ekonomik düzeydeki liseye devam eden öğrencilere aittir. Bu öğrencilerin reddedilmişlik duygusuna ait puanları da en yüksek ortalamayı göstermiştir. Alanyazında okulun sosyo ekonomik düzeyinin öğrencilerin okula aidiyet duyguları üzerinde etkili olabileceğine işaret eden bulgular mevcuttur. Örneğin Anderman (2002) ve Goodenow ve Grady (1993), şehir merkezinde bulunan, nispeten daha kalabalık ve daha heterojen bir öğrenci nüfusuna sahip olan okullardaki öğrencilerin, şehir dışında bulunan ve daha az sayıda öğrencinin devam ettiği küçük okullara devam eden öğrencilere göre okula aidiyet duygularının daha düşük olduğunu

ortaya koymuştur. Düşük sosyo-ekonomik düzeye sahip lisedeki öğrencilerin okula aidiyet duygularının da daha düşük çıkmış olması, geldikleri ailelerin özelliklerinden kaynaklanmış olabileceği gibi, okulun kendi olanaklarındaki sınırlılıklardan da kaynaklanmış olabilir.

Rumberger ve Thomas (2000), sosyo-ekonomik düzeylerine göre öğrencilerin akademik başarılarını incelemiş ve okulu bırakma oranlarının üst sosyo-ekonomik düzeyden gelen öğrenciler arasında, diğer sosyo-ekonomik düzeylerden gelen öğrencilere göre %50 daha düşük olduğunu ortaya koymuşlardır; alt sosyo-ekonomik düzeydeki ailelerden gelen öğrenciler, diğerlerine göre iki kat daha fazla okulu bırakma olasılığı taşımaktadırlar. Okula aidiyet duygusu ile akademik başarı ve okulu terk etme oranları arasındaki yakın ilişki dikkate alındığında, bu çalışmada düşük sosyo-ekonomik düzeydeki lisede okula aidiyet duygusunun düşük, reddedilmişlik duygusunun ise yüksek bulunmuş olması Rumberger ve Thomas'ın (2000) bulgularına paralellik göstermektedir. Bu bulguların okulların olanaklarıyla da yakından ilgili olabileceği unutulmamalıdır. Rumberger ve Thomas'ın (2000) çalışmasında okul düzeyinde yapılan karşılaştırmada da düşük sosyo-ekonomik düzeydeki okullarda okulu bırakma oranlarının %60 daha fazla olduğu ortaya konulmuştur. O halde, öğrencilerin okula aidiyet duygularında ve bundan yakından etkilenen akademik başarı, motivasyon vb. eğitim çıktılarında okulun sahip olduğu olanakların önemli etkileri olduğu söylenebilir. Nitekim öğrencilerin okula aidiyet duyguları arasında öğrenim gördükleri okulun sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı farklar bulunmamış olmakla birlikte, Cemalcılar'ın (2010) yaptığı çalışmada, ekonomik olanakları sınırlı okullara devam eden öğrencilerin, okullarının üç boyutu hakkında (okulun fiziksel ortamının kalitesi, destekleyici kaynakların kalitesi ve şiddetten uzak, güvenli bir okul ortamı) daha olumsuz algılara sahip oldukları belirlenmiş; okulun fiziksel ortamının kalitesi ve destekleyici kaynaklara yönelik algıların, öğrencilerin okula aidiyet duyguları ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler gösterdiği ortaya konulmuştur.

Bunun yanı sıra, Türkiye'de okuldaki yaşam kalitesinin incelendiği çeşitli çalışmalarda da okulun sosyo-ekonomik düzeyleri bakımından farklar bulunmuş ve okul yaşam kalitesi düzeyinin genellikle alt sosyo-ekonomik düzeydeki okullarda daha düşük olduğu şeklinde sonuçlara ulaşılmıştır (Bilgiç 2009;

Durmaz 2008; Sarı 2007; Sarı, Ötünç ve Erceylan, 2007). Nichols (2008), bir öğrencinin okulunu sevmesi ve kendini oraya ait hissetmesindeki etkenlerden birinin okuldaki olanakların çeşitliliği olduğunu belirtmektedir. Cemalcılar (2010) ise, minimum düzeyde de olsa etkili öğrenme ortamları sunamayan okulların, öğrencilerde okula bağlılığı geliştirmelerini beklemenin akla uygun olmayacağını ifade etmektedir. Bu durumda, sahip oldukları olanaklar doğrultusunda, okulların öğrencilerin her anlamda (akademik, sosyal, psikolojik ve fiziksel) tatmin oldukları yerler olmaları durumunda, öğrencilerin okullarına yönelik daha olumlu duygular besleyeceği, kendilerini okullarına daha ait hissedecekleri ve bunlar doğrultusunda da akademik başarılarında artış olacağı söylenebilir.

Araştırmada ulaşılan sonuçlar genel olarak özetlenecek olursa, elde edilen bulgulara göre öğrencilerin okula aidiyet duygularının çok yüksek olmamakla birlikte ortalamanın üzerinde olduğu söylenebilir. Cinsiyetlerine göre öğrencilerin OADÖ puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmazken, kız öğrencilerin ortalamalarının daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Gerek bu çalışmada ulaşılan sonuçlara, gerekse alan azında konunun önemine ve eğitimin diğer çıktılarıyla yakın ilişkisine yapılan vurgulara dayanılarak, her kademedeki tüm öğrencilerde okula yönelik duyguların iyileştirilmesine yönelik önlemlerin alınması gereği açıktır. Okula aidiyet duygusunun özellikle lise dönemindeki öğrenciler üzerinde daha sık incelenmesi, içerisinde buldukları ergenlik döneminin daha az sancıyla atlatılmasına katkı getirebilir.

Araştırmada öğrencilerin OADÖ puanları, sınıf düzeylerine ve öğrenim gördükleri okulların sosyo-ekonomik düzeyine göre anlamlı farklılıklar göstermiştir. Gerek Türkiye'de gerekse yurt dışında yapılan çalışmalarda lise öğrencilerinde okula aidiyet duygusu az incelenen bir konu olduğu gibi, bunun sınıf düzeyi yükseldikçe nasıl bir seyir izlediği veya farklı sosyo-ekonomik olanaklara sahip okullarda nasıl bir görünüm arz ettiği konusunda da yeterli veri bulunmamaktadır. Bu bağlamda, ileride yapılacak çalışmalarda, okula aidiyet duygusunun boylamsal bir anlayışla ele alınması alanyazındaki bu açığın giderilmesine önemli katkılar sağlayacaktır. Öte yandan konunun okulların sahip olduğu sosyal ve akademik olanaklar doğrultusunda karşılaştırmalı olarak incelenmesi, hangi nitelikte bir okula devam ediyor olurlarsa olsunlar,

bütün öğrencilerin genel olarak eğitimlerine, özelde de okullarına, derslerine, öğretmenlerine ve arkadaşlarına olumlu duygular beslemelerinin sağlanması ve en nihayetinde de akademik, sosyal ve psikolojik açıdan mutlu ve başarılı bireyler yetiştirilmesi yönünde isabetli önlemlerin alınmasına katkı sağlayabilir.

