



ISSN: 2717 – 7009

İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

JOURNAL OF BUSINESS ACADEMY

Cilt / Volume : 7
Sayı / Issue : 1
Yıl / Year : 2026



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 7

Sayı:1

2026

Vol.7

No.1

www.isakder.org

DERGİ HAKKINDA

İşletme Akademisi Dergisi, İşletme alanındaki profesyonellere akademik katkı sağlayan, sektörel uygulamalara katkı sağlayan teorik ve uygulama arasında köprü olan, İşletme alanlarında ulusal ve uluslararası karşılaştırmaları inceleyen MAKALELER yer almaktadır. İşletme Akademi Dergisi'nin yayın kapsamında Muhasebe, Finansman, Bankacılık, Stratejik Yönetim ve Örgütsel Davranış, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Uluslararası İşletmecilik, Sayısal Yöntemler çalışmaları yer almaktadır.

ABOUT THIS JOURNAL

The publication of the Journal of Business Academy; there are works that examine the national and international comparisons in the fields of business management, which provide academic contributions to professionals in the business management, and provide a bridge between the theoretical and practical contributions that contribute to sectoral practices.

Journal of Business Academy; publishes double-blind reviewed papers covering issues relevant to: Accounting, Finance and Banking, Strategic Management and Organizational Behaviour, Production Management and Marketing, International Business.

EDİTÖR / EDITOR IN CHIEF

Prof. Dr. Seyhan ÇİL KOÇYIĞIT, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, editor@isakder.org

İNGİLİZCE DİL EDİTÖRÜ

Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

ALAN EDİTÖRLERİ

Prof. Dr. Zekai ÖZTÜRK, Stratejik Yönetim ve Örgütsel Davranış, Yüksek İhtisas Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma TEMELLİ, Muhasebe, Finansman ve Bankacılık, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi
Prof. Dr. Ayşe YILDIZ, Sayısal Yöntemler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Ankara Hacı Bayram Veli Üniv.
Doç. Dr. Selma KALYONCUOĞLU BABA, Üretim Yönetimi ve Pazarlama, Ankara Hacı Bayram Veli Ü.

YAYIN KURULU / BOARD OF EDITORS

Assoc. Prof. Agim MAMUTI, Mother Teresa University, Macedonia
Prof. Dr. Akyay UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ayşe PAMUKÇU, Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Bora ŞENYİĞİT, King's College, USA
Prof. Daniela FESCHİYAN, Regional Center for Distance Learning, Bulgaria
Prof. Dr. Derviş BOZTOSUN, Kayseri Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Fatma PAMUKÇU, Marmara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Fevzi Serkan ÖZDEMİR, Ankara Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ganite KURT, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Selma MEYDAN UYGUR, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Semra AKSOYLU, Kayseri Üniversitesi, Türkiye
Prof. Supriti MISHRA, International Management Institute, India
Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Ümmühan ASLAN, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Türkiye
Prof. Dr. Yıldız ÖZERHAN, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Türkiye

ABSTRACTING & INDEXING

[DRJI | Directory of Research Journals Indexing](#)

[RI-ROOTINDEXING](#)

[ResearchBib – Academic Resource Index](#)

[ISI | International Scientific Indexing](#)

[Eurasian Scientific Journal Index](#)

[SCRIBD](#)

[General Impact Factor](#)

