

Journal of Academic Studies in Social Sciences



SOSYAL BİLİMLERDE AKADEMİK ÇALIŞMALAR Dergisi

International Peer-Reviewed and Open Access Electronic Journal
Uluslararası Hakemli ve Açık Erişimli Elektronik Dergi

ISSUE / SAYI: 1
VOLUME / CİLT: 2
YEAR / YIL: 2026



ISSN: 3062-3243



SOSYAL BİLİMLERDE AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERGİSİ

Journal of Academic Studies in Social Sciences

ISSUE / SAYI: 1 - VOLUME / CİLT: 2 - YEAR / YIL: 2026

International Peer-Reviewed and Open Access Electronic Journal
Uluslararası Hakemli ve Açık Erişimli Elektronik Dergi

Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi/Journal of Academic Studies in Social Sciences yılda iki kez yayınlanan hakemli bir bilimsel dergidir. Dergide kör hakemlik süreçleri yürütülmektedir. Makalelerin özgünlüğü ve içeriğinden yazarları sorumludur.

İmtiyaz Sahibi / Publisher

ULUSLARARASI AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERNEĞİ

Dergi Editörü / Journal Editor

Dr. Öğr. Üyesi Vildan BAYRAM

İstanbul Aydın Üniversitesi

Editör Yardımcıları / Assistants

Dr. Öğr. Üyesi Fatih TURGUT-İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Selda KOCAMAZ ADAŞ-İstanbul Aydın Üniversitesi

İşletme Alan Editörü

Prof. Dr. Öznur BOZKURT-Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi

Turizm Alan Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Derya ÇETİNOĞLU-Kapadokya Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu

Psikoloji Alan Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Ayla Rezvan REHA-İstanbul Aydın Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği

Hareket ve Antrenman Bilimi Alan Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Eda GÖKÇELİK-İstanbul Aydın Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi

Yabancı Dil Editörleri / Foreign Language Editors

Doç. Dr. Eylül KABAKÇI GÜNAY-İzmir Demokrasi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Esin SAYIN-Aydın Adnan Menderes Üniversitesi

Bu dergi “Akademik Çalışmalar Grubu” çatısı altında yayınlanmaktadır.



<https://journals.academicianstudies.com/sobac/manageIssues>



SOSYAL BİLİMLERDE AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERGİSİ

Journal of Academic Studies in Social Sciences

Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi/ Journal of Academic Studies in Social Sciences, Bilimsel Hakemli Dergidir. Bu esere ilişkin olarak Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu'ndan doğan haklar saklıdır. Burada yer alan makalelerde ileri sürülen görüşler yazarlarına aittir. Yayın Kurulu, makalelerde ileri sürülen görüşlerden dolayı herhangi bir sorumluluk üstlenmemektedir

Editör Kurulu /Editorial Board Editör

Editör Dr. Öğr. Üyesi Vildan BAYRAM - İstanbul Aydın Üniversitesi

Yardımcı Editör Yardımcı

Dr. Öğr. Üyesi Fatih TURGUT - İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Selda KOCAMAZ ADAŞ - İstanbul Aydın Üniversitesi

Alan Editörü

Prof. Dr. Öznur BOZKURT - Düzce Üniversitesi İşletme Fakültesi

Prof. Dr. Ufuk KARADAVUT - Karabük Üniversitesi

Doç.Dr. Ergün KARA - Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet KAPLAN - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Dr.Öğr.Üyesi Derya ÇETİNOĞLU - Kapadokya Üniversitesi

Dr.Öğr.Üyesi Ayla Rezvan REHA - İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Eda GÖKÇELİK - İstanbul Aydın Üniversitesi

Dil Editörü

Dr. Öğr. Üyesi Esin SAYIN - Aydın Adnan Menderes Üniversitesi



ISSN: 3062-3243



SOSYAL BİLİMLERDE AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERGİSİ

Journal of Academic Studies in Social Sciences

Sayı Hakem Kurulu / Issue Scientific Referee Board

Prof. Dr. Meltem Nurtanış VELİOĞLU - İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Salih GÜNEY - İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Akın MARŞAP - İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Erginbay UĞURLU - İstanbul Aydın Üniversitesi

Prof. Dr. Bahar GÜNEŞ - Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi

Doç. Dr. Ergün KARA - Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Doç. Dr. Serdar NERSE - Batman Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet KAPLAN - Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şükrü Mustafa KAYA - İstanbul Aydın Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Yusuf YILDIRIM - Haliç Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Cihan DABAN - Mersin Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Şahin NAS - Şırnak Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuğba İMADOĞLU KALKAN - Kapadokya Üniversitesi

Dr. Esra Zengin GENÇÖRÜ - İçişleri Bakanlığı

Dr. Öğr. Üyesi Sena ALTIN - Kayseri Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Sumru KALELİ - Trakya Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Ülkü Hayriye İNCİ - Karabük Üniversitesi

Öğr. Gör. Dr. Nihan CABA - Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi

Öğr. Gör. İlinsu DEMİRALP

Dr. Öğr. Üyesi Derya ÇETİNOĞLU

Dr. Öğr. Üyesi Ayla Rezvan REHA

Dr. Öğr. Üyesi Fatih TURGUT

Prof. Dr. Öznur BOZKURT

Doç. Dr. Aygül Çağlayan TUNÇ

Doç. Dr. Serdar SAMUR

Prof. Dr. Murat KALFA

Dr. Öğr. Üyesi Selda KOCAMAZ ADAŞ



SOSYAL BİLİMLERDE AKADEMİK ÇALIŞMALAR DERGİSİ

Journal of Academic Studies in Social Sciences

Bilimsel Hakem Kurulu / Scientific Referee Board

- Prof. Dr. Meltem Nurtanış VELİOĞLU- İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Salih GÜNEY - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Akın MARŞAP - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Erginbay UĞURLU - İstanbul Aydın Üniversitesi
Prof. Dr. Ufuk KARADAVUT - Karabük Üniversitesi
Prof. Dr. Bahar GÜNEŞ - Ankara Sosyal bilimler Üniversitesi
Doç. Dr. Ergün KARA - Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi
Doç. Dr. Serdar NERSE - Batman Üniversitesi
Doç. Dr. Mehmet KAPLAN - Isparta uygulamalı bilimler Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yusuf YILDIRIM - Haliç üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Cihan DABAN - Mersin Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Şahin NAS - Şırnak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tuğba İMADOĞLU KALKAN - Kapadokya Üniversitesi
Dr. Esra Zengin GENÇÖRÜ - İçişleri Bakanlığı
Dr. Öğr. Üyesi Sena ALTIN - Kayseri Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sumru KALELİ - Trakya Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Ülkü Hayriye İNCİ - Karabük Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Nihan CABA - Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi
Öğr. Gör. Dr. Özlem ŞENLİK - Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi

**ABSTRACTING & INDEXING
DİZİN & İNDEKS**



CONTENTS / İÇİNDEKİLER

Genel Afete Hazırlık ve Bireysel Afet Direnci İlişkisi: İstanbul Bahçelievler Belediyesi

The Relationship Between General Disaster Preparedness and Individual Disaster Resilience: Istanbul Bahçelievler Municipality

Merve Elveren¹ 

Vildan Bayram²  

1

Neoliberal Rasyonelite ve Sosyal Çözülme: Türkiye’de Devletin İktisadi Dönüşümü Ekseninde Özelleştirme Deneyiminin Ekonomi Politikası

Neoliberal Rationality and Social Disintegration: The Political Economy of Privatization Experience Within the Axis of Turkey’s Economic Transformation of the State

Ebru Erbudak 

25

Yönetici İletişimi ve Motivasyon: Sağlık Kurumlarında Bir Uygulama

Manager Communication and Motivation: An Application in Healthcare Institutions

Derya Torun¹  

Salih Güney²  

35

Türkiye’de Politik Pazarlama ve Seçmen Davranışı: 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi Literatürünün Tematik ve Karşılaştırmalı Derlemesi

Political Marketing and Voter Behavior in Turkey: A Thematic and Comparative Review of the Literature on the 2023 General Election and the 2024 Local Elections

Görkem Fırat Çakır¹ 

Levent Ürer²  

55

Yapay Zekanın Stratejik Planlama Farkındalığı Üzerine Etkileri: Sağlık Sektörüne Yönelik Bir Araştırma

The Effects of Artificial Intelligence on Strategic Planning Awareness: A Study on the Health Sector

Nazrin İmanova  

Vildan Bayram²  

68



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA MAKALESİ

Genel Afete Hazırlık ve Bireysel Afet Direnci İlişkisi: İstanbul Bahçelievler Belediyesi*

The Relationship Between General Disaster Preparedness and Individual Disaster Resilience: Istanbul Bahçelievler Municipality

Merve Elveren¹ 

Vildan Bayram²  

¹ Büro Personeli, Bahçelievler Belediyesi, Türkiye, e-mail: merveelveren@stu.aydin.edu.tr

² Dr. Öğr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İşletme Yönetimi, Türkiye, e-mail: vildanbayram@aydin.edu.tr

Özet

Bu araştırmanın amacı, afet riski yüksek olarak değerlendirilen İstanbul Bahçelievler ilçesinde görev yapan belediye çalışanlarının genel afete hazırlık inançları ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiyi incelemektir. Araştırma ilişkisel tarama modelinde tasarlanmış olup araştırmanın evrenini İstanbul ili Bahçelievler Belediyesi bünyesinde görev yapan 1519 çalışan, örneklemini ise gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmaya katılan 330 belediye çalışanı oluşturmaktadır. Veriler, Genel Afete Hazırlık Ölçeği ve Bireysel Afet Direnci Ölçeği aracılığıyla toplanmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmış; güvenilirlik Cronbach Alpha katsayıları ile incelenmiştir. Analiz sonuçları, Genel Afete Hazırlık Ölçeği için $\alpha = 0,90$, Bireysel Afet Direnci Ölçeği için ise $\alpha = 0,90$ düzeyinde yüksek iç tutarlılık değerleri göstermiştir. Araştırma bulgularına göre katılımcıların genel afete hazırlık düzeyleri yüksek, bireysel afet direnci düzeyleri ise orta-yüksek seviyededir. Genel afete hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçları, genel afete hazırlık inancının bireysel afet direncinin anlamlı bir yordayıcısı olduğunu; özellikle algılanan duyarlılık, algılanan yarar ve öz yeterlilik alt boyutlarının bireysel afet direnci üzerinde güçlü etkilerinin bulunduğunu göstermektedir. Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda cinsiyet ve yaş gruplarına göre bazı alt boyutlarda anlamlı farklılıklar tespit edilirken, öğrenim durumu ve kurumsal deneyim değişkenlerine göre genel olarak sınırlı düzeyde farklılıklar gözlenmiştir. Araştırma sonuçları, afetlere hazırlık sürecinde bireylerin bilişsel ve psikolojik hazırlık düzeylerinin güçlendirilmesinin, bireysel afet direncinin artırılmasında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, yerel yönetimlerde afet yönetimi politikalarının bireylerin öz yeterlilik algılarını ve aktif hazırlık davranışlarını destekleyecek biçimde yapılandırılması önerilmektedir.

* İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

Citation / Atf: ELVEREN, M. & BAYRAM, V. (2026). Genel Afete Hazırlık ve Bireysel Afet Direnci İlişkisi: İstanbul Bahçelievler Belediyesi. *Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi*.2(1), 1-24, <https://doi.org/>

Corresponding author / Sorumlu yazar:

Merve Elveren

E-mail: merveelveren@stu.aydin.edu.tr



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

Anahtar Kelimeler: Afete Hazırlık, Bireysel Afet Direnci, Yerel Yönetimler, Belediye Çalışanları, Afet Yönetimi, Öz Yeterlilik

Abstract

The purpose of this study is to examine the relationship between the general disaster preparedness beliefs of municipal employees working in the Bahçelievler district of Istanbul, which is considered to be at high risk of disasters, and their individual disaster resilience. The study was designed as a correlational survey model. The population of the study consisted of 1,519 employees working for the Bahçelievler Municipality in Istanbul, and the sample consisted of 330 municipal employees who participated in the study on a voluntary basis. Data were collected using the General Disaster Preparedness Scale and the Individual Disaster Resilience Scale. Confirmatory factor analysis was performed to test the construct validity of the scales, and reliability was examined using Cronbach's Alpha coefficients. The analysis results showed high internal consistency values of $\alpha = 0.90$ for the General Disaster Preparedness Scale and $\alpha = 0.90$ for the Individual Disaster Resilience Scale. According to the research findings, participants' general disaster preparedness levels were high, while their individual disaster resilience levels were moderate to high. A positive and significant relationship was found between general disaster preparedness belief and individual disaster resilience. Multiple regression analysis results show that general disaster preparedness belief is a significant predictor of individual disaster resilience; in particular, the sub-dimensions of perceived susceptibility, perceived benefit, and self-efficacy have strong effects on individual disaster resilience. Comparisons based on demographic variables revealed significant differences in some sub-dimensions according to gender and age groups, while differences based on educational status and institutional experience variables were generally limited. The research results reveal that strengthening individuals' cognitive and psychological preparedness levels during the disaster preparedness process plays a critical role in increasing individual disaster resilience. In this context, it is recommended that disaster management policies in local governments be structured in a way that supports individuals' perceptions of self-efficacy and active preparedness behaviors.

Keywords: Disaster Preparedness, Individual Disaster Resilience, Local Governments, Municipal Employees, Disaster Management, Self-Efficacy

1. GİRİŞ

Afetler (özellikle depremler, seller, heyelanlar ve aşırı hava olayları) dünya genelinde kentsel nüfus için giderek artan riskler oluşturmaktadır. Bu afetlerin insani, sosyal ve ekonomik sonuçları özellikle yüksek nüfus yoğunluğuna ve karmaşık altyapıya sahip büyük kentlerde daha belirgin biçimde ortaya çıkmaktadır (Song, 2025). İstanbul, yüksek sismik tehlike düzeyi ve yoğun yapılaşması nedeniyle afet risklerinin önemli ölçüde hissedildiği metropollerden biri olup, afet kayıplarının azaltılması ve hizmet sürekliliğinin sağlanması açısından yerel yönetimlerin rolü kritik önem taşımaktadır (Betten vd., 2021). Bu bağlamda belediyeler, afet yönetimi sürecinde önleme, hazırlık, müdahale ve iyileştirme aşamalarının tümünde temel sorumluluklar üstlenen kurumlardır. Belediye çalışanlarının afetlere yeterince hazırlıklı olmaması durumunda ise savunmasız grupların korunması ve kriz sonrası iyileşme süreçlerinin yönetilmesi zorlaşmaktadır (Goso & Kakuzaki, 2023).

Son yıllarda afet yönetimi literatürü yalnızca toplumsal düzeydeki hazırlık ve direnç çalışmalarına değil, aynı zamanda kurumsal yapıların ve işgücünün afetlere hazırlık düzeyine de odaklanmaya başlamıştır. Özellikle kamu kurumları ve yerel yönetim çalışanlarının afetlere yönelik hazırlık düzeyi, kriz anında hizmetlerin sürekliliği ve toplumun güvenliği açısından belirleyici bir faktör olarak değerlendirilmektedir (AlDulijand vd., 2023).

Bununla birlikte afet hazırlığı ve bireysel afet direnci kavramları birbirleriyle ilişkili ancak farklı boyutları ifade eden kavramlardır. Afet hazırlığı, bireylerin ve kurumların afet öncesinde ve sırasında etkili şekilde hareket edebilmesini sağlayan bilgi, plan, kaynak ve organizasyonel düzenlemeleri kapsamaktadır. Bireysel afet direnci ise bireylerin afetlerin oluşturduğu olumsuz koşullara uyum sağlama, stresle başa çıkma ve afet sonrasında toparlanabilme kapasitesini ifade etmektedir (Bodas vd., 2022). Bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ortaya koyan çalışmalar, hazırlık düzeyinin artmasının bireysel ve toplumsal dayanıklılığı güçlendirdiğini göstermektedir (Galzote & Castino, 2023).

Bununla birlikte belediye çalışanlarının afet hazırlığı algıları ve bireysel afet direnci üzerine yapılan çalışmalar sınırlı sayıdadır. Özellikle Türkiye'deki belediye sistemi içinde yer alan çalışanların afet hazırlığı düzeyleri ve bunun bireysel dirençle ilişkisini inceleyen ampirik çalışmalar oldukça sınırlıdır (Doğruel, 2025). İstanbul gibi yüksek riskli kentsel alanlarda belediye çalışanlarının hazırlık algıları, bilgi düzeyleri ve dayanıklılık kapasitesinin incelenmesi, yerel afet yönetimi politikalarının geliştirilmesi açısından önemli bir araştırma alanı oluşturmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, İstanbul ili Bahçelievler ilçesinde görev yapan belediye çalışanlarının genel afete hazırlık düzeyleri ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiyi incelemektir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Afet hazırlığı ve bireysel dayanıklılık arasındaki ilişki son yıllarda afet yönetimi literatüründe önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir. Kurumsal ve bireysel hazırlık düzeylerinin afet sonrası toparlanma kapasitesi üzerinde belirleyici etkileri olduğu birçok çalışmada ortaya konmuştur.

Afet hazırlığı üzerine yapılan çalışmalar, kurumsal hazırlık, bireysel risk algısı ve hane halkı hazırlığı gibi faktörlerin bireylerin dayanıklılık düzeyini önemli ölçüde etkilediğini göstermektedir. Kamu kurumları ve sağlık kuruluşları çalışanları üzerinde yapılan kesitsel çalışmalar, çalışanların işyeri hazırlık algıları ile bireysel dayanıklılık düzeyleri arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koymaktadır (Al-Husain, 2023). Benzer şekilde pandemi ve kriz dönemlerinde yürütülen araştırmalar, hane halkı hazırlığı, kurumsal protokoller ve işyeri destek mekanizmalarının çalışanların kriz koşullarında işlevlerini sürdürebilme kapasitesini etkilediğini göstermektedir (Der-Martirosian vd., 2021).

Kurumsal öğrenme ve afet sonrası deneyimlerden elde edilen bilgi birikimi de belediyelerin hazırlık kapasitesinin geliştirilmesinde önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Yerel yönetimlerde hazırlık, eğitim ve kurumsal öğrenme süreçlerine yatırım yapan kurumların personel dayanıklılığını ve toplumsal iyileşme süreçlerini destekleyen daha güçlü örgütsel yapılar oluşturduğu belirtilmektedir (Balut vd., 2021).

Bireysel hazırlık davranışlarının oluşmasında risk algısı ve afet bilgisi önemli belirleyiciler arasında yer almaktadır. Yapılan araştırmalar, bireylerin afetlere ilişkin risk algıları ve bilgi düzeylerinin hazırlık davranışlarını ve öznel dayanıklılık algılarını güçlü biçimde etkilediğini göstermektedir (Cabuga & Cañete, 2023). Eğitim programları ve afet okuryazarlığı çalışmalarının ise hem risk farkındalığını hem de afetlere yönelik hazırlık davranışlarını artırdığı belirtilmektedir (Yıldız vd., 2022).

Belediye çalışanları ise afet yönetimi sürecinde kritik roller üstlenen bir işgücü grubunu temsil etmektedir. Belediye personeli afet sırasında acil durum koordinasyonu, kamu hizmetlerinin devamlılığı ve toplumsal bilgilendirme gibi görevler üstlenmektedir. Bu nedenle belediye çalışanlarının risk algıları ve afet okuryazarlığı düzeyi, hem kurumsal müdahale kapasitesini hem de toplumun afetlere karşı güvenini doğrudan etkileyebilmektedir (Matsuda, 2024).

Ancak mevcut literatür incelendiğinde belediye çalışanlarının afet hazırlığı ve bireysel dayanıklılık düzeylerini birlikte inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Çoğu araştırma sağlık çalışanları, öğrenciler veya genel nüfus üzerinde yoğunlaşmış olup yerel yönetim çalışanları üzerine yapılan çalışmalar coğrafi olarak dağınık ve metodolojik açıdan heterojen bir yapı göstermektedir (Rogayan & Dollete, 2020; Tepetaş vd., 2024). Ayrıca hazırlık algıları, bilgi düzeyi ve bireysel dayanıklılık arasındaki

ilişkileri aynı örneklem üzerinde inceleyen ampirik çalışmalar oldukça sınırlıdır (Inocian vd., 2025).

Bu bağlamda özellikle İstanbul gibi yüksek afet riskine sahip büyük şehirlerde belediye çalışanlarının afet hazırlığı ve bireysel afet direnci arasındaki ilişkinin incelenmesi, yerel yönetimlerin afet kapasitesinin geliştirilmesine yönelik önemli bilgiler sunmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bu doğrultuda çalışmanın amacı, İstanbul ili Bahçelievler ilçesinde görev yapan belediye çalışanlarının genel afete hazırlık düzeyleri ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiyi incelemektir.

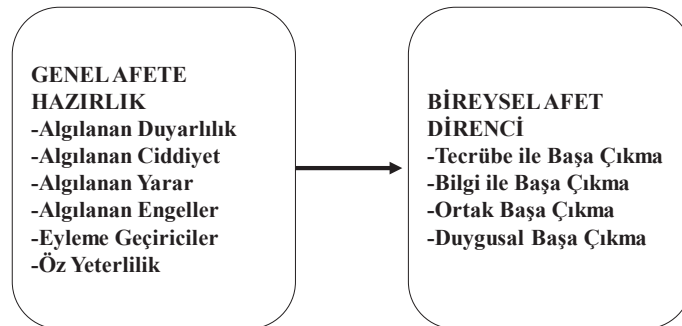
Bu çalışma aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aramaktadır:

1. Belediye çalışanlarının genel afete hazırlık düzeyleri ve bireysel afet direnci düzeyleri nasıldır?
2. Belediye çalışanlarının genel afete hazırlık inançları ile bireysel afet direnci arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?
3. Genel afete hazırlık inancı, bireysel afet direncinin anlamlı bir yordayıcısı mıdır?
4. Genel afete hazırlığın alt boyutları (algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar, algılanan engeller, eyleme geçme ve öz yeterlilik) bireysel afet direncini hangi düzeyde ve hangi yönde yordamaktadır?
5. Belediye çalışanlarının genel afete hazırlık düzeyleri ve bireysel afet direnci, demografik değişkenlere (cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, mevcut yöneticiyle çalışma süresi ve kurumda çalışma süresi) göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

3. YÖNTEM

Bu araştırma, genel afete hazırlık ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla nicel araştırma yaklaşımı kapsamında ilişkisel tarama modeli kullanılarak gerçekleştirilmiştir. İlişkisel tarama modeli, değişkenler arasındaki birlikte değişimin yönünü ve düzeyini ortaya koymayı hedefler (Karasar, 2016). Bu çalışmada genel afete hazırlık düzeyi bağımsız değişken, bireysel afet direnci ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Araştırma modeli, bireylerin afetlere yönelik hazırlık inançlarının ve davranışlarının bireysel afet direnci üzerindeki etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda genel afete hazırlık değişkeni; algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar, algılanan engeller, eyleme geçme ve öz yeterlilik boyutlarını içeren çok boyutlu bir yapı olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu boyutlar bireylerin afet risklerini algılama biçimleri ile hazırlık davranışlarını etkileyen bilişsel ve psikososyal faktörleri temsil etmektedir.

Şekil 1. Genel afete hazırlık ile bireysel afet direnci arasındaki araştırma modeli



Bireysel afet direnci değişkeni ise bireylerin afet durumlarında karşılaştıkları zorluklara uyum sağlama ve toparlanma kapasitesini ifade etmektedir. Bu değişken tecrübe ile başa çıkma, bilgi ile başa çıkma, ortak başa çıkma ve duygusal başa çıkma olmak üzere dört alt boyut üzerinden ele alınmıştır. Araştırma modelinde genel afete hazırlık düzeyinin bireysel afet direnci üzerinde anlamlı bir yordayıcı olduğu

varsayılmış ve bu doğrultuda iki değişken arasındaki ilişki istatistiksel analizler aracılığıyla test edilmiştir.

Araştırma modeli, afetlere hazırlık düzeyi arttıkça bireysel afet direncinin de artacağı varsayımına dayanmaktadır. Bu varsayım, Türkiye’de ve uluslararası alanda yapılan çalışmalarla uyumludur. Afet hazırlığına ilişkin bilgi, eğitim ve farkındalığın bireysel ve toplumsal dirençlilik üzerinde belirleyici olduğu; özellikle yerel yönetimler bünyesinde çalışan bireylerin afetlere yönelik hazırlık düzeylerinin, krizlere karşı dayanıklılığı güçlendirdiği vurgulanmaktadır (AFAD, 2022; Karancı, Aksit & Dirik, 2005).

Bu kapsamda araştırmada test edilen temel varsayım, Bahçelievler Belediyesi çalışanlarının genel afete hazırlık düzeyleri ile bireysel afet dirençleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu yönündedir. Çalışma, yerel yönetim çalışanları özelinde elde edilen bulguların, Türkiye’de afetlere karşı daha dirençli toplum oluşturma hedeflerine katkı sağlamasını amaçlamaktadır. Yerel yönetimlerin afet risk yönetiminde oynadığı kritik rol dikkate alındığında, bu modelin uygulamaya dönük sonuçlar üretmesi beklenmektedir (UNDRR, 2015).

3.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini İstanbul ili Bahçelievler Belediyesi bünyesinde görev yapan tüm belediye çalışanları oluşturmaktadır. Bahçelievler Belediyesi İnsan Kaynakları verilerine göre (Memur Kadrosu= 1.015 ve İşçi Kadrosu= 504 toplamda 1.519) araştırmanın yürütüldüğü dönemde kurum bünyesinde yaklaşık N = 1.519 çalışan görev yapmaktadır (Bahçelievler Belediyesi, 2024). Araştırmanın örneklemini ise gönüllülük esasına dayalı olarak araştırmaya katılan 330 belediye çalışanından oluşmaktadır.

Örneklem büyüklüğünün yeterliliğini değerlendirmek amacıyla sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılan örneklem büyüklüğü önerileri dikkate alınmıştır. Cohen, Manion ve Morrison (2018) ile Tabachnick ve Fidell (2019) tarafından önerilen ölçütlere göre, korelasyon ve regresyon analizlerinin gerçekleştirildiği nicel araştırmalarda 300 ve üzeri örneklem büyük örneklem olarak değerlendirilmektedir ve istatistiksel analizler açısından yeterli kabul edilmektedir.

Bu bağlamda 330 katılımcıdan oluşan örneklemin hem regresyon hem de faktör analizleri için önerilen minimum örneklem büyüklüğünü karşıladığı ve araştırmanın istatistiksel gücünü sağladığı değerlendirilmektedir.

3.2. Etik Kurul Onayı ve Katılımcı Onamı

Bu araştırma insan katılımcılarla yürütüldüğünden araştırma süreci başlamadan önce ilgili kurumdan etik kurul onayı alınmıştır. Araştırma, İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Etik Kurulu’nun 20.03.2025 tarih ve 2025/03 sayılı kararı ile etik açıdan uygun bulunmuştur. Araştırmaya katılan belediye çalışanlarına çalışmanın amacı hakkında bilgi verilmiş ve katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı belirtilmiştir. Katılımcılardan araştırmaya katılmadan önce bilgilendirilmiş gönüllü onam alınmıştır. Araştırma sürecinde katılımcıların kimlik bilgileri gizli tutulmuş ve elde edilen veriler yalnızca bilimsel amaçlarla kullanılmıştır.

3.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada genel afete hazırlık düzeyini ölçmek amacıyla İnal (2015) tarafından geliştirilen *Acil Durumlara/Afetlere Bireysel Hazırlığı Değerlendirmek İçin Sağlık İnanç Modeli’ne Dayalı Ölçek* kullanılmıştır. Ölçek, bireylerin afetlere yönelik hazırlık davranışlarını etkileyen bilişsel ve psikososyal faktörleri açıklamak amacıyla Sağlık İnanç Modeli (Health Belief Model) kuramsal çerçevesine dayalı olarak geliştirilmiştir. Ölçek geliştirme sürecinde Sağlık İnanç Modeli’nin temel bileşenleri olan algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar, algılanan engeller, eyleme geçme ipuçları ve öz yeterlilik boyutları esas alınmıştır. Ölçeğin kapsam geçerliği uzman görüşleri ile sağlanmış, yapı geçerliği ise açılımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizleri aracılığıyla test edilmiştir. Ölçeğin özgün formu 5’li Likert tipinde derecelendirilmiş maddelerden oluşmakta olup bireylerin afetlere yönelik hazırlık inanç ve algılarını çok boyutlu olarak değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

Bu araştırma kapsamında Genel Afete Hazırlık Ölçeği'nin daha önce geçerlik ve güvenilirliği kanıtlanmış yapısı kullanılmış; yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin 6 boyutlu yapısı doğrulanmış ve düşük faktör yüküne sahip maddeler çıkarılarak 27 madde ve 6 alt boyutlu nihai yapı elde edilmiştir. Ölçeğin alt boyutları; algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar, algılanan engeller, eyleme geçme ve öz yeterlilik şeklindedir. Algılanan engeller alt boyutundaki maddeler ters puanlanmaktadır.

Ölçekten elde edilen yüksek puanlar, bireylerin afetlere yönelik hazırlık inançlarının ve algılarının yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu çalışmada ölçeğin toplam ve alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik katsayılarının kabul edilebilir ve yüksek düzeylerde olduğu belirlenmiş, ölçeğin belediye çalışanları örnekleminde geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu çalışmada bireylerin afet ve acil durumlar karşısında sahip oldukları psikolojik, bilişsel ve sosyal başa çıkma kapasitelerini değerlendirmek amacıyla Bireysel Afet Direnci Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin kuramsal temeli, afetlerin yalnızca fiziksel zararlar değil; aynı zamanda bireysel ve toplumsal uyum süreçlerini etkileyen çok boyutlu sosyal olgular olduğu yaklaşımına dayanmaktadır.

Bireysel Afet Direnci kavramı, ilk olarak Paton ve Johnston (2001) tarafından geliştirilen ve afetlere karşı kırılabilirlik, hazırlık ve direnç ilişkisini bütüncül biçimde ele alan kuramsal çerçeveye dayanmaktadır. Bu yaklaşımda afet direnci; bireylerin bilgi, deneyim, sosyal destek ve duygusal düzenleme becerileri aracılığıyla afet öncesi, sırası ve sonrasında uyum sağlama kapasiteleri olarak tanımlanmaktadır.

Bireysel Afet Direnci Ölçeği'nin Türkiye bağlamındaki uyarılma ve kapsamlı kullanımı, Şen (2022) tarafından gerçekleştirilen doktora çalışmasında yapılmıştır. Şen (2022), Paton ve Johnston'ın (2001) afet direnci yaklaşımını esas alarak ölçeği Türk kültürel ve toplumsal bağlamına uyarlamış; ölçeğin yapı geçerliği ve güvenilirliğini istatistiksel analizlerle ortaya koymuştur. Bu çalışma, ölçeğin Türkiye'de afet direnci, sosyal sermaye ve toplumsal güven değişkenleriyle birlikte kullanılabilirliğini göstermesi açısından temel bir başvuru niteliği taşımaktadır.

Şen (2022) tarafından kullanılan Bireysel Afet Direnci Ölçeği, bireylerin afetler karşısında tecrübe, bilgi, sosyal ilişkiler ve duygusal düzenleme temelli başa çıkma kapasitelerini ölçmeye yönelik çok boyutlu bir yapı sunmaktadır. Ölçek, 5'li Likert tipi derecelendirme esasına dayanmaktadır ve yüksek puanlar bireyin afetlere karşı bireysel direnç düzeyinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu çalışmada Bireysel Afet Direnci Ölçeği, belediye çalışanlarının afetlere karşı bireysel uyum ve başa çıkma kapasitelerini değerlendirmek amacıyla kullanılmış; yapılan doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizleri sonucunda ölçeğin araştırma örneklemini için geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu belirlenmiştir.

3.4. Verilerin Analizi

Bu çalışmada verilerin analizinde SPSS 21.0 ve AMOS 22.0 yazılımlarından yararlanılmıştır. Ölçeklerin yapı geçerliğini değerlendirmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) gerçekleştirilmiş; model uyumu Ki-kare/sd oranı ile birlikte CFI, NNFI, GFI, SRMR ve RMSEA uyum indeksleri dikkate alınarak yorumlanmıştır (Çokluk, Şekercioğlu & Büyüköztürk, 2010). Güvenirlik incelemeleri Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ve madde-toplam korelasyonları üzerinden yürütülmüştür (Büyüköztürk, 2011). Katılımcılara ilişkin demografik veriler frekans ve yüzde dağılımlarıyla sunulmuş; ölçek ve alt boyut puanları için betimsel istatistikler hesaplanmıştır. Normallik varsayımı çarpıklık ve basıklık katsayıları aracılığıyla test edilmiş, normal dağılımdan sapma gösteren puanlara karekök dönüşümü uygulanmıştır. Demografik değişkenlere göre karşılaştırmalarda bağımsız örneklem t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmış; anlamlı farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını belirlemek için LSD ve Games-Howell post hoc testlerinden yararlanılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiler Pearson korelasyon analiziyle incelenmiş; genel afete hazırlık inancının bireysel afet direnci üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla çoklu regresyon analizi yapılmış ve tüm analizlerde anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

Bu araştırmada verilerin tamamı öz-bildirim ölçekleri aracılığıyla toplandığı için ortak yöntem yanlılığı (common method bias) riski değerlendirilmiştir. Bu amaçla Harman'ın tek faktör testi uygulanmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizinde tüm maddelerin tek faktör altında toplanmadığı ve ilk faktörün toplam varyansın %50'sinden daha azını açıkladığı görülmüştür. Bu sonuçlar, verilerde ortak yöntem yanlılığının ciddi bir sorun oluşturmadığını göstermektedir (Podsakoff vd., 2003).

3.5. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Tablo 1, araştırmada kullanılan Genel Afete Hazırlık Ölçeği (GAHÖ) ile Bireysel Afet Direnci Ölçeğinin (BADÖ) geçerlik ve güvenilirlik bulgularını özetlemektedir. Tabloda her iki ölçeğin madde ve boyut sayıları, doğrulayıcı faktör analizine (DFA) ilişkin temel uyum indeksleri, faktör yükleri ile iç tutarlılık katsayıları yer almaktadır. Elde edilen uyum indeksleri, ölçeklerin araştırma örneklemini için kabul edilebilir ve iyi düzeyde yapı geçerliğine sahip olduğunu; Cronbach Alpha ve alt boyut güvenilirlik katsayılarının ise ölçeklerin iç tutarlılığının yeterli ve yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 1. Ölçklere Ait Geçerlik ve Güvenirlik

Ölçek	Madde Sayısı	Boyut Sayısı	X ² /sd	CFI	GFI	SRMR	RM-SEA	Faktör Yükleri	Cronbach α	Alt Boyut α Aralığı
GAHÖ	27	6	1,594	0,953	0,902	0,050	0,042	0,51 – 0,84	0,90	0,60 – 0,88
BADÖ	19	4	2,449	0,939	0,900	0,059	0,066	0,62 – 0,84	0,90	0,79 – 0,89

Not: Her iki ölçekte de tüm faktör yükleri 0,40'ın üzerindedir; t değerleri anlamlıdır ($p < 0,01$). Madde-toplam korelasyonları 0,20'nin üzerindedir.

Her iki ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları, model uyum indekslerinin kabul edilebilir ve iyi düzeylerde olduğunu göstermektedir. Uyum indeksleri (X²/sd, CFI, NNFI, GFI, SRMR ve RMSEA) ilgili eşik değerleri karşılamakta; faktör yükleri ve t değerleri yapı geçerliğini desteklemektedir. Güvenirlik analizlerinde Cronbach Alpha katsayılarının hem ölçek toplamında hem de alt boyutlarda kabul edilebilir sınırların üzerinde olduğu görülmüştür. Elde edilen bulgular, Genel Afete Hazırlık Ölçeği'nin 27 madde–6 boyut, Bireysel Afet Direnci Ölçeği'nin ise 19 madde–4 boyut yapılarıyla bu araştırma örnekleminde geçerli ve güvenilir ölçme araçları olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, sosyal bilimlerde ölçek geliştirme ve uyarlama çalışmalarında önerilen metodolojik ölçütlerle uyumludur (Çokluk, Şekercioglu & Büyüköztürk, 2010; Büyüköztürk, 2011).

Bu araştırma, İstanbul Bahçelievler Belediyesi çalışanlarıyla sınırlı olup bulguların diğer yerel yönetimlere genellenebilirliği kısıtlıdır. Çalışmanın kesitsel desende yürütülmesi, değişkenler arasındaki ilişkilerin nedensel değil ilişkisel düzeyde değerlendirilmesine neden olmuştur. Ayrıca, afetlere hazırlık ve bireysel afet direncini etkileyebilecek bazı kurumsal ve psikososyal değişkenlerin kapsam dışı bırakılması, bulguların açıklayıcılığını sınırlamaktadır. Son olarak, nicel veri toplama araçlarının kullanılması, katılımcı deneyimlerinin derinlemesine incelenmesini sınırlandırmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölümde ölçeklerin geçerlik ve güvenilirlik sonuçları ile genel afete hazırlık ve bireysel afet direnci arasındaki ilişkiler istatistiksel bulgular çerçevesinde sunulmuştur. Araştırmanın evrenini İstanbul ili Bahçelievler ilçesinde Bahçelievler Belediyesi bünyesinde görev yapan çalışanlar oluşturmaktadır. Örneklem gönüllülük esasına göre araştırmaya katılan 330 belediye çalışanından oluşmaktadır. Katılımcıların %47,9'u kadın, %52,1'i erkek olup büyük çoğunluğu 25–44 yaş aralığındadır. Öğrenim düzeyi dağılımı lise, ön lisans ve lisans mezunları ağırlıklı bir yapı göstermektedir. Katılımcıların önemli bir kısmı hem mevcut yöneticileriyle hem de kurum bünyesinde orta ve uzun süreli çalışma deneyimine sahiptir. Bu demografik çeşitlilik, örneklemin belediye çalışanlarını temsil etme gücünü

artırmakta ve afetlere hazırlık ile bireysel afet direnci gibi deneyimle ilişkili değişkenlerin incelenmesi açısından uygun bir zemin sunmaktadır.

4.1. Değişkenler Arası İlişkiler

Genel afete hazırlık ile bireysel afet direnci ve bu değişkenlerin alt boyutları arasındaki ilişkiler Pearson momentler çarpımı korelasyon analizi ile değerlendirilmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 2’de sunulmuş olup, tablo genel afete hazırlık ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü, ayrıca alt boyutlar arasındaki ilişkileri göstermektedir.

Tablo 2. Genel Afete Hazırlık ile Bireysel Afet Direnci Arasındaki İlişkisi

Ölçek ve Alt Boyut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1. Genel Afete Hazırlık	1											
2. Algılanan Duyarlılık	0,70**	1										
3. Algılanan Ciddiyet	0,49**	0,19**	1									
4. Algılanan Yarar	0,69**	0,47**	0,10	1								
5. Algılanan Engeller ¹	-0,69**	-0,36**	-0,23**	-0,40**	1							
6. Eyleme Geçme	0,66**	0,44**	0,00	0,48**	-0,33**	1						
7. Öz Yeterlilik	0,71**	0,47**	0,08	0,51**	-0,42**	0,49**	1					
8. Bireysel Afet Direnci	0,63**	0,50**	0,12*	0,50**	-0,37**	0,44**	0,62**	1				
9. Tecrübe ile Başa Çıkma	0,58**	0,46**	0,12*	0,45**	-0,33**	0,39**	0,59**	0,92**	1			
10. Bilgi ile Başa Çıkma	0,35**	0,27**	-0,10	0,36**	-0,15**	0,36**	0,40**	0,76**	0,64**	1		
11. Ortak Başa Çıkma	0,59**	0,58**	0,22**	0,46**	-0,32**	0,40**	0,46**	0,63**	0,49**	0,25**	1	
12. Duygusal Başa Çıkma	0,25**	0,06	0,10	0,11*	-0,31**	0,08	0,27**	0,46**	0,30**	0,30**	-0,02	1

Not. $p < 0,05$; $p < 0,01$. ¹ Algılanan Engeller boyutu ters kodlanmıştır.

Tablo 2’de yer alan Pearson korelasyon analizi sonuçları, genel afete hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir ($r = 0,63$, $p < 0,01$). Bu bulgu, afetlere yönelik hazırlık algısı yükseldikçe bireylerin afetlere karşı dirençlilik düzeylerinin de arttığını ortaya koymaktadır.

Genel afete hazırlık inancı, bireysel afet direncinin alt boyutlarıyla orta ve yüksek düzeyde pozitif ilişkiler göstermektedir. Özellikle tecrübe ile başa çıkma ($r = 0,58$, $p < 0,01$) ve ortak başa çıkma ($r = 0,59$, $p < 0,01$) alt boyutlarıyla olan ilişkiler dikkat çekmektedir. Buna karşılık bilgi ile başa çıkma ($r = 0,35$, $p < 0,01$) ve duygusal başa çıkma ($r = 0,25$, $p < 0,01$) ile ilişkilerin görece daha düşük düzeyde olduğu görülmektedir.

Genel afete hazırlık alt boyutları incelendiğinde, eyleme geçme ve öz yeterlilik boyutlarının bireysel afet direnci ile yüksek düzeyde pozitif ilişkiler sergilediği (sırasıyla $r = 0,66$ ve $r = 0,71$, $p < 0,01$), algılanan engeller boyutunun ise bireysel afet direnci ve tüm alt boyutlarıyla negatif ve anlamlı ilişkiler gösterdiği belirlenmiştir ($r = -0,33$ ile $-0,42$, $p < 0,01$). Bu durum, afetlere ilişkin algılanan engeller arttıkça bireysel dirençlilik düzeyinin azaldığını göstermektedir.

Elde edilen korelasyon bulguları, afetlere hazırlık algılarının bireysel afet direncinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ortaya koymakta ve afet risk yönetimi literatüründe hazırlık–dirençlilik ilişkisinin kuramsal beklentileriyle örtüşmektedir.

4.2. Etki Durumu

Genel afete hazırlık inancının bireysel afet direnci üzerindeki etkisi, çoklu doğrusal regresyon analizi ile incelenmiştir. Analizlerde, ilk olarak genel afete hazırlık toplam puanının bireysel afet direnci üzerindeki etkisi test edilmiş; ikinci aşamada ise genel afete hazırlık ölçeğinin alt boyutlarının bireysel afet direncini yordama gücü değerlendirilmiştir. Çoklu regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3’te sunulmaktadır.