Araştırmada öğrencilerin OADÖ puanları, akademik başarılarına göre ise anlamlı farklılıklar göstermiş ve okula aidiyet duygusunun en düşük olduğu grubun akademik başarısı düşük olan öğrenciler olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu da alanyazındaki birçok araştırmanın bulgusuna paralel olmakla birlikte, bu noktada araştırmanın önemli bir sınırlılığından söz etmekte yarar görülmektedir. Bu araştırmada akademik başarı değişkeni, öğrencilerin öznel ifadeleri doğrultusunda ölçülmüştür. Verilerin toplandığı Okula Aidiyet Duygusu Ölçeğinin başında, öğrencilere kendi başarı durumlarına uyan seçeneği (düşük, orta, iyi ve çok iyi) işaretlemeleri istenmiş; başarıya yönelik başka herhangi bir ölçüm yapılmamıştır. Oldukça kaba ve öznel bir ölçüm olarak nitelenebilecek bu verilere dayanılarak ulaşılan sonuçlar alanyazındaki bulguları desteklemiş olsa da, bunların akademik başarı ile okula aidiyet duygusu arasında pozitif yönlü olduğu belirtilen ilişkinin genellenmesi yönünde ele alınmasında acele edilmemesi gerektiği söylenebilir. Daha ileri düzeyde araştırmalarla, öğrencilerin okuldaki akademik başarılarına yönelik çok yönlü, ayrıntılı ve daha objektif ölçümler yapılarak (öğrencilerin çeşitli derslerdeki notları, genel not ortalamaları, öğretmen puanlamaları, okul kayıtları, vb.) bu iki değişken arasındaki ilişkilerin yeniden test edilmesinde yarar görülmektedir.

Bu araştırmanın diğer bir sınırlılığı da okula aidiyet duygusunun sınırlı sayıda değişken bağlamında ve sınırlı sayıda okulda ele alınmış olmasıdır. Alanyazın, okula aidiyetin eğitimin birçok istendik çıktısıyla olumlu ilişkiler içerisinde olduğunu göstermektedir. Başka araştırmalarda, öğrencilerin okula bağlılıkları, başka değişkenlerle ilişkiler bakımından ve çok daha büyük örneklerde incelenebilir. Bu tür araştırmaların bulguları, öğrencilerin her açıdan mutlu ve huzurlu hissettikleri okul ortamlarının yaratılmasına önemli katkılar sağlayacaktır.

Kaynakça

- Adelabu, D. D. (2007).** Time perspective and school membership as correlates to academic achievement among African American adolescents. *Adolescence*, 42(167), 525-538.
- Anderman, E. M. (2002).** School effects on psychological outcomes during adolescence. *Journal of Educational Psychology*, 94 (4), 795-809.
- Arastaman, G. (2006).** *Ankara ili lise birinci sınıf öğrencilerinin okula bağlılık durumlarına ilişkin öğrenci, öğretmen ve yöneticilerin görüşleri.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Beyer, W. (2008).** *Belonging in a grade 6 inclusive classroom: Three multiple perspective case studies of students with mild disabilities.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ontario, Canada: Queen's University.
- Bilgiç, S. (2009).** *İlköğretim öğrencilerinde okul yaşam kalitesi algısının arkadaşlara bağlılık ve empatik sınıf atmosferi değişkenleriyle ilişkisinin incelenmesi.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bloom, B. S. (1998).** *İnsan nitelikleri ve okulda öğrenme.* (Çev. D. A. Özçelik). İstanbul: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları
- Bond, L., Butler, H., Thomas, L., Carlin, J., Glover, S., Bowes, G., ve Patton, G. (2007).** Social and school connectedness in early secondary school as predictor of late teenage substance use, mental health, and academic outcomes. *Journal of Adolescent Health*, 40 (4), 357-366.
- Booker, K. C. (2004).** Exploring school belonging and academic achievement in African American adolescents. *Curriculum and Teaching Dialogue*, 6 (2), 131-143.
- Booker, K. C. (2006).** School belonging and the African American adolescent: What do we know and where should we go? *The High School Journal*, 89 (4), 1-7.

- Brown, M. R., Higgins, K., Pierce, T., Hong, E. ve Thoma, C. (2003).** Secondary students' perceptions of school life with regard to alienation: The effects of disability, gender and race. *Learning Disability*, 26, 227-238.
- Capps, M. A. (2003).** *Characteristics of a sense of belonging and its relationship to academic achievement of students in selected middle schools in region IV and VI educational service centers.* Yayınlanmamış doktora tezi. Texas: A&M University.
- Calabrese, R. L. (1989).** Student alienation and academic achievement. *The Education Digest*, 54 (9), 7-9.
- Cemalclar, Z. (2010).** Schools as socialization contexts: Understanding the impact of school climate factors on students' sense of school belonging. *Applied Psychology: An International Review*, 59 (2), 243-272.
- Cheung, H. Y. (2004).** Comparing Shanghai and Hong Kong students' psychological sense of school membership. *Asia Pacific Education Review*, 5(1), 34-38.
- Cheung, H. Y. ve Hui, K. F. S. (2003).** Mainland immigrant and Hong Kong local students' psychological sense of school membership. *Asia Pacific Educational Review*, 4(1), 67-74.
- Durmaz, A. (2008).** *Liselerde okul yaşam kalitesi (Kırklareli ili örneği).* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Edirne: Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ekşioğlu, S., Sürücü, M. ve Arastaman, G. (2009).** *Lise Öğrencilerinin Okula Bağlılıklarını Yordayan Değişkenlerin İncelenmesi.* XVIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı'nda sunulan bildiri, Ege Üniversitesi Eğitim Fakültesi, 1-3 Ekim 2009, İzmir. http://www.pegem.net/akademi/kongrebildiri_detay.aspx?id=103149 (Erişim tarihi 12 Şubat 2011).
- Finn, J. (1989).** Withdrawing from school. *Review of Educational Research*, 59, 117-142.
- Fredericks, J. A., Blumenfeld, P. C. ve Paris, A. H. (2004).** School engagement: Potential of the concept, and state of the evidence. *Review of Educational Research*, 74 (1), 59-109.
- Goodenow, C. (1992a).** Strengthening the links between educational psychology and the study of social contexts. *Educational Psychologist*, 27, 177-196.
- Goodenow, C. (1992b, April).** *School motivation, engagement, and sense of belonging among urban adolescent students.* Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association, San Francisco, CA.
- Goodenow, C. (1993a).** The psychological sense of school membership among adolescents: Scale development and educational correlates. *Psychology in the Schools*, 30, 79-90.
- Goodenow, C. (1993b).** Classroom belonging among early adolescent students: Relationships to motivation and achievement. *Journal of Early Adolescence*, 13, 21-43.
- Goodenow, C. ve Grady, K. E. (1993).** The relationship of school belonging and friends' values to academic motivation among urban adolescent students. *The Journal of Experimental Education*, 62 (1), 60-71.
- Hagborg, W. J. (1994).** An exploration of school membership among middle and high school students. *Journal of Psychological Assessment*, 12, 312-323.
- Isakson, K. ve Jarvis, P. (1999).** The adjustment of adolescents during the transition into high school: A short term longitudinal study. *Journal of Youth and Adolescence*, 28 (1), 1-26.
- Israelashvili, M. (1997).** School adjustment, school membership, and adolescents' future expectations. *Journal of Adolescence*, 20, 525-535.
- Kızılay, M. (2008).** *İlköğretim okullarında ikinci kademe öğrencilerin okula bağlılık durumlarına ilişkin öğrenci ve öğretmen görüşleri.* Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. İstanbul: Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- McMahon, S. D., Parnes, A.L., Keys, C. B. ve Viola, J. J. (2008).** School belonging among low-income urban youth with disabilities: Testing a theoretical model. *Psychology in the Schools*, 45(5), 387-401.