[ICI Index Copernicus International](#)



www.isakder.org

Hakem Kurulu

- Prof. Dr. ACAR, Durmuş, Süleyman Demirel Üniversitesi, durmusacar@sdu.edu.tr
Prof. Dr. AKARÇAY, Vural, İstanbul Ticaret Üniversitesi, vakarcay@ticaret.edu.tr
Prof. Dr. AKARÇAY ÖĞÜZ, Ayça, Marmara Üniversitesi, aakarcay@marmara.edu.tr
Prof. Dr. AKAY, Hüseyin, İzmir Demokrasi Üniversitesi, huseyin.akay@idu.edu.tr
Prof. Dr. AKDOĞAN, Nalan, Başkent Üniversitesi, nalanakdogan@hotmail.com
Prof. Dr. AKSOY, Emine Ebru, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emine.aksoy@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AKSOYLU, Semra, Kayseri Üniversitesi, aksoylu@kayseri.edu.tr
Prof. Dr. AKTAŞ, Rafet, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, rafetaktas@gmail.com
Prof. Dr. AKTEPE, Cemalettin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, c.aktepe@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ALAGÖZ, Ali, Selçuk Üniversitesi, aalagoz@selcuk.edu.tr
Prof. Dr. ALKİBAY, Sanem, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sanem.alkibay@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ALTINÖZ, Mehmet, Hacettepe Üniversitesi, maltinoz@hacettepe.edu.tr
Prof. Dr. ANIL KESKİN, Duygu, İstanbul Üniversitesi, danil@istanbul.edu.tr
Prof. Dr. ARIKBOĞA, Dursun, Yeditepe Üniversitesi, dursun.arikboga@yeditepe.edu.tr
Prof. Dr. ARSLAN, Mehmet, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mehmet.arslan@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ARSLAN, Seçkin, Kayseri Üniversitesi, seckinarслан@kayseri.edu.tr
Prof. Dr. ARSOY, Aylin, Uludağ Üniversitesi, aporoy@uludag.edu.tr
Prof. Dr. ARZOVA, S. Burak, Marmara Üniversitesi, burakarzova@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ASLAN, Ümmühan, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, uaslan40@gmail.com
Prof. Dr. ASLAN, Sinan, Marmara Üniversitesi, saslan@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ATAMAN GÖKÇEN, Başak, Marmara Üniversitesi, bataman@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ATİLLA, E. Asuman, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, asuman.atilla@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYANOĞLU, Yıldız, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yildiz.ayanoglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYDINTAN, Belgin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, belgin.aydintan@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AYPEK, Nevzat, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nevzat.aypek@hbv.edu.tr
Prof. Dr. AZALTUN, Murat, Yalova Üniversitesi, mazaltun@gmail.com
Prof. Dr. BALSARI, Çağnur, Dokuz Eylül Üniversitesi, cagnur.kaytmaz@deu.edu.tr
Prof. Dr. BANAR, Kerim, Anadolu Üniversitesi, kbanar@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. BAŞ, Mehmet, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, mehmet.bas@hbv.edu.tr
Prof. Dr. BAŞAR, Ayşe Banu, Anadolu Üniversitesi, abbasar@anadolu.edu.tr
Prof. Dr. BAŞER, Furkan, Ankara Üniversitesi, furkan.baser@ankara.edu.tr
Prof. Dr. BAŞCI, Eşref Savaş, Hitit Üniversitesi, esavasbasci@hitit.edu.tr
Prof. Dr. BEKÇİ, İsmail, Süleyman Demirel Üniversitesi, ismailbekci@sdu.edu.tr
Prof. Dr. BEZİRCİ, Muhammet, Selçuk Üniversitesi, mbezirci@selcuk.edu.tr
Prof. Dr. BOYLU, Yasin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yasin.boylu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. BOZDEMİR, Enver, Düzce Üniversitesi, enverbozdemir@duzce.edu.tr
Prof. Dr. BOZTOSUN, Derviş, Kayseri Üniversitesi, dboztosun@kayseri.edu.tr
Prof. Dr. BÜYÜKMİRZA, Kamil, Atılım Üniversitesi, kamil.buyukmirza@atilim.edu.tr
Prof. Dr. CAN, Ahmet Vecdi, Sakarya Üniversitesi, acan@sakarya.edu.tr
Prof. Dr. CANKUL, Duran, Osmangazi Üniversitesi, dcankul@ogu.edu.tr
Prof. Dr. CÖMERT, Nuran, Marmara Üniversitesi, nurancomert@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇETİN, Ayten, Marmara Üniversitesi, acetin@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇITAK, Nermin, Marmara Üniversitesi, ncitak@marmara.edu.tr
Prof. Dr. ÇİL, Burhan, İstanbul Gelişim Üniversitesi, bcil@gelisim.edu.tr
Prof. Dr. ÇÜRÜK, Turgut, Çukurova Üniversitesi, tcuruk@cu.edu.tr
Prof. Dr. DALKILIÇ, Fatih, Dokuz Eylül Üniversitesi, fatih.dalkilic@deu.edu.tr
Prof. Dr. DEMİREL, Bilge Leyli, Yalova Üniversitesi, bilgeleyli@gmail.com
Prof. Dr. DEMİRKOL, Ömer Faruk, Harran Üniversitesi, omerfarukd@hotmail.com
Prof. Dr. DERAN, Ali, Tarsus Üniversitesi, alideran@mersin.edu.tr
Prof. Dr. DOĞAN, Mesut, Bilecik Şeyh Edebali University, mesut.dogan@bilecek.edu.tr