Tablo 3. Genel Afete Hazırlık İnancının Bireysel Afet Direnci Üzerindeki Etkisi

Model 1: Genel Afete Hazırlık (Toplam) → Bireysel Afet Direnci

Bağımsız Değişken	B	SHB	β	t	p
Sabit	5,329	0,126	—	42,425	<0,001
Genel Afete Hazırlık	1,666	0,112	0,635	14,877	<0,001

Model İstatistikleri: $R = 0,635$; $R^2 = 0,403$; $\Delta R^2 = 0,401$; $F(1, 328) = 221,316$; $p < 0,001$;

Model 2: Genel Afete Hazırlık Alt Boyutları → Bireysel Afet Direnci

Bağımsız Değişken	B	SHB	β	t	p	Tolerans	VIF
Sabit	5,236	0,148	—	35,363	<0,001	—	—
Algılanan Duyarlılık	0,358	0,094	0,192	3,820	<0,001	0,648	1,544
Algılanan Ciddiyet	0,027	0,053	0,021	0,505	0,614	0,913	1,095
Algılanan Yarar	0,256	0,089	0,149	2,876	0,004	0,609	1,642
Algılanan Engeller	-0,096	0,114	-0,040	-0,848	0,397	0,726	1,378
Eyleme Geçme	0,123	0,086	0,072	1,432	0,153	0,649	1,540
Öz Yeterlilik	0,721	0,095	0,400	7,612	<0,001	0,597	1,676

Model İstatistikleri: $R = 0,685$; $R^2 = 0,469$; $\Delta R^2 = 0,459$; $F(6, 323) = 47,534$; $p < 0,001$

Çoklu regresyon analizi sonuçları, genel afete hazırlık inancının bireysel afet direnci üzerinde anlamlı ve güçlü bir yordayıcı olduğunu göstermektedir. Birinci modelde genel afete hazırlık inancı, bireysel afet direncindeki toplam varyansın yaklaşık %40’ını açıklamakta ve modele ilişkin regresyon katsayısının pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta = 0,64$, $p < 0,001$). Bu bulgu, afetlere yönelik hazırlık algısı yükseldikçe bireylerin afetlere karşı dirençlilik düzeylerinin arttığını ortaya koymaktadır.

İkinci modelde genel afete hazırlığın alt boyutları birlikte modele dâhil edildiğinde, bireysel afet direncindeki varyansın yaklaşık %46’sının açıklandığı belirlenmiştir. Regresyon katsayıları incelendiğinde algılanan duyarlılık, algılanan yarar ve özellikle öz yeterlilik inancının bireysel afet direnci üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahip olduğu; buna karşılık algılanan ciddiyet, algılanan engeller ve eyleme geçme boyutlarının anlamlı yordayıcılar olmadığı görülmektedir. Modelde çoklu bağlantı sorunu bulunmamakta olup, tolerans ve VIF değerleri kabul edilebilir sınırlar içerisindedir. Elde edilen bulgular, afetlere hazırlık kapsamında bireylerin kendilerini yeterli görmelerinin ve afet riskine duyarlı olmalarının bireysel dirençliliği güçlendirdiğini göstermektedir.

4.3. Cinsiyete Göre İnceleme

Genel afete hazırlık ve bireysel afet direnci ile bunlara ait alt boyutların cinsiyete göre farklılaşp farklılaşmadığı bağımsız örneklem t testiyle incelenmiş olup sonuçlar Tablo 4’te sunulmuştur.

Tablo 4. Ölçek Puanlarının Cinsiyete Göre Karşılaştırılması (Bağımsız Örneklem t Testi)

Ölçek / Alt Boyut	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Genel Afete Hazırlık	Kadın	158	3,85	0,48	0,07	0,947
	Erkek	172	3,83	0,52		
Algılanan Duyarlılık	Kadın	158	4,02	0,61	0,93	0,353
	Erkek	172	3,92	0,73		
Algılanan Ciddiyet	Kadın	158	4,02	1,04	2,22	0,027*
	Erkek	172	3,82	0,97		
Algılanan Yarar	Kadın	158	3,94	0,71	-0,97	0,332
	Erkek	172	4,01	0,68		
Algılanan Engeller	Kadın	158	2,07	0,65	-0,75	0,454
	Erkek	172	2,16	0,82		
Eyleme Geçme	Kadın	158	3,58	0,78	-0,20	0,844
	Erkek	172	3,57	0,83		
Öz Yeterlilik	Kadın	158	3,62	0,64	-3,17	0,002**
	Erkek	172	3,83	0,74		
Bireysel Afet Direnci	Kadın	158	3,38	0,56	-3,40	0,001**
	Erkek	172	3,61	0,62		
Tecrübe ile Başa Çıkma	Kadın	158	3,38	0,74	-2,82	0,005**
	Erkek	172	3,63	0,86		
Bilgi ile Başa Çıkma	Kadın	158	2,93	0,83	-4,06	<0,001**
	Erkek	172	3,30	0,82		
Ortak Başa Çıkma	Kadın	158	4,10	0,76	1,08	0,281
	Erkek	172	4,02	0,74		
Duygusal Başa Çıkma	Kadın	158	2,82	0,88	-4,82	<0,001**
	Erkek	172	3,29	0,89		

Not. $p < 0,05$; $p < 0,01$.

Tablo 4'te sunulan bağımsız örneklem t testi sonuçlarına göre, genel afete hazırlık toplam puanı cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir ($p > 0,05$). Bununla birlikte, genel afete hazırlığın alt boyutlarından algılanan ciddiyet boyutunda kadın katılımcıların puan ortalamalarının erkeklere kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek olduğu belirlenmiştir ($p < 0,05$). Buna karşılık öz yeterlilik boyutunda erkek katılımcıların puan ortalamalarının anlamlı biçimde daha yüksek olduğu görülmektedir ($p < 0,01$).

Bireysel afet direnci toplam puanında erkek katılımcıların kadınlara kıyasla anlamlı düzeyde daha yüksek algıya sahip oldukları belirlenmiştir ($p < 0,01$). Alt boyutlar açısından değerlendirildiğinde, tecrübe ile başa çıkma, bilgi ile başa çıkma ve duygusal başa çıkma boyutlarında erkeklerin ortalama puanlarının daha yüksek olduğu, buna karşın ortak başa çıkma boyutunda cinsiyete bağlı anlamlı bir farklılık bulunmadığı görülmektedir ($p > 0,05$).

Bu bulgular, afetlere ilişkin algıların bazı boyutlarda cinsiyete duyarlı bir yapı sergilediğini, özellikle öz yeterlilik ve bireysel direnç bağlamında erkek katılımcıların daha yüksek algıya sahip olduklarını; buna karşılık afetin ciddiyetine yönelik algının kadınlarda daha güçlü olduğunu ortaya koymaktadır.

4.4. Yaşa Göre İnceleme

Genel afete hazırlık, bireysel afet direnci ve alt boyutlarının yaş gruplarına göre farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiş olup sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Ölçek Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırılması

Ölçek / Alt Boyut	Yaş Grubu	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
Genel Afete Hazırlık	18-24	20	3,84	0,63	2,54	0,057	—
	25-34	100	3,89	0,43			
	35-44	113	3,89	0,51			
	45+	97	3,73	0,51			
Algılanan Duyarlılık	18-24	20	4,12	0,77	3,54	0,015*	A,B,C > D
	25-34	100	4,03	0,59			
	35-44	113	4,04	0,62			
	45+	97	3,80	0,76			
Algılanan Ciddiyet	18-24	20	3,60	1,39	7,62	<0,001**	B > A,- C,D
	25-34	100	4,25	0,88			
	35-44	113	3,85	1,00			
	45+	97	3,72	0,98			
Algılanan Yarar	18-24	20	3,95	0,86	3,92	0,009**	C > B,D
	25-34	100	3,94	0,55			
	35-44	113	4,11	0,74			
	45+	97	3,88	0,73			
Algılanan Engeller	18-24	20	2,23	1,18	0,47	0,700	—
	25-34	100	2,10	0,71			
	35-44	113	2,08	0,78			
	45+	97	2,16	0,60			
Eyleme Geçme	18-24	20	3,62	0,79	0,77	0,511	—
	25-34	100	3,58	0,73			
	35-44	113	3,63	0,84			
	45+	97	3,48	0,85			
Öz Yeterlilik	18-24	20	4,00	0,71	3,13	0,026*	A > B,D
	25-34	100	3,67	0,59			
	35-44	113	3,81	0,70			
	45+	97	3,64	0,80			
Bireysel Afet Direnci	18-24	20	3,54	0,68	1,17	0,322	—
	25-34	100	3,44	0,50			
	35-44	113	3,58	0,60			
	45+	97	3,46	0,68			
Tecrübe ile Başa Çıkma	18-24	20	3,59	0,77	0,60	0,616	—
	25-34	100	3,45	0,71			
	35-44	113	3,58	0,83			
	45+	97	3,46	0,90			
Bilgi ile Başa Çıkma	18-24	20	2,96	0,88	3,73	0,012*	C,D > B
	25-34	100	2,91	0,74			

Ölçek / Alt Boyut	Yaş Grubu	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamli Fark
	35-44	113	3,24	0,88			
	45+	97	3,23	0,87			
Ortak Başa Çıkma	18-24	20	4,12	0,85	2,72	0,044*	B,C > D
	25-34	100	4,15	0,66			
	35-44	113	4,13	0,64			
	45+	97	3,86	0,90			
Duygusal Başa Çıkma	18-24	20	3,25	1,05	1,29	0,278	—
	25-34	100	2,92	0,86			
	35-44	113	3,12	0,87			
	45+	97	3,11	0,99			

Not. $p < 0,05$; $p < 0,01$. Anlamli farklar LSD veya Games-Howell post hoc testleri ile belirlenmiştir.

ANOVA bulguları, genel afete hazırlık toplam puanı ile algılanan engeller ve eyleme geçme alt boyutlarının yaş gruplarına göre anlamli biçimde farklılaşmadığını göstermektedir ($p > 0,05$). Buna karşın, algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar ve öz yeterlilik alt boyutlarında yaş grupları arasında istatistiksel olarak anlamli farklılıklar tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Post hoc analizler, 18-44 yaş gruplarının algılanan duyarlılık düzeylerinin 45 yaş ve üstü gruptan daha yüksek olduğunu; 25-34 yaş grubunun algılanan ciddiyet düzeyinin diğer yaş gruplarından daha yüksek olduğunu; 35-44 yaş grubunun algılanan yarar düzeyinin 25-34 ve 45+ gruplardan daha yüksek olduğunu; ayrıca 18-24 yaş grubunun öz yeterlilik düzeyinin 25-34 ve 45+ gruplardan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Analiz sonuçları, bireysel afet direnci toplam puanı ile tecrübe ile başa çıkma ve duygusal başa çıkma alt boyutlarında yaşa bağlı anlamli bir farklılık olmadığını göstermektedir ($p > 0,05$). Buna karşılık, bilgi ile başa çıkma ve ortak başa çıkma alt boyutlarında yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamli farklılıklar belirlenmiştir ($p < 0,05$). Post hoc sonuçlar, 35 yaş ve üstü grupların bilgi ile başa çıkma düzeylerinin 25-34 yaş grubundan daha yüksek olduğunu; 25-44 yaş gruplarının ortak başa çıkma düzeylerinin 45 yaş ve üstü gruptan daha yüksek olduğunu göstermektedir.

4.5. Öğrenim Durumu

Araştırmada genel afete hazırlık, bireysel afet direnci ve bu ölçeklerin alt boyutlarının öğrenim durumuna göre farklılaşıp farklılaşmadığı, tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile incelenmiştir. Analize ilişkin bulgular Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6. Ölçek Puanlarının Öğrenim Durumuna Göre Karşılaştırılması

Ölçek / Alt Boyut	Öğrenim Durumu	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamli Fark
Genel Afete Hazırlık	Lise	137	3,81	0,55	1,12	0,341	—
	Ön lisans	64	3,93	0,52			
	Lisans	113	3,83	0,41			
	Lisansüstü	16	3,87	0,47			
Algılanan Duyarlılık	Lise	137	3,92	0,80	1,07	0,363	—
	Ön lisans	64	4,10	0,56			
	Lisans	113	3,95	0,56			
	Lisansüstü	16	4,08	0,54			

Ölçek / Alt Boyut	Öğrenim Durumu	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
Algılanan Ciddiyet	Lise	137	3,72	0,99	5,76	0,001**	B,C > A
	Ön lisans	64	4,10	0,92			
	Lisans	113	4,09	1,02			
	Lisansüstü	16	3,66	1,18			
Algılanan Yarar	Lise	137	3,98	0,77	0,35	0,793	—
	Ön lisans	64	4,00	0,65			
	Lisans	113	3,95	0,64			
	Lisansüstü	16	4,10	0,62			
Algılanan Engeller	Lise	137	2,06	0,71	1,54	0,204	—
	Ön lisans	64	2,02	0,73			
	Lisans	113	2,22	0,75			
	Lisansüstü	16	2,27	0,96			
Eyleme Geçme	Lise	137	3,63	0,88	1,15	0,328	—
	Ön lisans	64	3,53	0,81			
	Lisans	113	3,51	0,72			
	Lisansüstü	16	3,75	0,69			
Öz Yeterlilik	Lise	137	3,68	0,80	1,10	0,349	—
	Ön lisans	64	3,86	0,64			
	Lisans	113	3,69	0,63			
	Lisansüstü	16	3,89	0,57			
Bireysel Afet Direnci	Lise	137	3,53	0,63	0,78	0,507	—
	Ön lisans	64	3,56	0,60			
	Lisans	113	3,45	0,60			
	Lisansüstü	16	3,39	0,33			
Tecrübe ile Başa Çıkma	Lise	137	3,51	0,82	0,42	0,737	—
	Ön lisans	64	3,59	0,82			
	Lisans	113	3,46	0,83			
	Lisansüstü	16	3,41	0,53			
Bilgi ile Başa Çıkma	Lise	137	3,26	0,84	2,36	0,071	—
	Ön lisans	64	3,07	0,90			
	Lisans	113	2,99	0,82			
	Lisansüstü	16	3,03	0,77			
Ortak Başa Çıkma	Lise	137	3,99	0,79	1,47	0,223	—
	Ön lisans	64	4,20	0,59			
	Lisans	113	4,08	0,78			
	Lisansüstü	16	3,88	0,68			
Duygusal Başa Çıkma	Lise	137	3,13	0,87	0,66	0,577	—
	Ön lisans	64	3,10	0,99			
	Lisans	113	2,97	0,93			
	Lisansüstü	16	3,00	0,85			

Not. $p < 0,01$. Anlamlı farklar LSD post hoc testi ile belirlenmiştir.

ANOVA bulgularına göre genel afete hazırlık toplam puanı ile algılanan duyarlılık, algılanan yarar, algılanan engeller, eyleme geçme ve öz yeterlilik alt boyutları öğrenim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşmamaktadır ($p > 0,05$). Buna karşın algılanan ciddiyet alt boyutunda öğrenim durumuna bağlı istatistiksel olarak anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($F = 5,76$, $p < 0,01$). İleri analizler, ön lisans ve lisans mezunlarının algılanan ciddiyet düzeylerinin lise mezunlarına göre anlamlı ölçüde daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır.

Analizler, bireysel afet direnci toplam puanı ile tecrübe, bilgi, ortak ve duygusal başa çıkma alt boyutlarının öğrenim düzeyine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını göstermektedir ($p > 0,05$). Bu durum, bireysel direnç düzeylerinin eğitim düzeyinden büyük ölçüde bağımsız seyrettiğine, buna karşın afetin ciddiyetine yönelik algının öğrenim durumu ile ilişkili olabileceğine işaret etmektedir.

4.6. Mevcut Yöneticiyle Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Genel afete hazırlık, bireysel afet direnci ve ilgili alt boyutların mevcut yöneticiyle çalışma süresine göre farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü ANOVA ile analiz edilmiş, bulgular Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Ölçek Puanlarının Mevcut Yöneticiyle Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Ölçek / Alt Boyut	Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
Genel Afete Hazırlık	<2 yıl	90	3,84	0,48	0,32	0,809	—
	3–5 yıl	107	3,86	0,44			
	6–10 yıl	67	3,88	0,51			
	≥ 11 yıl	66	3,78	0,59			
Algılanan Duyarlılık	<2 yıl	90	3,96	0,73	0,02	0,996	—
	3–5 yıl	107	4,00	0,59			
	6–10 yıl	67	3,98	0,64			
	≥ 11 yıl	66	3,95	0,76			
Algılanan Ciddiyet	<2 yıl	90	4,01	1,10	1,42	0,237	—
	3–5 yıl	107	3,92	0,98			
	6–10 yıl	67	3,96	0,87			
	≥ 11 yıl	66	3,73	1,06			
Algılanan Yarar	<2 yıl	90	3,99	0,69	0,06	0,979	—
	3–5 yıl	107	4,01	0,63			
	6–10 yıl	67	3,97	0,71			
	≥ 11 yıl	66	3,94	0,80			
Algılanan Engeller	<2 yıl	90	2,20	0,85	0,52	0,670	—
	3–5 yıl	107	2,08	0,63			
	6–10 yıl	67	2,03	0,62			
	≥ 11 yıl	66	2,14	0,85			
Eyleme Geçme	<2 yıl	90	3,59	0,78	0,11	0,956	—
	3–5 yıl	107	3,61	0,74			
	6–10 yıl	67	3,53	0,78			
	≥ 11 yıl	66	3,53	0,96			
Öz Yeterlilik	<2 yıl	90	3,72	0,66	1,19	0,315	—
	3–5 yıl	107	3,69	0,61			
	6–10 yıl	67	3,86	0,71			
	≥ 11 yıl	66	3,67	0,87			

Ölçek / Alt Boyut	Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
Bireysel Afet Direnci	<2 yıl	90	3,45	0,59	0,27	0,847	—
	3–5 yıl	107	3,52	0,53			
	6–10 yıl	67	3,52	0,65			
	≥ 11 yıl	66	3,51	0,69			
Tecrübe ile Başa Çıkma	<2 yıl	90	3,48	0,78	0,44	0,728	—
	3–5 yıl	107	3,58	0,71			
	6–10 yıl	67	3,46	0,89			
	≥ 11 yıl	66	3,47	0,91			
Bilgi ile Başa Çıkma	<2 yıl	90	2,98	0,90	1,42	0,237	—
	3–5 yıl	107	3,14	0,76			
	6–10 yıl	67	3,16	0,84			
	≥ 11 yıl	66	3,25	0,90			
Ortak Başa Çıkma	<2 yıl	90	4,08	0,73	0,50	0,680	—
	3–5 yıl	107	4,12	0,70			
	6–10 yıl	67	4,02	0,81			
	≥ 11 yıl	66	3,97	0,79			
Duygusal Başa Çıkma	<2 yıl	90	2,98	0,99	3,17	0,024*	C > A,B
	3–5 yıl	107	2,91	0,85			
	6–10 yıl	67	3,31	0,84			
	≥ 11 yıl	66	3,17	0,94			

Not. $p < 0,05$. Anlamlı farklar LSD post hoc testi ile belirlenmiştir.

ANOVA bulguları, genel afete hazırlık ve alt boyutlarının mevcut yöneticiyle çalışma süresine göre anlamlı biçimde farklılaşmadığını göstermektedir ($p > 0,05$). Benzer şekilde bireysel afet direnci toplam puanı ile tecrübe, bilgi ve ortak başa çıkma alt boyutlarında da çalışma süresine bağlı anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p > 0,05$).

Buna karşılık, duygusal başa çıkma alt boyutunda mevcut yöneticiyle çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F = 3,17$, $p < 0,05$). Post hoc analizler, 6–10 yıl süredir mevcut yöneticiyle çalışan katılımcıların duygusal başa çıkma düzeylerinin, 2 yıldan az ve 3–5 yıl süredir çalışan katılımcılara kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, orta düzey yönetsel sürekliliğin çalışanların afetlere ilişkin duygusal uyum ve başa çıkma becerilerini güçlendirebileceğine işaret etmektedir.

4.7. Kurumdaki Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Genel afete hazırlık, bireysel afet direnci ve alt boyutlarının kurumdaki çalışma süresine göre farklılaşp farklılaşmadığı tek yönlü ANOVA ile analiz edilmiş; elde edilen sonuçlar Tablo 8’de sunulmuştur.

Tablo 8. Ölçek Puanlarının Kurumdaki Çalışma Süresine Göre Karşılaştırılması

Ölçek / Alt Boyut	Kurumdaki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
Genel Afete Hazırlık	<1 yıl	24	3,79	0,64	0,04	0,990	—
	1-5 yıl	132	3,85	0,44			
	6-10 yıl	41	3,86	0,49			
	≥11 yıl	133	3,84	0,53			
Algılanan Duyarlılık	<1 yıl	24	3,94	0,80	0,14	0,934	—
	1-5 yıl	132	4,00	0,62			
	6-10 yıl	41	3,95	0,58			
	≥11 yıl	133	3,96	0,72			
Algılanan Ciddiyet	<1 yıl	24	3,69	1,39	1,48	0,219	—
	1-5 yıl	132	4,02	1,02			
	6-10 yıl	41	3,99	0,98			
	≥11 yıl	133	3,83	0,93			
Algılanan Yarar	<1 yıl	24	4,01	0,76	0,31	0,820	—
	1-5 yıl	132	3,95	0,63			
	6-10 yıl	41	4,02	0,60			
	≥11 yıl	133	3,99	0,78			
Algılanan Engeller	<1 yıl	24	2,21	1,05	0,41	0,745	—
	1-5 yıl	132	2,16	0,75			
	6-10 yıl	41	2,11	0,65			
	≥11 yıl	133	2,06	0,70			
Eyleme Geçme	<1 yıl	24	3,49	0,91	0,13	0,940	—
	1-5 yıl	132	3,61	0,74			
	6-10 yıl	41	3,62	0,68			
	≥11 yıl	133	3,53	0,88			
Öz Yeterlilik	<1 yıl	24	3,82	0,81	1,44	0,232	—
	1-5 yıl	132	3,67	0,61			
	6-10 yıl	41	3,71	0,66			
	≥11 yıl	133	3,78	0,78			
Bireysel Afet Direnci	<1 yıl	24	3,44	0,62	0,69	0,561	—
	1-5 yıl	132	3,45	0,52			
	6-10 yıl	41	3,58	0,54			
	≥11 yıl	133	3,53	0,69			
Tecrübe ile Başa Çıkma	<1 yıl	24	3,48	0,73	0,27	0,844	—
	1-5 yıl	132	3,49	0,72			
	6-10 yıl	41	3,61	0,68			
	≥11 yıl	133	3,50	0,94			
Bilgi ile Başa Çıkma	<1 yıl	24	2,91	0,89	2,06	0,106	—
	1-5 yıl	132	3,03	0,83			
	6-10 yıl	41	3,29	0,74			

Ölçek / Alt Boyut	Kurumdaki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p	Anlamlı Fark
	≥ 11 yıl	133	3,20	0,88			
Ortak Başa Çıkma	<1 yıl	24	4,16	0,72	0,63	0,594	—
	1–5 yıl	132	4,11	0,67			
	6–10 yıl	41	4,03	0,75			
	≥ 11 yıl	133	3,99	0,83			
Duygusal Başa Çıkma	<1 yıl	24	2,89	1,01	5,21	0,002**	C,D > B
	1–5 yıl	132	2,85	0,87			
	6–10 yıl	41	3,15	0,80			
	≥ 11 yıl	133	3,27	0,94			

Not. $p < 0,01$. Anlamlı farklar Games–Howell post hoc testi ile belirlenmiştir.

ANOVA bulguları, genel afete hazırlık ile bireysel afet direnci ve ilgili alt boyutların kurumdaki çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık göstermediğini ortaya koymaktadır ($p > 0,05$).

Buna karşılık, duygusal başa çıkma alt boyutunda kurumdaki çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F = 5,21$, $p < 0,01$). Post hoc analizler, 6–10 yıl ve 11 yıl ve üzeri süredir kurumda çalışan katılımcıların duygusal başa çıkma düzeylerinin, 1–5 yıl süredir çalışanlara kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, kurumsal deneyimin artmasının afetlere ilişkin duygusal uyum ve başa çıkma kapasitesini güçlendirebileceğine işaret etmektedir.

5. TARTIŞMA

Bu çalışma, İstanbul Bahçelievler Belediyesi çalışanları arasında genel afet hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Ölçüm araçlarına ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ve yüksek iç tutarlılık değerleri, afetle ilgili ölçeklerin Türk örneklemelerinde kullanılabilirliğini ortaya koyan önceki çalışmalarla uyumludur. Özellikle Genel Afet Hazırlık İnanç Ölçeği'nin Sağlık İnanç Modeli (Health Belief Model) çerçevesinde geliştirilmiş olması ve psikometrik özelliklerinin Türk örneklemelerinde yeniden test edilmesi, bu kuramsal modelin Türkiye bağlamında afet hazırlığı araştırmalarında güvenilir bir ölçüm çerçevesi sunduğunu göstermektedir (İnal & Doğan, 2018). Benzer biçimde dayanıklılık ve afetle ilgili ölçeklerin Türkiye'de yapılan son uyarlama çalışmalarında da kültürel bağlama uyum sağlanmasının ölçüm geçerliği açısından kritik olduğu vurgulanmaktadır (Gökmenoğlu & Sönmez, 2024).

Araştırmanın tanımlayıcı bulguları, belediye çalışanlarının genel afet hazırlık inançlarının yüksek, bireysel afet dirençlerinin ise orta-yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, afet yönetimi literatüründe kurumsal yapılar içinde görev yapan çalışanların genellikle genel nüfusa göre daha yüksek afet farkındalığı ve hazırlık davranışları sergilediklerini ortaya koyan çalışmalarla uyumludur (Tepetaş vd., 2024). Belediyeler gibi afet yönetimi sürecinde aktif rol üstlenen kurumlarda çalışan personelin kurumsal eğitimler, tatbikatlar ve kriz yönetimi planları aracılığıyla afet okuryazarlığı kazandıkları ve bunun da hazırlık inançlarını güçlendirdiği belirtilmektedir (Gülsoy vd., 2025). Uluslararası araştırmalar da benzer biçimde risk algısı, öz yeterlilik ve algılanan yarar gibi psikolojik belirleyicilerin afetlere yönelik hazırlık davranışlarının en güçlü öngörücüleri olduğunu ortaya koymaktadır (Saltzman & Hansel, 2024). Bu bağlamda mevcut çalışmada elde edilen alt boyut profili, bireylerin afetlere yönelik davranışlarını açıklayan Sağlık İnanç Modeli temelli kuramsal yapı ile uyumlu görünmektedir (Kılınç & Demirkaya, 2024).

Araştırmada genel afet hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişki

bulunmuştur. Bu bulgu, afet hazırlığı ile dayanıklılık arasındaki ilişkiyi ortaya koyan uluslararası literatürle tutarlıdır. Örneğin Bodas ve arkadaşları (2022) bireylerin afetlere yönelik hazırlık davranışlarının psikolojik dayanıklılık ve krizlere uyum kapasitesi ile güçlü biçimde ilişkili olduğunu belirtmektedir. Benzer şekilde Norris, Stevens, Pfefferbaum, Wyche ve Pfefferbaum (2008) toplumsal dayanıklılık üzerine yaptıkları kapsamlı incelemede hazırlık düzeyinin hem bireysel hem de toplumsal toparlanma kapasitesini artıran temel faktörlerden biri olduğunu vurgulamaktadır. Bu çalışmada özellikle eyleme geçme ve öz yeterlilik alt boyutları ile bireysel dayanıklılık arasındaki yüksek korelasyonlar, davranışsal yetkinlik ve algılanan kontrolün afet sonrası uyum kapasitesini artırdığını gösteren araştırmalarla örtüşmektedir (Permana, 2022). Bu bulgular, hazırlık davranışlarının yalnızca bilgi düzeyine değil aynı zamanda bireyin kendi yetkinliğine ilişkin algısına bağlı olduğunu vurgulayan kuramsal modelleri desteklemektedir (Paton, 2013).

Regresyon analizinde algılanan duyarlılık, algılanan fayda ve öz yeterliliğin bireysel afet direncinin anlamlı yordayıcıları olarak ortaya çıkması, risk algısı ve öz yeterlilik kavramlarının afet hazırlığı literatüründeki merkezi rolünü doğrulamaktadır. Sağlık İnanç Modeli çerçevesinde yürütülen araştırmalar, bireylerin risk algısının ve algılanan faydaların hazırlık davranışlarını doğrudan etkilediğini göstermektedir (İnal & Doğan, 2018). Bununla birlikte farklı çalışmalar arasında etki büyüklükleri ve açıklanan varyans oranları değişiklik gösterebilmektedir. Bu durum çoğu zaman örneklem özellikleri, afet deneyimi, kurumsal destek düzeyi ve ölçüm araçlarının farklılığı ile açıklanmaktadır (Tepetaş vd., 2024). Mevcut araştırmada elde edilen etki büyüklüğü, belediye çalışanları arasında hazırlık inançlarının dayanıklılık üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermesi bakımından uygulamaya dönük önemli çıkarımlar sunmaktadır.

Araştırmada cinsiyete göre bazı alt boyutlarda anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Erkek katılımcıların bireysel afet direnci, öz yeterlilik, bilgi ile başa çıkma ve duygusal başa çıkma boyutlarında daha yüksek puan aldıkları görülmüştür. Bu bulgu, afet hazırlığı ve risk algısı literatüründe sıklıkla tartışılan cinsiyet farklılıkları ile uyumludur. Araştırmalar kadınların risk algısının genellikle daha yüksek olduğunu, erkeklerin ise kriz yönetimi ve müdahale kapasitesine ilişkin öz yeterlilik algılarının daha güçlü olduğunu göstermektedir (Flynn, Slovic, & Mertz, 1994). Benzer şekilde afet hazırlığı davranışlarını inceleyen çalışmalar, erkeklerin teknik hazırlık ve kriz yönetimi becerilerine daha fazla güven duyduklarını ortaya koymaktadır (Paton, Smith, & Johnston, 2005). Bu farklılıkların toplumsal cinsiyet rolleri, risk algısı ve sosyalizasyon süreçleri ile ilişkili olabileceği belirtilmektedir. Bununla birlikte literatürde cinsiyet etkisinin her zaman tutarlı olmadığı da vurgulanmaktadır. Bazı çalışmalar mesleki rol, deneyim ve eğitim düzeyi kontrol edildiğinde cinsiyet farklılıklarının ortadan kalkabileceğini göstermektedir (DeYoung vd., 2019). Dolayısıyla mevcut çalışmada gözlenen farklılıkların belediye kurumundaki rol dağılımı veya eğitim fırsatlarına erişim gibi bağlamsal faktörlerle ilişkili olabileceği değerlendirilebilir (Köse, 2025).

Araştırmada yaş değişkenine göre bireysel afet direncinde anlamlı bir farklılık bulunmazken bazı hazırlık alt boyutlarında yaşa bağlı farklılıkların ortaya çıktığı görülmüştür. Bu sonuç, yaşın genellikle risk algısı ve hazırlık bilişleri ile ilişkili olduğunu ancak toplam dayanıklılık düzeyini doğrudan belirlemeyebileceğini gösteren araştırmalarla uyumludur (Chan vd., 2016). Daha ileri yaş gruplarındaki çalışanlar geçmiş deneyimlerinden ve kurumsal bilgi birikiminden yararlanarak afetlere yönelik riskleri daha yüksek algılayabilirler. Buna karşılık genç çalışanlar teknoloji kullanımı ve bilgiye erişim açısından avantajlı olabilirler. Bu durum kuşaklar arası öğrenme farklılıklarının afet hazırlığı davranışlarını etkileyebileceğini göstermektedir (Paton, 2013). Uluslararası çalışmalar da afetlere hazırlık davranışlarının yaş, sağlık durumu, sosyal ağlar ve önceki afet deneyimleri gibi çok sayıda faktörün etkileşimi sonucunda şekillendiğini ortaya koymaktadır (Chen vd., 2024; Liao & Hu, 2025).

Eğitim düzeyi ve kurumda çalışma süresi değişkenleri açısından elde edilen bulgular literatürde rapor edilen karışık sonuçlarla paralellik göstermektedir. Bazı araştırmalar yüksek eğitim düzeyi ve uzun çalışma deneyiminin afet hazırlığı davranışlarını artırdığını gösterirken, bazı çalışmalar bu ilişkinin kurumsal eğitim olanakları ve örgütsel destek tarafından aracılık edildiğini belirtmektedir (Gülsoy vd., 2025).

Mevcut çalışmada daha deneyimli çalışanların duygusal başa çıkma konusunda avantajlı görünmesi, uzun süreli kurumsal deneyim ve kriz durumlarında geliştirilen başa çıkma stratejileri ile açıklanabilir. Benzer bulgular insani yardım çalışanları ve acil durum ekipleri üzerinde yapılan araştırmalarda da rapor edilmiştir (Meydaneri & Şimşek, 2025). Bu durum sosyo-demografik faktörlerin afet hazırlığı ve dayanıklılık üzerindeki etkilerinin çoğu zaman dolaylı ve çok boyutlu olduğunu göstermektedir (Sulak & Köklü, 2025).

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu araştırmanın bulguları değerlendirilirken bazı metodolojik sınırlılıkların dikkate alınması gerekmektedir. Öncelikle çalışma kesitsel araştırma deseni ile yürütülmüştür. Bu nedenle araştırmada elde edilen bulgular değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymakla birlikte nedensel sonuçlar çıkarmaya imkân vermemektedir. Afet hazırlık inançları ile bireysel afet direnci arasındaki ilişki belirlenmiş olsa da bu ilişkinin zaman içindeki yönü ve dinamikleri hakkında kesin çıkarımlar yapmak mümkün değildir. Gelecekte boylamsal araştırma tasarımları kullanılarak değişkenler arasındaki ilişkilerin zaman içerisindeki değişiminin incelenmesi daha güçlü sonuçlar sağlayabilir.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı verilerin öz-bildirim ölçekleri aracılığıyla toplanmış olmasıdır. Öz-bildirim verileri katılımcıların algı ve değerlendirmelerine dayandığından sosyal beğenirlik eğilimi veya öznel değerlendirme yanlılığı gibi faktörlerden etkilenebilir (Podsakoff, MacKenzie, Lee, & Podsakoff, 2003). Ayrıca araştırma örneklemini gönüllülük esasına dayalı olarak belirlenmiştir. Gönüllü katılıma dayalı örneklem seçiminde araştırma konusuna daha duyarlı veya afet hazırlığı konusunda daha bilinçli bireylerin araştırmaya katılma olasılığı daha yüksek olabilmektedir. Bu durum literatürde öz-seçim yanlılığı (self-selection bias) olarak tanımlanmakta ve örneklemin evreni temsil gücünü sınırlayabilmektedir (Cohen, Manion, & Morrison, 2018). Bu nedenle elde edilen bulgular Bahçelievler Belediyesi çalışanları bağlamında değerlendirilmelidir.

Araştırmanın kesitsel araştırma deseni ile yürütülmüş olması, değişkenler arasındaki ilişkilerin nedensel değil ilişkisel düzeyde yorumlanmasını gerektirmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, genel afet hazırlık inançlarının özellikle davranışsal ve öz yeterlilik bileşenlerinin belediye çalışanları arasında bireysel afet direnci ile güçlü biçimde ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bu bulgular hem Türkiye’de yapılan afet hazırlığı araştırmalarıyla hem de uluslararası literatürde hazırlık davranışları ile dayanıklılık arasındaki ilişkiyi vurgulayan çalışmalarla uyumludur (Kılınç & Demirkaya, 2024; Saltzman & Hansel, 2024). Belediyeler açısından değerlendirildiğinde bu sonuçlar, afetlere hazırlık politikalarının yalnızca teknik altyapı yatırımları ile sınırlı kalmaması gerektiğini, aynı zamanda çalışanların risk farkındalığını artıran, öz yeterlilik algısını güçlendiren ve uygulamalı eğitimlerle desteklenen kurumsal programların geliştirilmesinin afet dayanıklılığını artırmada önemli bir rol oynayabileceğini göstermektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada belediye çalışanlarının genel afete hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasındaki ilişkiler incelenmiş; ayrıca afetlere hazırlık ve direnç düzeylerinin çeşitli demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirilmiştir. Araştırmada kullanılan Genel Afete Hazırlık Ölçeği ile Bireysel Afet Direnci Ölçeğinin doğrulayıcı faktör analizleri sonucunda her iki ölçeğin de yapı geçerliğinin sağlandığı, iç tutarlılık katsayılarının yüksek olduğu ve ölçeklerin güvenilir ölçüm araçları olduğu belirlenmiştir.

Betimsel bulgular, katılımcıların genel afete hazırlık düzeylerinin yüksek, bireysel afet direnci düzeylerinin ise orta–yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Özellikle algılanan duyarlılık, algılanan yarar, eyleme geçme ve öz yeterlilik inançlarının yüksek olması, katılımcıların afet risklerine karşı bilişsel ve davranışsal olarak hazırlıklı olduklarına işaret etmektedir. Buna karşılık algılanan engellerin düşük düzeyde olması, afetlere hazırlık davranışlarının önünde güçlü bir psikolojik bariyer bulunmadığını göstermektedir.

Değişkenler arası ilişkiler incelendiğinde, genel afete hazırlık inancı ile bireysel afet direnci arasında pozitif yönlü ve güçlü bir ilişki olduğu saptanmıştır. Afete hazırlık inancı arttıkça bireysel afet direncinin de anlamlı biçimde yükseldiği görülmüştür. Özellikle eyleme geçme ve öz yeterlilik alt boyutlarının bireysel afet direnciyle yüksek düzeyde ilişkili olması, afetlere yönelik aktif hazırlık davranışlarının ve bireysel yeterlik algısının dirençlilik açısından kritik rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Çoklu regresyon analizi sonuçları, genel afete hazırlık inancının bireysel afet direncinin güçlü bir yordayıcısı olduğunu göstermiştir. Genel afete hazırlık inancı tek başına bireysel afet direncindeki varyansın yaklaşık %40'ını açıklarken, alt boyutlar birlikte ele alındığında bu oran %46'ya yükselmektedir. Özellikle algılanan duyarlılık, algılanan yarar ve öz yeterlilik değişkenlerinin bireysel afet direnci üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bulgu, afetlere hazırlık sürecinde risk farkındalığı, hazırlığın faydasına olan inanç ve bireyin kendine güveninin, direnç geliştirmede belirleyici faktörler olduğunu göstermektedir.

Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda, cinsiyet değişkenine göre bazı anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların bireysel afet direnci ve öz yeterlilik, bilgi ile başa çıkma ve duygusal başa çıkma düzeylerinin kadın katılımcılara göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Yaş değişkeni açısından, özellikle algılanan duyarlılık, algılanan ciddiyet, algılanan yarar ve öz yeterlilik alt boyutlarında anlamlı farklılıklar bulunurken; bireysel afet direncinin genel düzeyinde yaşa bağlı anlamlı bir fark saptanmamıştır. Öğrenim durumu ve mevcut yöneticiyle çalışma süresi değişkenlerine göre ise genel olarak anlamlı farklılıklar gözlenmemiştir. Kurumdaki çalışma süresi açısından yalnızca duygusal başa çıkma alt boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmuş; kurumsal deneyimi daha uzun olan çalışanların duygusal başa çıkma düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Sonuç olarak, bu araştırma genel afete hazırlık inancının bireysel afet direncinin temel belirleyicilerinden biri olduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, afetlere yönelik hazırlık çalışmalarında yalnızca teknik ve yapısal önlemlerin değil; bireylerin risk algılarının, öz yeterlilik inançlarının ve hazırlığın yararına yönelik bilişsel değerlendirmelerinin de güçlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Bu çerçevede, yerel yönetimlerde afet yönetimi politikalarının bireylerin psikolojik ve davranışsal hazırlık düzeylerini artırmaya odaklanan eğitim ve farkındalık programlarıyla desteklenmesi, bireysel ve kurumsal afet direncinin sürdürülebilir biçimde geliştirilmesine katkı sağlayacaktır.

Öneriler

Araştırma bulguları, genel afete hazırlık inancının bireysel afet direncinin anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, afetlere karşı bireysel direncin yalnızca fiziksel veya kurumsal altyapı ile değil, aynı zamanda bireylerin afetlere ilişkin algı, inanç ve davranışlarıyla da yakından ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu doğrultuda yerel yönetimlerde afet yönetimi politikalarının yalnızca teknik ve yapısal önlemlerle sınırlı kalmayarak çalışanların psikolojik, bilişsel ve davranışsal hazırlık düzeylerini güçlendiren bütüncül bir yaklaşımla ele alınması önerilmektedir.

Belediyelerde afet risk yönetimi kapsamında düzenli ve sürdürülebilir eğitim programlarının oluşturulması önem taşımaktadır. Bu eğitimlerde özellikle afet farkındalığı, risk algısı, öz yeterlilik ve afet sırasında doğru karar verme becerilerini geliştirmeye yönelik uygulamalı içeriklere yer verilmelidir. Afet eğitimlerinin yalnızca teorik bilgilendirme ile sınırlı kalmaması, tatbikatlar, masa başı egzersizleri, senaryo temelli öğrenme yöntemleri ve afet simülasyonları gibi deneyimsel öğrenme yöntemleri ile desteklenmesi çalışanların afet durumlarına yönelik hazırlık davranışlarını güçlendirebilir.

Araştırma sonuçlarında ortaya çıkan cinsiyet ve yaş gruplarına göre farklılıklar dikkate alındığında, afet eğitimlerinin ve farkındalık çalışmalarının hedef grupların özelliklerine göre yapılandırılması önerilmektedir. Özellikle farklı yaş gruplarına sahip çalışanların deneyim düzeyleri ve risk algıları göz önünde bulundurularak farklılaştırılmış eğitim programlarının hazırlanması, kurum genelinde daha dengeli ve sürdürülebilir bir afet direnci yapısının oluşmasına katkı sağlayabilir.

Yerel yönetimlerde çalışan personelin afet farkındalığının artırılması yalnızca kurum içi hazırlığı güçlendirmekle kalmayıp aynı zamanda toplumun afet bilincinin gelişmesine de katkı sağlayabilir. Bu nedenle belediye çalışanlarının afet farkındalığı eğitimlerinde aktif rol almaları ve toplumla etkileşim içerisinde bilgilendirme faaliyetlerine katılmaları teşvik edilmelidir. Böylece belediye çalışanları afet risklerinin azaltılması sürecinde yalnızca kurum içi aktörler değil, aynı zamanda toplumsal farkındalık oluşturulmasında önemli paydaşlar haline gelebilirler.

Bunun yanında gelecekte yapılacak araştırmalarda farklı yerel yönetim kurumları, kamu kurumları ve özel sektör çalışanlarını kapsayan karşılaştırmalı çalışmaların yapılması önerilmektedir. Ayrıca boyamsal araştırmalar ile afet hazırlığı ve bireysel afet direnci arasındaki ilişkilerin zaman içerisindeki değişiminin incelenmesi, afet hazırlığına yönelik davranışların daha kapsamlı biçimde anlaşılmasına katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı çalışmalar aracılığıyla çalışanların afet algıları, risk değerlendirmeleri ve hazırlık davranışları daha derinlemesine analiz edilebilir.