- Mcneely, A. C., Nonnemaker, J. M. ve Blum, R. W. (2002).** Promoting school connectedness: evidence from the national longitudinal study of adolescent health. *Journal of School Health*, 72 (4), 138-146.
- Nichols, S. L. (2008).** An exploration of students' belongingness beliefs in one middle school. *The Journal of Experimental Education*, 76(2), 145-169.
- Osterman, F. K. (2000).** Students' need for belonging in the school community. *Review of Educational Research*, 70 (3), 323-367.
- Özdemir, S., Sezgin, F., Şirin, H., Karip, E. ve Erkan, S. (2010).** İlköğretim okulu öğrencilerinin okul iklimine ilişkin algılarını yordayan değişkenlerin incelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 213-224.
- Pehlivan, Z. (2006).** Resmi genel liselerde öğrenci devamsızlığı ve buna dönük okul yönetimi politikaları (Ankara ili örneği). Yayınlanmamış doktora tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Perdue, N. H., Manzeske, D. P. ve Estell, D.P. (2009).** Early predictors of school engagement: Exploring the role of peer relationships. *Psychology in the Schools*, 46(10), 1084-1097.
- Rumberger, R. W. ve Thomas, S. L. (2000).** The distribution of dropout and turnover rates among urban and suburban high schools. *Sociology of Education*, 73 (1), 39-67.
- Sarı, M. (2007).** Demokratik değerlerin kazanım sürecinde örtük program: Düşük ve yüksek okul yaşam kalitesine sahip iki ilköğretim okulunda nitel bir çalışma. Yayınlanmamış doktora tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sarı, M. (2011).** *Adaptation of the Psychological Sense of School Membership Scale to Turkish*. Yayına sunulmuş çalışma.
- Sarı, M., Ötünç, E. ve Erceylan, H. (2007).** Liselerde okul yaşam kalitesi: Adana ili örneği. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 13 (50), 297-320.
- Sezgin, F. (2010).** Öğretmenlerin örgütsel bağlılığının bir yordayıcısı olarak okul kültürü. *Eğitim ve Bilim*, 35 (156), 142-159.
- Stevens, T., Hamman, D. ve Olivárez Jr. A. (2007).** Hispanic students' perception of white teachers mastery goal orientation influences sense of school belonging. *Journal of Latinos and Education*, 6(1), 55-70.
- Uwah, C. J., McMahan, H. G. ve Furlow, C. F. (2008).** School belonging, educational aspirations, and academic self-efficacy among African American male high school students: Implications for school counselors. *Professional School Counseling*, 11(5), 296-305.
- Uzun Yüksek, Ö. (2006).** İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin okula yabancılaşma düzeylerine etki eden sosyo-demografik değişkenlerin belirlenmesi. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Adana: Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2007).** *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri* (2. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

In the Limbo of Languages: Linguistic Change in Seamus Heaney

Dillerin Arafında: Seamus Heaney’de Dilsel Değişim

Assist. Prof. Dr. Mümin Hakkioğlu

Abstract

The language issue ensuing from English colonialism in Ireland has had a wide treatment in the poetry of Seamus Heaney, a distinguished representative of contemporary poetry. Discussing for the great erosion in Irish language, the poet has underlined the historical reasons and emphasised the results of language loss. It is seen that Heaney, who is indebted in his artistic achievement to the pioneers of English literature, vacillates between the language used by his literary ancestors and that of his biological ones. However, he eliminates this dichotomy by asserting that the English spoken in Ireland has some distinctive features from the English spoken in London. His acceptance of the absolute supremacy of artistic language is the product of the last stage he has reached in tandem with gaining universality. From this point of view, English is no longer the tongue of the colonizer as it appears in his early poems, but a sublime language open to change, enriched by the opportunities offered by various languages and improved through his poetic contributions.

Keywords: Seamus Heaney, Poetry, Language Loss, Polylingualism, Irish Language, Ireland.

Öz

İngiliz sömürgeciliğinin sonucu İrlanda’da yaşanan dil sorunu, çağdaş şiirin seçkin temsilcilerinden Seamus Heaney’nin yapıtlarında geniş yer bulmuştur. Ozan, İrlanda dilinde görülen büyük aşınmayı ele alarak sorunun tarihsel nedenlerine vurgu yapmış ve dilsel yitimin sonuçları üzerinde durmuştur. Sanatsal başarısını İngiliz yazınının öncülerine borçlu olan Heaney’nin, biyolojik ataları ile yazınsal atalarının kullandığı dil arasında kaldığı görülür. Ancak, bu açmazdan, İrlanda’da

konusulan İngilizce ile Londra’daki arasında belirgin farklılıklar bulunduğu sonucuna vararak kurtulur. Sanat dilinin salt egemenliğini benimsemesi evrensellik kazanmasıyla birlikte ulaştığı son aşamanın ürünüdür. Bu yönden bakıldığında, İngilizce artık ozanın ilk şiirlerindeki gibi sömürgecilerin dili değil, farklı dillerin sunduğu olanaklarla zenginleşen ve onun poetik katkılarıyla gelişen, değişime açık yüce bir dildir.

Anahtar Sözcükler: Seamus Heaney, Şiir, Dil Yitimi, Çokdillilik, İrlanda Dili, İrlanda.

Introduction

The Elizabethan conquest in the 16th century is mostly regarded as a milestone in the history of Ireland. From this date on, the destiny of the island rapidly changed and Irish language and culture increasingly faded away. This was a process of assimilation carried out politically through plantations and culturally by poets of the time. Among these literary figures Edmund Spenser, one of the greatest English poets of the century, took the lead and showed great effort to wipe out the indigenous culture with the purpose of “reducing that nation to better government and civility” (Spenser, 1849: p. 479). To create a cultural and linguistic amnesia among the native population, the English left no stone unturned and substantially destroyed all traces, however trivial, that might evoke Irishness. As a result of political pressure, as well as the ravage of the Great Famine in Irish-speaking areas, only a quarter of the population was recorded as speaking the language after 1851 (Kiberd, 1996: p. 21). In 1891, the census figures for the thirty-two counties indicated that 855 people in every 1,000 were unable to speak

Irish (Hugh, 2007: p. 140). The fact that some signatories to the Proclamation of 1916 spoke no Irish is a dramatic irony and marks the irrefutable triumph of the English language.