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 7	Sayı:1	2026	Vol.7	No.1
Prof. Dr. DOĞAN, Selen, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, sdogan01@ohu.edu.tr				
Prof. Dr. DOĞAN, Zeki, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, zdogan@ohu.edu.tr				
Prof. Dr. DURAN, Cengiz, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, cengiz.duran@dpu.edu.tr				
Prof. Dr. EKİYOR, Aykut, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, aykut.ekiyor@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ELMACI, Orhan, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, oelmaci@gmail.com				
Prof. Dr. ERCAN, Metin Kamil, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metin.ercan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ERDOĞAN, Melih, Anadolu Üniversitesi, merdogan@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ERDOĞAN, Nurten, Anadolu Üniversitesi, nerdogan@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ERER, Mert, Marmara Üniversitesi, merer@marmara.edu.tr				
Prof. Dr. ERGÜN, Ülkü, Dokuz Eylül Üniversitesi, ulku.ergun@deu.edu.tr				
Prof. Dr. ERHAN, Deniz Umut, Başkent Üniversitesi, duerhan@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. ERSEN CÖMERT, Çağla, Marmara Üniversitesi, caglaersen@marmara.edu.tr				
Prof. Dr. ERTAŞ, Fatih Coşkun, Atatürk Üniversitesi, fatihcoskun.ertas@atauni.edu.tr				
Prof. Dr. ERYILMAZ, Selami, Gazi Üniversitesi, selamieryilmaz@gazi.edu.tr				
Prof. Dr. ESMERAY, Azize, Kayseri Üniversitesi, esmeray@kayseri.edu.tr				
Prof. FESCHİYAN, Daniela, Regional Center for Distance Learning, Bulgaria, d.feschiyan@gmail.com				
Prof. Dr. GÖKSEL, Aykut, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, aykut.goksel@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÖKTEN, Soner, Başkent Üniversitesi, sgokten@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. GÖNEN, Seçkin, Dokuz Eylül Üniversitesi, seckin.gonen@deu.edu.tr				
Prof. Dr. GÜCENME GENÇOĞLU Ümit, Uludağ Üniversitesi, umitgucenme@uludag.edu.tr				
Prof. Dr. GÜÇER, Evren, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, evren.gucer@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜLCAN, Bilgehan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, bilgehan.gulcan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜLER, Ender, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ender.guler@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. GÜNEŞ, Recep, Malatya İnnü Üniversitesi, recep.gunes@inonu.edu.tr				
Prof. Dr. GÜNGÖR TANÇ, Şükran, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, sgungor@nevsehir.edu.tr				
Prof. Dr. GÜRDAL, Kadir, Ankara Üniversitesi, kadirgurdal@ankara.edu.tr				
Prof. Dr. GÜVEMLİ, Batuhan, Trakya Üniversitesi, batuhanguvemli@trakya.edu.tr				
Prof. Dr. GÜZEL, Alper, Gazi Üniversitesi, guzel@gazi.edu.tr				
Prof. Dr. HALICI, Ali, Başkent Üniversitesi, ahalici@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. HASSAN, Azize, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, azize.hassan@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. HATUNOĞLU, Zeynep, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniv. zhatunoglu@hotmail.com				
Prof. Dr. KARACA, Süleyman Serdar, Gaziosmanpaşa Üniv., suleymanserdar.karaca@gop.edu.tr				
Prof. Dr. KARACAER, Semra, Hacettepe Üniversitesi, semra@hacettepe.edu.tr				
Prof. Dr. KARABINAR, Selahattin, İstanbul Üniversitesi, selahattin.karabinar@istanbul.edu.tr				
Prof. Dr. KARASİOĞLU, Fehmi, Selçuk Üniversitesi, fehmi@selcuk.edu.tr				
Prof. Dr. KARCIOĞLU, Reşat, Atatürk Üniversitesi, rkarcio@atauni.edu.tr				
Prof. Dr. KARDEŞ SELİMOĞLU, Seval, Anadolu Üniversitesi, sselimoglu@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. KARGİN, Mahmut, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, mahmut.kargin@cbu.edu.tr				
Prof. Dr. KARGİN, Sibel, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, sibel.kargin@cbu.edu.tr				
Prof. Dr. KESKİN BENLİ, Yasemin, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yasemin.benli@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KIYMETLİ ŞEN, İlker, İstanbul Ticaret Üniversitesi, ilksen@ticaret.edu.tr				
Prof. Dr. KIZIL, Cevdet, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, cevdet.kizil@medeniyet.edu.tr				
Prof. Dr. KOÇ, Hakan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, hakan.koc@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KORKMAZ, Ersin, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, ekorkmaz@erzincan.edu.tr				
Prof. Dr. KORKMAZ, Sezer, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sezer.korkmaz@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. KURT, Ganite, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ganitekurt@gmail.com				
Prof. Dr. KÜÇÜKKOCAOĞLU, Güray, Başkent Üniversitesi, gurayk@baskent.edu.tr				
Prof. Dr. MEYDAN UYGUR, Selma, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, selma.meydan@hbv.edu.tr				
Prof. MISHRA, Supriti, International Management Institute, India, mishrasupriti@imibh.edu.in				
Prof. Dr. OKAN GÖKTEN, Pınar, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, pınar.okan@hotmail.com				
Prof. Dr. ÖNCE, Saime, Anadolu Üniversitesi, sonce@anadolu.edu.tr				
Prof. Dr. ÖNER KAYA, Emine, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, emine.oner@hbv.edu.tr				
Prof. Dr. ÖZBEK, Cevdet Yiğit, Kırklareli Üniversitesi, yigitozbek@klu.edu.tr				