KAYNAKÇA

- Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (2022). *Türkiye Afet Risk Azaltma Planı (TARAP)*. T.C. İçişleri Bakanlığı.
- AlDulijand, N., Al-Wathinani, A., Abahussain, M., Alhallaf, M., Farhat, H., & Goniewicz, K. (2023). Sustainable healthcare resilience: Disaster preparedness in Saudi Arabia's Eastern Province hospitals. *Sustainability*, 16(1), Makale 198. <https://doi.org/10.3390/su16010198>
- Al-Husain, R. (2023). Promoting sustainability in Kuwait: An exploratory study of disaster management preparedness and resilience in state organizations. *Sustainability*, 15(13), Makale 10066. <https://doi.org/10.3390/su151310066>
- Bahçelievler Belediyesi. (2024). *2025–2029 stratejik planı*. İstanbul: Bahçelievler Belediyesi.
- Balut, M., Der-Martirosian, C., & Dobalian, A. (2021). Determinants of workforce preparedness during pandemics among healthcare workers at the U.S. Department of Veterans Affairs. *Journal of Primary Care & Community Health*, 12. <https://doi.org/10.1177/21501327211004738>
- Betten, T., Pettersen, K., & Albrechtsen, E. (2021). Learning in municipalities after disasters. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 30(3), 400–411. <https://doi.org/10.1108/dpm-04-2020-0092>
- Birleşmiş Milletler Afet Risklerinin Azaltılması Ofisi (UNDRR). (2015). *Sendai Afet Risk Azaltma Çerçevesi 2015–2030*.
- Bodas, M., Peleg, K., Stoloro, N., & Adini, B. (2022). Understanding societal resilience—Cross-sectional study in eight countries. *Frontiers in Public Health*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.883281>
- Bodas, M., Siman-Tov, M., Kreitler, S., & Peleg, K. (2017). Psychological correlates of civilian preparedness for conflicts. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 11(4), 451–459. <https://doi.org/10.1017/dmp.2016.163>
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (14. baskı). Pegem Akademi.
- Cabuga, C., & Cañete, R. (2023). Assessment of disaster preparedness and related knowledge among senior high students in Del Pilar National High School, Cabadbaran City, Agusan Del Norte, Philippines. *International Journal of Social Science and Human Research*, 6(6). <https://doi.org/10.47191/ijsshr/v6-i6-56>
- Chan, E., Yue, J., Lee, P., & Wang, S. (2016). Socio-demographic predictors for urban community disaster health risk perception and household based preparedness in a Chinese urban city. *PLOS Currents*. <https://doi.org/10.1371/currents.dis.287fb7fee6f9f4521af441a236c2d519>
- Chen, H., Marzo, R. R., Nu, M. L., Htay, M. N. N., Ruhi, S., Mohd, S., . . . Rahman, A. (2024). Positive coping and community resilience in disaster management for flooding in Malaysia. *Journal of Angiotherapy*, 8(2). <https://doi.org/10.25163/angiotherapy.829464>

- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2. baskı). Lawrence Erlbaum Associates.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2018). *Research methods in education* (8th ed.). London: Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315456539>
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G., & Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal bilimler için çok değişkenli istatistik*. Pegem Akademi.
- Der-Martirosian, C., Balut, M., & Dobalian, A. (2021). Household preparedness and perceptions of workforce preparedness during pandemics: A health care employee survey at the US Department of Veterans Affairs. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 16(5), 1953–1958. <https://doi.org/10.1017/dmp.2021.198>
- DeYoung, S., Lewis, D., Seponski, D., Augustine, D., & Phal, M. (2019). Disaster preparedness and well-being among Cambodian– and Laotian–Americans. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 29(4), 425–443. <https://doi.org/10.1108/dpm-01-2019-0034>
- Doğruel, F. (2025). Social and cultural foundations of earthquake-based disaster risk perception: A field study in Bandırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 23(3), 177–200. <https://doi.org/10.11611/yead.1596951>
- Flynn, J., Slovic, P., & Mertz, C. K. (1994). Gender, race, and perception of environmental health risks. *Risk Analysis*, 14(6), 1101–1108. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.1994.tb00082.x>
- Galzote, A., & Castino, J. (2023). Disaster resilience and preparedness program evaluation for enhancement. *International Journal of Scientific Research and Management*, 11(12), 5631–5661. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v11i12.em12>
- Goso, T., & Kakuzaki, T. (2023). Questionnaire on employee awareness of disaster mitigation measures in municipal governments. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 1195(1), Makale 012043. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/1195/1/012043>
- Gökmenoğlu, T., & Sönmez, E. (2024). An adaptation and validation of disaster resilience scale based on community engagement theory. *Risk Analysis*, 45(6), 1313–1331. <https://doi.org/10.1111/risa.17666>
- Gumasing, M., Prasetyo, Y., Ong, A., Nadlifatin, R., & Persada, S. (2022). Determining factors affecting the perceived preparedness of super typhoon: Three broad domains of ergonomics approach. *Sustainability*, 14(19), Makale 12202. <https://doi.org/10.3390/su141912202>
- Gülsoy, A., Uyan, Y., Özcan, E., & İskender, M. (2025). The relationship between disaster literacy levels and disaster preparedness among adults. *Natural Hazards*, 121(9), 10667–10681. <https://doi.org/10.1007/s11069-025-07225-z>
- Heagele, T., Adams, L., McNeill, C., & Alfred, D. (2022). Validation and revision of the Household Emergency Preparedness Instrument (HEPI) by a pilot study in the City University of New York. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 17. <https://doi.org/10.1017/dmp.2022.35>
- Inocian, F., Cuasito, M., Abarquez, J., Agner, K., Dekire, K., Ferran, K., ... Pelandas, A. (2025). Probing the relationship between disaster awareness and preparedness towards student's resilience in disaster management. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 9(3), 1632–1644. <https://doi.org/10.47772/ijriss.2025.90300129>
- İnal, E. (2015). *Acil durumlara/afetlere bireysel hazırlığı değerlendirmek için Sağlık İnanç Modeli'ne dayalı ölçek geliştirme* [Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- İnal, E., & Doğan, N. (2018). Improvement of general disaster preparedness belief scale based on Health Belief Model. *Prehospital and Disaster Medicine*, 33(6), 627–636. <https://doi.org/10.1017/s1049023x18001012>
- Karancı, A. N., Akşit, B., & Dirik, G. (2005). Impact of a community disaster awareness training program in Turkey: Does it influence hazard-related cognitions and preparedness behaviors? *Social Behavior and Personality*, 33(3), 243–258.
- Karasar, N. (2016). *Bilimsel araştırma yöntemi* (30. baskı). Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kılınç, E., & Demirkaya, Z. (2024). Relationship between disaster response self-efficacy and disaster preparedness in nursing students: After-earthquake study. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 18. <https://doi.org/10.1017/dmp.2024.69>

- Kılınç, E., Serpen, E., Boztoprak, Z., Çınkır, Ö., & Çınar, E. (2025). The relationship between disaster literacy and disaster preparedness in community: After earthquake study. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 19. <https://doi.org/10.1017/dmp.2025.48>
- Kim, Y., & Lee, O. (2021). Influencing factors on awareness of disaster preparedness of long-term care hospital employees. *Crisis and Emergency Management Theory and Praxis*, 17(12), 71–80. <https://doi.org/10.14251/crisisonomy.2021.17.12.71>
- Köse, T. (2025). Gender and medication use in Turkey: Evidence from a general population survey. *PLOS ONE*, 20(4), Makale e0321590. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0321590>
- Lee, Y., Park, S., Lee, M., & Nam, E. (2023). Influencing factors of early childhood teachers' disaster preparedness. *Frontiers in Public Health*, 11, Article 1249736. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2023.1249736>
- Liao, K., & Hu, Y. (2025). Factors influencing disaster preparedness behaviors of older adults. *PLOS ONE*, 20(2), e0315617. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0315617>
- Lin, B., & Lee, C. (2022). Conducting an adaptive evaluation framework of importance and performance for community-based earthquake disaster management. *Natural Hazards*, 115(2), 1255–1274. <https://doi.org/10.1007/s11069-022-05594-3>
- Matsuda, F. (2024). Current status and challenges of disaster response and rehabilitation measures for vulnerable populations in Kagoshima Prefecture, Japan: A cross-sectional study. *Journal of Disaster Management and Community Resilience*, 1(2), 85–95. <https://doi.org/10.61511/jdmcr.v1i2.1224>
- Meydaneri, E., & Şimşek, Z. (2025). Secondary traumatization among NGO humanitarian workers in the aftermath of the 2023 Türkiye earthquakes: Implications for disaster management plans. *Turkish Journal of Traumatic Stress*, 1(3), 124–133. <https://doi.org/10.63175/tjts.34>
- Muksalmina, M. (2025). The effect of disaster management preparedness and risk perception on community psychological resilience with stress coping as a mediating variable. *Indatu Journal of Management and Accounting*, 3(2), 110–119. <https://doi.org/10.60084/ijma.v3i2.371>
- Norris, F. H., Stevens, S. P., Pfefferbaum, B., Wyche, K. F., & Pfefferbaum, R. L. (2008). Community resilience as a metaphor, theory, set of capacities, and strategy for disaster readiness. *American Journal of Community Psychology*, 41(1–2), 127–150. <https://doi.org/10.1007/s10464-007-9156-6>
- Oral, M., Yenel, A., Oral, E., Aydın, N., & Tuncay, T. (2015). Earthquake experience and preparedness in Turkey. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 24(1), 21–37. <https://doi.org/10.1108/dpm-01-2013-0008>
- Paton, D. (2013). Disaster resilient communities: Developing and testing an all-hazards theory. *Journal of Integrated Disaster Risk Management*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.5595/idrim.2013.0050>
- Paton, D., & Johnston, D. (2001). Disasters and communities: Vulnerability, resilience and preparedness. *Disaster Prevention and Management: An International Journal*, 10(4), 270–277. <https://doi.org/10.1108/09653560110406706>
- Paton, D., Smith, L., & Johnston, D. (2005). When good intentions turn bad: Promoting natural hazard preparedness. *Australian Journal of Emergency Management*, 20(1), 25–30.
- Permana, I. (2022). The effect of disaster training, social support and social capital on community self-efficacy in dealing with tsunami disaster in Pangumbahan Village, Ciracap District, Sukabumi Regency. *Risenologi*, 7(1a), 56–62. <https://doi.org/10.47028/j.risenologi.2022.71a.333>
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Rogayan, D., & Dollete, L. (2020). Disaster awareness and preparedness of barrio community in Zambales, Philippines: Creating a baseline for curricular integration and extension program. *Review of International Geographical Education (RIGEO)*. <https://doi.org/10.33403/rigeo.634564>
- Saltzman, L., & Hansel, T. (2024). Psychological and social determinants of adaptation: The impact of finances, loneliness, information access and chronic stress on resilience activation. *Frontiers in Psychology*, 15, Article 1245765. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1245765>

- Sen, G. (2025). Disaster risk perception and individual resilience among university students: A structural equation modeling approach from Türkiye. *Journal of Contingencies and Crisis Management*, 33(4). <https://doi.org/10.1111/1468-5973.70098>
- Song, Y. (2025). Municipal resilience bonds for earthquake risk reduction: A financing model for Istanbul's infrastructure. *Academia Engineering*, 2(4). <https://doi.org/10.20935/acadeng7947>
- Sulak, S., & Köklü, N. (2025). Assessment of university students' earthquake coping strategies using artificial intelligence methods. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-17555-4>
- Şen, G. (2022). *Toplumda suç korkusu ve sosyal sermaye dinamikleri açısından afet direnci: Burdur–Antalya kent merkezi örneği* (Tez No. 708679) [Doktora tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using multivariate statistics* (7th ed.). Boston, MA: Pearson.
- Tepetaş, M., Arslantaş, D., Yücel, E., Akdağ, Z., & Ünsal, A. (2024). Evaluating disaster literacy and individual disaster resistance among municipal employees. *Resilience*, 8(2), 139–149. <https://doi.org/10.32569/resilience.1485093>
- United Nations Office for Disaster Risk Reduction (UNDRR). (t.y.). *UNDRR*. <https://www.undrr.org>
- Yıldız, A., Dickinson, J., Priego-Hernández, J., & Teeuw, R. (2022). Children's disaster knowledge, risk perceptions, and preparedness: A cross-country comparison in Nepal and Turkey. *Risk Analysis*, 43(4), 747–761. <https://doi.org/10.1111/risa.13937>



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA MAKALESİ

Neoliberal Rasyonalite ve Sosyal Çözülme: Türkiye’de Devletin İktisadi Dönüşümü Ekseninde Özelleştirme Deneyiminin Ekonomi Politikası

Neoliberal Rationality and Social Disintegration: The Political Economy of Privatization Experience Within the Axis of Turkey’s Economic Transformation of the State

Ebru Erbudak 

e-mail: erbudakebru@hotmail.com

Özet

Türkiye’de neoliberal rasyonalitenin kurumsal düzlemdeki temel yansıması; 1980’li yıllarla birlikte küresel kapitalizmin merkezine yerleşen özelleştirme politikalarıdır. Özelleştirme uygulamalarının kuramsal düzeyde vaat ettiği iktisadi etkinlikler ve mali disiplin hedefleri ile Türkiye’nin kırk yılı aşan deneyiminde meydana gelen ağır sosyal maliyetler arasındaki yapısal çelişki, konunun ana araştırma problemini oluşturmaktadır. Devletin “girişimci” kimliğinden “düzenleyici” bir aktöre dönüşüm sürecini odağına alan çalışma; mülkiyet değişiminin işgücü piyasaları ve toplumsal refah üzerindeki etkilerini ekonomi politik bir perspektifle irdelemeyi amaçlamaktadır. Yöntem olarak doküman analizinin benimsendiği süreçte; Kamu İktisadi Teşebbüsleri’ nin (KİT) tasfiyesine dair veriler ve literatürdeki çeşitli anlayışlar tarihsel bir süzgeçten geçirilerek nitel bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Edinilen bulgular, özelleştirmenin salt teknik bir mülkiyet devri olmadığını, aksine Türkiye’de istihdam güvencesinin aşındığı, sendikasılaşmanın yapısal hale geldiği ve kamusal zenginliğin belirli sermaye gruplarında yoğunlaştığı bir “sosyal çözülme” sürecinin önünü açtığını göstermektedir. Ortaya konulan bu tablo çerçevesinde metin; ekonomik verimlilik hedeflerinin kapsayıcı kalkınma planları ve sosyal adalet ile dengelendiği, düzenleyici kurumların siyasi özerkliğinin korunduğu sosyal refah odaklı bir karma ekonomi perspektifi önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Düzenleyici Devlet, Ekonomi Politik, Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), Neoliberalizm, Özelleştirme, Sosyal Çözülme.

Citation / Atf: ERBUDAK, E. (2026). Neoliberal Rasyonalite ve Sosyal Çözülme: Türkiye’de Devletin İktisadi Dönüşümü Ekseninde Özelleştirme Deneyiminin Ekonomi Politikası. *Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi*.2(1), 25-34, <https://doi.org/>

Corresponding author / Sorumlu yazar:
Ebru Erbudak
E-mail: erbudakebru@hotmail.com



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

Abstract

The primary reflection of neoliberal rationality on an institutional level in Türkiye has been the privatization policies that have formed the central axis of global capitalism since the 1980s. The structural contradiction between the goals of economic efficiency and fiscal discipline promised by privatization practices at a theoretical level and the severe social costs incurred during Türkiye's more than forty years of experience constitutes the main research problem of this study. Focusing on the transformation process of the state from an "entrepreneurial" identity to a "regulatory" actor, this study aims to examine the effects of ownership change on labor markets and social welfare through a political economy perspective. Utilizing document analysis as the primary method, data regarding the liquidation of State Economic Enterprises (SEEs) and various conceptual frameworks in the literature were subjected to a qualitative evaluation through a historical lens. The findings indicate that privatization is not merely a technical transfer of ownership; on the contrary, it has paved the way for a process of "social disintegration" in Türkiye, characterized by the erosion of job security, the structuralization of de-unionization, and the concentration of public wealth within specific capital groups. Within the framework of this outlook, the study proposes a social welfare-oriented mixed economy perspective in which economic efficiency targets are balanced with inclusive development plans and social justice, and the political autonomy of regulatory institutions is preserved.

Keywords: Regulatory State, Political Economy, State Economic Enterprises (SEEs), Neoliberalism, Privatization, Social Disintegration.

1. GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı sonrası dönemin iktisadi modeli olan Keynesyen Refah Devleti anlayışının 1970'lerde yaşadığı yapısal kriz, küresel boyutta yeni bir yönetim rasyonalitesinin doğuşuna ortam hazırlamıştır. Bu krizden çıkış reçetesi olarak öne sürülen neoliberalizm; devletin ekonomideki rolünün radikal bir biçimde sınırlandırılmasını, piyasaların kural dışılaştırılmasını ve kamu mülkiyetinin özel sektöre devrini temel bir şart olarak vazetmiştir (Harvey, 2005). Neoliberal iktisat anlayışı, kamu mülkiyetini doğası gereği "verimsiz" ve "siyasi müdahaleye açık" olarak yaftalarken; piyasayı rasyonel kaynak tahsisinin tek merkezi olarak konumlandırmıştır (Friedman, 2002). Bu süreçte devlet, doğrudan üretim yapan girişimci kimliğinden sıyrılarak, sermaye birikiminin önündeki bariyerleri kaldıran ve mülkiyet haklarını güvence altına alan bir düzenleyici aktöre dönüşmüştür (Jessop, 2002). Türkiye, küresel ölçekteki bu paradigma değişimine 24 Ocak 1980 kararları ile eklenmiş; IMF ve Dünya Bankasının desteklediği yapısal uyum programlarıyla ekonominin dışa açılma dönemini başlatmıştır (Boratav, 2003). Bu entegrasyonun en önemli ve toplumsal sonuçları açısından tartışmalı kısmını özelleştirme politikaları oluşturmuştur. Erken Cumhuriyet döneminden bu yana ulusal kalkınmanın, sanayileşmenin ve modernleşmenin bir aracı olarak tasarlanan Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), neoliberal dönemde "kamu maliyesi üzerinde bir yük ve piyasa etkinliğini bozan bir unsur olarak tanımlanarak tasfiye sürecine sokulmuştur (Yeldan, 2001).

Özelleştirme politikaları Türkiye'de ilk başlarda mali disiplin, bütçe açıklarının kapatılması ve sermayenin tabana yayılması gibi teknik sebeplerle savunulmuştur (Karluk, 1994). Fakat uygulama aşamaları, bu teknik gerekçelerden ziyade; mülkiyetin belli gruplarda yoğunlaştığı, istihdamın güvencesiz hal aldığı ve bölgesel kalkınma dinamiklerinin tahribata uğradığı bir sosyal çözülme manzarasını ortaya çıkarmıştır (Sönmez, 2011). Türkiye ekonomisinin 2000'li yıllarda içine girdiği ikinci neoliberal dalga, özelleştirmeyi iktisadi bir araç olmaktan öte, aynı zamanda devletin toplumsal sahadaki ağırlığını azaltan ideolojik bir aygıtla dönüştürmüştür (Öniş, 2004). Bu çalışma, Türkiye'nin özelleştirme tecrübesini

sadece bir mülkiyet devri olarak değil, devletin iktisadi rasyonalitesindeki dönüşümün toplumsal yapı üzerindeki ekonomi politik bir izdüşümü olarak incelemektedir. Özelleştirme yoluyla beklenen piyasa etkinliği ile toplumsal eşitsizlik arasındaki derin çelişkiyi çözümlenmeye odaklanan bu çalışma, özelleştirme aşamalarını ekonomi politik bir perspektifle incelemeyi amaçlamaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Özelleştirme kavramı, iktisat literatüründe salt bir mülkiyet devri olarak değil, devletin toplumsal alandaki iktisadi aklının kökten değişimi olarak ele alınmaktadır. 1980 sonrası dönemde küresel bir hegemonya kuran neoliberal paradigma, kamu mülkiyetini verimsizliğin merkezine yerleştirirken, piyasa mekanizmasını kaynak tahsisinde tek etkin kuvvet olarak tanımlamıştır. Bu bağlamda özelleştirme politikaları; devletin girişimci rolünden çıkıp düzenleyici bir kimliğe bürünmesini amaçlayan bir devlet reformunun en somut ayağını oluşturmuştur. Aşağıda, Türkiye'nin özelleştirme deneyimini kuramsal bir temele oturtmak amacıyla; neoliberal devlet dönüşümü, mülkiyet hakları teorisi ve sürecin ekonomi politik eleştirel bir süzgeçten geçirilmektedir.

2.1. Neoliberalizm ve Devletin Dönüşümü: Düzenleyici Devlet Kuramı

Neoliberal dönüşüm sürecinde, devletin ekonomideki rolü doğrudan üretimden piyasa düzenleyiciliğine kaymıştır. Bu aşamada ortaya çıkan “Düzenleyici Devlet” modeli, devletin mülkiyet sahibi olarak piyasada yer tutmasını verimsizlik kaynağı olarak görür (Majone, 1994). Bu teoriye göre devlet, yalnızca bağımsız yönetim otoriteleri aracılığıyla rekabet kurallarını belirleyen bir “hakem” olmalıdır. Fakat eleştirel kaynaklar, bu dönüşümün kamusal denetimin gücünü azalttığını ve Stigler'ın (1971) «Düzenleyici Ele Geçirme» kuramında ifade ettiği gibi, denetleme mekanizmalarının sermaye gruplarının etkisi altına girmesine yol açtığını savunmaktadır.

2.2. Mülkiyet Hakları ve Kamu Tercih Teorileri

Özelleştirmeyi savunan ana akım yaklaşımlar, temel görüşlerini «Mülkiyet Hakları Teorisi» çerçevesinde yapılandırmaktadır. Alchian ve Demsetz (1972) tarafından geliştirilen bu anlayışa göre, kamu mülkiyeti anonim bir yapıda olduğu için yönetici ve çalışanlar üzerinde etkin bir denetim mekanizması oluşturamaz. Mülkiyetin özel ellere devri, “asıl-vekil” sorununu çözerek işletme performansını en üst seviyeye taşıyacaktır. Buna ek olarak “Kamu Tercih Teorisi”, KİT'leri siyasetçilerin popülist saiklerle (kayırmacılık, yandaş istihdamı, siyasi rant vb.) kullandığı yapılar olarak tanımlar ve müdahalesini engelleyen yapısal bir gereklilik olarak görür (Buchanan, 1987).

2.3. Mülksüzleşme Yoluyla Birikim ve Sosyal Çözüm

Eleştirel ekonomi politik anlayış özelleştirmeyi geleneksel verimlilik tartışmalarının aksine, bir “mülksüzleşme” süreci olarak yorumlamaktadır. David Harvey (2005), özelleştirmeyi kamusal varlıkların sermaye birikim krizinden kurtulmak için özel sektöre transfer edilmesi olarak tanımlar. Türkiye pratiğinde bu durum, kamusal kaynakların sınıfsal bir bölüşüm şokuna uğraması ve Korkut Boratav'ın (2003) vurguladığı «emeğin korumasız bırakılması» sürecini beraberinde getirmiştir. Özelleştirme sonrası ortaya çıkan sosyal çözümme; sendikasılaşma, güvencesiz çalışma ve bölgesel kalkınma dinamiklerinin aşınmasıyla karakterize edilen toplumsal bir sonuçtur (Sönmez, 2011).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİ SETİ

Bu çalışma, Türkiye'nin özelleştirme sürecini, aşamalarını ve bu sürecin yarattığı sosyal çözülmeyi anlamak saikiyle nitel araştırma deseni üzerine kurgulanmıştır. Sosyal bilimlerde olayların toplumsal ve tarihsel bağlamını anlama amacıyla rakamsal verilerin ötesine geçen nitel analizler, olgunun neden ve nasıl gerçekleştiğini açıklama yeterliliğine sahiptir.

3.1. Veri Toplama Teknikleri ve Kapsam

Araştırmanın veri seti; Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (ÖİB) tarafından yayınlanan resmi istatistikler, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) işgücü verileri ve Sayıştay'ın denetim raporlarından oluşmaktadır.

Bunlara ilave olarak, özelleştirilen stratejik kurumlara (Türk Telekom, Şeker Fabrikaları, TÜPRAŞ, vb.) yönelik hazırlanan sektörel raporlara ve sendika bültenlerine, sürecin sosyal maliyetini tahlil etmek amacıyla ikincil veri kaynağı olarak başvurulmuştur.

3.2. Analiz Yöntemi: Ekonomi Politik ve Doküman Analizi

Verilerin çözümlenmesinde doküman analizi tekniği kullanılmıştır. İncelenen veriler, metinler ve çıktılar, çalışmanın teorik kısmında belirtilen neoliberal devlet dönüşümü ve mülksüzleşme kuramları çerçevesinde tasnif edilmiştir. Analiz süreci; özelleştirme öncesi ve sonrası dönemlerin karşılaştırılması, istihdam yapısındaki değişimlerin tespiti ve kamusal varlıkların mülkiyet yoğunlaşmasının izlenmesi adımlarını içermektedir. Çalışmanın metodolojik yapısı, iktisadi süreçleri toplumsal güç ilişkilerinden soyutlanmış görmeyen ekonomi politik bir bakış açısına dayanmaktadır.

3.3. Araştırmanın Kısıtlılıkları ve Etik Bildirim

Bu araştırma, Türkiye'nin elli yıla yaklaşan özelleştirme deneyimini stratejik sektörler (enerji, sanayi, telekomünikasyon) alanlarında sınırlandırmıştır. Makalenin temel kısıtlılığı, bazı özelleştirilmiş kurumların devir sonrası verilerinin «ticari sır» kapsamında kamuya kapalı olması sebebiyle erişilen verilerin kamuya açık raporlarla sınırlı olmasıdır. Çalışmanın tüm safhalarında “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” esas alınmış; etik dışı hiçbir uygulamaya yer verilmemiştir. Başvurulan tüm düşünce ve veriler, bilimsel dürüstlük ilkesi gereği kaynakça listesinde eksiksiz olarak beyan edilmiştir.

4. TÜRKİYE’DE ÖZELLEŞTİRME SÜRECİNİN TARİHSEL VE YAPISAL ANALİZİ

Türkiye’de özelleştirme uygulamaları, salt bir iktisadi tercih olmaktan ziyade, devletin ekonomik alandaki egemenlik gücünün kısıtlanması ve sermaye birikim sisteminin kökten değiştirilmesi sürecini açıklar. 1980 sonrası neoliberal entegrasyon ile başlayan bu süreç, zamanla farklı siyasi ve iktisadi dinamiklerle dönüşerek günümüze kadar gelmiştir. Bu bölüm, Türkiye'nin özelleştirme pratiğini üç temel aşama üzerinden inceleyerek, sürecin yapısal sonuçlarını ortaya koymaktadır.

4.1. Başlangıç ve Mevzuatın İnşası: 1980-1990 Dönemi

Türkiye ekonomisi için 24 Ocak 1980 Kararları, ithal ikameci sanayileşme modelinden dışa açık, piyasa odaklı bir modele geçişin başlangıcıdır. Bu süreçte özelleştirme, kamu maliyesindeki düzensizlikleri gidermek ve KİT’lerin sebep olduğu “mali yükü” hafifletmek hedefiyle gündeme gelmiştir (Boratav, 2003). 1984 yılında çıkarılan 2983 sayılı Kanun ve akabinde kurulan toplu konut ve kamu ortaklığı idareleri, özelleştirmenin kurumsal altyapısını oluşturmuştur. Fakat bu ilk dönemde, hukuki engeller ve toplumsal direnç nedeniyle uygulamalar kısıtlı kalmış, özelleştirme daha çok “halka arz” ve “mülkiyetin tabana yayılması” söylemiyle toplumsal rızaya dayandırılmak istenmiştir (Karluk, 1994).

4.2. Yapısal Uyum ve Hızlanma: 1990-2002 Dönemi

1990’lı yıllar, Türkiye’de özelleştirmenin hem hukuki bir temele (4046 sayılı Kanun) oturduğu hem de uluslararası finans kuruluşlarının (IMF ve Dünya Bankası) baskısıyla yapısal uyum programlarının merkezine yerleştiği bir süreçtir. 1994 ekonomik krizi sonrası yayımlanan 5 Nisan Kararları, özelleştirmeyi bütçe açıklarını kapatmada kurtuluş reçetesi olarak kurgulamıştır (Yeldan, 2001). Bu dönemde, özellikle yem, süt ve çimento sanayii gibi sahalardaki kamu varlıkları hızla tasfiye edilmiştir. Fakat bu süreç, aynı zamanda “yolsuzluk” iddialarının, şeffaflık tartışmalarının ve yargı kararlarıyla iptal edilen satışların (örneğin Kardemir ve liman özelleştirmeleri) yoğunlaştığı bir istikrarsızlık dönemini de yansıtır (Sönmez, 2011).

4.3. Agresif Özelleştirme ve Stratejik Sektörlerin Tasfiyesi: 2002 Sonrası

2002 yılında başlayan ve günümüze kadar uzanan dönem, Türkiye özelleştirme tarihinin en “agresif” ve kapsamlı safhasıdır. Bu dönemde özelleştirme, verimsiz işletmelerin devrinden ziyade; demir çelik, telekomünikasyon, enerji ve limanlar gibi stratejik sektörlerin tamamen özel sermayeye devredilmesi

durumuna gelmiştir. Türk Telekom (2005), ERDEMİR (2006), TÜPRAŞ (2006), ve Tekel'in içki bölümünün satışı, kamu mülkiyetinin stratejik sahalardaki geri çekilişinin en belirgin örnekleridir (Öniş, 2004). Harvey'in (2005) "mülksüzleşme yoluyla birikim" savıyla uyumlu olarak bu süreçte, kamusal varlıklar salt iktisadi birer birim değil, küresel ve yerel sermayeye sunulan yeni kâr alanlarına dönüştürülmüştür. Özelleştirme İdaresi verilerine göre, Cumhuriyet tarihi boyunca yapılan toplam özelleştirmelerden elde edilen gelirin %90'ından fazlası bu dönemde sağlanmıştır (ÖİB, 2024).

4.4. Yapısal Sonuçlar: Piyasa Tekelleşmesi ve İstihdam Kaybı

Özelleştirme politikalarının Türkiye ekonomisindeki en temel yapısal sonucu, «kamu tekellerinin yerini özel tekellerin alması» olmuştur. Özellikle enerji ve telekomünikasyon sektörlerinde beklenen rekabet ortamı tam manasıyla oluşmadığı için fiyatlama politikaları toplumsal yarardan ziyade kâr odaklı duruma gelmiştir (Yeldan, 2001). İstihdam boyutunda ise; özelleştirilen kurum çalışanlarının statü kaybı, taşeronlaşmanın yaygınlaşması ve sendikal örgütlülüğün zayıflaması, sürecin en ağır sosyal maliyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu manzara, ekonomik verimlilik vaadiyle yola çıkan özelleştirmenin, aslında bir "sosyal çözümme" projesine dönüştüğünün ispatıdır (Sönmez, 2011).

5. ÖZELLEŞTİRMENİN SOSYAL MALİYETİ: İSTİHDAM, SENDİKALAR VE GÜVENCESİZLİK

Türkiye'de özelleştirme politikaları, iktisadi etkinlik ve verimlilik artışı vaadiyle meşrulaştırılsa da uygulamanın en ağır faturası işgücü piyasaları ve toplumsal yapı üzerinde somutlaşmıştır. Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), yalnızca mal ve hizmet üreten birimler değil; aynı zamanda istihdamın sürekliliği, çalışanların sosyal hakları ve sendikal örgütlülük açısından birer kale görevindeydi. Bu kurumların tasfiyesi, çalışma yaşamında köklü bir yöntem değişimini de beraberinde getirmiştir.

5.1. Emeğin Esnekleşmesi ve Güvencesiz İstihdam Rejimi

Özelleştirme sonrası işletmeleri devralan özel sektör aktörleri, maliyet minimizasyonu planı dahilinde öncelikle istihdamın daraltılması ve işgücü maliyetlerinin aşağı çekilmesini odağa almışlardır. Bu aşamada, kamu dönemindeki güvenceli istihdam yerini hızla esnek ve güvencesiz çalışma biçimlerine bırakmıştır (Şaylan, 2002). 4046 sayılı Özelleştirme Kanunu kapsamında çalışanların bir bölümü diğer kamu kurumlarına (4/C statüsü gibi tartışmalı modellerle) aktarılırken, büyük bir bölümü de istihdam dışı kalmıştır. Ansal vd. (2000) tarafından yapılan alan araştırmaları, özelleştirilen kurumlarda iş yoğunluğunun arttığını; buna karşılık reel ücretlerin ve sosyal hakların ters orantılı bir seyirle gerilediğini göstermektedir. Bu durum, Türkiye'de emeğin "prekaryalaşma" sürecini hızlandıran temel yapısal kaldıraçlardan biri olmuştur.

5.2. Sendikal Gücün Erimesi ve Kolektif Hakların Tasfiyesi

Kamu sektörü, Türkiye'de işçi sınıfının sendikal açıdan en örgütlü olduğu sahadır. Özelleştirme, bu örgütlü kuvveti kırmanın bir manivelası olmuştur. KİT'lerin özel sektöre devriyle birlikte, sendikasılaştırma politikaları bir işletme modeli haline gelmiştir (Koç, 2003). Sendikaların işyerlerindeki denetim gücünün kırılması, ücret pazarlığını zayıflatmanın yanı sıra, iş sağlığı ve güvenliği standartlarının da aşınmasına da yol açmıştır. Yalman (2002) bu dönemi; devletin sınıflar arası tarafsızlık iddiasını bir kenara bırakarak, doğrudan sermaye birikim süreçlerini güvence altına alan ve disipline eden bir aygıt dönüşmesi olarak tanımlar.

5.3. Yerel Ekonomilerin Çöküşü ve Sosyal Dışlanma

Özelleştirmenin sosyal maliyeti yalnızca fabrikaların iç yapısıyla sınırlı kalmamış, bu kurumların bulunduğu yerel ekosistemleri de vurmuştur. Özellikle «tek işletmeli kasabalar» olarak bilinen bölgelerde (örneğin Zonguldak Kömür İşletmeleri, Seydişehir Eti Alüminyum veya çeşitli Şeker Fabrikaları), fabrikanın özelleştirilmesi veya kapatılması tarım üreticisinin, yerel esnafın ve sosyal hayatın topyekün çöküşüne sebep olmuştur (Bağımsız Sosyal Bilimciler, 2005). Bu durum, bölgesel gelişmişlik farklarını derinleştirmiş, işsizlik temelli iç göç dalgalarının önünü açmış ve kentsel alanlarda yeni bir "sosyal

dışlanma” modeli yaratmıştır. Bu yönüyle özelleştirme, sadece bir mülkiyet değişimi değil, cumhuriyetin kurucu iktisadi aklındaki ortak refah anlayışının feda edilmesidir.

6. STRATEJİK SEKTÖRLERDE MÜLKİYET DEĞİŞİMİ VE ULUSAL GÜVENLİK İKİLEMİ

Özelleştirme politikalarının çok tartışılan ve kamuoyunda geniş yankı bulan aşaması, «doğal tekell» niteliğindeki önemli sektörlerin özel sermayeye aktarımıdır. İktisat literatüründe enerji, ulaşım ve haberleşme gibi alanlar, yüksek sabit maliyetleri ve toplumsal hayatın sürdürülebilirliği üzerindeki yaşamsal etkileri sebebiyle piyasa başarısızlıklarına en açık alanlar olarak bilinir (Stiglitz, 2002). Türkiye’de 2000’li yılların ortasından itibaren bu sektörlerde yaşanan agresif mülkiyet değişimi, ekonomik verimlilik tartışmalarından ziyade bir kamu yararı ve ulusal güvenlik meselesine dönüşmüş; bu durum, özelleştirmenin meşruiyet zeminini de tartışılmalı hale getirmiştir.

6.1. Haberleşme Egemenliği ve Türk Telekom Deneyimi

Haberleşme altyapısı, modern devletin hem ekonomik hem de güvenlik bürokrasisinin sinir sistemini teşkil eder. 2005 yılında Türk Telekom’un blok satış yöntemiyle özelleştirilmesi, Türkiye’nin bu stratejik altyapı üzerindeki doğrudan kontrolünü zayıflatmıştır. Gürak (2016), telekomünikasyon gibi teknoloji yoğun sektörlerde mülkiyetin özel sermayeye devrinin, siber güvenlikten veri mahremiyetine kadar geniş bir risk yelpazesi yarattığını vurgular. Nitekim, Lübnan kökenli Oger Telekom (OTAŞ) döneminde kurumun kârlarının temettü olarak dışarı aktarımı ancak altyapı yatırımlarının (özellikle fiber optik dönüşümün) beklenen hızda gerçekleşmemesi, mülkiyet devrinin her zaman teknolojik ilerleme getirmediğinin kanıtıdır (Sönmez, 2018). Bu durum, devletin stratejik bir varlık üzerindeki düzenleyici gücünün, kâr maksimizasyonu amaçlayan özel sermaye karşısında nasıl sınırlı kaldığının tipik bir örneğidir.

6.2. Enerji Arz Güvenliği ve Dağıtımın Ekonomi Politikası

Enerji sektörü, üretimden dağıtıma kadar bir bütün olarak ulusal kalkınmanın ve toplumsal refahın lokomotif gücüdür. Türkiye’de elektrik dağıtım bölgelerinin tamamen özel sektöre aktarılması, devletin enerji fiyatları ve yatırım takvimleri üzerindeki doğrudan etkisini ve gücünü ortadan kaldırmıştır. Pamir (2017), enerjinin sadece bir meta olmaktan ziyade, stratejik bir hizmet olduğunu; bu sahanın piyasa dinamiklerine terk edilmesinin “arz güvenliği” risklerini beraberinde getirdiğini vurgular. Özellikle kış aylarında yaşanan bölgesel kesintiler ve enerji fiyatlarındaki dramatik artışlar, özel şirketlerin kâr maksimizasyonu öncelikleri ile toplumun kesintisiz ve ucuz enerjiye ulaşım hakkı arasındaki çelişkiyi piyasa merkezli yönetimin bir krizi olarak görünür kılmıştır. Bu noktada devletin kurduğu EPDK gibi düzenleyici kurumlara yönelik “düzenleyici ele geçirme” eleştirileri, kamu denetiminin sermaye grupları yararına esnetildiği tartışmalarını güçlendirmektedir (Majone, 1996).

6.3. Limanlar ve Lojistik Stratejisi: Mavi Vatanın İktisadi Sınırları

Türkiye’nin jeopolitik konumu gereği limanlar, dış ticaretin ve askeri lojistiğin ana arterleridir. Mersin, İskenderun ve Derince gibi önemli limanların uzun süreli işletme haklarının devri, deniz ticaretindeki kontrol yetkisinin özel sektöre temlik edilmesiyle neticelenmiş; bu durum stratejik özerklik konusunu tartışmaya açmıştır (Eşiyok, 2012). Kamu mülkiyetindeyken bölgesel kalkınma ve güvenlik odaklı yönetilen bu stratejik tesisler; özelleştirme sonrası yalnızca maliyet-fayda analizine dayalı, kâr odaklı işletmelere dönüşmüştür. Sonuç olarak, stratejik sahalardaki mülkiyet devri; devleti bir üretici olmaktan çıkarmakla kalmayıp, kriz dönemlerinde piyasaya yön verme gücünü de büyük ölçüde baskılamıştır.

7. ÖZELLEŞTİRMENİN EKONOMİ POLİTİĞİ: SERMAYE TRANSFERİ VE “KAYIRMACI KAPİTALİZM”

Türkiye’de özelleştirme politikaları, teknik bir verimlilik arayışından ziyade, devlet eliyle sermaye birikiminin yeniden düzenlendiği bir ekonomi politik süreci ifade eder. Bu durum yalnızca kamusal varlıkların piyasaya açılması değil, aynı zamanda mülkiyetin belirli sermaye grupları lehine el

değiştirdiği bir “sınıfsal yeniden dağıtım” sistemidir (Yeldan, 2001). Literatürde “Kayırmacı Kapitalizm” olarak kavramsallaştırılan bu yapı, siyasi karar alıcılar ile iş dünyası arasındaki ilişkilerin özelleştirme ihalelerine nasıl yansındığını analiz etmek için kritik bir yol haritası sunar.

7.1. Mülksüzleşme Yoluyla Birikim: Kamusal Varlıkların Transferi

Özelleştirme, David Harvey’in (2005) «mülksüzleşme yoluyla birikim» tezi çerçevesinde ele alındığında, sermaye birikim sıkıntılarını aşmak için kamusal sahanın metalaştırılması aşamasıdır. Türkiye örneğinde bu süreç, toplumun tümüne ait olan stratejik tesislerin, arazilerin ve limanların piyasa değerinin çok altında bedellerle veya elverişli ödeme şartlarıyla belirli gruplara aktarılması biçiminde tezahür etmiştir (Sönmez, 2011). Boratav (2005) bu durumu, devletin toplumsal zenginliği vergilendirme aracılığıyla değil, mülkiyet tasfiyesiyle sermayeye devrettiği bir rant ekonomisi olarak tanımlar. Burada amaç işletme verimliliğinden ziyade, sermayenin kâr alanlarını kamusal mülkiyet aleyhine genişletmektir.

7.2. İhale Süreçleri ve Kayırmacı İlişkiler Ağı

Özelleştirme ihalelerinin şeffaflığı ve rekabetçi yapısı, kamu yararının korunması ve kaynak tahsisinde verimliliğin sağlanması bakımından kritik bir öneme sahiptir. Bedirhanoglu (2009), Türkiye’de özelleştirmenin “devletin piyasalaşması” aşamasında, siyasi iktidara yakın sermaye aktörlerinin (yandaş sermaye) bu ihaleler yoluyla palazlandırıldığını ileri sürer. Bu sistem, yalnızca iktisadi bir rasyonalite ile değil, siyasi sadakat ve bağımlılık ilişkileriyle yürümektedir. İhalelerin kapalı kapılar ardında veya belirli şartnamelerle yönlendirilmesi, Khan’ın (2000) üzerinde durduğu “rant kollama” faaliyetlerini kurumsallaştırmıştır. Bu durum, serbest piyasa ekonomisinin vaat ettiği “rekabetçi ortam” yerine, devlet koruması altındaki ayrıcalıklı bir sermaye sınıfının doğuşuna yol açmıştır.

7.3. Kamu Zararı ve Toplumsal Bölüşüm Şoku

Özelleştirmenin ekonomi politikası, nihai aşamada bir bölüşüm şokuna karşılık gelir. Kamu borçlarını kapatma saikiyle elden çıkarılan varlıklardan sağlanan gelirlerin, kalıcı ve sürdürülebilir yatırımlara dönüştürülmek yerine cari harcamalara ve dış borç faiz ödemelerine aktarılması; toplumun gelecekteki refahından feragat edilmesi sonucunu doğurmuştur (Yeldan, 2011). Özelleştirilen kurumlarda yaşanan fiyat artışları ve bu kârların dar bir sermaye grubunda yoğunlaşması, gelir eşitsizliğini yapısal bir sorun haline getirmiştir. Bu yanı sıra özelleştirme, Türkiye’de sınıfsal uçurumu derinleştiren ve orta sınıfın kamusal hizmetlere erişimini sınırlayan ideolojik bir aygıt işlevi görmüştür.