Today the vacillation of modern Irish literature between two cultures and two languages is rooted in that tragedy. As a matter of course, Irish men of letters have not been blind to the issue and endeavoured to convey it in their works. In the context of contemporary poetry, 1995 Nobel laureate Seamus Heaney, a member of a Catholic-Nationalist community by birth and a constant inhabitant of the Republic of Ireland since 1972, discusses linguistic and cultural trauma stemming from colonial past throughout his poetry.

Colonialism and Linguistic Erosion

The poems, especially in *Wintering Out and North*, underline Heaney's passionate odyssey regarding Irish history. The poet, in these volumes, works to renovate the public memory and to address the main reasons of the conflicts between the Catholic-Nationalist minority and the Protestant-Unionist ascendancy in contemporary Northern Ireland. He is well aware of the fact that the literary figures in the past worked as bearers of colonial policy with the intent of dispatching conceited enemies and converting them to faithful subjects. Therefore, Heaney centers upon Edmund Spenser's *A View of the Present State of Ireland*, a book suggesting the destruction of the entire culture and language of the indigenous people in order to establish absolute hegemony. What Spenser proposes is to use scorched earth tactics and doom the Irish to hunger, taking as example the late wars in Munster (1849: p. 510). Heaney, in 'Bog Oak', as if intending to take inventory after the great loss, cites Spenser's aforementioned work:

Perhaps I just make out
Edmund Spenser,
dreaming sunlight,
encroached upon by

geniuses who creep
'out of every corner
of the woodes and glennes'
towards watercress and carrion. (1972: p. 4-5)

In point of fact, Spenser is used as a vivid example of colonial solidarity, for he was both a poet praising Elizabeth I and the Tudor Dynasty in his *The Faerie Queene* and a vigorous advocate of the imperial centre. He was a witness as well as an executor of linguistic and territorial pillage.

Heaney, to lay the colonial view bare, introduces another significant figure into his poetry: Sir Walter Raleigh, a poet and explorer who took part in the suppression of the Desmond Rebellions in the last quarter of the 16th century and acquired a vast amount of property as a reward for his efforts. In 'Ocean's Love to Ireland', which is an allusion to Raleigh's long poem 'Ocean's Love to Cynthia' written to praise Queen Elizabeth I, Heaney makes use of sexual metaphors:

Speaking broad Devonshire,
Raleigh has backed the maid to a tree
As Ireland is backed to England

And drives inland-
Till all her strands are breathless:
'Sweesir, Swatter! Sweesir, Swatter!'

He is water, he is ocean, lifting
Her farthingale like a scarf of weed lifting
In the front of a wave. (1975: p. 40)

In the relationship which has been going on for centuries between two countries, two cultures and two languages, Heaney defines Ireland and the things belonging to that island as the colonized, passive and feminine, and England and the things concerning it as the colonizer, active and male. However, there is neither love nor mutual consent in these lines; quite the opposite, it is a definite ravishment, a rape at knifepoint and a sign of sensual and mental violence. As Moloney ascertains "both personal and large-scale levels of rape operate in Heaney's 'Ocean's Love to Ireland,' a brief but poignant introduction to an Irish fallen world" (1991: p. 274). The poet reflects the double life of Raleigh both as writer and man-of-action in the way that Ireland is overrun not just by English occupying forces but also by iambic pentameters (Quinn, 2008: p. 133). Therefore, after the rape "The ruined maid complains in Irish," and "Iambic drums/Of English beat the woods where her poets/Sink like Onan" (p. 41).

What Heaney points out is that the Gaelic poets, who had maintained bardic tradition under the aegis of their patrons up until then, remained unproductive after the loss of their chieftains due to the change in power. The result was a case of an absolute onanism, a concept referring to Onan who was commissioned by his father Judah to marry his widow sister-in-law so as to “raise up seed to [his late] brother” (Genesis 38-8: 77). Neither would the offspring be Onan’s nor would the poems written by Irish poets be Irish. Even though the bardic laments could be found in 18th century poetry, Irish poets had already started composing in English. Heaney, denoting this fact, says “Ulster was British, but with no rights on/The English lyric” (1975: p. 60) in order to reveal the literary de-territorialisation of Irish men of letters.

He more clearly puts forth the transformation of this relationship in ‘Traditions’ with “an overt symbol of colonisation in sexual terms” (O’Brien, 2003: p. 17) in the following lines:

Our guttural muse
was bulled long ago
by the alliterative tradition,
her uvula grows

vestigial, forgotten
like the coccyx
or a Brigid’s Cross
yellowing in some outhouse

while custom, that ‘most
sovereign mistress’,
beds us down into
the British Isles.

We are to be proud
of our Elizabethan English: (1975: p. 21)

The poet clarifies the point in a more naked sense by drawing attention to the relation between Gaelic, symbolized by ‘*guttural muse*’, and Elizabethan English, represented by ‘*alliterative tradition*’, since the most conspicuous characteristic of Anglo-Saxon literary tradition was the wide utilization of alliteration. For Heaney, as the invaders were dominating and violating the lands via their plantations politically, English changed the speech patterns of Irish likewise and

became a quasi-traditional institution. ‘Bulled’ is, in the poem, used to reinforce the idea of sexual intercourse, but on the other hand connotes an animal harshness suggesting force, rape and insemination which is supported by the line ‘We are to be proud’ which is not the same as ‘we are proud’ (Tamplin, 1989: p. 43). The case was involuntary submission and the people remained linguistically dispossessed. ‘Midnight’ touches on that loss by equating the period with the extinction of wolfhounds and the destruction of forests in Ireland:

Since the professional wars-
Corpse and carrion
Paling in rain-
The wolf has died out

In Ireland. The packs
Scoured parkland and moor
Till a Quaker buck and his dogs
Killed the last one

In some scraggy waste of Kildare.
The wolfhound was crossed
With inferior strains
Forests coopered to wine casks. (1972: p. 35)

Under colonial rule, the animal resulting from cross-breeding was no longer the one which had hunted wolves in moors or forests. The wolfhound, here, reflects the hybrid nature of Irishness being a perfect example which gathers the plurality of identity in the contemporary world. From Heaney’s point of view, for all intents and purposes everything was intertwined each other. The destruction of forests diminished the living space of wolves and their dying out precipitated the vanishing of the wolfhound. Emphasising this idea, the poet uses another analogy in telling the tragic story of Gaelic through the flight of a snipe in ‘The Backward Look’:

A stagger in air
as if a language
failed, a sleight
of wing.