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 7 Sayı:1 2026 Vol.7 No.1

Prof. Dr. ÖZDEMİR, Fevzi Serkan, Ankara Üniversitesi, fsozdemir@ankara.edu.tr
Prof. Dr. ÖZDEMİR, Serkan, Bursa Teknik Üniversitesi, serkan.ozdemir@btu.edu.tr
Prof. Dr. ÖZERHAN, Yıldız, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, yildizozerhan@gmail.com
Prof. Dr. ÖZKAN, Azzem, Erciyes Üniversitesi, azzem@erciyes.edu.tr
Prof. Dr. ÖZKUL, Fatma, Bahçeşehir Üniversitesi, fatma.ozkul@eas.bau.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, Erkan, Kırklareli Üniversitesi, erkan.ozturk@klu.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, M. Başaran, Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi, mbozturk@ohu.edu.tr
Prof. Dr. ÖZTÜRK, Zekai, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, zekai.ozturk@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ÖZÜDOĞRU, Haşim, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, hasim.ozudogru@hbv.edu.tr
Prof. Dr. PAMUKÇU, Ayşe, Marmara Üniversitesi, apamukcu@marmara.edu.tr
Prof. Dr. PAMUKÇU, Fatma, Marmara Üniversitesi, fpamukcu@marmara.edu.tr
Prof. Dr. PELİT, Elbeyi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, elbeyipelit@aku.edu.tr
Prof. Dr. SAGLAM ARI, Güler, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, guler.saglam@hbv.edu.tr
Prof. Dr. SAYAR, A. R. Zafer, Atılım Üniversitesi, zafer.sayar@atilim.edu.tr
Prof. Dr. SEVİM, Şerafettin, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, serafettin.sevim@dpu.edu.tr
Prof. Dr. ŞAHBAZ, Ramazan Pars, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, pars.sahbaz@hbv.edu.tr
Prof. Dr. ŞENYİĞİT, Bora, King's College, USA, senyigit@gmail.com
Prof. Dr. TANSEL ÇETİN, Ayşe, Yalova Üniversitesi, aysetanselcetin@gmail.com
Prof. Dr. TEKSEN, Ömer, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, omerteksen@mehmetakif.edu.tr
Prof. Dr. TEKTÜFEKÇİ, Fatma, Dokuz Eylül Üniversitesi, f.tektufekci@deu.edu.tr
Prof. Dr. TEMELLİ, Fatma, Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi, ftemelli@agri.edu.tr
Prof. Dr. TEMİZKAN, Pınar, Osmangazi Üniversitesi, sptemizkan@ogu.edu.tr
Prof. Dr. TEMİZKAN, Rahman, Osmangazi Üniversitesi, rtemizkan@ogu.edu.tr
Prof. Dr. TOLON, Metehan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, metehan.tolon@hbv.edu.tr