8. PİYASALAŞMANIN SINIRLARI VE YENİDEN KAMUSALLIK ARAYIŞI

Türkiye’de kırk yılı aşkın süredir devam eden özelleştirme serüveni, bugün yalnızca iktisadi bir verimlilik tartışmasıyla değil, aynı zamanda küresel ölçekte dönüşen bir ‘kamusallık’ paradigmasıyla birlikte okunmaktadır. 1980’lerin ‘devletin küçültülmesi’ yönündeki neoliberal inancı; özellikle 2008 küresel finans krizi ve pandemi süreciyle birlikte yerini, ‘stratejik devlet’ ve ‘yeniden kamulaştırma’ arayışlarına bırakmıştır. Bu bölüm, Türkiye’nin özelleştirme deneyimini ve kamusal hizmetlerin piyasalaşma pratiğini, değişen küresel eğilimler bağlamında eleştirel bir süzgeçten geçirmektedir.

8.1. Küresel Paradigma Kayması: Yeniden Kamulaştırma

Dünya genelinde, özellikle gelişmiş ekonomilerde; özelleştirilen temel kamu hizmetlerinin (su, enerji, toplu taşıma) beklenen maliyet avantajını yaratmaması ve toplumsal adaletsizlikleri derinleştirmesi sebebiyle bu hizmetlerin kamuya geri devredilmesi yönünde kuvvetli bir siyasi irade doğmuştur. Hall (2015), 2000-2015 yılları arasında dünya genelinde 800’den fazla yeniden kamulaştırma vakasının kayıtlara geçtiğini belirtmektedir. Londra, Paris ve Berlin gibi merkezlerde su ve enerji dağıtımının yeniden yerel yönetimlere aktarımı, ‘piyasa her şeyi çözer’ mitinin yapısal çöküşünü simgelemektedir. Türkiye’de ise bu küresel eğilimin aksine piyasalaşma dozunun artırılarak sürdürülmesi, ülkenin küresel akademik ve pratik yönelimlerden ayrıştığı bir ‘gecikmiş neoliberalizm’ tablosu çizmektedir (Eşiyok, 2011).

8.2. “Düzenleyici Devlet” Modelinin Krizi ve Kurumsal Aşınma

Özelleştirme kuramının temel dayanağı olan ‹devlet çekilsin, bağımsız otoriteler denetlesin› (Majone, 1994) görüşü, Türkiye pratiğinde ciddi bir hasar almıştır. EPDK, BTK ve Kamu İhale Kurumu gibi düzenleyici üst kurullar; piyasayı kamu lehine denetlemekten ziyade, çoğu zaman büyük sermaye gruplarının taleplerine cevap veren ‹aracı kurumlar› haline gelmiştir. Literatürde ‹kurumsal aşınma› ve ‹düzenleyici ele geçirme› olarak bilinen bu durum; mülkiyetin özel sektörde kaldığı fakat denetimin işlevsizleştiği yapısal bir yönetim krizi yaratmıştır (Öniş, 2019). Bu kriz, stratejik sektörlerde maliyet artışı ve kalite düşüşüyle doğrudan toplumsal refah kaybına yol açmıştır.

8.3. Sosyal Devletin ve Kamu Yararının Rehabilitasyonu

Gelinen noktada, piyasalaşmanın yarattığı “sosyal çözülme” ve “gelir adaletsizliği”, kamu yararı kavramının iktisadi ve hukuki açıdan yeniden tanımlanmasını mecburi kılmaktadır. Harvey’in (2005) işaret ettiği mülksüzleşme süreci, toplumun geniş kesimlerini sağlık, eğitim ve enerji gibi temel insan haklarından mahrum bırakırken; mülkiyetin yeniden kamusal bir denetime ve kolektif bir mülkiyet formuna tabi tutulması, iktisadi bir zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu süreç, yalnızca eski KİT modeline biçimsel bir dönüş değil; demokratik, şeffaf ve toplumsal denetime açık yeni bir “kamusal mülkiyet” formunun arayışıdır (Bağımsız Sosyal Bilimciler, 2015). Türkiye için bu kamusal restorasyon, piyasa fetişizminin yarattığı hasarı onarmanın ve toplumsal barışı yeniden inşa etmenin temel yolu olarak öne çıkmaktadır.

9. SONUÇ: PİYASA RASYONALİTESİNDEN KAMUSAL REHABİLİTASYONA

Türkiye’nin 1980’li yılların başında neoliberal paradigma ile tanışmasıyla hız kazanan özelleştirme süreci, aradan geçen kırk yılı aşkın sürede salt bir mülkiyet değişimi değil, devletin ve toplumun iktisadi genetiğine yönelik radikal bir müdahale olarak vuku bulmuştur. Başlangıçta “etkinlik”, “verimlilik” ve “mülkiyetin demokratikleşmesi” gibi akılcı vaatlerle meşrulaştırılan bu süreç, gelinen noktada yapısal bir çıkmaza girmiştir. Bu çalışma boyunca sunulan veriler ve analizler; Türkiye’deki özelleştirme deneyiminin iktisadi bir başarı hikâyesinden ziyade, kamusal varlıkların sermaye birikim süreçlerine eklenildiği, stratejik özerkliğin zayıflatıldığı ve toplumsal paylaşımın emek aleyhine aşındığı bir mülksüzleşme süreci olduğunu kanıtlamaktadır.

9.1. Sistemik Bir Bilanço ve Paradigma İflası

Araştırmanın farklı katmanlarında tahlil edildiği üzere, özelleştirmenin Türkiye ekonomi politikasındaki tezahürü üç temel eksende netleşmektedir. İlk olarak, kurumsal aşınma ve denetim krizi belirginleşmiştir. Devletin üretimden çekilerek “düzenleyici” bir pozisyona geçmesi beklenen bu modelde, bağımsız kurullar (EPDK, BTK vb.) piyasayı kontrol etmekten ziyade, “düzenleyici ele geçirme” sistemleriyle sermaye gruplarının taleplerini meşrulaştıran araçlara dönüşmüştür. Bu durum, mülkiyetin özel sektörde kaldığı fakat kamusal denetimin işlevsizleştiği yapısal bir otorite boşluğu yaratmıştır. İkinci olarak, stratejik sektörlerdeki güvenlik riskleri ve altyapısal kırılabilirlik vurgulanmıştır. Türk Telekom ve enerji dağıtım ihaleleriyle somutlaşan süreç; doğal tekel niteliğindeki sahaların kâr odaklı yatırımcılara terk edilmesinin, ulusal güvenlik ve teknolojik ilerlemeyi nasıl sektöre uğrattığını kanıtlamıştır. Üçüncü ve belki de en kritik eksen ise sosyal çözülmedir. Kamu İktisadi Teşebbüslerinin (KİT) tasfiyesi, Türkiye’de güvenceli istihdamın ve sendikal örgütlenmenin omurgasını tasfiye etmiş; işçi sınıfını esnek, taşeron ve güvencesiz bir çalışma modeline mahkûm etmiştir. Bu yanı sıra özelleştirme, Türkiye’de gelir eşitsizliğinin yapısal bir karakter kazanmasına ve orta sınıfın aşınmasına zemin hazırlamıştır.

9.2. Kamusal Rehabilitasyon: Gelecek İçin Bir Çıkış Yolu

Piyasa fetişizminin yarattığı bu tahribatın onarılması, yalnızca bir tercih değil, Türkiye’nin iktisadi bekası için bir mecburiyettir. ‘Kamusal rehabilitasyon’ olarak kavramsallaştırdığımız bu aşama; 1930’ların statik devletçiliğine bir geri dönüş değil, aksine şeffaf, toplum odaklı ve demokratik denetime açık bir mülkiyet sisteminin tesisidir. Bu noktada; stratejik öneme sahip su, enerji ve haberleşme gibi temel

hizmetlerin metalaşmasına son verilmeli ve bu alanlarda kamu yararını önceleyen yeniden kamulaştırma modelleri akademik ve siyasi gündemin odağına yerleşmelidir. Ayrıca, düzenleyici kurumların siyasi ve sermaye vesayetinden kurtarılarak toplumsal paydaşların (meslek odaları, sendikalar, tüketici dernekleri) katılımına açılması, 'denetleyen devlet' modelinin gerçek anlamda ihyası için elzemdir. Sonuç olarak Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu çıkış yolu; piyasanın vahşi dinamiklerine terk edilmiş bir toplum değil, sosyal devletin ve kamu yararı ilkesinin öncülüğünde yeniden tasarlanmış bir kalkınma perspektifidir. Cumhuriyetin iktisadi mirasının tasfiyesiyle beliren bu toplumsal kriz, ancak mülkiyetin ve bölüşümün yeniden kamucu bir akılla rehabilite edilmesiyle aşılabılır.

KAYNAKÇA

- Alchian, A. A., & Demsetz, H. (1972). Production, Information Costs, and Economic Organization. *The American Economic Review*, 62(5), 777-795.
- Ansar, H., vd. (2000). *Türkiye'de Sanayide Teknolojik Değişim ve İstihdam*. İstanbul: Birleşik Metal-İş Yayınları.
- Bağımsız Sosyal Bilimciler. (2005). *Türkiye Ekonomisinin Dünyaya Eklemlenme Süreci ve Alternatif Politikalar*. Ankara: İmaj Yayınevi.
- Bağımsız Sosyal Bilimciler. (2015). *Türkiye Ekonomisinin Yapısal Sorunları ve Çözüm Arayışları*. Ankara: Notabene.
- Bedirhanoglu, P. (2009). *Türkiye'de Neoliberalizm ve Devletin Dönüşümü*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Boratav, K. (2003). *Türkiye İktisat Tarihi 1908-2002*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Boratav, K. (2005). *Dünyadan ve Türkiye'den İktisat ve Siyaset*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Boratav, K. (2024). *Türkiye İktisat Tarihi*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Buchanan, J. M. (1987). The Constitution of Economic Policy. *Science*, 236(4807), 1433-1436.
- Eşiyok, B. A. (2011). *Küreselleşme, Devlet ve Türkiye Ekonomisi*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Eşiyok, B. A. (2012). *Türkiye Ekonomisi: Yapısal Dönüşüm, Küreselleşme ve Yeni Borçlanma Dinamikleri*. Ankara: Mülkiyeliler Birliği Yayınları.
- Friedman, M. (2002). *Capitalism and Freedom*. University of Chicago Press.
- Glesne, C. (2011). *Becoming Qualitative Researchers: An Introduction*. Boston: Pearson.
- Gürak, H. (2016). Teknoloji, Rekabet ve Özelleştirme: Türk Telekom Örneği Üzerine Bir İnceleme. *Ekonomi Politik Araştırmalar Dergisi*.
- Hall, D. (2015). *Why Public Ownership? Public Services International Research Unit*. University of Greenwich.
- Harvey, D. (2005). *A Brief History of Neoliberalism*. Oxford University Press.
- Jessop, B. (2002). *The Future of the Capitalist State*. Cambridge: Polity Press.
- Karlık, R. (1994). *Türkiye'de ve Dünyada Özelleştirme*. İstanbul: Turhan Kitabevi.
- Khan, M. H. (2000). *Rents, Rent-Seeking and Economic Development: Theory and Evidence in Asia*. Cambridge University Press.
- Koç, Yıldırım. (2003). *Türkiye'de Özelleştirme ve Sendikalar*. İstanbul: Tüze Yayıncılık.
- Majone, G. (1994). The Rise of the Regulatory State in Europe. *West European Politics*, 17(3), 77-101.
- Majone, G. (1996). *Regulating Europe*. London: Routledge.
- Öniş, Z. (2004). Turgut Özal and His Economic Legacy: Turkish Neoliberalism in Critical Perspective. *Middle Eastern Studies*, 40(4), 113-134.
- Öniş, Z. (2019). The Age of Backsliding: The Crisis of Neoliberal Globalization and the Rise of Authoritarian

Populism. *Global Policy*.

Özelleştirme İdaresi Başkanlığı (ÖİB). (2024). *Özelleştirme Uygulamaları İstatistiksel Verileri*. Ankara.

Pamir, A. N. (2017). *Enerji ve Güvenlik: Türkiye'nin Enerji Politikaları ve Stratejik Tercihleri*. İstanbul: ASAM Yayınları.

Sayıştay. (2023). *Kamu İktisadi Teşebbüsleri Genel Denetim Raporu*. Ankara.

Sönmez, M. (2011). *Piyasa Faşizmi: Türkiye'de Neoliberalizm ve Özelleştirme*. İstanbul: Notabene.

Sönmez, M. (2018). *Lübnanlı Ailenin Telekom Macerası ve Kamu Zararı*. İstanbul: Notabene.

Stigler, G. J. (1971). The Theory of Economic Regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3-21.

Stiglitz, J. E. (2002). *Globalization and Its Discontents*. New York: W.W. Norton & Company.

Şaylan, G. (2002). *Değişim, Küreselleşme ve Devletin Yeni İşlevi*. Ankara: İmge Kitabevi.

Yalman, G. (2002). The Turkish State and Bourgeoisie in Historical Perspective: A Relational Approach. In *Neoliberalism and Capitalism in Turkey*. New York: Palgrave.

Yeldan, E. (2001). *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi: Bölüşüm, Birikim ve Büyüme*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yeldan, E. (2006). *Neoliberal Global Resettlement and the Turkish Economy*. Manchester University Press.

Yeldan, E. (2011). *Türkiye Ekonomisi Üzerine Notlar: Finansal Kriz, Büyüme ve İşsizlik*. İstanbul: HayyKitap.

Yeldan, E. (2021). *İktisadi Bakış: Küreselleşme ve Bölüşüm*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yönetici İletişimi ve Motivasyon: Sağlık Kurumlarında Bir Uygulama*

Manager Communication and Motivation: An Application in Healthcare Institutions

Derya Torun¹  

Salih Güney²  

¹ İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Doktora Programı, Türkiye, e-mail: derya.trnn@hotmail.com

² İstanbul Aydın Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Türkiye, e-mail: salihguney@aydin.edu.tr

Özet

Günümüzün yoğun rekabet ortamında örgütlerin sürdürülebilir başarı sağlayabilmeleri, çalışanlarının motivasyon düzeyine ve performansına doğrudan bağlıdır. Çalışan motivasyonunu belirleyen temel unsurlardan biri ise yöneticilerin iletişim becerileridir. Etkili iletişim; güven ortamının oluşmasını, örgütsel bağlılığın artmasını ve iş tatmininin güçlenmesini sağlamaktadır. Bu araştırmanın amacı, yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerindeki etkilerini incelemek ve bu ilişkinin sağlık kurumları bağlamında nasıl şekillendiğini ortaya koymaktır.

Araştırma, İstanbul'da faaliyet gösteren bir kamu ve bir özel hastanede görev yapan toplam 160 sağlık çalışanı üzerinde gerçekleştirilmiştir. Veri toplama aracı olarak Yönetici İletişim ve Motivasyon Ölçeği ile Minnesota İş Tatmin Ölçeği kullanılmıştır. Veriler SPSS programı aracılığıyla analiz edilmiş; t-testi, ANOVA, Kruskal-Wallis, Mann-Whitney U ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır.

Elde edilen bulgular, yönetici iletişim becerilerinin hem içsel hem de dışsal iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkili olduğunu göstermektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre iletişim boyutunun, motivasyon boyutuna kıyasla iş tatmini üzerinde daha güçlü olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca kamu hastanelerinde çalışanların iş tatmin düzeylerinin özel hastanelere kıyasla daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yönetim, Yönetici İletişimi, Çalışan Motivasyonu, İş Tatmini, Sağlık Kurumları

*Bu Makale İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı'nda 02.7.2015 tarihinde tamamlanan "Yönetim Sürecinde Yönetici İletişim Becerilerinin Çalışan Motivasyonu Üzerindeki Etkileri Ve Sağlık Kurumlarında Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

Citation / Atıf: TORUN, D. & GÜNEY, S. (2026). Yönetici İletişimi ve Motivasyon: Sağlık Kurumlarında Bir Uygulama. *Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi*.2(1), 35-54, <https://doi.org/>

Corresponding author / Sorumlu yazar:
Derya Torun
E-mail: derya.trnn@hotmail.com



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

Abstract

In today's highly competitive environment, the ability of organizations to achieve sustainable success depends directly on the motivation and performance levels of their employees. One of the main factors determining employee motivation is managers' communication skills. Effective communication helps establish a climate of trust, increase organizational commitment, and strengthen job satisfaction. The aim of this study is to examine the effects of managers' communication skills on employee motivation and job satisfaction, and to reveal how this relationship is shaped within the context of healthcare institutions.

The research was conducted on a total of 160 healthcare employees working in one public hospital and one private hospital operating in Istanbul. The Manager Communication and Motivation Scale and the Minnesota Job Satisfaction Scale were used as data collection instruments. The data were analyzed using the SPSS program; t-test, ANOVA, Kruskal–Wallis, Mann–Whitney U, and multiple regression analyses were applied.

The findings indicate that managers' communication skills have a significant and positive effect on both intrinsic and extrinsic job satisfaction. According to the regression analysis results, the communication dimension was found to be a stronger predictor of job satisfaction than the motivation dimension. In addition, it was determined that employees working in public hospitals had higher levels of job satisfaction compared to those working in private hospitals.

Keywords: Management, Manager Communication, Employee Motivation, Job Satisfaction, Healthcare.

1. GİRİŞ

Günümüz çalışma yaşamında örgütlerin sürdürülebilir başarı elde etmesi, yalnızca teknolojik altyapı, finansal kaynaklar ya da fiziksel olanaklarla değil; çalışanların motivasyon düzeyi, iş tatmini ve örgütsel bağlılığıyla da yakından ilişkilidir. Özellikle hizmet üretiminin yoğun olduğu sektörlerde çalışan performansı, hizmet kalitesini doğrudan etkileyen temel değişkenlerden biridir. Bu bağlamda yöneticilerin çalışanlarla kurduğu iletişimin niteliği, iş ortamının psikolojik iklimini belirleyen önemli unsurlar arasında yer almaktadır. Açık, destekleyici, geri bildirim dayalı ve saygılı bir iletişim tarzı, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerini sağlarken; yetersiz iletişim ise rol belirsizliği, çatışma ve motivasyon kaybına yol açabilmektedir (Robbins & Judge, 2017, Luthans, 2011, Koçel, 2023).

Çalışan motivasyonu, bireyin işine yönelik istek, enerji ve çabasını belirleyen çok boyutlu bir olgudur. Motivasyonun yalnızca ücret ya da maddi ödüllerle açıklanamayacağı; takdir edilme, anlamlı iş deneyimi, yönetsel destek, adil uygulamalar ve etkili iletişim gibi örgütsel süreçlerden güçlü biçimde etkilendiği uzun süredir vurgulanmaktadır (Herzberg, 1968; Deci & Ryan, 2000, Hackman & Oldham, 1976). Yöneticinin iletişim becerileri bu noktada, çalışanların kurum hedeflerini anlamasında, görev beklentilerini netleştirmesinde ve örgüt içindeki rolünü anlamlandırmasında belirleyici bir işlev üstlenmektedir. Dolayısıyla yönetici iletişimi, motivasyonu dolaylı değil, çoğu durumda doğrudan etkileyen bir yönetim aracı olarak değerlendirilmelidir.

İş tatmini literatürü de yönetsel iletişimin çalışan tutumları üzerindeki etkisini desteklemektedir. Çalışanların yöneticileriyle kurdukları iletişimin niteliği; işten duyulan memnuniyet, örgütsel güven, psikolojik iyi oluş ve işte kalma niyeti gibi değişkenlerle yakından ilişkilidir (Judge, Thoresen, Bono & Patton, 2001, Meyer & Allen, 1991). Özellikle yöneticinin çalışanı dinlemesi, açıklayıcı geri bildirim vermesi, sorun çözme süreçlerinde erişilebilir olması ve adil bir iletişim dili kullanması, çalışanların hem içsel hem de dışsal iş tatmini düzeylerini güçlendirebilmektedir. Bu nedenle yönetici iletişim

becerilerinin yalnızca bireysel ilişki kalitesi açısından değil, örgütsel verimlilik ve hizmet çıktıları açısından da incelenmesi gerekmektedir.

Sağlık kurumları, yönetici iletişimi ile çalışan motivasyonu arasındaki ilişkinin incelenmesi açısından özel bir çalışma alanı sunmaktadır. Sağlık hizmetleri; yüksek iş yükü, zaman baskısı, duygusal emek, çok disiplinli ekip çalışması ve hata toleransının düşük olması gibi özellikleri nedeniyle iletişim süreçlerine diğer birçok sektörden daha fazla bağımlıdır. Hastane ortamında yöneticilerin iletişim tarzı, yalnızca çalışan memnuniyetini değil; ekip koordinasyonunu, hizmet kalitesini ve dolaylı olarak hasta memnuniyetini de etkileyebilmektedir (WHO/OECD sağlık iş gücü raporları, ilgili ulusal sağlık yönetimi çalışmaları, yerli hastane araştırmaları). Bu nedenle sağlık kurumlarında yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerindeki etkisinin ampirik olarak ortaya konulması hem yönetim uygulamaları hem de insan kaynakları politikaları açısından önem taşımaktadır.

Literatürde motivasyon, iş tatmini ya da iletişim değişkenlerini ayrı ayrı ele alan çok sayıda çalışma bulunmakla birlikte, yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerindeki etkilerini sağlık kurumları bağlamında birlikte inceleyen araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Ayrıca kamu ve özel hastane çalışanlarının aynı araştırma çerçevesinde karşılaştırmalı biçimde değerlendirilmesi, kurumsal yapı farklılıklarının çalışan tutumlarına nasıl yansıdığını anlamak açısından önemli bir katkı sağlayacaktır. Bu çalışmanın temel amacı, yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerindeki etkilerini incelemek; ayrıca kamu ve özel hastane bağlamında ortaya çıkan benzerlik ve farklılıkları analiz etmektir. Bu yönüyle çalışma, sağlık kurumlarında iletişim temelli yönetim uygulamalarının geliştirilmesine yönelik kanıta dayalı öneriler sunmayı hedeflemektedir.

2. YÖNETİCİLERİN İLETİŞİM BECERİLERİNİN ÇALIŞAN MOTİVASYONU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Kurumlardaki üst düzey yöneticilerin iletişim becerileri, çalışan motivasyonunu oldukça önemli bir şekilde etkilemektedir. İletişim becerilerini etkin bir şekilde kullanan yöneticiler, iş gören motivasyonunu olumlu yönde etkilerken, bu durum hem örgüt hem de çalışanlar için beklenenden daha fazla fayda sağlamaktadır. İş yerinde motivasyon arttıkça, işverenin düşünceleri olumlu yönde gelişir ve işverenin, motivasyonun artmasına ciddi katkıda bulunması gerekmektedir. Kurum içindeki personelin taleplerini karşılamak için uygun etkinlikler düzenlemeli, gerektiğinde eğitim olanakları sunmalı, personelin sesini dinlemeli ve kurumsal sorunlar konusunda bilgi sahibi olmalıdır. Bu şekilde, çalışanın talep edilen standartları aşması kolayca gerçekleşir ve çalışanın yöneticiye güven vermesi, tüm bu unsurların gerçekleşmesi için önemlidir. Bir iş yerinde güven kelimesinin varlığını hissettiren etkenlerden biri, sağlam temellerin varlığıdır. Sağlıklı ilişkilerin kurulması da son derece kritik bir husustur. Tutarlı ve güvenilir bir iletişimin temelleri böylelikle inşa edilmeye başlamaktadır. Çalışanların performanslarını, bilgi ve becerilerini, deneyim ve tecrübelerinin ortaya çıkmasına katkı sağlayan şey güvendir. Kurum içindeki personeller arasındaki iletişim bu şekilde gelişmektedir. İletişim, bilgi paylaşımı yoluyla insanların bağlarını güçlendirir ve bu şekilde iş akışını takip etmek ve düşünceleri paylaşmak içinde kurum içindeki bağlantıları netleştirir ve bu durum, yöneticilerin iş görenlerin performansını ve motivasyonunu artırmanın yanı sıra, kişiler arasında olumlu ilişkiler geliştirerek kurumun vizyon ve misyon hedeflerine hız kazandırmasını sağlamaktadır.

3. YÖNETİCİLERİN İLETİŞİM BECERİLERİNİN ÇALIŞAN MOTİVASYONU ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN SONUÇLARI

Günümüzün hızlı rekabet ortamında işletmelerin temel hedefi, organizasyonun verimliliğini artırmak ve başarıya ulaşmaktır. İletişimin etkinliği ve sağladığı motivasyon işletmeler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Şirketlerin geleceğe yönelik büyük hedefleri ve planları varsa çalışan motivasyonunu da dikkate almaları gerekir. Bu sayede yönetim ortamında çalışan ve işveren arasındaki ilişki güçlü olacak ve bu da hedeflediği alan ne olursa olsun işletmeyi başarıya ulaştıracaktır. Organizasyonlarda birincil sorumluluk yöneticilere aittir. Çünkü liderliğin başarısı, örgütün amaçları doğrultusunda yapılan

çalışmalara bağlı olarak verimliliği artırır. Bu, yöneticinin bilgisini çalışanlarıyla paylaşma, onlara rehberlik etme ve işlerini yönetme hakkına sahip olduğu anlamına gelmektedir. Örgütler çalışanlarına bu şekilde değer verdiklerini ortaya koyduklarında onların üretkenliği, yaratıcılığı ve örgüte bağlılık düzeyleri beklenenden daha yüksek bir seviyeye ulaşacaktır. Bu nedenle yönetim çalışanları, çalışanlara karşı sorumluluklarını yerine getirdiklerinde, örgütün hedeflerine ulaşmak için çok çalışacaklardır. Bir işyerinde çalışanlar arasında denge kurulur ve insanlara beklenen değer gösterilirse örgüt hedeflerine ulaşmaya daha da yaklaşacaktır. Çünkü işin en önemli eksikliği iletişimdir. Karşıdaki kişiyle iyi bir alışveriş ve iyi bir iletişim olursa evin içinde ve dışında pek çok sorun çözülecektir. Örneğin; Çalışanlar statü ve pozisyonlarına göre değerlendirilip, yaptıkları işin karşılığında ücret alınırsa motivasyon artacak ve kişi veya kişiler işi yapmaya çalışacaktır. Bu onların pozisyonlarına ve kariyerlerine fayda sağlayacaktır. Bu sayede sosyal hizmet kuruluşları ortaklarının memnuniyetini garanti altına almaktadır. İletişim ve motivasyon birleştiğinde iş hizmetlerinin kalitesi artmakta ve rakip firmaların başarısı da bu doğrultuda ilerlemektedir.

4. YÖNTEM

Araştırmanın modelinde; evren ve örneklem, araştırma verilerinin toplanması ve çözümlenmesi bölümlerinden oluşmaktadır.

4.1 Araştırmanın Modeli

Örgütlerin misyon ve vizyonlarını gerçekleştirebilmeleri, yalnızca yapısal ve teknolojik kaynaklara değil, aynı zamanda çalışanların motivasyon ve iş tatmini düzeylerine de bağlıdır. Özellikle sağlık kurumlarında hizmetin niteliği, çalışanların psikolojik durumu, işe bağlılığı ve yönetsel süreçleri nasıl algıladığı ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle yöneticilerin çalışanlarla kurduğu iletişimin niteliği, örgütsel çıktıların şekillenmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Açık, destekleyici ve güven veren iletişim, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerine ve kurumsal hedeflerle daha güçlü bağ kurmalarına katkı sağlayabilmektedir. Buna karşılık yetersiz, belirsiz veya tek yönlü iletişim, çalışan motivasyonunu ve iş tatminini olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu araştırma, yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerindeki etkilerini sağlık kurumları bağlamında incelemek amacıyla tasarlanmıştır. Araştırma modelinin temelini, yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışanların motivasyon düzeylerini artırabileceği; artan motivasyonun ise iş tatmini üzerinde olumlu sonuçlar doğurabileceği varsayımı oluşturmaktadır. Bunun yanında, yöneticilerin iletişim becerilerinin çalışanların iş tatmini üzerinde doğrudan etkili olabileceği de değerlendirilmektedir. Literatürde yönetsel iletişim, güven, örgütsel bağlılık, motivasyon ve iş tatmini arasında anlamlı ilişkiler bulunduğunu ortaya koyan çalışmalar, bu modelin kuramsal dayanağını oluşturmaktadır (Robbins & Judge, 2017; Luthans, 2011; Judge et al., 2001; Meyer & Allen, 1991).

Araştırmada nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veriler anket tekniği ile toplanmıştır. Çalışma, İstanbul'da faaliyet gösteren kamu ve özel hastanelerde görev yapan sağlık çalışanlarını kapsamaktadır. Araştırmanın evreni, ilgili hastanelerde çalışan personelden oluşmakta; örnekleme ise araştırmaya gönüllü olarak katılan çalışanlar oluşturmaktadır. Bu çerçevede araştırma, kamu ve özel hastane çalışanlarının yönetici iletişimi, motivasyon ve iş tatmini algılarını karşılaştırmalı olarak değerlendirmeye de imkan sağlamaktadır.

Veri toplama aracı üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların yaş, cinsiyet, eğitim durumu, görev türü, kurum türü ve çalışma süresi gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. İkinci bölümde, çalışanların yöneticilerinin iletişim becerilerine ve bu iletişimin motivasyon üzerindeki etkisine ilişkin algılarını ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise çalışanların iş tatmini düzeylerini belirlemek amacıyla Minnesota İş Tatmin Ölçeği kullanılmıştır. Böylece araştırmada hem yönetici iletişimi ve motivasyon boyutu hem de iş tatmini boyutu birlikte ele alınmıştır.

Yönetici iletişimi ve motivasyon boyutuna ilişkin ölçümde kullanılan ifadeler, çalışanların yöneticilerinin iletişim tarzını; açıklık, dinleme, geri bildirim, destekleyicilik ve yönlendirme gibi yönlerden nasıl değerlendirdiklerini belirlemeye yöneliktir. Bu bölümde çalışanların, yöneticilerinin iletişim davranışlarının kendi motivasyonları üzerindeki etkisini nasıl algıladıkları incelenmektedir. Araştırmanın amacı doğrultusunda bu boyut, yalnızca iletişimin varlığını değil, iletişimin niteliğini ve çalışan üzerindeki yansımalarını değerlendiren bir değişken olarak ele alınmıştır. Bu yaklaşım, yönetici iletişim becerilerinin çalışan tutumları üzerindeki etkisini inceleyen önceki çalışmalarla da uyumludur.

Minnesota İş Tatmin Ölçeği (Minnesota Satisfaction Questionnaire - MSQ), çalışanların işlerinden duydukları tatmin düzeyini ölçmek amacıyla geliştirilen yaygın bir ölçektir (Weiss et al., 1970) Ölçek, iş tatminini içsel tatmin, dışsal tatmin ve genel tatmin boyutlarında değerlendirmeye imkân sağlamaktadır. Ölçeğin kısa formu 20 maddeden oluşmakta olup her madde 5'li Likert tipi derecelendirme ile puanlanmaktadır (1 = hiç memnun değilim, 5 = çok memnunum). Ölçekte yer alan maddeler, çalışanların işin niteliği, sorumluluk düzeyi, takdir edilme, yükselme olanakları, çalışma koşulları, ücret ve yönetim uygulamaları gibi farklı alanlardaki memnuniyetlerini ölçmektedir.

Minnesota İş Tatmin Ölçeğinde genel tatmin puanı, tüm maddelerden elde edilen puanların ortalaması alınarak hesaplanabilmektedir. İçsel tatmin boyutu; başarı duygusu, işin anlamlılığı, sorumluluk alma ve kendini gerçekleştirme gibi işin içeriğine ilişkin unsurları kapsarken, dışsal tatmin boyutu; kurum politikaları, yönetim tarzı, denetim, çalışma koşulları, ücret ve kişilerarası ilişkiler gibi iş çevresine ilişkin unsurları içermektedir. Ölçek puanlarının değerlendirilmesinde ortalama puanın yükselmesi, iş tatmini düzeyinin arttığına işaret etmektedir.

Bu çalışmada kullanılan model çerçevesinde, yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunması; ayrıca iletişim ve motivasyon değişkenlerinin çalışanların içsel ve dışsal iş tatmini düzeylerini pozitif yönde olması beklenmektedir. Bu nedenle araştırma modeli, yönetici iletişim becerileri (bağımsız değişken), çalışan motivasyonu (aracı/ilişkili değişken) ve iş tatmini boyutları (bağımlı değişkenler) arasındaki ilişkilerin test edilmesine dayanmaktadır. Elde edilecek bulguların, sağlık kurumlarında yönetsel iletişim uygulamalarının geliştirilmesine ve çalışan odaklı yönetim politikalarının güçlendirilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

• Araştırmanın Modeli

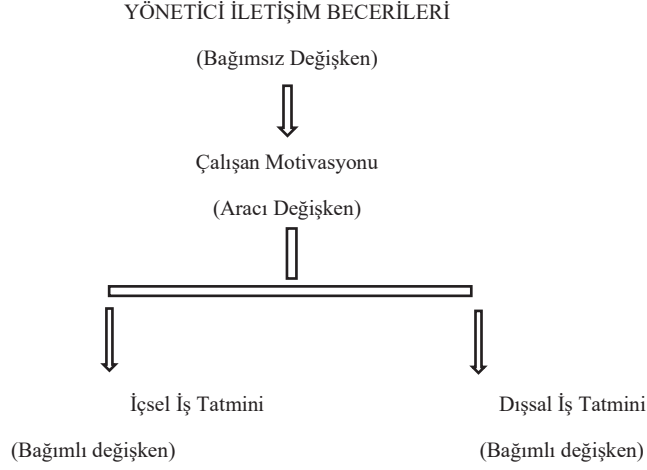
Bu çalışmada, katılımcılara aşağıdaki ölçekler kullanılmıştır.

- Demografik veriler
- Yöneticim (iletişim ve motivasyon)
- Minnesota (içsel ve dışsal) iş memnuniyeti

Araştırmanın yapısını aşağıdaki şekildeki grafikte ifade edebiliriz:

Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Yönetici Davranışları (23 soru) \ Minnesota Tatmin Ölçeği (20 soru)

**4.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Bu araştırmanın evrenini, İstanbul ilinde faaliyet gösteren ve araştırma için izin alınmış kamu ve özel hastanelerde görev yapan sağlık çalışanları oluşturmaktadır. Evren belirlenirken, araştırmanın amacı doğrultusunda yönetici iletişimi, motivasyon ve iş tatmini değişkenlerini değerlendirebilecek nitelikteki sağlık personeli esas alınmıştır. Bu kapsamda araştırma evreni, ilgili hastanelerde çalışan ve araştırmaya dahil edilme ölçütlerini karşılayan tüm sağlık çalışanlarını kapsamaktadır.

Araştırmada, teorik olarak tanımlanan evrenin yanı sıra ulaşılabilen evren kavramı da dikkate alınmıştır. Ulaşılabilen evren, veri toplama sürecinin yürütüldüğü tarihlerde ilgili kurumlarda aktif olarak görev yapan, araştırmaya katılım açısından erişilebilen ve gönüllü katılım gösterebilen sağlık çalışanlarından oluşmaktadır. Bu ayırım, özellikle sağlık kurumlarında vardiyalı çalışma düzeni, izin durumu, görev yoğunluğu ve kurumsal erişim sınırlılıkları nedeniyle önem taşımaktadır. Dolayısıyla araştırmanın örneklemini, mutlak evrenden değil, uygulama koşulları içinde tanımlanan ulaşılabilen evrenden seçilmiştir.

Araştırmanın örneklemini, kamu hastanesinde görev yapan 80 sağlık çalışanı ile özel hastanede görev yapan 80 sağlık çalışanı olmak üzere toplam 160 kişi oluşturmaktadır. Örneklem dağılımında kamu ve özel hastane çalışanlarının eşit sayıda temsil edilmesi tercih edilmiştir. Bu tercih, iki farklı kurum türü arasında yönetici iletişim becerileri, çalışan motivasyonu ve iş tatmini düzeylerine ilişkin karşılaştırmalı analizlerin daha dengeli bir örneklem yapısı üzerinden yürütülmesini amaçlamaktadır. Böylece kurum türüne bağlı farklılaşmaların istatistiksel olarak daha sağlıklı biçimde değerlendirilebilmesi hedeflenmiştir.

Sonuç olarak, bu araştırmada kullanılan 160 kişilik örneklemin, çalışmanın amacı doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve kamu-özel hastane karşılaştırmasının yapılabilmesi açısından yeterli bir veri seti sağladığı değerlendirilmektedir.

4.3. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Yöneticim Anketi 23 sorudan, Minnesota Tatmin Ölçeği 20 sorudan oluşan 5'li Likert ölçeklerinden oluşmaktadır. Verilen dağılıma, uygulama ve toplama aşaması uygulayıcı kişi tarafından yapılmıştır. Uygulaması için, anketler örneklem grubuna dağıtılarak veriler elde edilmiştir.

Araştırmanın sonucunda veriler SPSS paket programı ile değerlendirilmiştir. Birinci aşamada demografik

bilgiler yapılmıştır, ikinci aşamada ise hipotezler testi yapılmıştır.

• Ölçeklerin Geçerlilik ve Güvenirlik Analizleri

Cronbach Alpha Yönetici Anketi; Yöneticim anketinin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla Cronbach Alpha analizi gerçekleştirilmiştir. Cronbach Alpha değeri 0,973>0,600 olduğu için, bu anketin güvenilirlik düzeyi oldukça yüksektir.

Cronbach Alpha Minnesota İş Tatmini Anketi; Minnesota İş Tatmininin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla, Cronbach Alpha güvenirlilik analizi gerçekleştirilmiştir. Cronbach Alpha değeri 0,901 olduğu için Minnesota İş Tatmini anketinin güvenilirliği oldukça fazladır.

4.4. Araştırmanın Hipotezleri

H₁ Demografik özellikler iş tatmini üzerinde etkili değildir.

H₂ Demografik özellikler iş tatmini üzerinde etkilidir.

H₃ Demografik özellikler yönetici davranışları algısı üzerinde etkili değildir.

H₄ Demografik özellikler yönetici davranışları algısı üzerinde etkilidir.

H₅ Yönetici davranışlar algısı iş tatmini üzerinde etkili değildir.

H₆ Yönetici davranışlar algısı iş tatmini üzerinde etkilidir.

Bu araştırmada geliştirilen hipotezler, demografik özellikler, yönetici davranışları algısı ve iş tatmini arasındaki ilişkileri çok yönlü biçimde incelemeyi amaçlamaktadır. H₁ ve H₂ hipotezleri, çalışanların demografik özelliklerinin (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, kıdem vb.) iş tatmini üzerindeki etkisinin olup olmadığını test etmeye yöneliktir. Benzer şekilde H₃ ve H₄ hipotezleri, demografik özelliklerin çalışanların yönetici davranışlarına ilişkin algıları üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığını belirlemeyi hedeflemektedir. Son olarak H₅ ve H₆ hipotezleri ise yönetici davranışları algısının iş tatmini üzerindeki etkisini ortaya koymaya odaklanmaktadır. Bu kapsamda araştırma hipotezleri hem bağımsız değişkenlerin doğrudan etkilerini hem de çalışan algıları üzerinden oluşabilecek ilişkileri değerlendirmeye imkan sağlayarak araştırmanın kuramsal çerçevesini güçlendirmektedir.

4.5. Hipotezlerin Testi

Yöneticim Anketi

İletişim Boyutu

İletişim boyutunun demografik özellikler ile farklılık gösterip göstermediğine bakmak için veri gruplarının yapılarına göre, Varyans analizi (ANOVA), bağımsız örnek t testi ve Kurskal-Wallis analizleri yapılmıştır.

Tablo 1. Yöneticim iletişim boyutunun demografik özelliklerine göre Anova-t test

Yöneticim İletişim Anketi ANOVA	LEVENNE		ANOVA-t		
	Levene İstatistik	P	Df	F	P
Yaş	1,729	0,149	4	0,629	0,642
Eğitim Durumu	0,606	0,659	4	2,227	0,069
Gelir Durumu	2,972	0,054	4	1,427	0,227
Meslekte Geçirilen Süre	5,538	0*	4	5,871	0
Kurumda Çalışma Süresi	7,238	0*	3	11,394	0
Vardiya Durumu	5,453	0,001*	4	4,062	0,004
İdari Birim	12,156	0*	4	9,372	0

Çalışanların yönetici iletişimi algıları demografik değişkenlerin tamamına göre farklılaşmamaktadır; yaş (F=0,629; p=0,642), eğitim durumu (F=2,227; p=0,069) ve gelir durumu (F=1,427; p=0,227) açısından

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmamıştır ($p>.05$). Buna karşılık meslekte geçirilen süre ($F=5,871$; $p<0,001$), kurumda çalışma süresi ($F=11,394$; $p<0,001$), vardiya durumu ($F=4,062$; $p=0,004$) ve idari birim ($F=9,372$; $p<0,001$) değişkenlerine göre yönetici iletişimi algısının anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir ($p<.05$). Ancak bu değişkenlerde Levene testi sonuçlarının anlamlı olması ($p<.05$), varyans homojenliği varsayımının sağlanmadığını göstermektedir.

Tablo 2. Yöneticim iletişim boyutunun demografik özelliklerine göre Kruskal- Wallis test

*Yöneticim Kruskal-Wallis	X ²	Df	P
Meslekte Geçirilen Süre	14,647	4	0,005**
Kurumda Çalışma Süresi	14,451	3	0,002**
Vardiya Durumu	9,728	3	0,021**
İdari Birim	7,898	2	0,019**

Kruskal-Wallis testi sonuçlarına göre çalışanların yönetici iletişimi algıları, meslekte geçirilen süre ($p=0,005$), kurumda çalışma süresi ($p=0,002$), vardiya durumu ($p=0,021$) ve idari birim ($p=0,019$) değişkenlerine göre anlamlı biçimde farklılaşmaktadır ($p<.05$). Buna göre yönetici iletişimi algısı, çalışanların kıdemi, çalışma düzeni ve görev yaptıkları birime göre değişmektedir.

Tablo 3. Yöneticim iletişim boyutunun demografik özelliklerine göre Bağımsız t test

Yönetici- İletişim Bağımsız t Testi	LEVENNE		ANOVA-t			
	F	P	T	Df	P	Mean dif.
Kurum	3,452	0,065	0,513	154	0,609	0,072
Medeni Durum	3,452	0,065	0,513	154	0,609	0,072

* $p<0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Kruskal- Wallis Analizi uygulanmıştır.