A snipe’s bleat is fleeing
its nesting ground
into dialect,

into variants,
transliterations whirr
on the nature reserves-
little goat of the air,
of the evening,

little goat of the frost.
It is his tail-feathers
drumming elegies
in the slipstream

of wild goose
and yellow bittern (1972: p. 19)

The snipe, one of the smallest of marsh dwellers, makes an excellent bleating sound with its tail-feathers over its nest, mostly at night. From this distinguishing feature, ‘*gabhairin*’, an Irish word, was derived. The translations of the word are borrowed from John Braidwood’s *The Ulster Dialect Lexicon* where he writes “some of the most imaginative bird names are translation loans from Irish- *Little Goat of the Evening* [*gabhairin oidhche*] or *Air Goat* [*mionnan aeir*] for the snipe, from its plaintive call (in Munster it is called *gonreen-roe* [*gabhairin reo*, little goat of the frost])” (Quoted in Hart, 1993: p. 59). In Heaney’s poem, the word represents death of the native linguistic milieu and its resurrection in a foreign context after a transliterative metamorphosis. On the other hand, the snipe is too difficult to shoot even for a very skilled hunter, since it is capable of changing its route unpredictably. However, ‘a stagger in air’ implies it is unable to fly high and is badly wounded. For this very reason, in his flight with the snipe Heaney takes wing from the nesting ground of native Irish language with all its richness including its dialects and variants; it is a panorama of a complete linguistic and cultural journey, at the end of which comes a fall.

The transition from presence to absence signifies the failure of Gaelic. The elegies the snipe drums with its tail-feathers to the flight of wild geese symbolize the pathetic groans of those Irish people who were dispossessed and forced to emigrate from their homes like migratory birds. Therefore, the bleat of the bird can be considered a scream in response to the long colonial history during which anything that might bring the Irish back was forbidden by the imperial centre.

Finally, the bird disappears “among/ gleanings and leavings/ in the combs/ of a fieldworker’s achieve” (1972: p. 20). Through these lines Heaney shows the brutal dimensions of extinction and designates the scholar as the only person who can bring them to light and elucidate the forgotten linguistic past by focusing on the map of lexical transformations. It goes without saying that the poet is one of them.

Surmounting Linguistic Amnesia

To tell the colonial story Heaney addresses the anglicization of Ireland with some words chosen from Gaelic. The words he focuses on have two main aspects, evoking the Irishness and as O’Brien suggests signifying “a dialect, a movement between languages which is creative of a new sense of English with an Irish influence” (2003: p. 17). Such expressions can be considered as an effort to contribute to the Irish identity with surviving fragments. The poems within this scope are descriptions of facing the reality and seeking an answer for the hybrid identity of the geography on linguistic ground.

In doing this, Heaney hopes to find solutions to the chronic problems of his land and he draws support from etymology, which in his hands “lays bare the poetic fossil within the linguistic ore” (Hart, 1993: p. 61). Concordantly, he is able to present a view of a nation by dividing sentences into words, words into syllables, syllables into sounds and sounds into vowels and consonants. To him “words themselves are doors; Janus is to a certain extent their deity looking back to a ramification on roots and associations and forward to a clarification of sense and meaning” (1980: p. 52). The reader can find the Janus-faced image of words, their uniting and divisive aspects across Ireland in his poetry. The poet opens *Wintering Out with* ‘Fodder’, a poem that touches on a word harbouring both nationalist tendencies and the split consciousness of the country:

Or, as we said,
fother, I open
my arms for it
again. [...] (1972: p. 3)

The word which in Heaney’s childhood years once symbolized the rural life and was regarded as an image of cultural distinctions, now beneath the surface,

seems to forge another bed for its flow. ‘Fodder’ or ‘fother’, food for cattle and other livestock, with two different styles of spelling and pronunciation, can give clues about the identity of the speaker. And ‘fother’ here, of course, is used as a key symbol for Irishness, which signifies an absolute divergence from the language of the politically dominated group. Despite all imperialistic attempts, Irish people have found a way to categorize themselves. Even though they speak a non-native language, and aren’t able to change it completely, they can add their characteristics to it and adapt it according to their patterns. In this connection, language becomes “a preoccupation for Heaney, a result of the historical suppression of Gaelic as a language and as a signifier of identity” (Dau, 2003: p. 36).

A similar desire to distinguish from the English and an eagerness to identify himself with his core tradition can be seen in ‘Broagh’. This title-word, an anglicized version of Gaelic ‘*bruach*’, is directly translated in the very opening word of the poem:

Riverba[n]k, the long rigs
ending in broad docken
and a canopied pad
down to the ford. (1972: p. 17)

Heaney reinforces his theory with three words from the most deeply-rooted traditions in Ireland: the Gaelic (*bruach*, a riverbank), the Scots (rigs, a planter word for a riverside field), and the Anglo-Saxon (docken, an Old English plural for the dock plant) (Parker, 1993: p. 99). Choosing central words from distinct linguistic origins, Heaney presents a picture of richness which implies all those things contributing to the cultural variety of the country. Therefore, it would not be wrong to suggest that this poem portrays the speech community of Northern Ireland (Kennedy, 2002: p. 304).

However, words to be considered as indicators of common wealth, sometimes may transform into means of disintegrations and calls for a community to revert to its true roots. They can supply a social consciousness via etymons as well as articulating patterns. What Heaney wants to show here is that the language used in Northern Ireland indicates a different identity, which is not English, rather than a different language. Aware of this fact, Heaney draws attention to it at the end of his poem, diagnosing:

... that last
gh the strangers found
difficult to manage. (1972: p. 17)

Indeed, it is definitely true that the way of using words and pronouncing guttural sounds can enlighten the ethnic roots of the speaker, just as dialects demarcate the boundaries around people, no matter where they live. Heaney’s guttural muse gives him opportunities to detach himself and his nation from the English, divided from them by sea and sound, as it were (Murphy, 2000: p. 27). However, the poem also enables us to consider those in Northern Ireland who can articulate and pronounce such words duly as not strangers but intimates, a part of the nation. In an interview, Heaney speaks along these lines:

[T]he melodies of poetry which most people in my part of Ireland, the Northern part, picked up in their education were the melodies of the English line; and insofar as one speaks English that melody is part of the inheritance. It seems to me a mistaken approach toward being an Irish poet to dismantle the melodies that are already in English. I mean, our own natural way of speaking English in Ireland is what we should be true to; we should refine our ear to pick up that key which we are tuned to. (Kinahan, 1983: p. 405-406)

Heaney seems to be enough of a realist to know that the Irish language is a charming dream left behind. The reason he prefers to use the Gaelic elements in English must have to do with this fact. Furthermore, although place names can be seen as both markers of Irishness and of division in Northern Ireland in his poetry (Nash, 1999: p. 464), it appears clear that those poems probably serve the same purpose. As known, along with the colonial settlements and the Act of Union of 1800, the Ordnance Survey of 1824 is considered a fundamental stage in the raid of Irish language, because under the new regulations, after this date, the boundaries were redrawn and place names anglicized; and the vision of Ireland as a barbaric cultural wasteland was codified by the English imperial centre (Tobin, 1999: p. 71).