Prof. Dr. TOSUNOĞLU, Nuray, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, nuray.tosunoglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. TUNCA ÇALIYURT, Kıymet, Trakya Üniversitesi, kiymetcaliyurt@trakya.edu.tr
Prof. Dr. TÜRK, Zeynep, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, zeynepturk@osmaniye.edu.tr
Prof. Dr. UÇMA UYSAL, Tuğba, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, utugba@mu.edu.tr
Prof. Dr. UĞURLUEL ATAĞAN, Gülşah, Dokuz Eylül Üniversitesi, gulsah.ugurluel@deu.edu.tr
Prof. Dr. USUL, Hayrettin, İzmir Katip Çelebi Üniversitesi, hayrettin.usul@ikcu.edu.tr
Prof. Dr. UYAR, Süleyman, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, suyar@akdeniz.edu.tr
Prof. Dr. UYGUR, Akyay, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, akyay.uygur@hbv.edu.tr
Prof. Dr. UZAY, Şaban, Erciyes Üniversitesi, suzay@erciyes.edu.tr
Prof. Dr. YALÇINER, Kürşat, İstanbul Gelişim Üniversitesi, kyalciner@gelisim.edu.tr
Prof. Dr. YAŞAR, Şebnem, Dokuz Eylül Üniversitesi, sebnem.yasar@deu.edu.tr
Prof. Dr. YAYLI, Ali, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ali.yayli@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YAZICIOĞLU, İrfan, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, irfan.yazicioglu@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YENİCE, Sedat, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, sedat.yenice@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YILDIZ, Ayşe, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, ay.yildiz@hbv.edu.tr
Prof. Dr. YÜKÇÜ, Süleyman, Dokuz Eylül Üniversitesi, suleyman.yukcu@deu.edu.tr
Doç. Dr. AYTAŞ, Gonca, Afyon Kocatepe Üniversitesi, kilicgonca@aku.edu.tr
Doç. Dr. BOZKUŞ KAHYAOĞLU, Sezer, İzmir Bakırçay Üniversitesi, sezer.bozkus@bakircay.edu.tr
Doç. Dr. GÜLEÇ, Ömer Faruk, Kırklareli Üniversitesi, omerfarukgulec@klu.edu.tr
Doç. Dr. GÜMRAH, Abdurrahman, Selçuk Üniversitesi, agumrah@selcuk.edu.tr
Doç. Dr. GÜNEY, Aysel, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, aysel.guney@bilecik.edu.tr
Doç. Dr. KANDİL GÖKER, İ. Elif, Ankara Üniversitesi, egoker@ankara.edu.tr
Doç. Dr. KAYA, Hatice Pınar, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, pkaya@ahievran.edu.tr
Doç. Dr. KEVSER, Mustafa, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, mkevser@bandirma.edu.tr
Doç. Dr. KILLI, Mustafa, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, mkilli@osmaniye.edu.tr
Assoc. Prof. MAMUTI, Agim, Mother Teresa University, Macedonia, agim.mamuti@unt.edu.mk