** $p>0,05$ olduğundan meslekte geçirilen süre, kurumda çalışma süresi, vardiya durumu ve idari birim gruplarının ortalamaları arasında %95 düzeyinde farklılık olduğu görülmektedir.

Meslekte geçirilen süre Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p<0.05$) ANOVA uygulanamamaktadır, bu nedenle meslekte geçirilen süre değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2 =14,647$, $df=4$, $p=0,005<0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ancak farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülememektedir.

Kurumda çalışma süresi Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p<0.05$) ANOVA uygulanamamaktadır, bu nedenle kurumda çalışma süresi değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=14,451$, $df=3$, $p=0,002<0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ancak farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülememektedir.

Vardiya durumu Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p<0.05$) ANOVA uygulanamamaktadır, bu nedenle kurumda çalışma süresi değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2= 9,728$, $df=3$, $p=0,021<0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ancak farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülememektedir.

İdari birimlerde Levene Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levene testi sonuçlarına göre ($p < 0.05$) ANOVA uygulanmamaktadır, bu nedenle kurumda çalışma süresi değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2 = 7,898$, $df = 2$, $p = 0,019 < 0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ancak farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu görülememektedir.

İletişim boyutlarının demografik özelliklerine göre yaş gruplarının, çalıştığı kurum, medeni durum, gelir durumu ve eğitim durumlarının $p > 0,05$ olduğundan grupların ortalamaları arasında %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Motivasyon boyutu

Motivasyon boyutunun demografik özellikler ile farklılık gösterip göstermediğine bakmak için veri gruplarının yapılarına göre, Varyans analizi (ANOVA), bağımsız örnek t testi, Kruskal-Wallis ve Post Hoc analizleri yapılmıştır.

Tablo 4. Yöneticim motivasyon boyutunun demografik özelliklerine göre Anova-t test

Yöneticim Motivasyon Anketi	LEVENNE		ANOVA-t		
	Levene İstatistik	P	Df	F	P
Yaş	2,089	0,058	4	1,718	0,149
Eğitim Durumu	0,826	0,511	4	0,327	0,86
Gelir Durumu	1,284	0,279	4	2,317	0,06
Meslekte Geçirilen Süre	6,804	0,000*	4	2,308	0,06
Kurumda Çalışma Süresi	2,559	0,057	3	10,429	0,000**
Vardiya Durumu	1,666	0,177	4	1,686	0,149
İdari Birim	10,421	0,000*	4	5,457	0,000

Çalışanların yönetici motivasyon algıları; yaş ($p = 0,149$), eğitim durumu ($p = 0,860$), gelir durumu ($p = 0,060$), meslekte geçirilen süre ($p = 0,060$) ve vardiya durumu ($p = 0,149$) değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermemektedir ($p > .05$), buna karşılık kurumda çalışma süresi ($F = 10,429$; $p < 0,001$) ve idari birim ($F = 5,457$; $p < 0,001$) değişkenlerine göre anlamlı farklılık göstermektedir ($p < .05$).

Tablo 5. Yöneticim motivasyon boyutunun demografik özelliklerine göre Kruskal-Wallis test

Yöneticim Kruskal-Wallis	X ²	Df	P
Meslekte Geçirilen Süre	2,445	4	0,655
İdari Birim	1,475	2	0,478

Kruskal-Wallis testi sonuçlarına göre çalışanların yönetici motivasyon algıları, meslekte geçirilen süre ($\chi^2 = 2,445$; $sd = 4$; $p = 0,655$) ve idari birim ($\chi^2 = 1,475$; $sd = 2$; $p = 0,478$) değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaşmamaktadır ($p > .05$). Buna göre bu iki değişken açısından gruplar arasında yönetici motivasyon algısı bakımından anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 6. Yöneticim motivasyon boyutunun demografik özelliklerine göre Bağımsız t test

Yöneticim-Motivasyon Bağımsız t Testi	LEVENNE		ANOVA-t			Ana fark
	F	P	T	Df	P	
Kurum	2,11	0,148	3,63	158	0**	0,553
Medeni Durum	1,583	,210	-296	154	0,767	-0,04374

Çalıştığı kurum Levene Testine göre, grupların varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. Bağımsız örnek t testine göre ($t = 3,630$, $df = 158$, $p = 0,000 < 0,05$) özel ve kamu gruplarının motivasyon skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

Meslekte geçirilen süre Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p < 0.05$) ANOVA uygulanamamaktadır, Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2 = 2,445$, $df = 4$, $p = 0,655 > 0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

İdari birim Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p < 0.05$) ANOVA uygulanamamaktadır, Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2 = 1,475$, $df = 2$, $p = 0,478 > 0,05$) meslekte geçirilen süre gruplarının iletişim skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 7. Kurumda çalışma sürecine göre Anova t test

	Df	F	P
Between Groups	3	10,429	,000***
Within Groups	156		
Total	159		

Kurumda çalışma sürecinin farklı olduğu görüldü, farkın hangi gruplar arasında olduğunun testi için Post Hoc Scheffee analizi yapıldı.

Tablo 8. Kurumda çalışma sürecine göre Post Hoc test, Scheffe

(I) Kurumda çalışma süresi	(J) Kurumda çalışma süresi	Ana fark (I-J)	Standart hata	P
0-5	6-10	-,013	,166	1,000
	11-15	,405	,281	,558
	16-20	2,285*	,422	,000****
6-10	0-5	,0130	,166	1,000
	11-15	,418	,300	,584
	16-20	2,298*	,434	,000****
11-15	0-5	-,405	,281	,558
	6-10	-,418	,300	,584
	16-20	1,879*	,490	,003
16-20	0-5	-2,285*	,422	,000****
	6-10	-2,298*	,434	,000****
	11-15	-1,879*	,490	,003

* $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Kruskal- Wallis Analizi uygulanmıştır.

** $p > 0,05$ olduğundan kurumda çalışma süresi gruplarının ortalamaları arasında %95 düzeyinde farklılık olduğu görülmektedir.

*** $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Post Hoc uygulanmıştır.

**** $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Ortalama fark 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Kurumda çalışma süresi Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. ANOVA'ya göre ($F = 10,429$, $p = 0,000 < 0,05$) çalışma süresi gruplarının motivasyon skorları ortalamalarının %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

Yapılan Post- Hoc, Scheffe analizine göre 16-20 yaş grubunun diğer tüm yaş grupları ile farklılık olduğu görülmüştür.

Motivasyon boyutlarının demografik özelliklerine göre yaş gruplarının, çalıştığı kurum, medeni durum, eğitim durumları, gelir durumlarında ve vardiya durumlarında $p>0,05$ olduğundan grupların ortalamalarının %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Minnesota iş tatmini

• İçsel veriler

Minnesota İş Tatmini içsel veriler boyutunun demografik özellikler ile farklılık gösterip göstermediğine bakmak için veri gruplarının yapılarına göre, Varyans Analizi (ANOVA), Bağımsız Örnek t Testi, Kurskal-Wallis, Mann-Whitney-U ve Post Hoc analizleri yapılmıştır.

Tablo 9. Minnesota İş Tatmini (İçsel Veriler Analizi) Anova t test

Minnesota İş Tatmini (İçsel Veriler Analizi)	LEVENNE		ANOVA-t		
	Levene İstatistik	P	Df	F	P
Yaş	2,325	0,059	4	1,04	0,388
Eğitim Durumu	3,193	0,015*	4	0,304	0,875
Gelir Durumu	2,409	0,052	4	1,661	0,162
Meslekte Geçirilen Süre	2,64	0,036*	4	0,959	0,432
Kurumda Çalışma Süresi	2,263	0,053	3	1,778	0,154
Vardiya Durumu	1,448	0,068	4	0,905	0,463
İdari Birim	1,243	0,296	4	3,429	0,01**

Çalışanların içsel iş tatmini düzeyleri; yaş ($p=0,388$), eğitim durumu ($p=0,875$), gelir durumu ($p=0,162$), meslekte geçirilen süre ($p=0,432$), kurumda çalışma süresi ($p=0,154$) ve vardiya durumu ($p=0,463$) değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı farklılık göstermemektedir ($p>.05$); buna karşılık idari birim değişkenine göre anlamlı farklılık bulunmaktadır ($F=3,429$; $p=0,01$).

Tablo 10. Minnesota İş Tatmini (İçsel Veriler Analizi) Kruskal Wallis test

Kruskal-Wallis	χ^2	Df	P
Eğitim Durumu	0,414	4	0,981
Meslekte Geçirilen Süre	4,8	4	0,308

Kruskal-Wallis sonuçlarına göre içsel iş tatmini düzeyi, eğitim durumu ($\chi^2=0,414$; $sd=4$; $p=0,981$) ve meslekte geçirilen süre ($\chi^2=4,800$; $sd=4$; $p=0,308$) değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı biçimde farklılaşmamaktadır ($p>.05$). Buna göre bu iki değişken açısından gruplar arasında içsel iş tatmini bakımından anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Tablo 11. Minnesota İş Tatmini (İçsel Veriler Analizi) Bağımsız t test

Bağımsız t Testi	LEVENNE		ANOVA-t			
	F	P	T	Df	P	Ana fark
Kurum	30,227	0***	-7,25	158	0,000	-0,88333
Medeni Durum	1,797	0,182	0,798	154	0,429	0,10708

Bağımsız t testi sonuçlarına göre ise kurum türüne göre içsel iş tatmini düzeyi anlamlı biçimde farklılaşmaktadır ($t=-7,25$; $sd=158$; $p<0,001$); ayrıca Levene testi anlamlı çıktığı için ($p<.05$) varyans homojenliği varsayımı sağlanmamıştır.

Tablo 12. Kurumlara göre Mann Whitney U test

	İçsel Tatmin
Mann-Whitney U	1427,500
Wilcoxon W	4667,500
Z	-6,056
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,000****

****Gruplar arası farklılıklara bakılmıştır ve test edilen gruplar arasında fark vardır.

Kurumlara göre Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Mann-Whitney-U testine göre (Mann-Whitney-U=1427,500, $p=0,000 < 0,05$) özel ve kamu gruplarının Minnesota içsel skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim durumlarının Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p < 0,05$) ANOVA uygulanamamaktadır. Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=0,414$ $df=4$, $p=0,981 > 0,05$) eğitim durumları gruplarının Minnesota içsel skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Kaç yıldır bu meslekte oldukları Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p < 0,05$) ANOVA uygulanamamaktadır, Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=4,8$, $df=4$, $p=0,308 > 0,05$) eğitim durumları gruplarının Minnesota içsel skorları ortalamalarının %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 13. Kruskal-Wallis

	Df	F	P
Between Groups	2	1,306	,274
Within Groups	157		
Total	159		

İdari birim sürecinin farklı olduğu görüldü, farkın hangi gruplar arasında olduğunun testi için Post Hoc Tamhane analizi yapıldı.

Tablo 14. İdari Birime göre Post Hoc, Tamhane test

(I) idari birim	(J) idari birim	Ana Fark (I-J)	Anlamlılık
Başhemşirelik	Baştabiplik	-,22054	,574
	idari amirlik	,05140	,989
Baştabiplik	Başhemşirelik	,22054	,574
	idari amirlik	,27194	,240
idari amirlik	Başhemşirelik	-,05140	,989
	Baştabiplik	-,27194	,240

* $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Kruskal- Wallis Analizi uygulanmıştır.

** $p > 0,05$ olduğundan kurumda çalışma süresi gruplarının ortalamaları arasında %95 düzeyinde farklılık olduğu görülmektedir.

*** $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Mann-Whitney-U uygulanmıştır.

İdari birimlerde Levene Testine göre, grupların varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. ANOVA'ya göre ($F=3,429$, $p=0,010 < 0,05$) gelir durumlarının içsel skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

Bu nedenle idari birim değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Post Hoc Tamhane analizi yapılmıştır. Post Hoc analizine göre idari birim gruplarının Minnesota içsel skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Minnesota İş tatmini ölçeğinin içsel boyutlarının demografik özelliklerine göre yaş gruplarının, medeni durum, eğitim durumları, gelir durumları, kurumda çalışma süresi, meslekte geçirilen süre ve vardiya durumlarında $p > 0,05$ olduğundan grupların ortalamaları arasında %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Dışsal veriler

Minnesota İş Tatmini dışsal veriler boyutunun demografik özellikler ile farklılık gösterip göstermediğine bakmak için veri gruplarının yapılarına göre, Varyans Analizi (ANOVA), Bağımsız Örnek t Testi, Kurskal-Wallis, Mann-Whitney-U ve Post Hoc analizleri yapılmıştır.

Tablo 15. Minnesota İş Tatmini (Dışsal Veriler Analizi) Anova t test

Minnesota İş Tatmini (Dışsal Veriler Analizi)	LEVENNE		ANOVA-t		
	Levene İstatistik	P	Df	F	P
Yaş	2,069	0,087	4	2,122	0,081
Eğitim Durumu	6,666	0*	4	1,839	0,124
Gelir Durumu	2,931	0,023*	4	2,76	0,03
Meslekte Geçirilen Süre	4,213	0,003*	4	2,439	0,049
Kurumda Çalışma Süresi	2,108	0,101	3	1,342	0,263
Vardiya Durumu	1,969	0,121	4	0,631	0,641
İdari Birim	0,799	0,496	4	3,835	0,005**

Minnesota İş Tatmini'nin (dışsal tatmin) demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı incelendiğinde, yaş ($F=2,122$; $p=0,081$), eğitim durumu ($F=1,839$; $p=0,124$), kurumda çalışma süresi ($F=1,342$; $p=0,263$) ve vardiya durumu ($F=0,631$; $p=0,641$) açısından istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmamıştır ($p > 0,05$). Buna karşılık gelir durumu ($F=2,760$; $p=0,030$), meslekte geçirilen süre ($F=2,439$; $p=0,049$) ve idari birim ($F=3,835$; $p=0,005$) değişkenlerine göre dışsal iş tatmini puanlarının anlamlı biçimde farklılaştığı görülmektedir ($p < 0,05$). Genel olarak bulgular, dışsal iş tatmininin özellikle gelir, mesleki deneyim ve çalışılan idari birime göre değiştiğini göstermektedir.

Tablo 16. Minnesota İş Tatmini (Dışsal Veriler Analizi) Kruskal Wallis test

Kruskal-Wallis	X ²	Df	P
Eğitim Durumu	0,54	4	0,97
Gelir Durumu	4,383	4	0,357
Meslekte Geçirilen Süre	7,919	4	0,095

Kruskal-Wallis testi sonuçlarına göre Minnesota İş Tatmini (dışsal tatmin) puanları eğitim durumu ($\chi^2=0,54$; $sd=4$; $p=0,97$), gelir durumu ($\chi^2=4,383$; $sd=4$; $p=0,357$) ve meslekte geçirilen süre ($\chi^2=7,919$; $sd=4$; $p=0,095$) değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılaşmamaktadır. Başka bir ifadeyle, bu üç değişken açısından grupların dışsal iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir fark saptanmamıştır. Özellikle meslekte geçirilen süre değişkeninde p değeri 0,05'e görece yakın olsa da ($p=0,095$), bu sonuç anlamlılık düzeyine ulaşmadığından fark tespit edilmemiştir.

Tablo 17. Minnesota İş Tatmini (Dışsal Veriler Analizi) Bağımsız t test

Bağımsız t Testi	LEVENNE		ANOVA-t	Df	P	Sig.
	F	P	T			
Kurum	10,465	0,001***	-5,4	107,252	0	-0,89688
Medeni Durum	0,342	0,559	1,457	154	0,147	0,25895

Tablo 18. Kurumlara göre Mann Whitney u test

Test Statistics	Dissal Tatmin
Mann-Whitney U	1200,500
Wilcoxon W	4440,500
Z	-6,837
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000****

****p<0,05 olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Ortalama fark 0,05 düzeyinde ,000**** anlamlıdır.

Kurumlara göre Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. Mann-Whitney-U testine göre (Mann-Whitney-U =1200,500, $p=0,000 <0,05$) özel ve kamu gruplarının Minnesota dışsal skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olduğu tespit edilmiştir.

Eğitim durumu Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p<0,05$) ANOVA uygulanmamaktadır, bu nedenle eğitim durumları değişkeni ikiden fazla grupta olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=0,54$, $df=4$, $p=0,97>0,05$) eğitim durumları gruplarının Minnesota dışsal skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden fark olmadığı tespit edilmiştir.

Gelir durumu Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p<0,05$) ANOVA uygulanmamaktadır, bu nedenle gelir durumları değişkeni ikiden fazla grupta olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=4,383$, $df=4$, $p=0,357>0,05$) gelir durumları gruplarının Minnesota dışsal skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden fark olmadığı tespit edilmiştir.

Meslek yılı Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Levenne testi sonuçlarına göre ($p < 0.05$) ANOVA uygulanmamaktadır, bu nedenle meslek yılı değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır. Kruskal-Wallis analizine göre ($\chi^2=7,919$, $df=4$, $p=,095 > 0,05$) meslek yılı gruplarının Minnesota dışsal skorları ortalamaları %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden fark olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 19. Kruskal-Wallis

	Df	F	P
Between Groups	2	4,120	,018
Within Groups	157		
Total	159		

İdari birim sürecinin farklı olduğu görüldü, farkın hangi gruplar arasında olduğunun testi için Post Hoc Tamhane analizi yapıldı.

Tablo 20. İdari birim sürecine göre Post hoc Tamhane test

(I) idari birim	(J) idari birim	Ana Fark (I-J)	Anlamlılık
Başhemşirelik	Baştabiplik	-,65580	,081
	idari amirlik	-,11113	,921
Baştabiplik	Başhemşirelik	,65580	,081
	idari amirlik	,54467	,118
idari amirlik	Başhemşirelik	,11113	,921
	Baştabiplik	-,54467	,118

* $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Kruskal- Wallis Analizi uygulanmıştır.

** $p > 0,05$ olduğundan kurumda çalışma süresi gruplarının ortalamaları arasında %95 düzeyinde farklılık olduğu görülmektedir.

*** $p < 0,05$ olduğundan grup varyanslarının eşit olmadığı görülmektedir. Bu yüzden Mann-Whitney-U uygulanmıştır.

İdari Birim Levenne Testine göre, grupların varyanslarının eşit olduğu görülmektedir. ANOVA testi sonuçlarına göre ($p < 0.05$) gruplar arasında fark olduğu görülmüştür. İdari birim değişkeni ikiden fazla gruplu olduğundan hangi gruplar arasında fark olduğu testi için Post Hoc Tamhane analizi yapılmıştır. Post Hoc analizine göre idari birimlerin Minnesota dışsal skorları ortalamalarının %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Minnosata İş tatmini ölçeğinin dışsal boyutlarının demografik özelliklerine göre yaş gruplarının, medeni durum, çalışma süresi, eğitim durumu, meslekte geçirilen süre ve vardiya durumu $p > 0,05$ olduğundan grupların ortalamaları arasında %95 anlamlılık düzeyinde birbirlerinden farklı olmadığı tespit edilmiştir.

Demografik özelliklerle yönetici anketi

Yöneticim anketindeki iki boyutun, yani iletişim ve motivasyon boyutlarının demografik özelliklerle farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır ve yöneticim anketinin iletişim boyutunda meslekte geçirilen süre, kurumda çalışma süresi, vardiya durumu ve idari birimler değişkenlerinde farklılık olduğu görülmüştür. Motivasyon boyutunda ise; çalıştığı kurum ve toplam çalışma süresinde farklılık olduğu görülmüştür.

Demografik özelliklerle Minnesota iş tatmini

Minnesota İş tatminindeki iki boyutun, yani içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini boyutlarının demografik özelliklerle farklılık gösterip göstermediğine bakılmıştır ve içsel boyutlarında kurumlara göre ve idari birim değişkenlerinde farklılık olduğu görülmüştür. Dışsal boyutlarında ise; kurumlara göre ve idari birim yılları değişkenlerinde farklılık olduğu görülmüştür.

Regresyon Analizi

Yönetici boyutlarının iş tatmini üzerinde etkisi yoktur. Hipotezinin testi için regresyon analizi kullanılacaktır.

İçsel tatmin

Minnesota iş tatmini ölçeğine ait İçsel tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarla olan doğrusal ilişkini göstermek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Analize ilişkin istatistikler aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir:

Tablo 21. Minnesota iş tatmini ölçeğine ait içsel tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarına

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Standart Hata
1	,657	0,431	0,424	0,67316
a. Tahminleyen: Motivasyon faktörü, iletişim faktörü				
b. Bağımlı Değişken: İçsel tatmin				

Minnesota iş tatmini ölçeğine ait içsel tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarına ilişkin çoklu regresyon analizi

Tablo 22. Regresyon Modeli – ANOVA

Model		Df	F	P
1	Regression	2	59,464	,000**
	Hata	157		
	Total	159		

**Modelin korelasyon katsayısı %95 güven aralığında anlamlıdır.

ANOVA $p < 0,05$ olduğundan 1 numaralı modelin korelasyon katsayısı %95 seviyesinde anlamlıdır. Model değişkenleri içsel tatmin boyutunun değişkenliğinin %65,7'sini açıklayabilmektedir ($R^2=0,431$, $F=59,464$, $p=0,000$).

Tablo 23. İletişim- motivasyon katsayıları

Model		Standardize Edilmemiş Katsayı		Standart Katsayı	T	P	Çoklu Doğrusallık	
		B	Std. Hata	Beta			Tolerans	VIF
1	(Constant)	3,730	,053		70,093	,000**		
	İletişim	,520	,053	,587	9,750	,000**	1,000	1,000
	Motivasyon	,261	,053	,294	4,886	,000**	1,000	1,000

**Regresyon katsayısı %95 güven aralığında anlamlıdır.

Her iki değişkenin katsayılarının 0'dan farklı ve %95 seviyesinde anlamlı olduğu görülmüştür ($B_1=0,520$,

$t=9,750$, $P=0,000<0,05$) ($B2=0,261$, $t=4,886$, $P=0,000<0,05$) çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir ($VIF=1<10$). Standardize katsayılara bakılırsa ($B1=0,578$, $B=0,294$) iletişim faktörünün, içsel tatmin değişkeni üzerinde daha fazla etkisi olduğu görülmektedir.

Dışsal tatmin

Minnesota iş tatmini ölçeğine ait dışsal tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarla olan doğrusal ilişkini göstermek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Analize ilişkin istatistikler aşağıdaki tablolarda gösterilmiştir:

Tablo 24. Minnesota iş tatmini ölçeğine ait dışsal tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarına ilişkin çoklu regresyon analizi

Model	R	R Kare	Düzeltilmiş R Kare	Standart Hata
1	,600a	,360	,352	,91743

a. Tahminleyen: Motivasyon Faktörü, İletişim Faktörü

Tablo 25. Minnesota iş tatmini ölçeğine ait dışsal tatmin boyutunun yönetici anketindeki boyutlarına ilişkin çoklu regresyon analizi

Model		Df	F	P
1	Regression	2	44,171	,000***
	Hata	157		
	Total	159		

***Modelin korelasyon katsayısı %95 güven aralığında anlamlıdır.

ANOVA $p<0,05$ olduğundan 1 numaralı modelin korelasyon katsayısı %95 seviyesinde anlamlıdır. Model değişkenleri dışsal tatmin değişkenininin %60'ını açıklayabilmektedir ($R2=0,360$, $F=44,171$, $p=0,000$).

Tablo 26. İletişim- motivasyon katsayıları

Model		Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Katsayıları	T	P	Çoklu Doğrusallık	
		B	Std. Hata				Beta	Tolerans
1	(Constant)	3,752	,073		51,725	,000***		
	İletişim	,614	,073	,538	8,433	,000***	1,000	1,000
	Motivasyon	,302	,073	,265	4,150	,000***	1,000	1,000

***Regresyon katsayısı %95 güven aralığında anlamlıdır.

Her iki değişkenin katsayılarınının 0'dan farklı ve %95 seviyesinde anlamlı olduğu görülmüştür ($B1=0,614$, $t=8,433$, $P=0,000<0,05$) ($B2=0,302$, $t=4,150$, $P=0,000<0,05$) çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir ($VIF=1<10$). Standardize katsayılara bakılırsa ($B1=0,538$, $B2=0,265$) iletişim faktörünün, dışsal tatmin değişkeni üzerinde daha fazla etkisi olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada, sağlık kurumlarında yöneticilerin iletişim becerileri ile çalışan motivasyonu ve iş tatmini arasındaki ilişkiler kamu ve özel hastane karşılaştırması temelinde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, yönetici iletişimi ve motivasyonunun çalışanların iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif etkiler oluşturduğunu; özellikle yönetici iletişimi boyutunun hem içsel hem de dışsal iş tatmini üzerinde daha güçlü olduğunu göstermektedir. Bu sonuç, yönetsel iletişimin yalnızca bilgi aktarımı işlevi görmediğini; aynı zamanda çalışanların iş ortamını algılama biçimini, kendilerini değerli hissetme düzeylerini ve

örgüte yönelik tutumlarını da şekillendiren temel bir yönetim aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın demografik değişkenlere ilişkin bulguları, yönetici iletişimi algısının her değişkene göre farklılaşmadığını, ancak özellikle meslekte geçirilen süre, kurumda çalışma süresi, vardiya durumu ve idari birim gibi işin örgütsel bağlamına ilişkin değişkenlere göre anlamlı farklılıklar gösterebildiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, iletişim algısının bireysel-demografik özelliklerden çok, çalışanların kurum içindeki konumları, çalışma düzenleri ve örgütsel deneyimleriyle ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Başka bir ifadeyle, çalışanların yöneticileriyle kurduğu iletişim, yalnızca kişisel özelliklerden değil; görev yapılan birim, kıdem ve çalışma organizasyonunun niteliğinden etkilenmektedir. Bu durum özellikle sağlık kurumlarında vardiyalı çalışma, yoğun iş yükü ve çok disiplinli ekip yapısı nedeniyle daha görünür hale gelmektedir. Yönetici motivasyon algısı boyutunda ise demografik değişkenlerin etkisinin daha sınırlı olduğu; buna karşılık kurumda çalışma süresi ve bazı analizlerde kurum türü gibi değişkenlerin anlamlı farklılık ürettiği görülmektedir. Bu sonuç, çalışan motivasyonunun yalnızca yöneticinin bireysel tutumuna değil, kurumun yapısal özelliklerine, işleyiş biçimine ve çalışanların kuruma uyum sürecine bağlı olarak değişebildiğini göstermektedir. Özellikle kurumda geçirilen sürenin artmasıyla birlikte çalışanların örgütsel beklentilerinin, rol netliklerinin ve yönetsel süreçleri değerlendirme biçimlerinin değişmesi, motivasyon algısında farklılaşma yaratabilmektedir. Bu bulgu, motivasyonun dinamik ve bağlama duyarlı bir olgu olduğunu vurgulayan kuramsal yaklaşımlarla uyumludur (Deci & Ryan, 2000; Luthans, 2011).

Minnesota İş Tatmin Ölçeği bulguları incelendiğinde, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini boyutlarının demografik değişkenlerin tamamına göre farklılaşmadığı; ancak özellikle kurum türü ve idari birim değişkenlerine göre anlamlı farklılıklar ortaya çıktığı görülmektedir. Bu bulgu, iş tatmininin yalnızca bireysel özelliklerle açıklanamayacağını; çalışanların görev yaptığı kurumsal yapı, yönetim anlayışı, birim içi işleyiş ve yönetsel ilişkilerden güçlü biçimde etkilendiğini göstermektedir. İçsel tatmin boyutunda (başarı, tanınma, sorumluluk, kendini gerçekleştirme vb.) ve dışsal tatmin boyutunda (ücret, çalışma koşulları, yönetim politikaları, kişilerarası ilişkiler vb.) gözlenen kurum temelli farklılıklar, sağlık kurumlarında yönetsel uygulamaların çalışan deneyimini doğrudan şekillendirdiğine işaret etmektedir.

Araştırmanın en önemli bulgularından biri, çoklu regresyon analizleri sonucunda yönetici iletişimi ve yönetici motivasyon boyutlarının hem içsel hem de dışsal iş tatminini anlamlı biçimdedir. Bununla birlikte standardize katsayılar incelendiğinde, iletişim boyutunun etkisinin motivasyon boyutuna kıyasla daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç, çalışanların iş tatmininin artırılmasında yöneticilerin yalnızca motive edici uygulamalar yürütmesinin yeterli olmadığını; bu uygulamaların çalışan tarafından nasıl iletildiği, nasıl açıklandığı ve nasıl deneyimlendiğinin belirleyici olduğunu göstermektedir. Bulgular, yönetsel iletişimin iş tatmini üzerindeki etkisini vurgulayan örgütsel davranış literatürüyle uyumludur (Deci & Ryan, 2000; Luthans, 2011). Ayrıca iletişimin güven, bağlılık ve örgütsel uyum süreçlerini desteklediğini gösteren çalışmalarla da örtüşmektedir (Meyer & Allen, 1991). Kamu ve özel hastane çalışanları arasında iş tatmini düzeyleri bakımından anlamlı farklılıklar bulunması ve kamu hastanesi çalışanlarının iş tatmini puanlarının daha yüksek çıkması, sağlık kurumlarının kurumsal yapılarının çalışan tutumları üzerindeki etkisini göstermektedir. Bu farklılık; iş güvencesi, çalışma koşulları, kurumsal beklentiler, yönetim tarzı, performans baskısı ve örgütsel kültür gibi değişkenlerin birleşik etkisiyle açıklanabilir. Dolayısıyla sağlık kurumlarında çalışan motivasyonu ve iş tatminini artırmaya yönelik müdahaleler planlanırken, yalnızca bireysel düzeyde değil, kurumsal yapı ve yönetim sistemi düzeyinde de düzenlemeler yapılması gerekmektedir. Çalışmanın bulguları birlikte değerlendirildiğinde, sağlık kurumlarında yönetsel iletişim becerilerinin geliştirilmesinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini üzerinde doğrudan ve dolaylı etkiler oluşturabileceği sonucuna ulaşılmaktadır. Özellikle iletişim boyutunun iş tatmini üzerindeki görece güçlü etkisi, sağlık yöneticilerinin teknik yönetsel beceriler kadar iletişim yeterlikleri açısından da desteklenmesi gerektiğini göstermektedir. Bu çerçevede etkili dinleme, açık geri bildirim, çatışma yönetimi, empatik iletişim ve birimlere özgü iletişim stratejileri,

sağlık kurumlarında insan kaynağı yönetiminin öncelikli alanları arasında değerlendirilmelidir.

Öneriler

- Araştırma bulgularına dayalı olarak sağlık kurumları yöneticileri ve insan kaynakları uygulamaları açısından aşağıda yer alan öneriler geliştirilebilir.
- Yöneticilere yönelik düzenli iletişim becerileri eğitimleri (etkili dinleme, geri bildirim verme, çatışma çözme, empatik iletişim, ekip içi koordinasyon) planlanmalıdır.
- Kurumda çalışma süresi düşük olan çalışanlar için yönetsel iletişimi güçlendiren uyum programları ve mentorluk uygulamaları geliştirilmelidir. Vardiyalı çalışan gruplarda iletişim kopukluğunu azaltmak amacıyla vardiya devir teslim süreçleri, düzenli birim toplantıları ve standart bilgilendirme mekanizmaları güçlendirilmelidir.
- İdari birimler arasındaki farklılıklar dikkate alınarak birime özgü iletişim ve motivasyon stratejileri tasarlanmalıdır; tek tip uygulamalar yerine ihtiyaç temelli yönetsel yaklaşımlar benimsenmelidir.
- İş tatmini bulguları doğrultusunda, özellikle dışsal tatmini etkileyen alanlarda (çalışma koşulları, yönetim uygulamaları, kişilerarası ilişkiler, takdir ve ödüllendirme süreçleri) kurumsal iyileştirmelere öncelik verilmesi önerilmektedir.
- Kamu-özel hastane farklılıklarının belirgin olduğu dikkate alındığında, kurumlar kendi örgütsel yapılarını ve çalışan beklentilerini dikkate alarak farklılaştırılmış insan kaynakları politikaları geliştirmelidir. Bu kapsamda çalışan geri bildirim mekanizmalarının kurumsallaştırılması, periyodik memnuniyet ölçümleri yapılması ve sonuçların yönetsel karar süreçlerine yansıtılması önem taşımaktadır.

Gelecek çalışmalar için öneriler

Bu araştırma, İstanbul'da yer alan izin alınan kamu ve özel hastanelerde görev yapan toplam 160 sağlık çalışanı ile sınırlıdır. Dolayısıyla bulguların genellenebilirliği, örneklemin kapsadığı kurumlar ve benzer özellikteki sağlık kuruluşları ile sınırlı olarak değerlendirilmelidir. Gelecek çalışmalarda farklı şehirlerde ve daha geniş örneklemlemlerle araştırmaların tekrarlanması; doktor, hemşire, idari personel ve diğer sağlık çalışanlarının ayrı alt gruplar halinde incelenmesi; ayrıca nitel veri ile nicel bulguların desteklenmesi önerilmektedir. Bunun yanında, yönetici iletişimi ile iş tatmini arasındaki ilişkide örgütsel güven, tükenmişlik, liderlik tarzı ve örgütsel destek gibi değişkenlerin aracı rolü de ileri araştırmalarda test edilebilir. Sonuç olarak, bu çalışma sağlık kurumlarında yönetici iletişim becerilerinin çalışan motivasyonu ve iş tatmini açısından merkezi bir rol oynadığını göstermektedir. Çalışanların yöneticileriyle kurduğu iletişimin niteliği iyileştikçe, yalnızca bireysel tatmin ve motivasyonun değil, aynı zamanda kurumsal işleyişin ve hizmet kalitesinin de güçlenmesi beklenmektedir. Bu nedenle sağlık kurumlarında sürdürülebilir performans ve hizmet kalitesi hedeflerine ulaşılmasında, yöneticilerin iletişim yetkinliklerinin stratejik bir yatırım alanı olarak ele alınması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “what” and “why” of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. <https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104.01>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)
- Herzberg, F. (1968). One more time: How do you motivate employees? *Harvard Business Review*, 46(1), 53–62.
- Judge, T. A., Thoresen, C. J., Bono, J. E., & Patton, G. K. (2001). The job satisfaction–job performance relationship: A qualitative and quantitative review. *Psychological Bulletin*, 127(3), 376–407. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.127.3.376>

Koçel, T. (2023). İşletme yöneticiliği (19. baskı). Beta Yayınları. İstanbul.

Luthans, F. (2011). Organizational behavior: An evidence-based approach (12th ed.). McGraw-Hill/Irwin.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2017). Organizational behavior (17th ed.). Pearson.

Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G. W., & Lofquist, L. H. (1970). Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire. University of Minnesota, Industrial Relations Center.



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA MAKALESİ

Türkiye’de Politik Pazarlama ve Seçmen Davranışı: 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi Literatürünün Tematik ve Karşılaştırmalı Derlemesi

Political Marketing and Voter Behavior in Turkey: A Thematic and Comparative Review of the Literature on the 2023 General Election and the 2024 Local Elections

Görkem Fırat Çakır¹ 

Levent Ürer²  

¹ İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Türkiye, e-mail: gorkemcakir@stu.aydin.edu.tr

² Prof. Dr., İstanbul Aydın Üniversitesi Türkiye, e-mail:

Özet

Yapılan çalışma, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünü Türkiye bağlamında 2023 Genel Seçimi ve 2024 Yerel Seçimi örnekleri üzerinden tematik ve karşılaştırmalı bir derleme çerçevesinde incelemektedir. Çalışmanın amacı, farklı seçim türlerine odaklanan politik pazarlama araştırmalarını aynı analitik düzlemde değerlendirerek, politik pazarlama stratejilerinin seçmen davranışıyla nasıl ilişkilendirildiğini görünür kılmaktır. Bu doğrultuda, Türkiye’de genel ve yerel seçimlere ilişkin akademik çalışmalar sistematik biçimde taranmış, liderlik, ideolojik konumlanma, ekonomi söylemi, medya kullanımı, aday merkezlilik ve hizmet performansı gibi temalar etrafında karşılaştırmalı bir çözümleme yapılmıştır.

Derleme bulguları, 2023 Genel Seçimi literatüründe politik pazarlamanın ağırlıklı olarak ulusal ölçekte lider merkezli, ideolojik ve sembolik anlatılar üzerinden kurgulandığını göstermektedir. Buna karşılık 2024 Yerel Seçimi literatürü, politik pazarlamanın aday merkezli, performans odaklı ve somut hizmet söylemlerine dayalı bir yapıya yöneldiğini ortaya koymaktadır. Karşılaştırmalı değerlendirme, politik pazarlamanın sabit ve evrensel bir teknikler bütünü olmadığını; seçim türü, ölçek ve siyasal bağlama göre farklılaşan bağlama duyarlı bir siyasal pratik olarak işlediğini göstermektedir.

Çalışma, genel ve yerel seçimler arasındaki yapısal farklılıkları analitik bir değişken olarak merkeze alarak, Türkiye’de politik pazarlama literatürüne özgün bir katkı sunmaktadır. Bu yönüyle makale, politik pazarlama ve seçmen davranışı çalışmalarında bağlama duyarlı ve karşılaştırmalı analizlerin önemini vurgulamakta; ilerleyen ampirik araştırmalar için kavramsal bir çerçeveye önermektedir.

Anahtar Kelimeler: Politik pazarlama, Seçmen davranışı, Genel seçimler, Yerel seçimler, Türkiye.

Citation / Atıf: ÇAKIR, G.F. & ÜRER, L. (2026). Türkiye’de Politik Pazarlama ve Seçmen Davranışı: 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi Literatürünün Tematik ve Karşılaştırmalı Derlemesi. *Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi*.2(1), 55-67, <https://doi.org/>

Corresponding author / Sorumlu yazar:
Görkem Fırat Çakır
E-mail: gorkemcakir@stu.aydin.edu.tr



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

Abstract

This study provides a thematic and comparative review of the political marketing and voter behavior literature in the Turkish context, focusing on the 2023 General Election and the 2024 Local Election. The main aim of the study is to examine how political marketing strategies are conceptualized in relation to voter behavior across different types of elections and to make visible the contextual dynamics shaping these strategies. To this end, academic studies on political marketing, electoral campaigns, and voter behavior in Turkey were systematically reviewed and comparatively analyzed around key themes such as leadership, ideological positioning, economic discourse, media use, candidate-centered strategies, and service performance.

The findings indicate that the literature on the 2023 General Election predominantly emphasizes leader-centered, ideologically framed, and nationally scaled political marketing strategies, in which voter behavior is largely interpreted through narratives of trust, stability, and governing capacity. In contrast, studies on the 2024 Local Election highlight a shift toward candidate-centered, performance-oriented, and service-based political marketing, where voter preferences are more closely associated with local issues, accessibility, and municipal performance. The comparative analysis demonstrates that political marketing should not be understood as a universal and fixed set of techniques; rather, it operates as a context-sensitive political practice that varies according to election type, scale, and political context.

By treating election type as an analytical variable, this study offers an original contribution to the Turkish political marketing literature. It underscores the importance of comparative and context-sensitive approaches in the study of political marketing and voter behavior and provides a conceptual framework that may inform future empirical research.

Keywords: Political marketing, voter behavior, general elections, local elections, Turkey.

1. GİRİŞ

Politik pazarlama, modern demokrasilerde siyasal rekabetin nasıl kurulduğunu anlamada giderek daha merkezi bir kavramsal alan haline gelmektedir. Siyasal partiler ile adaylar, seçmenle kurulan ilişkiyi ideolojik programlar ve politika vaatleriyle sınırlı tutmamaktadır. İletişim stratejileri, lider temsilleri ve kampanya anlatıları, siyasal rekabetin kurulmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Siyasal kampanyaların klasik propaganda anlayışıyla açıklanmasının yetersiz kalması, pazarlama mantığının siyasal alana taşınmasını görünür hale getirmiştir (Lees-Marshment, 2001).

Politik pazarlama kavramı, erken dönem çalışmalarda ağırlıklı olarak ticari pazarlama tekniklerinin siyasal alana uyarlanması şeklinde ele alınmıştır. Seçmen, büyük ölçüde rasyonel bir tercih yapıcı olarak konumlandırılmış; kampanya mesajlarının hesaplı ve fayda temelli bir ikna sürecine dayanması gerektiği varsayılmıştır (Butler & Collins, 1994). Zamanla söz konusu yaklaşımın indirgemeci bir çerçeve sunduğu yönünde eleştiriler artmıştır. Politik pazarlamanın ikna teknikleriyle sınırlı olmadığı, siyasal anlamların üretildiği ve seçmenle uzun erimli ilişkilerin kurulduğu bir süreç olarak ele alınması gerektiği vurgulanmıştır (Scammell, 1999).

Güncel literatürde politik pazarlama, seçmeni pasif bir mesaj alıcısı olarak tanımlayan modellerden belirgin biçimde uzaklaşmaktadır. Seçmen davranışı, çok boyutlu bir anlamlandırma süreci içinde ele alınmaktadır. Rasyonel fayda hesaplarının yanında kimlik, aidiyet, güven ve duygusal yönelimler gibi unsurların belirleyici olduğu kabul edilmektedir (Kalaycıoğlu, 2014). Politik pazarlama stratejileri, söz konusu çok katmanlı yapıya hitap eden söylemsel ve sembolik çerçeveler üretme eğilimindedir.

Türkiye örneği, politik pazarlama ile seçmen davranışı arasındaki ilişkinin incelenmesi açısından

dikkat çekici bir bağlam sunmaktadır. Güçlü lider figürlerinin öne çıktığı siyasi yapı, yoğun kampanya söylemleri ve değişken ittifak ilişkileri, politik pazarlama stratejilerinin bağlamsal koşullara göre nasıl dönüştüğünü gözlemleme imkanı vermektedir (Özbudun, 2019). Türkiye'deki seçim süreçleri, söz konusu dinamiklerin birlikte izlenebildiği elverişli bir analiz alanı oluşturmaktadır.

Bu metinde, politik pazarlama ve seçmen davranışı alanında üretilmiş kuramsal ve ampirik çalışmalar sistematik biçimde ele alınmaktadır. Yeni bir alan araştırması sunma iddiası taşınmamaktadır. Amaç, mevcut literatürü sentezleyerek politik pazarlama stratejilerinin seçmen davranışıyla nasıl ilişkilendirildiğini görünür kılmaktır. Genel ve yerel seçimler arasındaki farklılıkların literatürde nasıl ele alındığına odaklanmak, incelemenin temel yönelimlerinden birini oluşturmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Tasarımı ve Derleme Türü

Çalışma, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünü Türkiye bağlamında 2023 Genel Seçimi ve 2024 Yerel Seçimi örnekleri üzerinden inceleyen tematik ve karşılaştırmalı bir anlatsal derleme niteliği taşımaktadır. Araştırma, mevcut akademik çalışmaların sunduğu kuramsal ve ampirik bulguları bir araya getirerek kavramsal örüntüleri ve tematik süreklilikleri görünür kılmayı amaçlamaktadır.