To shed light on this fact, the poet celebrates his Irish roots as he refers to a traditional poetic genre called ‘*dinnseanchas*’, “poems and tales which relate the ori-

ginal meanings of place names and constitute a form of mythological etymology” (Heaney, 1980: p. 131). Therefore, in ‘Anahorish’, a phonological as well as physical topography (Foster, 1995: p. 34), he explains the title’s meaning, an anglicized version of the native ‘anach fíor uisce’, immediately at the very beginning of the poem: “My ‘place of clear water’”. The possessive ‘my’, here, signifies the link between the poet and his locale. Anahorish, lost Eden of Heaney’s childhood (Hart, 1993: p. 61) and “a landscape politically British in its legal demarcation but linguistically Irish in its nomenclature” (Burris, 1990: p. 12), is the “soft gradient/ of consonant, vowel-meadow” (1972: p. 6). It’s just like a living organism, a melting pot blending consonants (English) and vowels (Irish) in a quite pacific fusion.

Similarly, ‘Gifts of Rain’ tells the story of a river with the lines “The tawny guttural water/spells itself: Molyola” (1972: p. 15), which is the Gaelic form of the poem’s title. Needless to say, when Heaney speaks in ‘Toome’, an adapted form of ‘Tuaim’ meaning ‘tumulus’ and a small town in County Antrim, “My mouth holds round/the soft blastings,/Toome, Toome,/ as under the dislodged/slab of the tongue” (1972: p. 16) he points out “for both plosives and fricatives [in Anglo-Irish dialect] affricate consonants with slow separation of the organs of speech, are often heard” (Quoted in Foster, 1995: p. 34). In almost the same way, Heaney mentions the brotherhood of vowels and consonants in ‘A New Song’:

But now our river tongues must rise
From licking deep in native haunts
To flood, with vowelling embrace,
Demesnes staked out in consonants. (1972: p. 23)

What Heaney seeks is the union of two traditions, (Irish and English, Catholic and Protestant) represented by vowel and consonants. The poet once again releases a dilemma of being on borders, belonging to one tradition in terms of identity but also at the same time to the opposite side in literary maturity. The ambiguity of the language-poems reflects correlatives of ambivalence for which Foster discovers “the archetypal sound in his work [...] is the guttural spirant, half-consonant, half vowel; the archetypal locale is the bog, half-water, half-land; the archetypal animal is the eel [...] half-mammal, half-fish” (1995: 36).

Absolute Superiority of Artistic Language

It is possible to see the poet’s split inheritance in ‘Traditions’ as he ironically quotes from Shakespeare, the representative of English literary heritage, and Joyce, the voice of the divided Irish mind. When a barbaric Irishman, Mac Morris from Shakespeare’s *Henry V*, asks “What ish my nation?” (1998: p. 32), it is Joyce’s hero from *Ulysses* answering it in the final section of the poem:

And sensibly, though so much
later, the wandering Bloom
replied, ‘Ireland,’ said Bloom,
‘I was born here. Ireland.’ (1972: p. 22)

The protagonist of the novel, Leopold Bloom, definitely knows the geography he belongs to but like his Jewish relatives wandering around the world as a result of the diaspora and unable to find a home to dwell in free from troubles, he mentally quests for his promised lands. Even though he is from Ireland, he walks as a man without land in the streets of his country. From Shakespeare and Joyce, Heaney wishes to show the validity of a pluralistic paradigm of identity and remain open to the voice and language of the other (O’Brien, 2003: p. 18). This is actually what Joyce persistently seeks throughout his works, because the English that eroded Gaelic is also “the language through which Joyce gave voice to a new sense of Irishness, a new song in which Irishness became redefined” (O’Brien, 2003: p. 18). The condition is the same for W. B. Yeats, a nationalist and a separatist; despite the fact he suffers from the linguistic dichotomy in Ireland, he gives the English literary heritage its due:

No people hate as we do in whom that past is
always alive, there are moments when hatred
poisons my life and I accuse myself of effemina-
cy because I have not given it adequate exp-
ression.... Then I remind myself that though
mine is the first English marriage I know of in
the direct line, all my family names are English,
and that I owe my soul to Shakespeare, to Spen-
ser and to Blake, perhaps to William Morris, and
to the English language in which I think, speak,
and write, that everything I love has come to me
through English; my hatred tortures me with
love, my love with hate. (Yeats, 1961: p. 519)

Telling how he embarked on his artistic journey, Heaney concedes “[he] began as a poet when [his] roots were crossed with [his] reading” (1980: p. 37). This explains well the reason for his spiritual and ideological intimacy with Yeats and Joyce, for both have had a wide coverage in his readings since childhood. To survive as a poet and to prevent his language to go ‘whoring/ among the civil tongues’, as he indicates in ‘The Last Mummer’ (1972: p. 9), he has been obliged to adopt the language of his English Masters (Parker, 1993: p. 97). From this point of view, it is easier to understand Heaney’s state of mind when he says “I speak and write in English, but do not altogether share the preoccupations and perspectives of an Englishman. I teach English literature [...], but the English tradition is not ultimately home. I live off another hump as well” (1980: p. 34). In parallel with the poet, James Joyce has his protagonist Stephen in *A Portrait of the Artist as a Young Man* speak about this pluralistic belonging, both literarily and geographically:

The language in which we are speaking is his before it is mine. How different are words **home, Christ, ale, master**, on his lips and on mine! I cannot speak or write these words without unrest of spirit. His language, so familiar and so foreign, will always be for me an acquired speech. I have not made or accepted its words. My voice holds them at bay. My soul frets in the shadow of his language.” (1996: p. 215)

All three men, seemingly, suffer from the colonial process during which their native language was dispossessed. And it may well be that they try to establish a new sense of identity through a brand-new tongue, an effort to decolonize the mind. Notwithstanding that the intent of English policy was “to create a new England called Ireland” (Kiberd, 1996: p. 15) and its enormous success, Irish men of literature can form a new language through their works. We see Heaney saying “I seemed always to be a little displaced; being in between was a kind of condition, from the start” (Corcoran, 1986: p. 13). However, he was able to get rid of that narrow linguistic elbowroom following Joyce and changed that condition from a worse fate into a realm offering new opportunities. The old master was keen of creating “one sublime language that would transcend all others” (Klitgard, 2005: p. 116), a language to which all will do service, which is what Heaney is already in search of as well. Therefore, as a loyal disciple, he gives an ear to his master in the twelfth section of ‘Station Island’:

... ‘Who cares,’
he jeered. ‘any more? The English language
belongs to us. You are raking at dead fires,

a waste of time for somebody your age.
That subject people stuff is a cod’s game,
Infantile, like your peasant pilgrimage.