Derleme çalışmaları literatüründe, anlatsal ve tematik derlemeler, belirli bir araştırma sorusu etrafında şekillenen çalışmaları katı istatistiksel protokoller yerine analitik sentez yoluyla değerlendirmeyi hedefleyen yöntemler olarak tanımlanmaktadır (Grant & Booth, 2009). Bu çerçevede söz konusu çalışma, sistematik derleme ya da meta-analiz iddiası taşımamakta; politik pazarlama stratejilerinin farklı seçim türlerinde nasıl anlamlandırıldığını karşılaştırmalı biçimde tartışmayı amaçlayan kavramsal bir analiz sunmaktadır.

2.2. Literatür Seçim Süreci ve Kapsam

Literatür taraması, politik pazarlama, seçmen davranışı, genel seçimler ve yerel seçimler temalarını merkeze alacak biçimde gerçekleştirilmiştir. İnceleme kapsamına, özellikle Türkiye'de genel ve yerel seçimlere odaklanan politik pazarlama ve siyasi iletişim çalışmaları dahil edilmiştir. Uluslararası literatür ise kuramsal çerçevenin oluşturulması ve kavramsal karşılaştırmaların desteklenmesi amacıyla kullanılmıştır.

Literatür seçimi yapılırken aşağıdaki ölçütler esas alınmıştır:

- Çalışmanın politik pazarlama, kampanya stratejileri veya seçmen davranışı ile doğrudan ilişkili olması,
- Türkiye'deki genel ya da yerel seçim süreçlerini konu edinmesi,
- Akademik hakemli dergilerde yayımlanmış makaleler, kitaplar veya editörlü kitap bölümleri olması,
- 2023 Genel Seçimi ve 2024 Yerel Seçimi bağlamında güncel tartışmalara katkı sunması.

Bu ölçütler doğrultusunda, yalnızca betimleyici seçim sonuçlarına odaklanan, politik pazarlama ya da seçmen davranışıyla analitik bağ kurmayan çalışmalar kapsam dışında bırakılmıştır. Benzer şekilde, seçim süreçlerini normatif ya da gazetecilik temelli bir perspektifle ele alan metinler de inceleme kapsamına dahil edilmemiştir.

2.3. Analitik Yaklaşım ve Tematik Çözümleme

Seçilen literatür, tematik analiz yaklaşımı temel alınarak değerlendirilmiştir. Çalışmalar, öncelikle politik pazarlama stratejilerinin hangi kavramlar ve anlatılar etrafında kurgulandığına göre sınıflandırılmıştır. Ardından genel ve yerel seçimlere özgü temalar karşılaştırmalı biçimde ele alınmıştır. Bu süreçte liderlik, ideolojik konumlanma, ekonomi söylemi, medya kullanımı, aday merkezlilik ve hizmet performansı gibi temalar öne çıkmıştır.

Tematik çözümleme, politik pazarlama stratejilerinin seçmen davranışını nasıl çerçevelediğini ortaya

koymayı amaçlamaktadır. Analiz, kampanya söylemlerinin seçmen davranışını doğrudan ve mekanik biçimde belirlediği varsayımından bilinçli olarak uzak durmakta; bunun yerine siyasal tercihlerin bağlamsal ve çok katmanlı biçimde kurulduğu yaklaşımını benimsemektedir. Bu doğrultuda, genel ve yerel seçim literatürü arasındaki farklar, politik pazarlamanın bağlama duyarlı bir siyasal pratik olarak nasıl işlediğini göstermek üzere karşılaştırmalı biçimde tartışılmıştır.

3. POLİTİK PAZARLAMA KAVRAMI VE TEMEL YAKLAŞIMLAR

Politik pazarlama, en genel düzeyde siyasal aktörlerin seçmen beklentilerini anlamaya, söz konusu beklentiler doğrultusunda politik ürünler geliştirmeye ve seçmenle süreklilik taşıyan bir ilişki kurmaya yönelik faaliyetler bütünü olarak ele alınmaktadır (Henneberg, 2002). Tanımın dikkat çeken yönü, politik pazarlamayı seçim dönemlerine sıkışan bir kampanya faaliyeti olarak görmemesidir. Siyasal sürecin tamamına yayılan, zamana yayılan bir pratikten söz edilmektedir.

Politik pazarlama literatüründe öne çıkan kavramlardan biri siyasal üründür. Siyasal ürün, ticari ürünlerde olduğu gibi somut bir nesneye karşılık gelmez. Parti kimliği, liderlik tarzı, ideolojik konumlanma ve politika vaatleri, sembolik bir bütün oluşturarak anlam kazanır (Newman, 1999). Seçmen değerlendirmeleri programatik içeriklerle sınırlı kalmaz. Liderin güvenilirliği ve temsil ettiği değerler de değerlendirme sürecine dahil olur.

Politik pazarlamanın seçmen davranışı üzerindeki etkisini açıklamaya çalışan modellerde, rasyonel ve duygusal unsurların birlikte ele alındığı görülmektedir. Rasyonel oy verme yaklaşımları, seçmenin ekonomik performans ve geçmiş deneyimler üzerinden değerlendirme yaptığını öne sürmektedir (Fiorina, 1981). Davranışsal yaklaşımlar ise söz konusu değerlendirmelerin duygusal ve kimlik temelli unsurlarla iç içe geçtiğini göstermektedir (Kinder & Kiewiet, 1979).

Literatürde giderek daha görünür hale gelen söylem temelli yaklaşımlar, politik pazarlamayı siyasal anlamların üretildiği bir alan olarak konumlandırmaktadır. Kampanya söylemleri, seçmenin siyasal gerçekliği algılayış biçimini biçimlendiren çerçeveler sunmaktadır. Lider anlatıları, kriz söylemleri ve gelecek tasavvurları, seçmen davranışının şekillenmesinde etkili olan anlatı alanları üretmektedir (Fairclough, 2013).

Söz konusu yaklaşımlar, politik pazarlamanın seçmen davranışını tek yönlü ve mekanik bir biçimde belirlediği varsayımından uzak durmaktadır. Politik pazarlama, seçmen tercihlerinin kurulduğu söylemsel ve sembolik zeminleri üretmektedir. Seçmen davranışı, bu zeminler üzerinde bağlamsal koşullara duyarlı biçimde şekillenmektedir (Özkan, 2015).

4. POLİTİK PAZARLAMA VE SEÇMEN DAVRANIŞINI AÇIKLAYAN KURAMSAL MODELLERİN KARŞILAŞTIRMALI DEĞERLENDİRİLMESİ

Politik pazarlama literatürü, seçmen davranışını açıklamak amacıyla farklı kuramsal modeller önermektedir. Modeller arasında önemli ayrışmalar bulunsa da ortak bir varsayım dikkat çekmektedir. Seçmenin oy verme davranışı, tek boyutlu bir karar süreci olarak ele alınmamaktadır. Rasyonel değerlendirmeler, duygusal yönelimler ve toplumsal bağlam, seçmen davranışının oluşumunda birlikte etkili olan katmanlar olarak değerlendirilmektedir (Henneberg, 2002).

Rasyonel oy verme modeli, seçmeni siyasal tercihlerini fayda ve maliyet hesapları üzerinden kuran bir aktör olarak tanımlamaktadır. Politik pazarlama stratejileri, seçmenin ekonomik beklentilerine ve geçmiş performans değerlendirmelerine hitap edecek biçimde yapılandırılmaktadır. Ekonomik istikrar algısı, yönetim kapasitesi ve politika vaatleri, söz konusu modelde merkezi bir konuma yerleştirilmektedir. Literatürdeki değerlendirmeler, rasyonel modellerin duygusal ve kimlik temelli oy verme davranışlarını açıklamakta sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır (Fiorina, 1981).

Politik pazarlama literatüründe rasyonel oy verme modellerinin güçlü bir açıklama kapasitesine sahip olduğu yönündeki kabul, Türkiye bağlamında ihtiyatla ele alınması gereken bir varsayım olarak öne çıkmaktadır. Yüksek kutuplaşma düzeyinin ve lider merkezli siyasal yapıların belirgin olduğu

ortamlarda, seçmen davranışını ekonomik performans göstergeleri üzerinden açıklama çabası çoğu zaman indirgemeci sonuçlar üretmektedir. Bu durum, rasyonel modellerin geçerliliğini tamamen dışlamamakta; ancak Türkiye'deki seçim dinamiklerini açıklamak için tek başına yeterli olmadıklarını düşündürmektedir. Davranışsal ve söylem temelli yaklaşımların sunduğu açıklamaların, Türkiye siyaseti açısından daha işlevsel bir analitik zemin oluşturduğu yorumlanabilir.

Davranışsal ve sosyopsikolojik modeller, rasyonel yaklaşımın sınırlılıklarını aşmaya yönelmektedir. Seçmen davranışı, maddi çıkarların yanında bireyin siyasal kimliği, ideolojik aidiyeti ve duygusal yönelimleri üzerinden ele alınmaktadır. Politik pazarlama stratejileri, seçmenin kendisini ait hissettiği toplumsal gruplarla bağ kurmasına imkan veren söylemler üretme eğilimi göstermektedir. Parti kimliği ve lider figürü, seçmen davranışının anlamlandırılmasında temel referans noktaları arasında yer almaktadır (Kalaycıoğlu, 2014).

Liderlik olgusu, politik pazarlama literatüründe ayrı bir açıklama alanı olarak ele alınmaktadır. Lider merkezli modeller, seçmenin tercihlerini parti programlarından çok liderin kişisel özellikleri, karizması ve kriz dönemlerindeki tutumu üzerinden kurduğunu ileri sürmektedir. Türkiye üzerine yapılan çalışmalar, liderliğin seçmen davranışı üzerindeki etkisinin genel seçimlerde daha görünür hale geldiğini göstermektedir. Lider figürü, kampanya söylemlerinde bir temsilci olmanın ötesinde, siyasal istikrar ve güven algısının taşıyıcısı olarak konumlandırılmaktadır (Yaşın, 2014).

Politik pazarlama literatüründe öne çıkan bir diğer yaklaşım, söylem temelli modellerdir. Politik pazarlama, seçmen davranışını doğrudan yönlendiren bir araçtan çok, siyasal anlamların üretildiği bir alan olarak ele alınmaktadır. Kampanya söylemleri, bazı sorunları görünür kılarken belirli temaları geri planda bırakmaktadır. Seçmen davranışı, söz konusu söylemler içinde kurulan anlam çerçeveleri aracılığıyla şekillenmektedir (Fairclough, 2013).

Söylem temelli yaklaşımlar, seçmeni pasif bir mesaj alıcısı olarak konumlandırmamaktadır. Siyasal mesajların, seçmenin deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda yeniden yorumlandığı kabul edilmektedir. Bu bakış açısı, politik pazarlama stratejilerinin her seçmen üzerinde benzer etkiler üretmediğini; anlamlandırma süreçlerinin bağlama ve toplumsal konuma göre farklılaştığını düşündürmektedir. Türkiye üzerine yapılan derleme çalışmaları, söylem temelli modellerin kutuplaşmanın yüksek olduğu siyasal ortamlarda daha açıklayıcı bir çerçeve sunduğunu ima etmektedir (Özbudun, 2019).

Kuramsal modellerin karşılaştırmalı değerlendirilmesi, politik pazarlama literatüründe tek bir seçmen davranışı açıklamasının yeterli olmadığını göstermektedir. Rasyonel, davranışsal ve söylem temelli yaklaşımlar, seçmen davranışının farklı boyutlarını görünür kılmaktadır. Bu durum, politik pazarlamanın değişmez ve evrensel bir etki mekanizması olarak ele alınmasından ziyade, siyasal bağlama ve seçim türüne göre dönüşen bir pratik olarak düşünülmesini gerekli kılmaktadır.

Kuramsal tartışmalar, Türkiye'de genel ve yerel seçimlere ilişkin literatürün değerlendirilmesi açısından da önemli bir analitik zemin sunmaktadır. Seçimlerin ölçeğine bağlı olarak politik pazarlama stratejilerinin nasıl farklılaştığı, izleyen bölümde Türkiye'deki seçim çalışmaları üzerinden ayrıntılı biçimde ele alınacaktır.

5. TÜRKİYE'DE GENEL SEÇİMLER BAĞLAMINDA POLİTİK PAZARLAMA ÇALIŞMALARININ TEMATİK DERLEMESİ

Türkiye'de genel seçimlere odaklanan politik pazarlama çalışmaları, kampanya süreçlerinin ulusal ölçekte nasıl yapılandırıldığını ve seçmen davranışının hangi temalar etrafında anlam kazandığını ortaya koymaktadır. Genel seçimler, literatürde politik pazarlamanın en yoğun ve merkezî biçimde uygulandığı siyasal bağlamlar arasında değerlendirilmektedir. Liderlik, ideolojik konumlanma ve güven söylemleri, genel seçimlere ilişkin çalışmalarda öne çıkan başlıca temalar arasında yer almaktadır (Yaşın, 2014).

Liderlik teması, Türkiye'de genel seçim literatürünün en güçlü eksenlerinden biri olarak öne çıkmaktadır. Birçok çalışma, kampanya stratejilerinin parti programlarından çok lider figürü etrafında

kurulduğunu vurgulamaktadır. Lider, partinin temsilcisi olmanın ötesinde, siyasal istikrarın, değişimin ya da sürekliliğin sembolik taşıyıcısı olarak sunulmaktadır. Seçmen davranışı, büyük ölçüde bu lider temsilleri üzerinden anlamlandırılmaktadır. Kalaycıoğlu, genel seçimlerde seçmenin siyasal tercihlerini çoğu zaman liderin güvenilirliği ve yönetebilirlik algısı üzerinden değerlendirdiğine işaret etmektedir (Kalaycıoğlu, 2014).

İdeolojik konumlanmalar da genel seçim literatüründe merkezi bir yer tutmaktadır. Çalışmalar, ideolojinin kampanya söylemlerinde ayrıntılı programlar aracılığıyla değil, sadeleştirilmiş ve sembolik anlatılar üzerinden sunulduğunu göstermektedir. Politik pazarlama stratejileri, ideolojik mesajları seçmenin kimlik ve aidiyet duygularına temas edecek biçimde yeniden çerçevelemektedir. Bu durum, seçmen davranışının rasyonel hesapların yanında kimlik temelli yönelimlerle de şekillendiğini düşündürmektedir (Özbudun, 2019).

Genel seçim çalışmalarında öne çıkan bir diğer tema, ekonomi ile oy verme davranışı arasındaki ilişkidir. Literatürde ekonomik göstergelerin seçmen davranışını doğrudan belirlediği yönünde ortak bir uzlaşma bulunmamaktadır. Bunun yerine, ekonomik meselelerin kampanya söylemlerinde nasıl sunulduğu ve hangi anlam çerçeveleri içinde ele alındığına odaklanılmaktadır. Politik pazarlama stratejileri, ekonomik sorunları teknik çözüm önerilerinden çok güven, kriz yönetimi ve gelecek beklentileri üzerinden kurgulamaktadır. Ekonomik oy verme davranışının, söylemsel aracılık yoluyla şekillendiği yorumlanabilir (Fiorina, 1981).

2023 Genel Seçimi üzerine yapılan çalışmalar, literatür içinde belirgin bir ayrışmaya işaret etmektedir. Bazı çalışmalar lider temsillerinin seçmen davranışı üzerindeki belirleyici etkisini öne çıkarırken, bazıları ekonomik koşulların halen temel değişken olduğunu savunmaktadır. Bu iki yaklaşımın çoğu zaman birbirini dışlayan biçimde ele alınması, kampanya söylemlerinin çok katmanlı yapısının gözden kaçırılmasına yol açabilmektedir. Liderlik ve ekonomi temalarının rekabet eden değil, birçok durumda iç içe geçmiş biçimde işlediği varsayımı daha kapsayıcı bir okuma imkanı sunmaktadır.

Medya ve iletişim araçlarının kullanımı, genel seçim literatüründe önemli bir yer tutmaktadır. Çalışmalar, televizyon ve mitinglerin uzun süre kampanyaların temel mecraları olduğunu; son dönemde ise dijital medyanın giderek daha belirleyici hale geldiğini ortaya koymaktadır. Sosyal medya platformları, lider temsillerinin güçlendirildiği, kampanya söylemlerinin hızla dolaşıma sokulduğu ve seçmenle doğrudan temas kurulan alanlar olarak değerlendirilmektedir. Bu dönüşüm, politik pazarlamanın merkezi ve tek yönlü yapısında kısmi bir çözülmeye işaret etmektedir (Castells, 2013).

Genel seçim literatürü, kampanya söylemlerinin aynı zamanda güçlü bir kutuplaşma dinamiği ürettiğine de dikkat çekmektedir. Politik pazarlama stratejileri, çoğu zaman “biz” ve “onlar” ayrımı etrafında kurgulanmakta; seçmen davranışı bu karşıtlıklar içinde anlamlandırılmaktadır. Bu tür söylemler, seçmen mobilizasyonunu artırırken siyasal tercihleri daha sert kimlik sınırları içine yerleştirme potansiyeli taşımaktadır. Özellikle lider merkezli kampanyalarda kutuplaştırıcı dilin daha belirgin hale geldiği vurgulanmaktadır (Yaşın, 2014).

Derleme çalışmalar, genel seçimlerde politik pazarlamanın seçmen davranışını mekanik biçimde belirlemediğini ortaya koymaktadır. Tercihler, kampanya söylemleri aracılığıyla kurulan anlam çerçeveleri içinde şekillenmektedir. Seçmenler, siyasal mesajları pasif biçimde tüketen aktörler olarak değil, bu mesajları kendi deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda yorumlayan özneler olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, genel seçimlerde seçmen davranışının neden sabit ve öngörülebilir kalıplarla açıklanamadığını anlamaya imkan tanımaktadır (Henneberg, 2002).

Türkiye’de genel seçimlere odaklanan politik pazarlama literatürü, liderlik, ideoloji, ekonomi ve medya temalarının iç içe geçtiği çok katmanlı bir yapı sunmaktadır. Politik pazarlamanın ulusal ölçekte daha merkezi, sembolik ve kimlik yüklü biçimde işlediği yönündeki bulgular dikkat çekmektedir. Bu değerlendirmeler, yerel seçimlere ilişkin çalışmalarla karşılaştırıldığında, politik pazarlama stratejilerinin bağlama göre nasıl dönüştüğünü anlamak açısından önemli bir referans oluşturmaktadır.

6. 2023 GENEL SEÇİMİ ÜZERİNE POLİTİK PAZARLAMA LİTERATÜRÜNÜN TEMATİK DEĞERLENDİRİLMESİ

2023 Genel Seçimi, Türkiye’de politik pazarlama literatüründe lider merkezli kampanya stratejilerinin, güven söylemlerinin ve ulusal ölçekli anlatıların yoğun biçimde tartışıldığı bir seçim olarak ele alınmaktadır. Seçime odaklanan çalışmalar, kampanya süreçlerinin programatik vaatlerle sınırlı kalmadığını ortaya koymaktadır. Seçmenin siyasal sistemi nasıl algıladığına ilişkin söylemsel çerçeveler, kampanya kurgusunun önemli bir parçası haline gelmiştir. Lider temsilleri, söz konusu söylemsel yapının merkezinde konumlandırılmaktadır (Yaşın, 2014).

Literatürde öne çıkan temel tespitlerden biri, 2023 Genel Seçimi kampanyalarının büyük ölçüde lider figürü etrafında yapılandırılmış olmasıdır. Lider, partinin yönetsel temsilcisi olarak değil; siyasal istikrarın, yönetme kapasitesinin ve krizlere karşı direnç gösterebilme yetisinin sembolik taşıyıcısı olarak sunulmuştur. Kalaycıoğlu’nun seçmen davranışı üzerine değerlendirmeleri, genel seçimlerde seçmenlerin önemli bir bölümünün siyasal tercihlerini liderin güvenilirliği ve öngörülebilirliği üzerinden anlamlandırdığını göstermektedir (Kalaycıoğlu, 2014).

2023 Genel Seçimi literatüründe dikkat çeken bir diğer tema, ekonomi söyleminin politik pazarlama stratejileri içindeki konumudur. Çalışmalar, ekonomik sorunların kampanya söylemlerinde teknik politika tartışmalarından çok güven ve kriz yönetimi anlatılarıyla birlikte ele alındığını ortaya koymaktadır. Ekonomik göstergeler, seçmen davranışını doğrudan yönlendiren veriler olarak değil, siyasal aktörlerin yönetebilirlik iddialarını destekleyen söylemsel araçlar olarak kullanılmıştır. Ekonomik oy verme davranışının, dolaylı ve bağlamsal biçimde şekillendiği söylenebilir (Fiorina, 1981).

İdeolojik konumlanma, 2023 Genel Seçimi üzerine yapılan çalışmalarda önemli bir başka tema olarak öne çıkmaktadır. Literatür, ideolojinin kampanya söylemlerinde ayrıntılı programlar aracılığıyla değil, sadeleştirilmiş ve sembolik anlatılar yoluyla sunulduğunu vurgulamaktadır. Politik pazarlama stratejileri, ideolojik mesajları seçmenin kimliksel aidiyetlerine temas edecek biçimde yeniden çerçevelemiştir. Özbudun’un değerlendirmeleri, kampanya söylemlerinin seçmen davranışını rasyonel hesaplamalardan çok kimlik temelli yönelimler üzerinden etkilediğine işaret etmektedir (Özbudun, 2019).

Medya kullanımı, 2023 Genel Seçimi literatüründe politik pazarlama stratejilerinin belirleyici unsurlarından biri olarak ele alınmaktadır. Televizyon ve mitingler kampanyaların temel mecraları arasında yer almaya devam etmektedir. Dijital medya ve sosyal ağlar ise kampanya söylemlerinin dolaşıma girmesinde giderek daha merkezi bir rol üstlenmektedir. Castells’in iletişim ve iktidar ilişkisine ilişkin çalışmaları, dijital mecraların siyasal anlatıların hızla yayılmasına ve seçmenle doğrudan temas kurulmasına imkan tanıdığını göstermektedir (Castells, 2013). 2023 seçim sürecine ilişkin çalışmalar, söz konusu dönüşümün Türkiye bağlamında belirginleştiğini ortaya koymaktadır.

Literatürde ayrıca 2023 Genel Seçimi kampanyalarının yüksek düzeyde kutuplaşma ürettiği vurgulanmaktadır. Politik pazarlama stratejileri, karşıtlıklar etrafında kurgulanmış; “biz” ve “onlar” ayrımı kampanya söylemlerinin temel yapı taşlarından biri haline gelmiştir. Kutuplaştırıcı söylemlerin seçmen mobilizasyonunu artırırken, siyasal tercihleri daha sert kimlik sınırları içine yerleştirdiği yorumu öne çıkmaktadır. Yaşın’ın siyasal kampanya yönetimine ilişkin değerlendirmeleri, lider merkezli kampanyalarda söz konusu dilin daha görünür hale geldiğini ortaya koymaktadır (Yaşın, 2014).

Derleme literatür, 2023 Genel Seçimi’nde politik pazarlamanın seçmen davranışını tek yönlü ve mekanik biçimde belirlemediğini göstermektedir. Seçmen tercihleri, kampanya söylemleri aracılığıyla kurulan anlam çerçeveleri içinde şekillenmektedir. Seçmenler, siyasal mesajları pasif biçimde içselleştiren özneler olarak değil, mesajları kendi siyasal deneyimleri ve beklentileri doğrultusunda yorumlayan aktörler olarak ele alınmaktadır. Bu yaklaşım, 2023 Genel Seçimi sonuçlarının neden ekonomik ya da ideolojik değişkenlerle tek başına açıklanamadığını anlamaya imkan vermektedir (Henneberg, 2002).

2023 Genel Seçimi üzerine yapılan politik pazarlama çalışmaları, liderlik, ekonomi, ideoloji ve medya

temalarının iç içe geçtiği çok katmanlı bir kampanya yapısına işaret etmektedir. Politik pazarlamanın genel seçimlerde ulusal ölçekte daha merkezî, sembolik ve kimlik yüklü biçimde işlediği yönündeki bulgular dikkat çekmektedir. Bu bulgular, 2024 Yerel Seçimi'ne ilişkin literatürle karşılaştırıldığında, politik pazarlama stratejilerinin seçim türüne bağlı olarak nasıl dönüştüğünü okumak için güçlü bir zemin sunmaktadır.

7. 2024 YEREL SEÇİMİ ÜZERİNE POLİTİK PAZARLAMA LİTERATÜRÜNÜN TEMATİK DEĞERLENDİRİLMESİ

2024 Yerel Seçimi üzerine yapılan çalışmalar, Türkiye'de politik pazarlama stratejilerinin yerel düzeyde nasıl yeniden kurulduğunu göstermesi bakımından literatürde ayrı bir yere yerleşmektedir. Seçim sürecini ele alan derleme çalışmalar, yerel seçimlerin ulusal seçimlerden farklı olarak daha somut, performans odaklı ve aday merkezli bir siyasal rekabet alanı yarattığını vurgulamaktadır. Politik pazarlama pratikleri, ulusal ölçekte baskın olan ideolojik ve lider merkezli anlatılardan kısmen uzaklaşarak yerel sorunlar ve gündelik yaşam deneyimleri etrafında şekillenmektedir.

Yerel seçim literatüründe öne çıkan temel temalardan biri, aday merkezliliğin belirginleşmesidir. Çalışmalar, seçmen davranışının yerel düzeyde parti kimliğinden tümüyle kopmadığını; ancak adayın kişisel özellikleriyle birlikte yeniden değerlendirildiğini göstermektedir. Adayın yerel sorunlara hakimiyeti, seçmenle doğrudan temas kurabilmesi ve belediyeçilik deneyimi, kampanya söylemlerinin merkezine yerleşmektedir. Umunç ve Avcı'nın yerel seçimler üzerine değerlendirmeleri, aday profillerinin seçmen tercihleri üzerinde belirgin bir etki alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır (Umunç & Avcı, 2024).

2024 Yerel Seçimi literatüründe hizmet söylemi, politik pazarlama stratejilerinin en görünür unsurlarından biri olarak ele alınmaktadır. Belediye hizmetleri, altyapı yatırımları ve kentsel yaşam kalitesine ilişkin anlatılar, seçmen davranışının anlamlandırılmasında temel referans noktaları haline gelmiştir. Yerel seçimlere odaklanan çalışmalarda, politik pazarlamanın soyut ideolojik vaatler yerine somut performans göstergeleri üzerinden yürütüldüğü vurgulanmaktadır. Seçmen davranışının, gündelik deneyimlerle daha doğrudan temas eden bir zeminde kurulduğu yorumu öne çıkmaktadır (Kalaycıoğlu, 2014).

Lider temsilleri, 2024 Yerel Seçimi sürecinde bütünüyle ortadan kalkmamış; ancak ulusal seçimlere kıyasla ikincil bir konuma gerilemiştir. Literatür, ulusal liderlerin sembolik varlığının kampanyalarda arka planda tutulan bir unsur haline geldiğini göstermektedir. Buna karşılık yerel adayların kişisel anlatıları ve yerel performans vurguları daha görünür hale gelmiştir. Liderlik, yerel düzeyde seçmen davranışını doğrudan yönlendiren bir unsurdan çok, adayın meşruiyetini destekleyen tamamlayıcı bir çerçeve olarak işlev görmektedir (Özbudun, 2019).

Yerel seçimlere ilişkin çalışmalar, kampanya dilinin tonunda da belirgin bir farklılaşmaya işaret etmektedir. Genel seçimlerde sıkça gözlemlenen sert karşıtlıklar ve kutuplaştırıcı söylemler, yerel seçimlerde görece daha yumuşak ve kapsayıcı bir dile yerini bırakmaktadır. Yerel düzeyde yüz yüze iletişimin ve doğrudan temasın artması, kampanya dilinin dönüşümünde etkili bir unsur olarak değerlendirilmektedir. Seçmenle birebir temas kurma gerekliliği, adayları daha uzlaşmacı ve sorun çözmeye odaklanan bir söyleme yöneltmektedir (Yaşın, 2014).

Medya kullanımı açısından ele alındığında, 2024 Yerel Seçimi literatürü hibrit bir kampanya yapısına dikkat çekmektedir. Yerel basın, saha çalışmaları ve mahalle toplantıları önemini korumaktadır. Sosyal medya platformları ise adayların görünürlüğünü artıran temel mecralar arasında yer almaktadır. Dijital ortamlar, yerel gündemlerin hızlı biçimde dolaşıma girmesine ve seçmenle doğrudan etkileşim kurulmasına imkan tanımaktadır. Castells'in iletişim ağları üzerine çalışmaları, dijital mecraların siyasal anlatıların kişiselleştirilmesini güçlendirdiğini ortaya koymaktadır (Castells, 2013).

Yerel seçim literatüründe dikkat çeken bir diğer unsur, seçmen davranışının daha pragmatik ve performans odaklı biçimde şekillenmesidir. Çalışmalar, seçmenlerin yerel yönetimlerden beklentilerini

ideolojik tercihlerden çok hizmet kalitesi, yönetim becerisi ve adayın kente ilişkin vizyonu üzerinden değerlendirdiğini göstermektedir. 2024 Yerel Seçimi, seçmen davranışının bağlamsal bir rasyonalite çerçevesinde yeniden kurulduğu bir örnek olarak okunabilir (Kalaycıoğlu, 2014).

2024 Yerel Seçimi üzerine yapılan politik pazarlama çalışmaları, aday merkezli stratejilerin, hizmet söyleminin ve yerel bağlama duyarlı iletişim pratiklerinin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Politik pazarlamanın seçim türüne ve ölçeğe göre farklılaşan bir siyasal pratik olduğu, yerel seçim literatüründe açık biçimde görünür hale gelmektedir. 2023 Genel Seçimi literatürüyle birlikte ele alındığında, Türkiye’de politik pazarlama stratejilerinin bağlama duyarlı ve esnek bir yapı sergilediği daha net biçimde anlaşılmaktadır.

8. 2023 GENEL SEÇİMİ VE 2024 YEREL SEÇİMİ’NİN KARŞILAŞTIRMALI TARTIŞMASI

2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi üzerine yapılan literatür birlikte ele alındığında, politik pazarlama stratejilerinin Türkiye’de bağlama ve seçim türüne duyarlı biçimde yeniden kurulduğu görülmektedir. Derleme çalışmalar, iki seçim sürecinin sonuçlardan ibaret olmadığını ortaya koymaktadır. Kampanya söylemlerinin kuruluş biçimi ve seçmen davranışının nasıl anlamlandırıldığı, her iki seçimde farklı yönelimler sergilemektedir. Politik pazarlamanın sabit ve tek tip bir strateji seti olarak ele alınamayacağı yönündeki vurgu, literatürde giderek güç kazanmaktadır (Lees-Marshment, 2001).

Genel seçim literatürü, politik pazarlamanın ulusal ölçekte daha merkezî, lider odaklı ve ideolojik bir çerçevede işlediğini göstermektedir. 2023 Genel Seçimi’nde lider figürü, kampanya söylemlerinin ana taşıyıcısı olarak konumlandırılmıştır. Seçmen davranışı, büyük ölçüde liderin güvenilirliği, yönetme kapasitesi ve siyasal istikrar vaatleri üzerinden anlamlandırılmıştır. Kalaycıoğlu’nun seçmen davranışına ilişkin değerlendirmeleri, genel seçimlerde tercihlerin çoğu zaman lider merkezli bir değerlendirme süreci içinde kurulduğunu ortaya koymaktadır (Kalaycıoğlu, 2014).

2024 Yerel Seçimi literatürü ise politik pazarlamanın daha yerelleşmiş, aday merkezli ve performans odaklı bir yapıya yöneldiğini göstermektedir. Yerel seçimlerde seçmen davranışı, parti kimliği ve ulusal liderlikten kopmamış olsa da, adayın yerel hizmet pratiği ve kente ilişkin vizyonu belirleyici bir konuma yerleşmiştir. Umunç ve Avcı’nın yerel seçimlere ilişkin çalışmaları, aday profilinin seçmen tercihleri üzerindeki etkisinin belirginleştiğine işaret etmektedir (Umunç & Avcı, 2024).

Karşılaştırmalı literatürde öne çıkan temel ayrımlardan biri, kampanya söyleminin ölçeğine ilişkindir. Genel seçimlerde söylemler, ülke çapında genelleyici ve kapsayıcı bir dil üzerinden kurulmaktadır. Yerel seçimlerde ise daha parçalı, yerele özgü ve somut anlatılar ön plana çıkmaktadır. Söylem ölçeğindeki farklılaşma, politik pazarlamanın seçmenle kurduğu ilişkinin niteliğini de dönüştürmektedir. Genel seçimlerde ulusal kimlik ve sistem tartışmaları belirginleşirken, yerel seçimlerde gündelik yaşam deneyimleri daha görünür hale gelmektedir (Özbudun, 2019).

Ekonomi söylemi açısından da benzer bir ayrışma gözlemlenmektedir. 2023 Genel Seçimi literatürü, ekonomik sorunların kampanya söylemlerinde güven ve kriz yönetimi anlatılarıyla birlikte ele alındığını ortaya koymaktadır. 2024 Yerel Seçimi çalışmalarında ise ekonomi, belediye bütçeleri, hizmet kalitesi ve yerel kaynak kullanımı çerçevesinde tartışılmaktadır. Ekonomik oy verme davranışının, seçim türüne göre farklı anlam çerçeveleri içinde kurulduğu yorumlanabilir (Fiorina, 1981).

Medya ve iletişim stratejileri, karşılaştırmalı tartışmanın bir diğer önemli boyutunu oluşturmaktadır. Genel seçimlerde ulusal medya ve merkezî kampanya organizasyonları belirleyici bir rol üstlenmektedir. Yerel seçimlerde ise saha çalışmaları, yerel basın ve adayların bireysel dijital hesapları daha görünür hale gelmektedir. Castells’in ağ toplumu ve iletişim iktidarına ilişkin çalışmaları, dijitalleşmiş kampanya biçimlerinin siyasal anlatıların kişiselleştirilmesini güçlendirdiğini göstermektedir (Castells, 2013).

Karşılaştırmalı literatürde ortaklaşan bir diğer vurgu, güven söyleminin her iki seçim sürecinde de merkezî bir rol oynamasıdır. Güven kavramının içeriği ve yönelimi ise seçim türüne göre farklılaşmaktadır. Genel

seçimlerde güven, siyasal istikrar ve yönetme kapasitesiyle ilişkilendirilmektedir. Yerel seçimlerde ise adayın erişilebilirliği ve hizmet performansı üzerinden anlam kazanmaktadır. Güven kavramının politik pazarlama stratejileri içinde sabit bir içerik taşımadığı, bağlama duyarlı biçimde yeniden kurulduğu söylenebilir (Hetherington, 1999).

Genel tablo, 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi literatürünün karşılaştırmalı değerlendirilmesinin, politik pazarlama stratejilerinin Türkiye’de esnek ve çok katmanlı bir yapı sergilediğini ortaya koyduğunu göstermektedir. Seçmen davranışı, kampanya stratejileri tarafından mekanik biçimde yönlendirilmemektedir. Tercihler, kampanya söylemleri içinde kurulan anlam çerçeveleri aracılığıyla şekillenmektedir. Karşılaştırmalı okuma, politik pazarlama ve seçmen davranışı çalışmalarında tekil açıklama modelleri yerine bağlama duyarlı analizlerin daha işlevsel bir zemin sunduğunu düşündürmektedir.

9. SONUÇ VE LİTERATÜRE KATKI

Çalışma, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünü Türkiye bağlamında 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi’ni birlikte ve karşılaştırmalı biçimde ele alan tematik bir derleme çerçevesinde incelemiştir. Çalışmanın temel özgünlüğü, farklı seçim türlerine odaklanan literatürleri aynı analitik çerçeve içinde karşılaştırarak politik pazarlama stratejilerinin bağlama duyarlı doğasını görünür kılmasında yatmaktadır. Literatürün sunduğu bulgular, politik pazarlamanın seçim türüne ve siyasal bağlama bağlı olarak farklı biçimlerde kurulduğunu açık biçimde ortaya koymaktadır. Çalışmadan elde edilen temel analitik çıkarımlar aşağıda maddeler halinde özetlenmektedir:

Birinci olarak, 2023 Genel Seçimi’ne odaklanan literatür, politik pazarlamanın ulusal ölçekte ağırlıklı olarak lider merkezli, ideolojik ve sembolik anlatılar etrafında yapılandırıldığını göstermektedir. Seçmen davranışı, ekonomik ya da programatik değerlendirmelerden bağımsız olarak, büyük ölçüde lider figürü etrafında kurulan güven, istikrar ve yönetme kapasitesi söylemleri içinde anlamlandırılmaktadır.

İkinci olarak, 2024 Yerel Seçimi literatürü, politik pazarlamanın yerel düzeyde daha aday merkezli, performans odaklı ve somut hizmet anlatılarına dayalı bir yönelim kazandığını ortaya koymaktadır. Yerel seçimlerde seçmen davranışı, parti kimliğiyle bağlı bütünüyle koparmamakla birlikte, adayın yerel sorunlara hakimiyeti, erişilebilirliği ve belediyeçilik pratiği üzerinden yeniden değerlendirilmektedir.

Üçüncü olarak, genel ve yerel seçimler arasındaki bu farklılaşma, politik pazarlamanın evrensel ve değişmez bir stratejiler bütünü olarak ele alınamayacağını göstermektedir. Karşılaştırmalı okuma, politik pazarlama pratiklerinin seçim türüne, ölçeğe ve bağlamsal koşullara göre dönüşen, esnek ve çok katmanlı bir yapı sergilediğine işaret etmektedir.

Dördüncü olarak, analiz, güven söyleminin her iki seçim türünde de merkezi bir rol oynadığını; ancak güven kavramının içeriğinin ve kurulduğu anlam alanının bağlama göre farklılaştığını ortaya koymaktadır. Genel seçimlerde güven, siyasal istikrar ve yönetme kapasitesiyle ilişkilendirilirken; yerel seçimlerde adayın erişilebilirliği ve hizmet performansı üzerinden inşa edilmektedir.

Beşinci olarak, literatürün bütüncül ve karşılaştırmalı biçimde okunması, seçmen davranışının kampanya stratejileri tarafından mekanik biçimde belirlenmediğini göstermektedir. Seçmen tercihleri, politik pazarlama söylemleri içinde kurulan anlam çerçeveleri aracılığıyla, bağlamsal ve öznel değerlendirmeler doğrultusunda şekillenmektedir.

Teorik Katkı

Çalışmanın temel teorik katkısı, politik pazarlama ile seçmen davranışı arasındaki ilişkinin tekil, evrensel ya da doğrusal açıklama modelleriyle kavranamayacağını karşılaştırmalı literatür bulguları üzerinden ortaya koymasıdır. Bu bağlamda politik pazarlama, seçmen davranışını doğrudan yönlendiren bir teknikler bütünü olarak değil; farklı seçim türlerinde farklı biçimlerde işleyen, siyasal tercihlerin kurulduğu söylemsel ve sembolik zeminleri üreten bağlama duyarlı bir siyasal pratik olarak kavramsallaştırılmaktadır.

Türkiye Literatürüne Özgül Katkı

Çalışmanın Türkiye'deki politik pazarlama literatürüne sağladığı özgül katkı, 2023 Genel Seçimi ve 2024 Yerel Seçimi literatürünü birlikte ve karşılaştırmalı biçimde ele alan sınırlı sayıda çalışmalardan biri olmasıdır. Türkiye üzerine yapılan birçok araştırma, genel ve yerel seçimleri ayrı analitik alanlar olarak incelemekte; seçim türüne bağlı yapısal farklılıkları ikincil düzeyde ele almaktadır. Bu çalışma ise seçim türünü analitik bir değişken olarak merkeze alarak, politik pazarlama stratejilerinin Türkiye'de ölçüğe ve bağlama bağlı biçimde yeniden kurulduğunu göstermektedir. Bu yönüyle çalışma, hem Türkiye siyasetine ilişkin yeni ampirik araştırmalar için karşılaştırmalı bir kavramsal zemin sunmakta hem de politik pazarlama literatüründe bağlama duyarlı analizlerin önemini güçlendirmektedir.

10. LİTERATÜRDE GÖRÜŞ AYRIŞMALARI VE TARTIŞMA ALANLARININ GENİŞLETİLMESİ

Politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürü, ortak kavramlar etrafında şekillenmesine rağmen, seçmen davranışının nasıl açıklanması gerektiği konusunda belirgin görüş ayrılıkları içermektedir. Seçmenin rasyonel bir karar verici mi yoksa kimlik ve duygu temelli bir aktör mü olarak ele alınacağı sorusu, literatürde süregelen temel tartışma alanlarından biridir. Tartışmanın odağı, politik pazarlama stratejilerinin seçmen üzerindeki etkisinin hangi kuramsal çerçeve içinde anlamlandırılacağına ilişkindir.

Rasyonel tercih yaklaşımını benimseyen çalışmalar, seçmen davranışının büyük ölçüde ekonomik performans ve geçmiş yönetim değerlendirmeleri üzerinden şekillendiğini ileri sürmektedir. Fiorina'nın geriye dönük oy verme modeli, seçmenin iktidarın performansını değerlendirerek oy tercihini oluşturduğunu savunmaktadır (Fiorina, 1981). Bu yaklaşımı temel alan literatürde, politik pazarlama stratejilerinin seçmenin rasyonel değerlendirmelerine hitap edecek biçimde kurgulanması gerektiği vurgulanmaktadır. Türkiye bağlamına odaklanan çalışmalar ise modelin açıklayıcılığının sınırlı kaldığını göstermektedir. Kalaycıoğlu, lider algısı ve siyasal güvenin ekonomik göstergelerin önüne geçtiği durumlarda rasyonel oy verme modellerinin zayıfladığını belirtmektedir (Kalaycıoğlu, 2014).

Davranışsal ve sosyopsikolojik yaklaşımlar, seçmen davranışının ekonomik hesaplamalarla sınırlı biçimde açıklanamayacağını savunmaktadır. Parti kimliği, ideolojik aidiyet ve duygusal yönelimler, seçmen davranışını belirleyen temel unsurlar arasında yer almaktadır. Kinder ve Kiewiet, seçmenlerin ekonomik bilgileri dahi çoğu zaman siyasal kimlikleri üzerinden filtreleyerek değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır (Kinder & Kiewiet, 1979). Türkiye'de yapılan çalışmalar da benzer bir eğilime işaret etmekte; seçmenlerin kampanya söylemlerini ideolojik konumlanmaları doğrultusunda anlamlandırdıklarını göstermektedir (Yaşın, 2014).

Literatürdeki bir diğer ayrışma, liderliğin seçmen davranışı üzerindeki etkisine ilişkindir. Bazı çalışmalar liderliğin kampanya dönemleriyle sınırlı bir etki alanına sahip olduğunu ileri sürerken, diğerleri lider figürünün siyasal tercihlerin kalıcı bir referans noktası haline geldiğini savunmaktadır. Özbudun, Türkiye'de lider merkezli siyasetin yapısal bir özellik taşıdığını ve bu durumun politik pazarlama stratejilerine doğrudan yansıdığını belirtmektedir (Özbudun, 2019). Lider temsillerinin seçmen davranışını geçici değil, uzun erimli biçimde etkilediği yönündeki yorum literatürde giderek güç kazanmaktadır.

Söylem temelli yaklaşımlar, söz konusu tartışmaları farklı bir düzleme taşımaktadır. Fairclough'un eleştirel söylem analizi perspektifi, politik pazarlamayı ikna edici mesajlardan çok, siyasal gerçekliği kuran söylemsel pratikler bütünü olarak ele almaktadır (Fairclough, 2013). Bu çerçevede yapılan çalışmalar, seçmen davranışının kampanya söylemleri içinde üretilen anlam çerçeveleri aracılığıyla şekillendiğini savunmaktadır. Türkiye bağlamına odaklanan derleme çalışmalar, özellikle kriz dönemlerinde söylemsel çerçevelerin seçmen algısı üzerinde belirleyici hale geldiğini göstermektedir (Yaşın, 2014).

Yerel seçim literatüründe de benzer ayrışmalar gözlemlenmektedir. Bazı çalışmalar, yerel seçimlerde

seçmen davranışının ağırlıklı olarak hizmet performansına dayandığını ileri sürmektedir. Diğer çalışmalar ise parti kimliğinin yerel düzeyde de etkisini sürdürdüğünü savunmaktadır. Kalaycıoğlu, yerel seçimlerde seçmenlerin aday performansını değerlendirirken ulusal siyasal eğilimlerinden bütünüyle kopmadıklarını vurgulamaktadır (Kalaycıoğlu, 2014). Yerel seçimlerde politik pazarlamanın hem yerel hem de ulusal anlatıları birlikte kullanmasının arkasında yer alan nedenler, bu çerçevede daha anlaşılır hale gelmektedir.

Ortaya çıkan görüş ayrılıkları, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünün tekil ve evrensel bir açıklama modeli sunmadığını açık biçimde ortaya koymaktadır. Derleme çalışmaları, farklı kuramsal yaklaşımların seçmen davranışının farklı boyutlarını görünür kıldığını göstermektedir. Bağlama duyarlı ve çok katmanlı analizlerin, seçmen davranışını anlamlandırmada daha güçlü bir açıklama zemini sunduğu yönündeki değerlendirme literatürde öne çıkmaktadır (Henneberg, 2002).

11. SINIRLILIKLAR VE GELECEK ÇALIŞMALAR İÇİN YÖNELİMLER

Derleme çalışması, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünü Türkiye bağlamında 2023 Genel Seçimi ile 2024 Yerel Seçimi örnekleri üzerinden değerlendirmektedir. Elde edilen bulgular ve geliştirilen çıkarımlar, derleme yaklaşımının doğası gereği belirli sınırlılıklar içermektedir. Sınırlılıkların açık biçimde ifade edilmesi, sunulan analitik çerçevenin nasıl okunması gerektiğine dair daha net bir zemin oluşturmaktadır.

Temel sınırlılıklardan biri, yeni bir ampirik veri üretme hedefinin bulunmamasıdır. İnceleme, mevcut akademik çalışmaların bulgularını ve kuramsal yaklaşımlarını bir araya getirmeye odaklanmaktadır. Nicel analizler ya da saha araştırmalarına dayalı doğrudan ölçümler, bilinçli bir yöntemsel tercih olarak kapsam dışında bırakılmıştır. Bu tercih, bir eksiklikten çok derleme makalesi türünün doğasına uygun bir yönelim olarak değerlendirilebilir. Grant ve Booth'un derleme çalışmaları üzerine yaptığı sınıflandırma, anlatsal ve tematik derlemelerin yeni veri üretmekten ziyade literatürdeki kavramsal örüntüleri görünür kılmayı amaçladığını ortaya koymaktadır (Grant & Booth, 2009).

Bir diğer sınırlılık, incelemenin belirli bir zaman aralığına odaklanmasıyla ilişkilidir. 2023 Genel Seçimi ve 2024 Yerel Seçimi, Türkiye siyasetinin özgül koşullarını yansıtan seçimlerdir. Sunulan değerlendirmelerin, farklı tarihsel bağlamlarda gerçekleşmiş seçimlere doğrudan genellenmesi mümkün görünmemektedir. Ekonomik koşullar, siyasal kutuplaşma düzeyi ve ittifak yapıları gibi değişkenler, politik pazarlama stratejilerinin ve seçmen davranışının anlamlandırılmasında belirleyici bir rol oynamaktadır. Özbudun'un siyasal rekabetin bağlamsal niteliğine ilişkin değerlendirmeleri, Türkiye'de söz konusu dinamiklerin zaman içinde önemli dönüşümler geçirdiğini göstermektedir (Özbudun, 2019).

Literatür seçimiyle ilişkili bir başka sınırlılık, incelemenin ağırlıklı olarak Türkiye odaklı çalışmalara dayanmasıdır. Uluslararası politik pazarlama literatürü, kuramsal bir arka plan sunmakla birlikte, analitik vurgu Türkiye'de üretilmiş araştırmalara verilmiştir. Bu yönelim, bağlamsal derinliği artırırken uluslararası karşılaştırmalı genellemelerin kapsamını sınırlamaktadır. Lees-Marshment'in politik pazarlamaya ilişkin küresel modelleri, bu nedenle daha çok çerçeveyici bir referans işlevi görmektedir (Lees-Marshment, 2001).

Gelecek araştırmalar açısından bakıldığında, politik pazarlama ile seçmen davranışı arasındaki ilişkinin çok katmanlı biçimde ele alınmasına yönelik bir ihtiyaç ortaya çıkmaktadır. Nicel ve nitel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma araştırma tasarımları, kampanya söylemleri ile seçmen algıları arasındaki ilişkinin daha ayrıntılı biçimde incelenmesine imkan tanıyabilir. Liderlik, ekonomi ve medya kullanımı gibi temalar, farklı veri setleri ve yöntemsel yaklaşımlarla yeniden ele alınabilir.

Yerel seçimlere odaklanan çalışmaların literatüre sağlayacağı katkı alanı da henüz tam anlamıyla tüketilmiş görünmemektedir. 2024 Yerel Seçimi üzerine yapılan araştırmalar, aday merkezli kampanya stratejilerinin seçmen davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymuştur. Ancak söz konusu etkinin farklı kent ölçeklerinde ve farklı sosyo-ekonomik bağlamlarda nasıl değiştiği konusu sınırlı ölçüde

incelenmiştir. Kalaycıoğlu'nun seçmen davranışının bağlamsal niteliğine ilişkin vurguları, mikro düzey analizlerin önemine işaret etmektedir (Kalaycıoğlu, 2014).

Dijitalleşmenin politik pazarlama üzerindeki etkisi, gelecek çalışmalar için bir diğer önemli araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır. Castells'in ağ toplumu yaklaşımı, dijital mecraların siyasal iletişim pratiklerini dönüştürdüğünü göstermektedir (Castells, 2013). Türkiye bağlamında sosyal medya kullanımının seçmen davranışını nasıl etkilediğine ilişkin bulgular ise parçalı bir görünüm sunmaktadır. Bu alanda yapılacak daha sistematik ve kapsamlı çalışmaların, politik pazarlama literatüründeki güncel dönüşümleri daha net biçimde görünür kılacağı söylenebilir.

Derleme süreci, politik pazarlama ve seçmen davranışı literatürünün Türkiye bağlamında ne ölçüde parçalı ve bağlama bağımlı bir yapı sergilediğini ortaya koymaktadır. Literatürün bütüncül biçimde ele alınması, seçim sonuçlarını tek bir değişken üzerinden açıklamaya yönelik yaklaşımların sınırlı kaldığını göstermektedir. Genel ve yerel seçimler arasındaki farkların, politik pazarlama stratejilerinin doğasını anlamada ihmal edilmemesi gereken bir analitik anahtar sunduğu yönündeki kanaat güçlenmektedir.

KAYNAKÇA

- Butler, P., & Collins, N. (1994). Political marketing: Structure and process. *European Journal of Marketing*, 28(1), 19–34.
- Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford University Press.
- Fairclough, N. (2013). *Critical discourse analysis: The critical study of language* (2nd ed.). Routledge.
- Fiorina, M. P. (1981). *Retrospective voting in American national elections*. Yale University Press.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108.
- Henneberg, S. C. (2002). Understanding political marketing. In N. J. O'Shaughnessy & S. C. Henneberg (Eds.), *The idea of political marketing* (pp. 93–170). Praeger.
- Hetherington, M. J. (1999). The effect of political trust on the presidential vote, 1968–96. *American Political Science Review*, 93(2), 311–326.
- Kalaycıoğlu, E. (2014). *Türkiye'de siyasal davranış: Siyasal katılım ve oy verme*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Kinder, D. R., & Kiewiet, D. R. (1979). Economic discontent and political behavior: The role of personal grievances and collective economic judgments in congressional voting. *American Journal of Political Science*, 23(3), 495–527.
- Lees-Marshment, J. (2001). *Political marketing and British political parties*. Manchester University Press.
- Newman, B. I. (1999). *The mass marketing of politics: Democracy in an age of manufactured images*. Sage.
- Özbudun, E. (2019). *Türkiye'de parti ve seçim sistemi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Özkan, N. (2015). *Siyasal kampanya söylemleri ve seçmen algısı: Türkiye örneği*. Siyasal Kitabevi.
- Scammell, M. (1999). Political marketing: Lessons for political science. *Political Studies*, 47(4), 718–739.
- Umunç, C., & Avcı, K. (2024). 2024 yerel seçimlerinde kullanılan afişlerin göstergibilimsel açıdan incelenmesi: Adalet ve Kalkınma Partisi ve Cumhuriyet Halk Partisi afişleri örneği. *Nosyon: Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi*, 14, 75–91.
- Yaşın, C. (2014). Siyasal kampanya yönetimi ve lider imgesi. *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 621–645.



RESEARCH ARTICLE / ARAŞTIRMA MAKALESİ

Yapay Zekanın Stratejik Planlama Farkındalığı Üzerine Etkileri: Sağlık Sektörüne Yönelik Bir Araştırma

The Effects of Artificial Intelligence on Strategic Planning Awareness: A Study on the Health Sector

Nazrin İmanova  

Vildan Bayram²  

¹ İstanbul Aydın Üniversitesi, Türkiye, e-mail: nazrinimanova@stu.aydin.edu.tr

² Dr. Öğr., İstanbul Aydın Üniversitesi, İşletme Yönetimi, Türkiye, e-mail: vildanbayram@aydin.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın temel amacı, sağlık çalışanlarının yapay zekâya yönelik tutumları ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmada, yapay zekânın etkileşim, yaygın etki ve kaygı boyutlarının stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkileri test edilmiştir. Ayrıca, bu değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Araştırmanın evrenini İstanbul'daki Memorial Hastanelerinde görev yapan sağlık çalışanları oluşturmaktadır. Örneklem, kolayda örnekleme yöntemiyle seçilmiş olup araştırmaya 398 sağlık çalışanı katılmıştır. Veriler çevrim içi anket formu aracılığıyla toplanmıştır. Anket formu demografik soruların yanı sıra Yapay Zekâ Ölçeği ve Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği'nden oluşmaktadır. Verilerin analizinde SPSS v27 ve yapısal eşitlik modellemesi (AMOS) kullanılmıştır. Bulgular, yapay zekâya yönelik olumlu tutumların stratejik planlama farkındalığını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini göstermiştir. Özellikle etkileşim ve yaygın etki boyutlarının anlamlı etkileri bulunurken, kaygı boyutunun etkisi anlamlı çıkmamıştır. Ayrıca, katılımcıların yapay zekâya yönelik tutumları ve stratejik planlama farkındalık düzeylerinin bazı demografik değişkenlere göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçları, sağlık kurumlarında yapay zekâ teknolojilerinin benimsenmesi ile stratejik planlama süreçlerinin uyumlu şekilde yürütülmesinin önemine işaret etmektedir. Bulgular hem teorik literatüre katkı sunmakta hem de uygulayıcılara yönelik önemli çıkarımlar sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Stratejik Planlama, Farkındalığı, Sağlık Sektörü.

* İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsünde Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

Citation / Atf: İMANOVA, N. & BAYRAM, V. (2026). Yapay Zekanın Stratejik Planlama Farkındalığı Üzerine Etkileri: Sağlık Sektörüne Yönelik Bir Araştırma. *Sosyal Bilimlerde Akademik Çalışmalar Dergisi*.2(1), 68-90, <https://doi.org/>

Corresponding author / Sorumlu yazar:
Nazrin İmanova
E-mail: nazrinimanova@stu.aydin.edu.tr



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

Abstract

The main purpose of this study is to examine the relationship between healthcare employees' attitudes toward artificial intelligence (AI) and their awareness of strategic planning. The study tested the effects of AI's subdimensions—interaction, pervasive impact, and anxiety—on strategic planning awareness. It also investigated whether these variables differed according to demographic characteristics. The population of the research consists of healthcare employees working at Memorial Hospitals in Istanbul. The sample was selected through convenience sampling, and 398 healthcare employees participated. Data were collected through an online questionnaire form, which included demographic questions as well as the Artificial Intelligence Scale and the Strategic Planning Awareness Scale. Data analysis was conducted using SPSS v27 and structural equation modeling (AMOS). The findings revealed that positive attitudes toward AI have a significant and positive effect on strategic planning awareness. In particular, the interaction and pervasive impact dimensions had significant effects, while the anxiety dimension was not significant. Furthermore, it was determined that participants' attitudes toward AI and their levels of strategic planning awareness differed according to some demographic variables. The results of the study highlight the importance of aligning the adoption of AI technologies with strategic planning processes in healthcare institutions. The findings contribute to the theoretical literature and provide important implications for practitioners.

Keywords: Artificial Intelligence, Strategic Planning, Awareness Healthcare Sector

1. GİRİŞ

Günümüzde sağlık sektörü, teknolojik yeniliklerin en yoğun şekilde hissedildiği alanlardan biridir. Özellikle yapay zekâ (YZ) uygulamaları, hasta bakım süreçlerinden idari işleyişe, kaynak tahsisinden stratejik karar almaya kadar geniş bir yelpazede dönüşüm yaratmaktadır (Topol, 2019).

Sağlık kurumlarının sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yalnızca klinik hizmetlerde değil, aynı zamanda stratejik planlama süreçlerinde de bilinçli ve öngörülü hareket etmesi gerekmektedir. Stratejik planlama farkındalığı, çalışanların kurumun vizyonu, misyonu ve uzun vadeli hedefleri hakkında bilgi sahibi olmasını, karar süreçlerine katılımını ve kurumsal amaçlarla uyumunu ifade etmektedir (Bryson, 2018). Bu nedenle stratejik planlama farkındalığı, kurumsal performansı doğrudan etkileyen kritik bir değişkendir.

Yapay zekânın stratejik planlama farkındalığı ile ilişkisi, güncel literatürde öne çıkan araştırma alanlarından biridir. Yapay zekâ ile doğrudan etkileşim kuran çalışanların, stratejik süreçlere dair farkındalıklarının arttığı; buna karşılık, YZ'ye ilişkin kaygıların bu farkındalığı olumsuz yönde etkileyebileceği öne sürülmektedir (Schepman ve Rodway, 2023). Ayrıca, yapay zekânın yalnızca bireysel düzeyde değil, aynı zamanda örgütsel ve toplumsal düzeyde yaygın etkiler yarattığı; bu etkilerin de stratejik bilinç ve karar alma kültürünü dönüştürdüğü vurgulanmaktadır (Brynjolfsson ve McAfee, 2017).

Sağlık sektöründe çalışanların yapay zekâya yönelik tutumları, onların kurumsal vizyonla uyumlarını ve stratejik süreçlerdeki rollerini doğrudan etkileyebilir. Özellikle etkileşim, yaygın etki ve kaygı boyutları üzerinden şekillenen bu tutumların stratejik planlama farkındalığına olan yansımalarını anlamak, hem teorik hem de pratik açıdan önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda çalışmanın temel amacı, sağlık çalışanlarının yapay zekâya yönelik tutumları ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışmada, yapay zekâ etkileşim, yaygın etki ve kaygı boyutlarının stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkileri test edilmekte, ayrıca söz konusu değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı araştırılmaktadır.

Bu çerçevede çalışmada ele alınan araştırma soruları aşağıda sunulmuştur:

- Araştırma Sorusu 1: Yapay zekâya yönelik tutumlar, sağlık çalışanlarının stratejik planlama farkındalığı düzeylerini etkilemekte midir?
- Araştırma Sorusu 2: Yapay zekâya yönelik tutumlar, demografik değişkenlere göre farklılık göstermekte midir?
- Araştırma Sorusu 3: Stratejik planlama farkındalığı, demografik özelliklere göre anlamlı farklılık göstermekte midir?

Çalışmanın temel amacı olan sağlık çalışanlarının yapay zekâya yönelik tutumları ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişki, sağlık kurumlarının dijital dönüşüm süreçlerinde önemli bilgiler sağlayacaktır. Ayrıca, demografik özelliklerin yapay zekâ tutumları ve stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkisinin ortaya konulması, kurum içi eğitim, teknoloji adaptasyonu ve stratejik yönetim uygulamalarının daha hedef odaklı planlanmasına katkı sağlayacaktır. Literatürdeki bu boşluğu doldurmayı hedefleyen çalışma, sağlık sektöründe yapay zekâ teknolojilerinin benimsenmesi ve stratejik planlama süreçlerinin güçlendirilmesi için rehber niteliğinde bulgular sunmaktadır. Elde edilen sonuçlar, sağlık kurumlarının yapay zekâ entegrasyonuna ilişkin stratejilerini daha verimli ve etkili hale getirmede kullanılabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yapay Zeka

Yapay zekâ (YZ), insanın düşünme, öğrenme, problem çözme ve karar verme süreçlerini taklit eden sistemler olarak tanımlanmaktadır (Russell ve Norvig, 2010). Günümüzde yalnızca teknik bir araç değil, aynı zamanda toplumsal dönüşümün ve kurumsal yenilenmenin önemli bir unsuru haline gelmiştir. Sağlık, eğitim, finans ve kamu yönetimi gibi birçok alanda kullanılan yapay zekâ, bireylerin günlük yaşam pratiklerini, mesleki görevlerini ve stratejik karar alma süreçlerini doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle, yapay zekâya yönelik bireysel tutumların incelenmesi, teknolojinin etkin biçimde benimsenmesi ve stratejik planlama süreçlerine uyumlu bir şekilde entegre edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Kısacası yapay zekâ (YZ), bilgisayar bilimlerinin, bilgisayarlarda zeki davranışın simülasyonuna odaklanan ve insan zekâsını taklit etmeyi, hatta ideal olarak onu geliştirmeyi amaçlayan bir dalıdır (Naqvi, 2020). Ray Kurzweil yapay zekâyı, “insanlar tarafından gerçekleştirildiğinde zekâ gerektiren işlevleri yerine getiren makineler yaratma sanatı” olarak yorumlamaktadır (Kurzweil, 1990). Elaine Rich ve Kevin Knight, yapay zekâyı, “bilgisayarların, hâlihazırda insan zekâsı gerektiren işleri yapmasını sağlama bilimi” olarak tanımlamaktadır (Rich ve Knight, 1991).

Yapay Zekâ Ölçeği üç alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar etkileşim, yaygın etki ve kaygı alt boyutlarıdır. Aşağıda yapay zekâ alt boyutları ele alınmıştır.

Etkileşim alt boyutu, bireylerin yapay zekâ ile kişisel düzeyde kurdukları ilişkiyi ifade etmektedir. Bu ilişki, bireyin yapay zekâ konusundaki bilgi düzeyi, teknolojiyi aktif olarak kullanma eğilimi ve yeniliklere açık olma durumu ile doğrudan bağlantılıdır. Etkileşim, yalnızca pasif bir farkındalık değil, aynı zamanda bilinçli bir katılımı da kapsamaktadır. Örneğin, sağlık çalışanlarının yapay zekâ tabanlı tanı sistemleri veya karar destek mekanizmalarını kullanmaları, onların bu teknolojiyi iş süreçlerine ne ölçüde entegre ettiklerini göstermektedir. Literatürde de vurgulandığı üzere (Davis, 1989; Venkatesh ve Davis, 2000), teknolojik araçlarla etkileşim düzeyi arttıkça, bireylerin algıladıkları fayda yükselmekte ve bu da kabul ve benimsemeyi kolaylaştırmaktadır.

Yaygın etki alt boyutu, yapay zekânın toplumsal, kurumsal ve kültürel düzeyde yarattığı dönüşümleri kapsamaktadır. Sosyal medyadaki algoritmik filtrelerden şehir planlamasında kullanılan akıllı sistemlere, finansal işlemlerden sağlık alanındaki klinik karar destek uygulamalarına kadar pek çok süreçte yapay zekâ, çoğu zaman farkında olunmadan bireylerin yaşamını etkilemektedir. Bu bağlamda yaygın etki

algısı, bireylerin yalnızca kendi doğrudan deneyimlerini değil, aynı zamanda yapay zekânın toplumsal sonuçlarını da değerlendirmelerine imkân tanımaktadır. Davenport ve Ronanki (2018) ile Topol (2019), yapay zekânın karar alma süreçlerinde stratejik bir rol oynadığını ve kurumsal planlamaların ayrılmaz bir parçası haline geldiğini vurgulamaktadır.

Kaygı alt boyutu ise yapay zekâyâ yönelik olumsuz duygusal tepkileri ifade etmektedir. Özellikle iş gücü kaybı, mesleki otoritenin zayıflaması, etik belirsizlikler, kararların şeffaf olmaması ve insan kontrolünün azalması gibi konular bireylerde kaygı yaratmaktadır. Schepman ve Rodway (2023), bu tür endişelerin yapay zekâyâ karşı mesafeli bir yaklaşım sergilenmesine yol açtığını belirtmektedir. Bununla birlikte, bazı mesleki bağlamlarda, özellikle sağlık alanında, kaygının etkisinin sınırlı olabileceği ifade edilmektedir. Bu durum, sağlık çalışanlarının mesleki bilgi ve deneyimlerini yapay zekâ teknolojileriyle bütünleştirme eğiliminden kaynaklanıyor olabilir.

Sonuç olarak, yapay zekâ kavramı ve ona yönelik tutum boyutları, teknolojinin yalnızca teknik bir yenilik değil, aynı zamanda bireysel algılar ve kurumsal stratejik süreçler açısından da kritik bir faktör olduğunu göstermektedir. Etkileşim ve yaygın etki boyutları, yapay zekânın benimsenmesini kolaylaştırıcı unsurlar olarak öne çıkarken, kaygı boyutu bu sürece potansiyel engel teşkil etmektedir. Bu nedenle, yapay zekâyâ yönelik tutumların çok boyutlu bir yaklaşımla ele alınması, hem teorik hem de pratik açıdan gerekli görülmektedir.

2.2. Stratejik Planlama Farkındalığı

Stratejik planlama, kurumların uzun vadeli hedeflerini belirleyerek bu hedeflere ulaşmak için kaynaklarını ve süreçlerini sistematik biçimde yönlendirmelerini sağlayan temel bir yönetim aracıdır. Chandler'ın (1962) klasik tanımıyla, strateji kurumun uzun vadeli amaçlarını belirlemesi, bu amaçlara ulaşmak için gerekli eylem yollarını seçmesi ve kaynaklarını buna göre tahsis etmesi sürecidir. Stratejik planlama farkındalığı ise, bireylerin ve kurum çalışanlarının bu süreçlere ilişkin bilgi, algı ve katılım düzeylerini ifade etmektedir. Başka bir deyişle, yalnızca üst yönetimin değil, tüm paydaşların stratejik sürece yönelik farkındalığı, planların etkinliği ve sürdürülebilirliği açısından kritik öneme sahiptir (Bryson, 2018).

Stratejik planlama farkındalığı kavramı üç boyutta ele alınmaktadır: bilgi, algı ve süreç.

Bilgi boyutu, çalışanların stratejik planlamanın amaçlarını, işlevlerini ve kuruma sağlayacağı katkıları ne ölçüde bildiklerini yansıtmaktadır. Sağlık sektöründe stratejik planlama, hizmet kalitesini artırmak, kaynakları etkin kullanmak ve hasta güvenliğini sağlamak gibi kritik hedefler içerdiği için bilgi düzeyinin yüksekliği planların başarısını doğrudan etkilemektedir (Shortell ve Kaluzny, 2006).

Algı boyutu, bireylerin stratejik planlamaya yönelik tutumlarını ve bu sürecin kuruma kattığı değeri nasıl değerlendirdiklerini ifade etmektedir. Kurum çalışanlarının stratejik planlamayı yalnızca bürokratik bir zorunluluk olarak değil, kurumsal gelişim ve yenilenmenin aracı olarak görmeleri, farkındalığın güçlü olduğuna işaret etmektedir. Literatürde de, algının olumlu olması durumunda stratejik planların uygulanabilirliğinin ve benimsenme düzeyinin arttığı belirtilmektedir (Kaplan ve Norton, 1996).

Süreç boyutu ise çalışanların planlama sürecine aktif katılımını ve bu süreçteki rollerini kapsamaktadır. Katılım düzeyinin yüksek olması, stratejik planların yalnızca yönetsel bir doküman olarak kalmasını önlemekte, uygulama aşamasında etkinliği artırmaktadır. Doz ve Kosonen (2008), özellikle yüksek belirsizlik ortamlarında çalışan katılımının stratejik esnekliği güçlendirdiğini vurgulamaktadır.

Stratejik planlama farkındalığı, kurum kültürü ve liderlik tarzı ile de yakından ilişkilidir. Katılımcı ve şeffaf yönetim anlayışı, farkındalığı artırırken; otoriter ve merkeziyetçi yaklaşımlar farkındalığın düşük kalmasına yol açabilmektedir (Eisenhardt ve Zbaracki, 1992). Ayrıca, sağlık kurumlarında stratejik planlama farkındalığı, yalnızca yönetsel etkinlik açısından değil, aynı zamanda hizmet kalitesi, hasta güvenliği ve etik sorumlulukların yerine getirilmesi açısından da kritik bir göstergedir (Topol, 2019).

Sonuç olarak, stratejik planlama farkındalığı, kurumların geleceğe yönelik vizyonlarını hayata geçirmelerinde önemli bir yapı taşıdır. Bilgi, algı ve süreç boyutları birlikte değerlendirildiğinde,

farkındalık düzeyinin artması, stratejik hedeflerin daha etkin uygulanmasına, kurum içi iletişimin güçlenmesine ve paydaşların ortak amaç etrafında birleşmesine katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, sağlık sektörü gibi kritik alanlarda stratejik planlama farkındalığının geliştirilmesi, yalnızca kurumsal verimliliği değil, aynı zamanda toplumsal faydayı da artırmaktadır.

2.3. Kavramlar Arası İlişkiler

Yapay zekâ (YZ) ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişki, günümüz örgütsel yönetim anlayışını derinden etkilemektedir. Geleneksel olarak stratejik planlama doğrusal öngörülere ve insan merkezli analizlere dayanırken, YZ'nin büyük veri işleme, örüntü tanıma ve öngörücü modelleme kapasitesi bu süreci köklü bir dönüşüme uğratmıştır. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik bir yenilik değil, aynı zamanda kurumların çeviklik, uyarlanabilirlik ve veri temelli karar alma becerilerini yeniden tanımlayan bir paradigma değişimini temsil etmektedir (Brynjolfsson ve McAfee, 2017).

YZ'nin stratejik planlamaya entegrasyonu, kurumların piyasa değişimlerini ve çevresel belirsizlikleri daha erken aşamalarda algılamasına ve proaktif olarak yanıt vermesine olanak tanımaktadır. Dinamik senaryo modellemesi ve öngörücü analitikler, stratejik öngörü yeteneklerini güçlendirerek liderlerin uzun vadeli amaçları kısa vadeli operasyonlarla uyumlu hale getirmesine yardımcı olmaktadır (Deloitte, 2020). Bu bağlamda, sabit ve katı planlama döngülerinden esnek ve sürekli güncellenen planlama anlayışına geçiş dikkat çekmektedir.

Karar alma süreçlerinde YZ, bilişsel destek sağlayarak yöneticilerin belirsizlikleri yönetmesini kolaylaştırmaktadır. Makine öğrenmesi algoritmaları ve doğal dil işleme teknikleri, insan kapasitesinin ötesinde verilerden içgörü elde etmeyi mümkün kılmakta; böylece stratejik kararların doğruluk ve hızını artırmaktadır. Davenport ve Ronanki'ye (2018) göre, hibrit karar alma modellerinde YZ öneriler sunarken nihai kararların insanlar tarafından verilmesi, hem hesap verebilirliği hem de stratejik esnekliği korumaktadır.

Bununla birlikte, YZ'nin stratejik planlamaya entegrasyonu yalnızca fırsatlar değil, riskler de barındırmaktadır. Algoritmik önyargı, kara kutu sistemler nedeniyle şeffaflık eksikliği ve artan siber güvenlik tehditleri, stratejik süreçlerde veri etiği, paydaş güveni ve yasal uyumun önemini artırmaktadır (Mittelstadt vd., 2016). Özellikle sağlık ve finans gibi yüksek risk içeren sektörlerde etik YZ yönetişimi stratejik bir zorunluluk haline gelmiştir.

Sektörel düzeyde YZ'nin stratejik planlama farkındalığına katkısı somut örneklerle gözlemlenmektedir. Sağlık sektöründe YZ, tanısal planlama ve kaynak tahsisi için kullanılmakta, hasta bakımında verimlilik ve kaliteyi artırmaktadır (Topol, 2019). Kamu yönetiminde, Singapur'un "Smart Nation" girişiminde olduğu gibi, YZ politika simülasyonları ve şehir planlamasında stratejik uyum sağlamaktadır. Finans sektöründe ise yatırım modellemeleri ve dolandırıcılık tespiti süreçlerinde YZ'nin stratejik katkısı öne çıkmaktadır. Bu uygulamalar, YZ'nin yalnızca operasyonel değil, aynı zamanda stratejik düzeyde de kurumsal farkındalığı güçlendirdiğini göstermektedir (UAE Government, 2020).

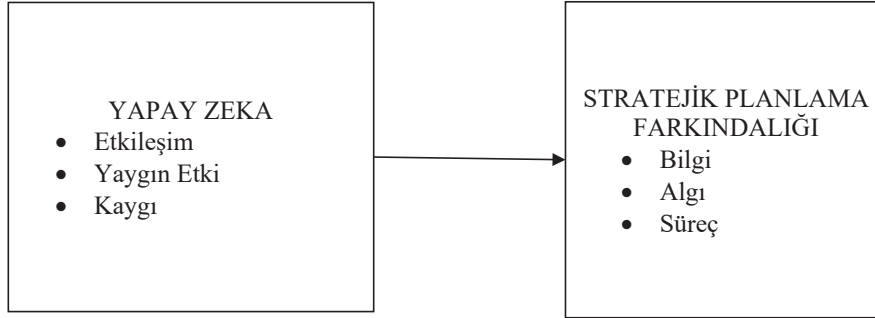
Tarihsel açıdan bakıldığında stratejik planlama her zaman teknolojik yeniliklerden etkilenmiştir. Endüstri devriminden dijital dönüşüme kadar her teknolojik dalga, kurumların geleceği kavramsallaştırma biçimini yeniden tanımlamıştır. Yapay zekânın yükselişi de bu sürecin doğal bir devamı niteliğindedir. Porter ve Heppelmann'a (2014) göre, akıllı bağlantılı ürünler ve veri odaklı hizmetler, rekabet avantajını yeniden şekillendirmekte ve kurumların entegre stratejilere yönelmesini zorunlu kılmaktadır.

Sonuç olarak, YZ stratejik düşünmeyi ikame etmekten ziyade, onun kapsamını ve hızını genişletmektedir. Stratejik planlama farkındalığı, yalnızca teknolojik araçların kullanımıyla değil, aynı zamanda etik öngörü, kurumsal hafıza ve öğrenen organizasyon anlayışıyla da derinleşmektedir. Senge'nin (1990) vurguladığı gibi, geçmiş deneyimlerden ders çıkarabilen kurumlar, YZ'nin sağladığı veri analitiği desteği ile stratejik öğrenme döngülerini hızlandırabilmektedir. Bu çerçevede, YZ'nin stratejik planlamaya entegrasyonu kurumlara yalnızca kısa vadeli avantajlar değil, aynı zamanda sürdürülebilir başarı ve dayanıklılık sağlamaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma, araştırılan konunun mevcut durumunu tanımlamak ve değişkenler arasındaki eşzamanlı farklılıkların varlığını ve düzeyini değerlendirmek amacıyla tasarlanmış olan ilişkisel tarama modelini kullanmaktadır (Karasar, 2009). Araştırma modeli Şekil 1’de gösterilmektedir.

Şekil 1. Araştırma Modeli



Çalışmada geliştirilen hipotezler aşağıda sunulmaktadır.

H1: Yapay zekânın etkileşim boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerinde etkisi vardır.

H2: Yapay zekânın yaygın etki boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerinde etkisi vardır.

H3: Yapay zekânın kaygı boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerinde etkisi vardır.

H4: Yapay zekânın stratejik planlama farkındalığı üzerinde etkisi vardır.

3.1. Evren ve Örneklem

Bu çalışmanın evrenini, İstanbul’daki üç Memorial Hastanesinde görev yapan yaklaşık 5.000 personel oluşturmaktadır. Memorial Hastaneleri, İstanbul’da üç farklı lokasyonda faaliyet göstermekte olup, geniş bir yelpazede sağlık hizmeti sunmakta ve çok sayıda sağlık profesyoneli istihdam etmektedir. Bu kurumların büyüklüğü ve sundukları hizmet çeşitliliği dikkate alınarak araştırma ortamı olarak Memorial Hastaneleri seçilmiştir. Çalışmanın uygulanmasından önce ilgili kurumlardan gerekli izinler alınmıştır.

Çalışmaya, 18 yaşın üzerinde olan ve araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden bireyler dâhil edilmiştir. Katılımcılar, kolayda örnekleme yöntemi ile belirlenmiş olup, bu yöntem araştırmaya erişilebilir ve katılmaya istekli bireylerin dahil edilmesine imkân tanımıştır. Veri toplama süreci iki ay boyunca yürütülmüş ve bu süre zarfında anketler İstanbul’daki üç Memorial Hastanesi şubesinde çalışan personele dağıtılmıştır. Veri toplama süreci sonunda toplam 398 katılımcıdan yanıt elde edilmiştir. Bu katılımcılar, hastanelerdeki farklı görevleri temsil ederek çeşitli ve kapsamlı bir örnekleme katkıda bulunmuştur.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma verileri anket tekniği kullanılarak toplanmıştır. Çalışmada kullanılan anket formu çevrim içi olarak hazırlanmış ve katılımcılarla bir anket bağlantısı aracılığıyla paylaşılmıştır. Anketin uygulanmasından önce, katılımcılara araştırmanın amaçları hakkında bilgi verilmiştir. Ayrıca, çalışmaya katılımın tamamen gönüllülük esasına dayandığı, katılımcıların istedikleri zaman çalışmadan çekilebilecekleri, herhangi bir kişisel bilginin talep edilmeyeceği ve elde edilen verilerin üçüncü kişilerle kesinlikle paylaşılmayacağı; yalnızca bilimsel amaçlarla ve anonim olarak kullanılacağı vurgulanmıştır. Bu bilgilendirmenin ardından, katılımcılardan gönüllü katılım onayı vermeleri istenmiştir. Anketin tamamlanması yaklaşık beş dakika sürmüştür.

3.3. Veri Toplama Araçları

Anket formunun birinci bölümü olan demografik bilgi formu, 6 sorudan oluşmaktadır. Demografik sorularla katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, öğrenim durumu, mesleki kıdem ve şu anki yöneticisiyle çalışma süresi öğrenilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın ikinci bölümünde Yapay Zekâ Algısını ölçmek amacıyla, Süleymanoğulları vd. (2024)'nin geliştirdiği "Yapay Zekâ Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçek üç boyuttan ve 25 maddeden oluşmaktadır. Yapay zekâ ölçeğinin 1-8. ifadeler etkileşim alt boyutu, 9-18. ifadeler yaygın etki alt boyutu ve 19-25. ifadeler kaygı alt boyutu olmak üzere toplam 25 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Cronbach's Alpha değerleri Yaygın Etki alt boyutu için ,904 Kaygı alt boyutu için ,918 Etkileşim alt boyutu için ,877 Yapay Zekâ Ölçeği için ,869 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçekte örnek olarak "Yapay zekâ hakkında bilgi sahibiyim." gibi maddelere yer verilmiştir.

Anket formunun üçüncü bölümünde Yakut ve Korkmazyürek (2012) tarafından geliştirilen 31 madde ve 3 alt boyuttan oluşan Stratejik planlama Farkındalığı Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek boyutları, bilgi alt boyutu 11 maddeden, algı alt boyutu 10 maddeden ve süreç alt boyutu 8 maddeden oluşmaktadır. Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği'nin güvenilirliği, Cronbach Alfa, 0,89 olarak bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir. Ölçekte örnek olarak "Vizyon, amaç ve hedeflere ulaşmak için plan ve programlar yapılmıştır." gibi maddelere yer verilmiştir.

3.4. Analiz Yöntemi

Bu çalışmada veriler, SPSS for Windows v27 yazılımı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk adımda, katılımcıların demografik özelliklerini incelemek amacıyla tanımlayıcı istatistiksel analizler gerçekleştirilmiştir. Ardından, verilerin güvenilirliği, normal dağılımı ve tanımlayıcı istatistikleri değerlendirilmiştir. Sonrasında, araştırma değişkenleri arasındaki ilişkileri incelemek için korelasyon analizleri yapılmıştır.

Son aşamada hipotez testleri gerçekleştirilmiştir. Hipotez testleri çerçevesinde değişkenler arasındaki doğrudan etkileri incelemek amacıyla regresyon analizleri uygulanmıştır. Katılımcıların algılanan hizmet kalitesi ve memnuniyet düzeylerinin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için; iki kategorili değişkenlerde bağımsız örneklem t-testleri, ikiden fazla kategorili değişkenlerde ise ANOVA analizleri kullanılmıştır. Tüm analizlerde istatistiksel anlamlılık düzeyi $p < 0,05$ olarak kabul edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Çalışmadaki toplam katılımcı sayısı 398'dir. Katılımcılara ait demografik niteliklerin dağılımı Çizelge 1'de sunulmaktadır.

Çizelge 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Demografik Özellik	Gruplar	N	%
Cinsiyet	Kadın	182	45,7
	Erkek	216	54,3
Yaş grupları	18-24 yaş	67	16,8
	25-34 yaş	159	39,9
	35-44 yaş	126	31,7
	45-54 yaş	46	11,6
	Ön lisans	30	7,5
Öğrenim durumu	Lisans	266	66,8
	Lisansüstü	102	25,6
Kurumdaki çalışma süresi	1 yıldan az	72	18,1
	1-5 yıl	170	42,7
	6-10 yıl	90	22,6
	11 yıl ve üstü	66	16,6

Araştırmaya katılan 398 sağlık çalışanı katılımcının %45,7'si kadın, %54,3'ü erkektir. Katılımcıların %16,8'i 18-24 yaş, %39,9'u 24-34 yaş, %31,7'si 35-44 yaş, %11,6'sı 45 yaş ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların %7,5'i ön lisans, %66,8'i lisans, %25,6'sı lisansüstü düzeyde öğrenim görmüştür. Katılımcıların %18,1'inin kurumdaki çalışma süresi 1 yıldan az, %42,7'sinin 1-5 yıl, %22,6'sının 6-10 yıl, %16,6'sının kurumdaki çalışma süresi 11 yıl ve üstüdür (Çizelge 1).

4.2. Güvenilirlik Analizi

Yapay Zeka Ölçeğinin 25 madde ve 3 boyutlu yapısı ile gerçekleştirilen doğrulayıcı uyum indeksleri Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 2. Ölçeklere Ait Güvenilirlik Analiz Sonucu

Model Uyum İndeksi	Ref.	DFA-1	DFA-2*
		25 Madde 3 boyut	25 Madde 3 boyut
X ² /sd	< 5	2,819	2,002
SRMR	≤0,08	0,048	0,044
GFI	≥0,90	0,862	0,901
NNFI	≥0,90	0,896	0,943
CFI	≥0,90	0,905	0,948
RMSEA	≤0,10	0,068	0,050
Faktör yükü	>0,40	0,60 / 0,81	0,60 / 0,75
Boyutlar arası korelasyon	<0,95	-0,39 / 0,81	-0,39 / 0,83
Kovaryans bağlantı sayısı		-	m9-m18, m10-m18, m22-m23

Doğrulayıcı faktör analizi ilk sonuçlarına göre uyum indekslerinin uygun düzeyde olmadığı ancak madde faktör yüklerinin uygun düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Modifikasyon önerilerine uygun olarak gerçekleştirilen üç kovaryans bağlantısı (m9-m18, m10-m18, m22-m23) sonrası model uyum indekslerinin iyi ve çok iyi düzeylere ulaştığı tespit edilmiştir (Çizelge 2).

Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen faktör yükleri, faktör yüklerine ait t değerleri ve güvenirlik analizi kapsamında elde edilen madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha katsayıları Çizelge 3'te gösterilmiştir.

Çizelge 3. Yapay Zeka Ölçeği geçerlik ve güvenirlik analizi sonuçları

Boyut ve Madde	B	SH	Std. β	t	r	α (0,933)
Etkileşim						0,892
M1	1,000		0,75		0,657	
M2	1,027	0,069	0,75	14,97**	0,638	
M3	0,968	0,068	0,71	14,18**	0,610	
M4	0,964	0,066	0,73	14,53**	0,651	
M5	0,873	0,074	0,60	11,75**	0,543	
M6	1,032	0,070	0,74	14,72**	0,651	
M7	0,967	0,067	0,72	14,46**	0,658	
M8	1,007	0,069	0,73	14,51**	0,665	
Yaygın Etki						0,910
M9	1,000		0,69		0,617	
M10	1,027	0,080	0,70	12,88**	0,614	
M11	1,064	0,079	0,73	13,45**	0,665	
M12	1,019	0,079	0,70	12,94**	0,605	
M13	1,031	0,078	0,71	13,15**	0,622	
M14	1,037	0,081	0,69	12,75**	0,606	
M15	1,003	0,076	0,72	13,27**	0,600	
M16	1,044	0,080	0,71	13,11**	0,609	
M17	0,990	0,078	0,69	12,67**	0,590	
M18	0,809	0,042	0,75	19,26**	0,675	
Kaygı						0,871
M19	1,000		0,74		0,497	
M20	0,978	0,072	0,73	13,60**	0,422	
M21	0,959	0,073	0,70	13,14**	0,423	
M22	0,918	0,073	0,67	12,58**	0,486	
M23	0,846	0,069	0,66	12,22**	0,528	
M24	0,912	0,071	0,69	12,90**	0,453	
M25	0,914	0,070	0,69	13,00**	0,409	

4.3. Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Bulguları

Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeğinin 29 madde ve 3 boyutlu yapısı ile gerçekleştirilen doğrulayıcı uyum indeksleri Çizelge 4'te yer almaktadır.