You lose more of yourself than you redeem
doing the decent thing. Keep at a tangent.
When they make the circle wide, it’s time to swim

out on your own and fill the element
with signatures on your own frequency, (1984:
p. 93-94)

Joyce, who is called “Old father, mother’s son” (p. 93) in this long poem, leads Heaney to a space and a language that would transcend all others. He gains a state of equilibrium where he may find the occasion for shattering ordinary literary structures and traditional linguistic approaches. This is the kingdom of art he is able to reach by escaping from linguistic dichotomies and deleting the signs of the dispossessed:

When I landed in the republic of conscience
it was so noiseless when the engines stopped
I could hear a curlew above the runway.

...

No porters. No interpreter. No taxi.
You carried your own burden and very soon
your symptoms of creeping privilege disappeared. (1987: p. 14)

Heaney’s not obsessing about using the tongue of the enemy and in his aim to create a language above all others essentially brings the reader to a multilayer polylinguistic style, especially in his later poems. ‘Known World’ from *Electric Light* indicates that kind of artistic change:

I kept my seat belt fastened as instructed,
Smoked the minute the *No Smoking* sign went off
And took it as my due when wine was poured
By a slight *de haut en bas* of my headphoned head.
Nema problema. Ja. All systems go. (2001: p. 27)

The poem reflects the impression Heaney got after visiting Belgrade with the intent to attend the Struga Poetry Festival in 1978. Former Yugoslavia in many respects resembles Ireland. The geography, the western part of Balkans, includes a wide variety of ethnicities: Macedonian, Croatian, Serbian, Slovene, Bosnian; of religions: Islam, Catholicism, Protestantism, Orthodoxy, Judaism; and of languages: Serbo-Croatian, Slovenian, Macedonian, Albanian, and Bosnian. The enmity among the communities of the region, undoubtedly, reminds of the relationship between Catholics and Protestants in Ireland. When Heaney says "In Belgrade I had found my west-in-east" (2002: p. 23), he emphasises such similarities. Not only do the expressions in the above lines (from different languages of the region) address a Northern Ireland in Balkans, but they show the polylinguistic stage the poet has managed to reach as well. 'No Smoking' is English; 'Nema problema' means 'no problem' in Slavic languages, 'de haut en bas' is a French expression for 'from top to bottom', and 'Ja' is 'yes' in Germanic languages. Anyway, everything is ok because 'all systems go'. He apparently has grown in maturity of using all languages in service to his sublime art.

Conclusion

Heaney's poems about language loss can be evaluated in three different but complementary stages. First, he begins with the poems in which he suffers from the lost Gaelic language and appears to be in search for answers to his linguistic amnesia. Second, the poet writes to solve the said quandary and works to surmount the wreckage of the colonial past. That the English spoken in Northern Ireland has some distinct differences from the language of the imperial centre builds up his main arguments. From this point of view, English in Northern Ireland signifies a resistance and an authentication code against the central authority. Finally, he composes poems to reveal his declaration of the absolute superiority of artistic language. When this is the case, English is no longer the tongue of the colonizer, but a sublime language open to change, the one enriched on the opportunities offered by various languages and improved on his poetic contributions.

Last but not least, Heaney is an Irish poet writing in English. That he does so is an act of choice but this choice serves to cement a second facet of the issue that draws his attention, which is "the active mastery of the conqueror's language by the colonized" (Tobin, 1999: p. 72). Therefore, he puts aside the linguistic fanaticism and tends to the creation of an artistic realm. In his poetic journey it is seen that the more distance he covers in the name of universality, the better and clearer his style becomes. The result is the acceptance of poetic heritage as universal alongside artistic language.

References

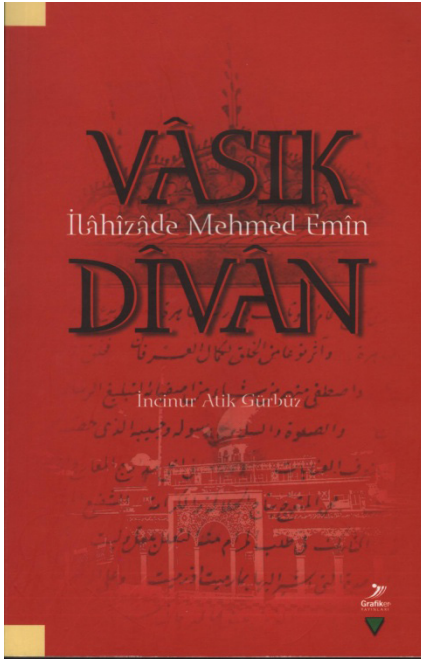
- Burris, Sidney (1990).** *The Poetry of Resistance: Seamus Heaney and the Pastoral Tradition*. Athens: Ohio University Press.
- Corcoran, Neil (1986).** *Seamus Heaney*. London-Boston: Faber and Faber.
- Dau, Duc (2003).** "Seamus Heaney's Religious Redress", *Literature & Theology*, 17 (1), 32-43.
- Foster, John William (1995).** "The Poetry of Seamus Heaney [Wintering Out]". Robert F. Garratt (Ed.). *Critical Essays on Seamus Heaney* (pp.25-38). New York: G. K. Hall & Co.
- Hart, Henry (1993).** *Seamus Heaney: Poet of Contrary Progressions*. Syracuse-New York: Syracuse University Press.
- Heaney, Seamus (1972).** *Wintering Out*. London: Faber and Faber.
- Heaney, Seamus (1975).** *North*. London: Faber and Faber.
- Heaney, Seamus (1980).** *Preoccupations: Selected Prose 1968-1978*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Heaney, Seamus (1984).** *Station Island*. London: Faber and Faber.
- Heaney, Seamus (1987).** *The Haw Lantern*. London: Faber and Faber.

- Heaney, Seamus (2001).** *Electric Light*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Joyce, James (1996).** *A Portrait of the Artist as A Young Man*. Berkshire: Penguin Books.
- Kearney, Hugh (2007).** *Ireland: Contested Ideas and History*. New York: New York University Press.
- Kennedy, David (2002).** "Mound-dwellers and Mummies: Language and Community in Seamus Heaney's *Wintering Out*". *Irish Studies Review*, 10 (3), 303-313.
- Kiberd, Declan (1996).** *Inventing Ireland: The Literature of the Modern Nation*. London: Vintage Books.
- Kinahan, Frank (1983).** "Artist on Art: An Interview with Seamus Heaney". *Critical Inquiry*, 8 (3), 405-414.
- Klitgard, Ida (2006).** "(Dis)Location and Its (Dis)Contents: Translation as Exile in James Joyce's *A Portrait of the Artist as a Young Man* and *Finnegans Wake*", Michael Böss, Irena Gilsenan Nordin, Britta Olinder (Eds.). *Re-Mapping Exile: Realities and Metaphors in Irish Literature and History*. (pp. 107-134). Denmark: Aarhus University Press.
- Moloney, Karen M. (1991).** "Heaney's Love to Ireland". *Twentieth Century Literature*, 37 (3), 273-288.
- Murphy, Andrew (2000).** *Seamus Heaney*. Devon: Northcote House in association with the British Council.
- Nash, Catherine (1999).** "Irish Placenames: Post-colonial Locations". *Transactions of the Institute of British Geographers*, 24 (4), 457-480.
- O'Brien, Eugene (2003).** *Seamus Heaney: Searches for Answers*. London-Dublin-Sterling-Virginia: Pluto Press.
- Parker, Michael (1993).** *The Making of the Poet*. London: Macmillan.
- Ouinn, Justin (2008).** *The Cambridge Introduction to Modern Irish Poetry, 1800-2000*, New York: Cambridge University Press.
- Shakespeare, William (1998).** *Henry V*. [Electronic Series]. Classics of English Literature Publication Series: Pennsylvania State University.
- Spenser, Edmund (1849).** *The Works of Edmund Spenser, with Observations on His Life & Writings*. London: Printed for Henry Washbourne.
- Tamplin, Ronald (1989).** *Seamus Heaney*. Milton Keynes-Philadelphia: Open University Press.
- The Book of Genesis (1998).** *King James Version of the Bible* [Electronic Series]. Classics of English Literature Publication Series: Pennsylvania State University.
- Tobin, Daniel (1999).** *Passage to the Center: Imagination and the Sacred in the Poetry of Seamus Heaney*. Kentucky: The University Press of Kentucky.
- Yeats, W.B. (1961).** *Essays and Introductions*. New York: The Macmillan Company.