Çizelge 4. Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği doğrulayıcı faktör analizinde (DFA) elde edilen model uyum indeksleri

Model Uyum İndeksi	Ref.	DFA-1 29 Madde 3 boyut	DFA-2* 29 Madde 3 bo- yut
X ² /sd	< 5	1,830	1,738
SRMR	≤0,08	0,040	0,039
GFI	≥0,90	0,895	0,901
NNFI	≥0,90	0,930	0,937
CFI	≥0,90	0,935	0,943
RMSEA	≤0,10	0,046	0,043
Faktör yükü	>0,40	0,60 / 0,70	0,60 / 0,70
Boyutlar arası korelasyon	<0,95	0,77 / 0,89	0,77 / 0,90
Kovaryans bağlantı sayısı		-	m20-m21, m22-m23

Doğrulayıcı faktör analizi ilk sonuçlarına göre uyum indekslerinden yalnızca GFI indeksinin uygun düzeyde olmadığı ancak madde faktör yüklerinin uygun düzeylerde olduğu tespit edilmiştir. Modifikasyon önerilerine uygun olarak gerçekleştirilen iki kovaryans bağlantısı (m20-m21, m22-m23) sonrası model uyum indekslerinin iyi ve çok iyi düzeylere ulaştığı tespit edilmiştir (Çizelge 4).

Ölçeğin doğrulayıcı faktör analizi sonucu elde edilen faktör yükleri, faktör yüklerine ait t değerleri ve güvenilirlik analizi kapsamında elde edilen madde toplam korelasyonu ve Cronbach Alpha katsayıları Çizelge 5'te gösterilmiştir.

Çizelge 5. Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği geçerlik ve güvenilirlik analizi sonuçları

Boyut ve Madde Bilgi	B	SH	Std. β	t	r	α (0,945) 0,897
M1	1,000		0,65		0,609	
M2	1,011	0,087	0,66	11,68	0,605	
M3	1,024	0,086	0,68	11,91	0,629	
M4	1,084	0,089	0,70	12,22	0,640	
M5	0,990	0,085	0,66	11,64	0,619	
M6	1,035	0,086	0,69	12,04	0,614	
M7	0,985	0,085	0,66	11,60	0,610	
M8	1,047	0,087	0,69	12,03	0,623	
M9	1,060	0,088	0,69	12,05	0,638	
M10	0,920	0,086	0,60	10,71	0,559	
M11	1,005	0,086	0,66	11,70	0,616	
Algı						0,869
M12	1,000		0,63		0,584	
M13	1,009	0,092	0,64	10,93	0,592	
M14	1,044	0,098	0,62	10,70	0,573	
M15	0,996	0,093	0,62	10,75	0,587	

M16	1,036	0,094	0,64	11,05	0,604
M17	1,018	0,093	0,63	10,91	0,598
M18	1,050	0,094	0,65	11,13	0,610
M19	1,020	0,092	0,65	11,09	0,618
M20	1,014	0,096	0,61	10,55	0,593
M21	1,017	0,096	0,62	10,64	0,599
Süreç					0,845
M22	1,000		0,62		0,567
M23	1,022	0,085	0,64	12,05	0,556
M24	1,029	0,096	0,66	10,75	0,557
M25	1,077	0,099	0,67	10,88	0,588
M26	0,926	0,093	0,60	9,99	0,530
M27	1,005	0,096	0,63	10,46	0,545
M28	0,979	0,094	0,63	10,42	0,573
M29	0,967	0,092	0,63	10,47	0,571

Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 29 maddenin faktör yüklerinin 0,60 ile 0,70 aralığında ve t değerlerinin anlamlı olduğu ($p<0,01$) görülmektedir. Ölçeğin Cronbach Alpha katsayısı 0,94; alt boyutların Cronbach Alpha katsayıları 0,90 / 0,87 / 0,84 ve madde-toplam korelasyonlarının 0,30'dan yüksek olduğu (0,54 ile 0,64 aralığında) tespit edilmiştir. Geçerlik ve güvenilirlik analizi bulgularına göre Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeğinin 29 madde ve 3 boyutlu yapısı ile güvenilir ve geçerli bir ölçek olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 5).

4.4. Betimsel Bulgular

Çizelge 6: Ölçek ve alt boyut puanlarına ait betimsel istatistikler

Çizelge 6. Tanımlayıcı İstatistiksel Analiz Sonuçları

Ölçek ve Alt Boyut	N	Min.	Maks.		SS	Çarpıklık	Basıklık
YAPAY ZEKA	398	1	5	3,29	0,79	-0,53	-0,20
Etkileşim	398	1	5	3,24	0,98	-0,35	-0,85
Yaygın Etki	398	1	5	3,47	0,92	-0,55	-0,25
Kaygı	398	1	5	2,92	0,98	0,37	-0,71
STRATEJİK PLANLAMA FARKINDALIĞI	398	1	5	3,56	0,75	-0,70	0,54
Bilgi	398	1	5	3,51	0,84	-0,67	0,14
Algı	398	1	5	3,61	0,80	-0,65	0,41
Süreç	398	1	5	3,56	0,82	-0,75	0,43

Yapay zeka ölçek puan ortalaması $3,29\pm 0,79$ olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlara göre araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının yapay zekaya yönelik tutumu orta düzeyde olumludur ($100*\frac{3,29-1}{5-1}=\%57,2$). Alt boyutlar incelendiğinde yaygın etki ($3,47\pm 0,92$) ve etkileşim ($3,24\pm 0,98$) tutumlarının yüksek düzeyde; yapay zekaya yönelik kaygının düşük düzeyde ($2,92\pm 0,98$) olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 6).

Stratejik planlama farkındalığı ölçek puan ortalaması $3,56 \pm 0,75$ olarak tespit edilmiştir. Ölçekten alınabilecek en düşük (1) ve en yüksek (5) puanlara göre kurumdaki stratejik planlama farkındalığına ilişkin katılımcı algısı orta-yüksek düzeydedir ($100 * [3,56 - 1] / [5 - 1] = \%64$). Alt boyutlar incelendiğinde bilgi ($3,51 \pm 0,84$), algı ($3,61 \pm 0,80$) ve süreç ($3,56 \pm 0,82$) farkındalığı algı puanlarının da benzer şekilde orta-yüksek düzeyde olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 6).

4.5. Ölçek Puanlarının Demografik Değişkenlere Göre Karşılaştırması

Yapay zeka ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p > 0,05$) tespit edilmiştir (Çizelge 7).

Çizelge 7. Ölçek puanlarının cinsiyete göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Cinsiyet	n		SS	t	p
YAPAY ZEKA	Kadın	182	3,27	0,77	-0,31	0,759
	Erkek	216	3,30	0,81		
Etkileşim	Kadın	182	3,19	0,97	-0,96	0,338
	Erkek	216	3,28	1,00		
Yaygın Etki	Kadın	182	3,47	0,90	-0,02	0,986
	Erkek	216	3,47	0,93		
Kaygı	Kadın	182	2,91	0,97	-0,24	0,813
	Erkek	216	2,93	0,99		
STRATEJİK PLANLAMA FARKINDALIĞI	Kadın	182	3,49	0,77	-1,66	0,098
	Erkek	216	3,61	0,72		
Bilgi	Kadın	182	3,40	0,88	-2,32	0,021
	Erkek	216	3,60	0,80		
Algı	Kadın	182	3,56	0,84	-1,04	0,297
	Erkek	216	3,65	0,76		
Süreç	Kadın	182	3,52	0,82	-0,93	0,353
	Erkek	216	3,59	0,82		

Stratejik planlama farkındalığı ölçeği toplam ve algı, süreç alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği ($p > 0,05$) tespit edilmiştir. Bilgi alt boyut puanlarının cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterdiği ($t = -2,32$; $p < 0,05$) tespit edilmiştir. Erkek katılımcıların bilgi alt boyut puanları, kadın katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (Çizelge 7).

Çizelge 8’de ölçek puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırmasına yer verilmiştir.

Çizelge 8. Ölçek puanlarının yaş gruplarına göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Yaş Grupları	n	SS	F	p	Anlamlı Fark	
YAPAY ZEKA	A-18-24 yaş	67	3,45	0,90	3,25	0,022	A>C,D
	B-25-34 yaş	159	3,36	0,67			
	C-35-44 yaş	126	3,20	0,80			
	D-45-54 yaş	46	3,05	0,94			
Etkileşim	A-18-24 yaş	67	3,43	1,02	2,69	0,046	A>C,D
	B-25-34 yaş	159	3,32	0,89			
	C-35-44 yaş	126	3,11	1,00			
	D-45-54 yaş	46	3,02	1,14			
Yaygın Etki	A-18-24 yaş	67	3,61	0,98	4,44	0,004	A,B>D
	B-25-34 yaş	159	3,58	0,80			
	C-35-44 yaş	126	3,38	0,92			
	D-45-54 yaş	46	3,10	1,08			
Kaygı	A-18-24 yaş	67	2,77	1,06	0,62	0,605	
	B-25-34 yaş	159	2,93	0,95			
	C-35-44 yaş	126	2,96	0,96			
	D-45-54 yaş	46	2,98	1,03			
STRATEJİK PLANLAMA FARKINDALIĞI	A-18-24 yaş	67	3,49	0,96	1,79	0,149	
	B-25-34 yaş	159	3,66	0,65			
	C-35-44 yaş	126	3,47	0,70			
	D-45-54 yaş	46	3,54	0,79			
Bilgi	A-18-24 yaş	67	3,43	1,05	0,97	0,409	
	B-25-34 yaş	159	3,59	0,76			
	C-35-44 yaş	126	3,44	0,80			
	D-45-54 yaş	46	3,54	0,88			
Algı	A-18-24 yaş	67	3,55	0,98	1,36	0,256	
	B-25-34 yaş	159	3,71	0,74			
	C-35-44 yaş	126	3,54	0,77			
	D-45-54 yaş	46	3,53	0,78			
Süreç	A-18-24 yaş	67	3,50	1,01	2,92	0,034	B>C
	B-25-34 yaş	159	3,70	0,70			
	C-35-44 yaş	126	3,42	0,82			
	D-45-54 yaş	46	3,54	0,86			

Kaygı alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Yapay zeka ölçeği toplam ($F=3,25$; $p<0,05$), etkileşim ($F=2,69$; $p<0,05$) ve yaygın etki ($F=4,44$; $p<0,05$) alt boyut puanının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre 18-24 yaş grubu katılımcıların yapay zeka ölçeği toplam, etkileşim ve yaygın etki alt boyut puanları, 35-54 yaş gruplarındaki katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (Çizelge 8).

Stratejik planlama farkındalığı ölçek toplam ve bilgi, algı alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Süreç alt boyut puanlarının yaş gruplarına göre anlamlı farklılık gösterdiği ($F=2,92$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Games-Howell post hoc testi sonuçlarına göre 25-34 yaş grubu katılımcıların süreç alt boyut puanları, 35-44 yaş grubundaki katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (Çizelge 8).

Çizelge 9’da ölçek puanlarının öğrenim durumuna göre karşılaştırmasına yer verilmiştir.

Çizelge 9. Ölçek puanlarının öğrenim durumuna göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Öğrenim Durumu	n	SS	F	p	Anlamlı Fark
YAPAY ZEKA	A-Ön lisans	30	3,26	0,70	0,27	0,760
	B-Lisans	266	3,27	0,77		
	C-Lisansüstü	102	3,34	0,87		
Etkileşim	A-Ön lisans	30	3,23	0,91	0,61	0,542
	B-Lisans	266	3,20	0,96		
	C-Lisansüstü	102	3,33	1,06		
Yaygın Etki	A-Ön lisans	30	3,35	0,84	0,30	0,742
	B-Lisans	266	3,47	0,91		
	C-Lisansüstü	102	3,50	0,96		
Kaygı	A-Ön lisans	30	2,82	0,74	0,28	0,759
	B-Lisans	266	2,94	0,97		
	C-Lisansüstü	102	2,89	1,08		
STRATEJİK PLAN- LAMA FARKINDA- LIĞI	A-Ön lisans	30	3,33	0,77	2,11	0,122
	B-Lisans	266	3,55	0,75		
	C-Lisansüstü	102	3,65	0,72		
Bilgi	A-Ön lisans	30	3,29	0,81	2,31	0,100
	B-Lisans	266	3,49	0,87		
	C-Lisansüstü	102	3,64	0,77		
Algı	A-Ön lisans	30	3,39	0,87	2,21	0,111
	B-Lisans	266	3,59	0,79		
	C-Lisansüstü	102	3,72	0,80		
Süreç	A-Ön lisans	30	3,32	0,78	1,40	0,247
	B-Lisans	266	3,58	0,81		
	C-Lisansüstü	102	3,56	0,86		

Yapay zeka ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir (Çizelge 9).

Stratejik planlama farkındalığı ölçeği toplam ve alt boyut puanlarının öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir (Çizelge 9).

Çizelge 10’da ölçek puanlarının kurumdaki çalışma süresine göre karşılaştırmasına yer verilmiştir.

Çizelge 10. Ölçek puanlarının kurumdaki çalışma süresine göre karşılaştırılması

Ölçek ve Alt Boyut	Kurumdaki Süre	n	SS	F	P	Anlamlı Fark
YAPAY ZEKA	A-1 yıldan az	72	3,51	0,80	2,37	0,070
	B-1-5 yıl	170	3,23	0,76		
	C-6-10 yıl	90	3,25	0,77		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,24	0,85		
Etkileşim	A-1 yıldan az	72	3,57	0,97	3,62	0,013
	B-1-5 yıl	170	3,12	0,97		
	C-6-10 yıl	90	3,21	0,92		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,22	1,06		
Yaygın Etki	A-1 yıldan az	72	3,73	0,93	2,68	0,047
	B-1-5 yıl	170	3,45	0,90		
	C-6-10 yıl	90	3,38	0,91		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,34	0,92		
Kaygı	A-1 yıldan az	72	2,88	1,05	0,37	0,778
	B-1-5 yıl	170	2,98	0,97		
	C-6-10 yıl	90	2,88	0,98		
	D-11 yıl ve üstü	66	2,87	0,96		
STRATEJİK PLANLAMA FARKINDALIĞI	A-1 yıldan az	72	3,68	0,82	0,86	0,463
	B-1-5 yıl	170	3,54	0,75		
	C-6-10 yıl	90	3,51	0,71		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,52	0,72		
Bilgi	A-1 yıldan az	72	3,61	0,92	0,64	0,592
	B-1-5 yıl	170	3,45	0,85		
	C-6-10 yıl	90	3,53	0,80		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,52	0,79		
Algı	A-1 yıldan az	72	3,73	0,82	0,94	0,423
	B-1-5 yıl	170	3,62	0,81		
	C-6-10 yıl	90	3,54	0,80		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,54	0,75		
Süreç	A-1 yıldan az	72	3,72	0,85	1,64	0,179
	B-1-5 yıl	170	3,57	0,86		
	C-6-10 yıl	90	3,44	0,74		
	D-11 yıl ve üstü	66	3,51	0,79		

Yapay zeka ölçeği toplam ve kaygı alt boyut puanlarının kurumdaki çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir. Etkileşim ($F=3,62$; $p<0,05$) ve yaygın etki ($F=2,684$; $p<0,05$) alt boyut puanının kurumdaki çalışma süresine göre anlamlı farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. LSD post hoc testi sonuçlarına göre kurumdaki çalışma süresi 1 yıldan az olan katılımcıların etkileşim

ve yaygın etki alt boyut puanları, kurumdaki çalışma süresi 1 yıl ve üstü olan katılımcıların puanlarına göre anlamlı düzeyde daha yüksektir (Çizelge 10).

Stratejik planlama farkındalığı ölçek toplam ve alt boyut puanlarının kurumdaki çalışma süresine göre anlamlı farklılık göstermediği ($p>0,05$) tespit edilmiştir (Çizelge 10).

4.6. Değişkenler Arasındaki İlişkiye Ait Bulgular

Çizelge 11’de yapay zekaya yönelik tutum ile kurumun stratejik planlama farkındalığına ilişkin algı arasındaki ilişkiye ait Pearson korelasyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 11. Yapay zeka ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişki

Ölçek ve Alt Boyut	1	2	3	4	5	6	7	8
1-YAPAY ZEKİ	1	0,89**	0,88**	-0,68**	0,59**	0,57**	0,53**	0,48**
2-Etkileşim		1	0,74**	-0,43**	0,53**	0,50**	0,48**	0,44**
3-Yaygın Etki			1	-0,35**	0,58**	0,54**	0,55**	0,48**
4-Kaygı				1	-0,31**	-0,35**	-0,25**	-0,24**
5-STRATEJİK PLANLAMA FARKINDALIĞI					1	0,92**	0,93**	0,86**
6-Bilgi						1	0,79**	0,67**
7-Algı							1	0,73**
8-Süreç								1

Çizelge 11’e göre yapay zeka ve stratejik planlama farkındalığı ölçeği toplam puanları arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki ($r=0,59$; $p<0,05$) tespit edilmiştir. Yapay zekaya yönelik olumlu tutumu yüksek düzeyde olan sağlık çalışanları kurumun stratejik planlama farkındalığına ilişkin yüksek düzeyde olumlu algıya sahiptir. Yapay zekaya ilişkin etkileşim ($r=0,53$; $p<0,05$) ve yaygın etki ($r=0,58$; $p<0,05$) puanları ile stratejik planlama farkındalığı ölçeği toplam puanı arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapay zekaya ilişkin etkileşim ve yaygın etkiye yönelik olumlu tutumu yüksek düzeyde olan sağlık çalışanları, kurumun stratejik planlama farkındalığına ilişkin yüksek düzeyde olumlu algıya sahiptir. Yapay zekaya ilişkin kaygı ($r=-0,31$; $p<0,05$) puanları ile stratejik planlama farkındalığı ölçeği toplam puanı arasında negatif yönlü ve anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yapay zekaya ilişkin kaygı düzeyi yüksek düzeyde olan sağlık çalışanları, kurumun stratejik planlama farkındalığına ilişkin düşük düzeyde olumlu algıya sahiptir.

Çizelge 12’de yapay zekaya yönelik tutumların, stratejik planlama farkındalığı algısı üzerindeki etkisine ait yapsal yol analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Çizelge 12. Yapısal yol analizi sonuçları

H	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	SH _B	β	t	p	R ²
H ₁	Etkileşim	Stratejik Planlama Farkındalığı	0,149	0,070	0,18	2,127	0,033	
H ₂	Yaygın Etki	Stratejik Planlama Farkındalığı	0,390	0,070	0,47	5,565	0,000	0,425
H ₃	Kaygı	Stratejik Planlama Farkındalığı	0,054	0,039	0,07	1,382	0,167	
X ² /sd= 2,183 SRMR=0,046 GFI=0,885 NNFI=0,921 CFI=0,928 RMSEA=0,055								
H	Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	B	SH _B	β	t	p	R ²
H ₄	Yapay Zeka	Stratejik Planlama Farkındalığı	0,587	0,048	0,68	12,252	0,000	0,456
X ² /sd= 3,185 SRMR=0,027 GFI=0,979 NNFI=0,974 CFI=0,986 RMSEA=0,074								

Yapay zekaya yönelik tutum alt boyutlarının, stratejik planlama farkındalığı algısı üzerindeki etkisine ait model uyum indekslerinin genel olarak iyi ve çok iyi düzeylerde olduğu tespit edilmiştir.

4.7. Algılanan Hizmet Kalitesi Seviyesinin Demografik Özelliklere Göre İncelenmesi

Çalışmadaki ikinci hipotezi test etmek amacıyla, demografik değişkenler ayrı ayrı analiz edilmiştir. Bu analizlerin bulguları, sırayla sunulmaktadır.

Katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin, cinsiyete göre anlamlı bir farklılık sergileyip sergilemediğini incelemek amacıyla t-testi analizi uygulanmıştır. Bu analizin bulguları, Çizelge 13'de yer almaktadır.

Çizelge 13. Algılanan Hizmet Kalitesinin Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

Cinsiyet	n	Ort.	ss	t	sd	p
Erkek	154	3,958	,9460	,937	471	,349
Kadın	319	3,862	1,0764			

Çizelge 13'deki bulgulara göre, katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermediği saptanmıştır ($p>0,05$). Başka bir deyişle, Grafik 13'de de görüldüğü gibi, kadın ve erkek katılımcıların benzer seviyelerde hizmet kalitesi algısına sahip oldukları belirlenmiştir.

Katılımcıların algıladıkları hizmet kalitesi düzeylerinin, yaş gruplarına göre anlamlı bir farklılık sergileyip sergilemediğini incelemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Bu analizin bulguları, Çizelge 14'de yer almaktadır.

Çizelge 14. Algılanan Hizmet Kalitesinin Yaşa Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Yaş	n	Ort.	ss	F	p
25 ve altı	128	3,858	1,1459		
26-30 arası	91	4,072	,9565		
31-35 arası	96	4,009	,8360	1,794	,129
36-40 arası	94	3,743	1,0856		
41 ve üstü	64	3,757	1,0803		

Çizelge 14'deki verilere istinaden, katılımcıların yaşlarının, algıladıkları hizmet kalitesi düzeyleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Başka bir deyişle, Grafik 14'in de ortaya koyduğu gibi, farklı yaş gruplarına mensup katılımcıların, hizmet kalitesine ilişkin algı seviyeleri arasında bir farklılık gözlemlenmemiştir.

Medeni durumun, katılımcıların hizmet kalitesi algısı üzerindeki olası etkisini araştırmak amacıyla t-testi uygulanmıştır. Söz konusu analiz neticesinde elde edilen bulgular Çizelge 15'de yer almaktadır.

Çizelge 15. Algılanan Hizmet Kalitesinin Medeni Duruma Göre T-Testi Sonuçları

Medeni Durum	n	Ort.	ss	t	sd	p
Bekâr	205	3,995	1,0538			
Evli	268	3,816	1,0168	1,863	471	,063

Çizelge 15'deki verilere istinaden, katılımcıların medeni durumlarının, algıladıkları hizmet kalitesi seviyeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa yol açmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Bir başka deyişle, Grafik 15'in de ortaya koyduğu üzere, evli ve bekar katılımcılar arasında, hizmet kalitesine ilişkin algı düzeyleri bakımından bir ayrışma gözlemlenmemiştir.

Eğitim seviyesinin, katılımcıların hizmet kalitesi algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Söz konusu analizden elde edilen bulgular Çizelge 16'da yer almaktadır.

Çizelge 16. Algılanan Hizmet Kalitesinin Eğitim Seviyesine Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Eğitim Seviyesi	n	Ort.	ss	F	p
Lise ve altı	207	3,748	1,1258		
Lisans	229	4,042	,9121	4,664	,010
Lisansüstü	37	3,786	1,1259		

Çizelge 16'daki verilere göre, katılımcıların eğitim düzeylerinin, algıladıkları hizmet kalitesi seviyeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında ortaya çıktığını belirlemek için uygulanan Scheffe post hoc analizi neticesinde, lisans düzeyinde eğitim almış katılımcıların hizmet kalitesi algısının ($\bar{x}=4,04$; $ss=0,91$), lise ve daha alt seviyede eğitim görmüş ($\bar{x}=3,75$; $ss=1,13$) katılımcılara kıyasla istatistiksel olarak daha yüksek olduğu saptanmıştır. Grafik 10, katılımcıların eğitim düzeylerine göre hizmet kalitesi algı seviyelerini göstermektedir.

Spor yapma sıklığının, katılımcıların hizmet kalitesi algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin bulunup bulunmadığını araştırmak için ANOVA analizi uygulanmıştır. Söz konusu analizden elde edilen sonuçlar Çizelge 17’de yer almaktadır.

Çizelge 17. Algılanan Hizmet Kalitesinin Spor Yapma Sıklığına Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Spor Yapma Sıklığı	n	Ort.	ss	F	p
Her gün	52	3,992	1,1126		
Haftada birkaç kez	223	3,928	1,0927	2,248	,082
Ayda birkaç kez	132	3,948	,8527		
Yılda birkaç kez	66	3,591	1,0787		

Çizelge 17'deki verilere istinaden, katılımcıların spor yapma sıklıklarının, algıladıkları hizmet kalitesi seviyeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa yol açmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Bir başka deyişle, Grafik 17'in de ortaya koyduğu gibi, farklı sıklıkta spor yapan katılımcılar arasında, hizmet kalitesine ilişkin algı düzeyleri bakımından bir ayrışma gözlemlenmemiştir.

Belediye spor tesisini kullanma süresinin, katılımcıların hizmet kalitesi algısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin olup olmadığını belirlemek amacıyla ANOVA analizi uygulanmıştır. Söz konusu analizden elde edilen bulgular Çizelge 18’de yer almaktadır.

Çizelge 18. Algılanan Hizmet Kalitesinin Belediye Spor Tesisini Kullanma Süresine Göre ANOVA Analizi Sonuçları

Belediye Spor Tesisini Kullanma Süresi	n	Ort.	ss	F	p
6 aydan az	147	3,851	1,0374		
6 ay - 1 yıl arası	137	3,995	,9802	1,444	,229
1-2 yıl arası	77	3,711	1,1457		
2 yıldan fazla	112	3,952	1,0137		

Çizelge 18'deki verilere istinaden, katılımcıların belediye spor tesisini kullanma sürelerinin, algıladıkları hizmet kalitesi seviyeleri üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığa neden olmadığı saptanmıştır ($p>0,05$). Başka bir deyişle, Grafik 18'nin de ortaya koyduğu gibi, farklı sürelerde belediye spor tesisini kullanan katılımcılar arasında, hizmet kalitesine ilişkin algı düzeyleri bakımından bir ayrışma gözlemlenmemiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın temel amacı, sağlık çalışanlarının yapay zekâya yönelik tutumları ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişkiyi incelemektir. Çalışma kapsamında, algılanan yapay zekâ etkileşimi, yaygın etkisi ve kaygı boyutlarının stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkileri test edilmiştir. Ayrıca, söz konusu değişkenlerin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği de araştırılmıştır.

Araştırmaya katılan 398 sağlık çalışanının %45,7'si kadın, %54,3'ü erkektir. Katılımcıların çoğunluğu 25–34 yaş grubunda (%39,9) ve lisans mezunudur (%66,8). Kurumdaki çalışma süresine bakıldığında ise %42,7'sinin 1–5 yıl arasında görev yaptığı belirlenmiştir.

Doğrulamalı faktör analizi (DFA) sonuçları, hem Yapay Zekâ Ölçeği'nin (25 madde, 3 boyut) hem de Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği'nin (29 madde, 3 boyut) geçerli ve güvenilir yapılar sunduğunu göstermektedir. Yapay Zekâ Ölçeği için Cronbach Alpha katsayısı 0,93; Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği için ise 0,94 bulunmuştur. Bu değerler, ölçeklerin yüksek düzeyde iç tutarlılığa sahip olduğunu ortaya koymaktadır.

Betimsel istatistikler incelendiğinde, katılımcıların yapay zekâya yönelik genel tutumlarının orta düzeyde olumlu olduğu ($\bar{x}=3,29\pm 0,79$), stratejik planlama farkındalığı algılarının ise orta-yüksek düzeyde ($\bar{x}=3,56\pm 0,75$) olduğu görülmüştür. Alt boyutlar incelendiğinde, yapay zekâya yönelik etkileşim ($\bar{x}=3,24$) ve yaygın etki ($\bar{x}=3,47$) düzeyleri görece yüksek, kaygı düzeyi ise düşük bulunmuştur ($\bar{x}=2,92$). Stratejik planlama farkındalığı boyutlarında ise bilgi, algı ve süreç boyutlarının birbirine yakın düzeylerde olduğu belirlenmiştir.

Demografik değişkenlere göre yapılan karşılaştırmalarda; yapay zekâya yönelik tutumlarda cinsiyet ve öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık gözlenmemiştir ($p>0,05$). Yaş grupları arasında ise 18–24 yaş grubundaki katılımcıların yapay zekâya yönelik etkileşim ve yaygın etki algılarının 35 yaş ve üzeri gruplardan anlamlı derecede yüksek olduğu tespit edilmiştir ($p<0,05$). Kurumdaki çalışma süresine göre de farklılıklar bulunmuş; 1 yıldan az çalışanların yapay zekâ etkileşimi ve yaygın etki algıları, daha uzun süre çalışanlardan yüksek çıkmıştır. Stratejik planlama farkındalığı ise cinsiyet ve öğrenim durumuna göre anlamlı farklılık göstermezken, sadece bilgi alt boyutunda erkeklerin kadınlara kıyasla daha yüksek puan aldığı saptanmıştır.

Korelasyon analizleri, yapay zekâ ile stratejik planlama farkındalığı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur ($r=0,59$; $p<0,05$). Yapay zekâya yönelik etkileşim ($r=0,53$) ve yaygın etki ($r=0,58$) boyutları ile stratejik planlama farkındalığı arasında pozitif ilişkiler bulunurken, kaygı boyutu ile negatif bir ilişki tespit edilmiştir ($r=-0,31$).

Yapısal yol analizi sonuçları, hipotezlerin büyük ölçüde doğrulandığını göstermektedir. Etkileşim ($\beta=0,18$; $p<0,05$) ve yaygın etki ($\beta=0,47$; $p<0,001$) boyutlarının stratejik planlama farkındalığı üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri bulunmuştur. Buna karşılık, kaygı boyutunun etkisi anlamlı çıkmamıştır ($p>0,05$). Genel modelde ise yapay zekâya yönelik olumlu tutumların, stratejik planlama farkındalığını anlamlı ve pozitif biçimde yordadığı tespit edilmiştir ($\beta=0,68$; $p<0,001$; $R^2=0,456$).

Araştırmanın ilk hipotezine (H1) yönelik olarak gerçekleştirilen yapısal yol analizi sonuçları, yapay zekâ etkileşim alt boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir ($\beta=0,18$; $t=2,13$; $p<0,05$). Bu bulgu, yapay zekâ ile doğrudan etkileşim kuran bireylerin, stratejik planlama süreçlerine ilişkin farkındalıklarının daha yüksek olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde de teknolojiyle etkileşim düzeyinin örgütsel öğrenme ve farkındalık üzerinde belirleyici olduğu vurgulanmaktadır (Davis, 1989; Venkatesh ve Davis, 2000). Bu sonuç, etkileşimin stratejik planlama farkındalığını artırmada önemli bir faktör olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre çalışmanın birinci hipotezi kabul edilmiştir.

İkinci hipotez (H2) kapsamında yapay zekânın yaygın etki alt boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkisi test edilmiştir. Analiz bulguları bu ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğunu ortaya koymaktadır ($\beta=0,47$; $t=5,56$; $p<0,05$). Bu sonuç, bireylerin yapay zekânın toplumsal ve kurumsal etkilerini ne kadar yüksek algıladıklarının, onların stratejik planlama süreçlerindeki bilinç düzeylerini de artırdığını göstermektedir. Literatürde de yapay zekânın yaygın etkisinin stratejik karar süreçlerine yön verici nitelikte olduğu sıkça vurgulanmaktadır (Davenport ve Ronanki, 2018; Topol, 2019). Bu sonuçlara göre çalışmanın ikinci hipotezi kabul edilmiştir.

Üçüncü hipotez (H3) kapsamında yapay zekâ kaygı alt boyutunun stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Elde edilen bulgular, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir ($\beta=0,07$; $t=1,38$; $p>0,05$). Bu durum, yapay zekâya ilişkin kaygı düzeylerinin stratejik planlama farkındalığını doğrudan etkilemediğini ortaya koymaktadır. Literatürde bazı çalışmalarda

kaygının teknoloji kabulünü olumsuz etkilediği belirtilse de (Schepman ve Rodway, 2023), bu araştırmada benzer bir sonuca ulaşamamıştır. Bu farklılık, örneklemin sağlık çalışanlarından oluşmasından ve onların yapay zekâ teknolojilerine mesleki olarak daha aşina olmalarından kaynaklanıyor olabilir. Bu sonuçlara göre çalışmanın üçüncü hipotezi kabul edilmemiştir.

Dördüncü hipotez (H4) kapsamında yapay zekânın bütüncül olarak stratejik planlama farkındalığı üzerindeki etkisi test edilmiştir. Bulgular, yapay zekâya yönelik olumlu tutumların stratejik planlama farkındalığını güçlü ve anlamlı bir şekilde artırdığını ortaya koymaktadır ($\beta=0,68$; $t=12,25$; $p<0,001$). Bu sonuç, yapay zekânın yalnızca belirli alt boyutlarda değil, bütünsel bir yapı olarak stratejik planlama süreçlerinin farkındalığını şekillendirdiğini göstermektedir. Bu sonuçlara göre çalışmanın dördüncü hipotezi kabul edilmiştir.

Çalışmanın yapısal yol analizi sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, yapay zekâya yönelik olumlu tutumların sağlık çalışanlarının stratejik planlama farkındalığını anlamlı ve pozitif biçimde artırdığı görülmektedir. Bu bulgu, literatürdeki birçok çalışma ile paralellik göstermektedir. Örneğin, Brynjolfsson ve McAfee (2014), yapay zekânın örgütlerde stratejik karar alma ve kaynak yönetiminde farkındalık yaratıcı bir unsur olduğunu vurgulamaktadır. Benzer şekilde, Davenport ve Ronanki (2018) de yapay zekâ destekli sistemlerin stratejik süreçleri güçlendirdiğini ve yönetsel farkındalığı artırdığını ortaya koymuştur. Topol'un (2019) sağlık alanındaki araştırmaları da yapay zekânın planlama süreçlerine entegrasyonunun hem yöneticiler hem de klinik çalışanlar açısından bilinç ve farkındalık düzeyini yükselttiğini göstermektedir.

Alt boyutlara ilişkin bulgular incelendiğinde, stratejik planlama farkındalığı üzerinde en güçlü etkinin “yaygın etki” boyutundan kaynaklandığı görülmüştür. Bu sonuç, yapay zekânın toplumsal ve kurumsal etkilerini yüksek düzeyde algılayan çalışanların stratejik süreçlere daha bilinçli ve katılımcı şekilde yaklaştıklarını göstermektedir. Literatürde de yapay zekânın “yaygın etkisi”nin örgüt kültürünü ve karar alma yapısını dönüştüren kritik bir unsur olduğuna dikkat çekilmektedir (Rodway ve Schepman, 2023; Ferikoğlu ve Akgün, 2022). Buna karşılık, “kaygı” boyutunun anlamlı bir etki yaratmaması, bazı çalışmalarla farklılık göstermektedir. Schepman ve Rodway (2023), yapay zekâ kaygısının teknoloji kabulünü olumsuz etkilediğini belirtirken, bu araştırmada kaygının stratejik planlama farkındalığı üzerinde belirleyici bir rol oynamadığı görülmüştür. Bu farklılık, örneklem grubunun sağlık çalışanlarından oluşması ve yapay zekâya ilişkin daha profesyonel bir yaklaşım sergilemeleriyle açıklanabilir.

Bu kapsamda genel bir değerlendirme yapmak gerekirse, stratejik planlama farkındalığını en çok artıran unsurun yapay zekânın yaygın etkisine dair algı olduğu, kaygı düzeyinin ise bu farkındalık üzerinde sınırlı veya dolaylı etkiye sahip olduğu söylenebilir. Çalışanların, yapay zekânın hem kurumsal işleyişe hem de gelecekteki sağlık hizmetlerine katkılarını yüksek düzeyde algıladıklarında, stratejik planlama süreçlerine daha fazla önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Uygulayıcılara Öneriler

- Yapay zekâ farkındalığının artırılması: Sağlık kurumlarında düzenlenecek seminer, eğitim ve çalıştaylarla çalışanların yapay zekâ teknolojilerine dair bilgi ve farkındalık düzeyleri artırılmalıdır.
- Etkileşim fırsatları sağlanmalı: Çalışanların yapay zekâ uygulamalarını günlük iş süreçlerinde deneyimleyebilecekleri ortamlar oluşturulmalıdır. Bu sayede etkileşim boyutu güçlenerek stratejik planlama farkındalığı da artacaktır.
- Kaygıların azaltılması: Yapay zekâya ilişkin olası kaygıları azaltmak için şeffaf, etik ve insan-merkezli uygulamalar benimsenmeli; çalışanlara karar süreçlerinde insan kontrolünün devam ettiği açıkça vurgulanmalıdır.
- Geri bildirim mekanizmaları kurulmalı: Yapay zekâ tabanlı uygulamalara ilişkin çalışan görüş ve önerileri düzenli olarak alınmalı, stratejik planlama süreçlerine entegre edilmelidir.

Araştırmacılara Öneriler

- Uzunlamasına araştırmalar: Yapay zekâ tutumları ile stratejik planlama farkındalığı arasındaki ilişkinin zaman içinde nasıl değiştiğini incelemek için boylamsal çalışmalar yapılmalıdır.
- Karma yöntem kullanımı: Nicel yöntemlerin yanı sıra nitel yöntemlerin de (örneğin derinlemesine mülakatlar) kullanılması, çalışanların yapay zekâyâ yönelik algılarını daha kapsamlı biçimde ortaya koyabilir.
- Sektörler arası karşılaştırmalar: Benzer araştırmaların farklı sektörlerde (örneğin eğitim, finans, kamu yönetimi) yapılması, bulguların genellenebilirliğini artıracaktır.
- Kültürel bağlamın incelenmesi: Yapay zekâ tutumlarının ve stratejik planlama farkındalığının farklı kültürel ortamlarda nasıl farklılık gösterdiği araştırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- BAYRAKÇI, S. (2016). Kalite Yönetimi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- BOSTROM, N. ve YUDKOWSKY, E. (2014). "The Ethics of Artificial Intelligence". Cambridge Handbook of Artificial Intelligence, 316-334.
- BRYNJOLFSSON, E. ve MCAFEE, A. (2017). Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. New York: W. W. Norton & Company.
- BRYSON, J. M. (2018). Strategic Planning for Public and Nonprofit Organizations. Hoboken: John Wiley & Sons.
- CHANDLER, A. D. (1962). Strategy and Structure: Chapters in the History of the American Industrial Enterprise. MIT Press.
- CHUI, M., MANYIKA, J. ve MIREMADI, M. (2018). "What AI Can and Can't Do (Yet) for Your Business". McKinsey Quarterly, 2(1), 46-63.
- CRONIN, J. J. ve TAYLOR, S. A. (1992). "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension". Journal of Marketing, 56(3), 55-68.
- DAVENPORT, T. H. ve RONANKI, R. (2018). "Artificial Intelligence for the Real World". Harvard Business Review, 96(1), 108-116.
- DAVIS, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". MIS Quarterly, 13(3), 319-340.
- DELOITTE (2020). Thriving in the Era of Pervasive AI. Deloitte Insights.
- DOZ, Y. L. ve KOSONEN, M. (2008). Fast Strategy: How Strategic Agility Will Help You Stay Ahead of the Game. Harlow: Pearson Education.
- EFİL, İ. (2010). Toplam Kalite Yönetimi. Bursa: Dora Yayıncılık.
- EISENHARDT, K. M. ve ZBARACKI, M. J. (1992). "Strategic Decision Making". Strategic Management Journal, 13, 17-37.
- GRÖNROOS, C. (1984). "A Service Quality Model and its Marketing Implications". European Journal of Marketing, 18(4), 36-44.
- KAPLAN, R. S. ve NORTON, D. P. (1996). The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. Boston: Harvard Business School Press.
- KAYRAL, İ. H. (2015). Kalite ve Verimlilik Yönetimi. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- KURZWEIL, R. (1990). The Age of Intelligent Machines. MIT Press.
- MITTELSTADT, B. D., ALLO, P., TADDEO, M., WACHTER, S. ve FLORIDI, L. (2016). "The Ethics of Algorithms: Mapping the Debate". Big Data & Society, 3(2), 1-21.

- NAQVI, S. H. A. (2020). “*Artificial Intelligence: Foundations, Trends, and Applications*”. International Journal of Computer Science and Network Security, 20(5), 1-11.
- PARASURAMAN, A., ZEITHAML, V. A. ve BERRY, L. L. (1988). “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.
- PORTER, M. E. ve HEPPELMANN, J. E. (2014). “*How Smart, Connected Products Are Transforming Competition*”. Harvard Business Review, 92(11), 64-88.
- RICH, E. ve KNIGHT, K. (1991). Artificial Intelligence. New York: McGraw-Hill.
- ROHRBECK, R. ve KUM, M. E. (2018). “*Corporate Foresight and its Impact on Firm Performance: A Longitudinal Analysis*”. Technological Forecasting and Social Change, 129, 105-116.
- RUSSELL, S. J. ve NORVIG, P. (2010). Artificial Intelligence: A Modern Approach. Upper Saddle River: Prentice Hall.
- SCHEPMAN, A. ve RODWAY, P. (2023). “*Initial Validation of the General Attitudes Towards Artificial Intelligence Scale*”. Computers in Human Behavior, 139, 107508.
- SENGE, P. M. (1990). The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization. New York: Doubleday.
- SHORTELL, S. M. ve KALUZNY, A. D. (2006). Health Care Management: Organization Design and Behavior. Clifton Park, NY: Delmar Cengage Learning.
- SÜLEYMANOĞULLARI, M., ÖZTÜRK, F. ve KARAKAYA, A. (2024). “*Yapay Zekâ Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*”. Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi, 7(1), 100-115.
- TEECE, D. J. (2018). “*Dynamic Capabilities as (Workable) Management Systems Theory*”. Journal of Management & Organization, 24(3), 359-368.
- TOPOL, E. (2019). Deep Medicine: How Artificial Intelligence Can Make Healthcare Human Again. New York: Basic Books.
- UAE GOVERNMENT (2020). UAE Artificial Intelligence Strategy 2031. Abu Dhabi: UAE Ministry of Artificial Intelligence.
- VENKATESH, V. ve DAVIS, F. D. (2000). “*A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies*”. Management Science, 46(2), 186-204.
- YAKUT, E. ve KORKMAZYÜREK, H. (2012). “*Stratejik Planlama Farkındalığı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması*”. İşletme Araştırmaları Dergisi, 4(3), 45-62.
- ZEITHAML, V. A., PARASURAMAN, A. ve BERRY, L. L. (1990). Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations. New York: The Free Press.



**SOSYAL BİLİMLERDE
AKADEMİK ÇALIŞMALAR
DERGİSİ**

Journal of Academic Studies in Social Sciences

ISSN: 3062-3243