Kitap Tanıtımı / Book Review

Vâsık İlahîzâde Mehmed Emin Divan

Yrd. Doç. Dr. Halit Biltekin



“Vâsık İlahîzâde Mehmed Emin Divan, Hazırlayan: İncinur Atik Gürbüz, Grafiker Yayınları, Yayın No: 66, Ankara 2011, 303 s., ISBN: 978-975-6355-81-7”

Mehmed Emin Vâsık, XVIII. yüzyılda yaşamış divan şairlerinden biridir. Doğum tarihi belli olmayan Vâsık İstanbul’da dünyaya gelmiştir. Annesi, Nakşibendî taa rikatinin büyük şeyhlerinden İlahîzâde lakabıyla tanınan Abdullah Efendi’nin kızıdır. Babası, müderris Madrub Emin Yusuf Efendi’dir. Aristokrat bir aileden gelen Mehmed Vâsık, çeşitli müderrislik ve ka idilik görevlerinde bulunmuş ve H.1165/M.1751-2’de İstanbul’da vefat etmiştir. Vâsık’ın elimizde şiirlerini topladığı *Divan*’ı vardır.

İ.A.Gürbüz tarafından hazırlanan *Vâsık Divanı*, “Önsöz (s.5-6)”, “Kısaltmalar (s.7-8)”, “I.Bölüm: Vâsık’ın Hayatı, Şahsiyeti ve Eseri” (s.9-30)”, “II. Bölüm: Divan İncelemesi (s.31-50)”, “Sonuç (s.51-52)”, “Kaynakça (s.53-56)”, “III. Bölüm: Vâsık Divanı(s.57-220)”, “Dizin (s.221-224)” ve “Tıpkıbasım (s.225-304)” kısımlarından meydana gelmektedir.

Eserin “Önsöz”ünde *Vâsık Divanı*’nın bilinen iki nüshasının karşılaştırılarak tenkitli metnin kurulduğu belirtilerek *Divan*’da “14 kaside”, “109 gazel”, “36 kıt’a”, “4 mesnevi”, “2 murabba”, “2 Nazım”, “24 müfret” ve “16 lugaz” bulunduğu ifade edilmiştir.

Eserin I. Bölümü Vâsık’ın “Hayatı”, “Şahsiyeti” ve “Eseri” alt başlıklarına ayrılmıştır. Bu bölümde Vâsık’ın hayatı ve şahsiyeti, Vâsık hakkında bilgiler veren şair tezkireleri ile biyografi kitaplarından ve şairin *Divan*’ından elde edilen bulgular ışığında ortaya konulmuştur.

Eserin II. Bölümü “Şekil Özellikleri”, “Dil ve Anlatım Özellikleri” ve “Muhteva Özellikleri” alt başlıklarına ayrılmıştır. Bu başlıklar altında *Vâsık Divanı*’nda bulunan şiirler şekil özellikleri bakımından değerlendirilmiş, şairin dili ve anlatımı konusunda *Divan*’dan seçilen beyitlerden örnekler verilmiş ve şairin şiirlerinde hangi konuları işlediği üzerinde durulmuştur. Ayrıca bu bölümün sonuna “Sonuç” ve “Kaynakça” kısımları da ilave edilmiştir.

Eserin III. Bölümü “Divanın Yazma Nüshaları”, “Nüshaların İmlâ Özellikleri”, “Metin Tespiti İle İlgili Açıklamalar”, “Transkripsiyon Sistemi” ve “Divân-ı Vâsık” kısımlarından oluşmuştur. Bu bölümde önce *Divan*’ın Suudi Arabistan Kral Abdulaziz Kütüphanesi ve İstanbul Üniversitesi Kütüphanesinde bulu-

nan iki nüshasının özelliklerine yer verilmiş, her iki nüshadaki imlâ özellikleri örnekleri ile birlikte tespit edilmiş, tenkitli metin hazırlanırken dikkat edilen hususlar belirtilmiş ve daha sonra *Vâsık Divanı*'nın transkripsiyonlu tenkitli metnine yer verilmiştir. *Divan* metninden sonra ise, “Şahıs Adları” ve “Yer Adları” dizinlerine yer verilmiş, ayrıca eserin en sonuna *Vâsık Divanı*'nın İstanbul Üniversitesi Kütüphanesinde bulunan nüshasının tıpkıbasımı da eklenmiştir.

Bilim insanları, tüm özveri ve titizlikleriyle eserlerini hazırlamaya çalışırlar. Ama ne kadar dikkat edilse bile gözden kaçan kusurların bulunması kaçınılmaz bir durumdur. Bu gibi kusurların ve yanlışlıkların daha sonraki baskılarda düzeltilebileceği temennisiyle eserde karşılaştığımız bazı hataları şöyle sıralayabiliriz:¹

Bulurdı (s.68): belirdi; *bu 'ûsla* (69): bu 'sla; *ser-şafâda* (73): pür-şafâda; *vakt ebr tek* (74): vaqt-i ebrek; *baña* (75): bükâ; *Saña ne* (87): Sükkân-ı; *Haydar-ı şemşîr* (103): Haydar-şemşîr; *derûnda* (107): devrinde; *mübeyyet* (109): mebî't-i; *Feryâd-ı* (126): Feryâd; *bâ-dil-i ni' met* (131/7): bâvil-i ni' met; *har-ṭab' kim iz'ân* (146/7): har-ṭab'-ı kem-iz'ân; *şems-i ṭal'at* (153): şems-ṭal'at; *İlm-i* (167): 'Alem-i; *gül-i* (177): gel...

1 İtalik dizilen örnekler kitaptan alınan şekillerdir.