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

ISSN: 2717-7009

Cilt: 7	Sayı:1	2026	Vol.7	No.1
----------------	---------------	-------------	--------------	-------------

Doç. Dr. ÖZCAN, Murat, Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, mozcan@ibu.edu.tr
Doç. Dr. ÖZTÜRK, Mahmut Sami, Süleyman Demirel Üniversitesi, samiozturk@sdu.edu.tr
Doç. Dr. SERÇEMELİ, Murat, Giresun Üniversitesi, muratsercemeli@gmail.com
Doç. Dr. SUBAŞI, Şerife, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, serife.subasi@bilecik.edu.tr
Doç. Dr. SULTANOĞLU, Banu, Bilkent Üniversitesi, sbanu@bilkent.edu.tr
Doç. Dr. TANÇ, Ahmet, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, atanc@nevsehir.edu.tr
Doç. Dr. TEMİZ, Hüseyin, Samsun Üniversitesi, huseyin.temiz@samsun.edu.tr
Doç. Dr. TUĞAY, Osman, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, otugay@mehmetakif.edu.tr
Doç. Dr. TÜRK, Murat, Sağlık Bilimleri Üniversitesi, 1.muratturk@gmail.com
Doç. Dr. YANIK, Oktay, Yüksek İhtisas Üniversitesi, oktayyanik@yiü.edu.tr
Doç. Dr. YÜKSEL, Filiz, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, filiz.yuksel@dpu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi ARSLAN ARAS, İlknur Yüksek İhtisas Üniversitesi, ilknurarslan@yiü.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi AKIN, Hakan, Yüksek İhtisas Üniversitesi, hakanakin@yiü.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi GÜNLÜK, Mehmet, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, mehmetgunluk@mu.edu.tr
Dr. Öğr. Üyesi UYSAL, Bahadır, Kırıkkale Üniversitesi, bahadiruysal@kku.edu.tr



İŞLETME AKADEMİSİ DERGİSİ

2026, Cilt 7, Sayı 1
İçindekiler / Contents

[Araştırma Makalesi](#)

Gazetecilikte Yapay Zekâ Otomasyonu: Medya İşletmelerinde Etiketleme, İnsan Gözetimi ve Denetim İzi Çerçevesi

AI Automation in Journalism: A Labeling, Human Oversight, and Audit Trail Framework for Media Organizations

Öznur NALÇINKAYA

ss.1-22

[Araştırma Makalesi](#)

Küreselliğe Yönelik Tüketici Tutumunun Küresel Markaları Tercih Etme Üzerindeki Etkisinde Küresel İtibarın Düzenleyici/Aracı Rolü

Role of Consumer attitudes towards globality on Tendency of Preferring Global Brands
Moderating Role of Firm Reputation

Hüseyin ALKIŞ

ss.23-38

[Araştırma Makalesi](#)

OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri: Panel ARDL (PMG) Analizi

Short- and Long-Run Effects of Health Expenditures on Economic Growth in OECD Countries: A Panel ARDL (PMG) Analysis

Ferhat BAŞ, Fatih ORHAN

ss.39-47

[Araştırma Makalesi](#)

Kapsamlı Gelir Tablosunun Finansal Raporlamadaki Rolü: Bankacılık Sektörü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

The Role of the Statement of Comprehensive Income in Financial Reporting: A Comparative Analysis in the Banking Sector

Mehmet Fatih METE

ss.48-70

Gazetecilikte Yapay Zekâ Otomasyonu: Medya İşletmelerinde Etiketleme, İnsan Gözetimi ve Denetim İzi Çerçevesi

AI Automation in Journalism: A Labeling, Human Oversight, and Audit Trail Framework for Media Organizations

Öznur NALÇINKAYA  ^a

^aAnkara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Ankara, Türkiye.
oznur.nalcinkaya@hbv.edu.tr

ÖZET

Yapay zekâ teknolojilerindeki hızlı ilerleme, iletişim alanı başta olmak üzere pek çok sektörü dönüştürmekte; gazetecilikte ise haberin toplanması, doğrulanması, yazımı ve dağıtımı dâhil tüm üretim zincirini doğrudan etkilemektedir. Bu çalışma, yapay zekâ temelli otomasyonun haber odası iş akışlarına yansımalarını betimsel ve karşılaştırmalı bir yaklaşımla ele almakta; ulusal ve uluslararası örnekleri amaç, teknoloji/iş akışı, çıktı niteliği, yönetim ve hukuki uyum (KVKK, GDPR) eksenlerinde kodlayarak değerlendirmektedir. Bulgular, otomasyonun özellikle rutin ve veri-yoğun içerikte hız ve ölçek avantajı sağladığını; bununla birlikte insan gözetimi, açık etiketleme ve denetim izi mekanizmaları kurumsal süreçlere yerleştirilmediğinde okur güveni ile kurumsal hesap verebilirliğin risk altına girdiğini göstermektedir. Bu bakımdan çalışma, tam otomasyon yerine insan merkezli hibrit üretim mimarisini öne çıkararak etiketleme, insan gözetimi ve denetim izi ekseninde uygulanabilir bir yönetim çerçevesi önermekte; söz konusu çerçevenin medya işletmelerinde kalite güvencesi ve paydaş güvenini güçlendirecek biçimde nasıl işlevselleştirilebileceğini tartışmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Gazetecilik, Medya İşletmeleri, Otomatik İçerik Üretimi, İnsan Gözetimi, Denetim İzi.

Gönderme Tarihi: 13 Ekim 2025

Kabul Tarihi: 05 Mart 2026

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

Rapid advances in artificial intelligence (AI) are transforming many sectors, particularly the field of communication; in journalism, they directly affect the entire production chain, including news gathering, verification, writing, and distribution. This study examines how AI-driven automation is reflected in newsroom workflows through a descriptive and comparative approach, assessing national and international cases by coding them across five analytical dimensions: purpose, technology/workflow, output quality, governance, and legal compliance (KVKK and GDPR). The findings indicate that automation provides speed and scale advantages, especially for routine and data-intensive content; however, when human oversight, transparent labeling, and audit-trail mechanisms are not embedded into organizational processes, audience trust and institutional accountability become fragile. Accordingly, the study foregrounds a human-centered hybrid production architecture rather than full automation. It proposes an actionable governance framework built around labeling, human oversight, and audit trails, and discusses how this framework can be operationalized in media organizations to strengthen quality assurance and stakeholder trust.

Keywords: Artificial Intelligence, Journalism, Media Organizations, Automated Content Production, Human Oversight, Audit Trail.

Received: 13 October 2025

Accepted: 5 March 2026

Article Classification: Research Article

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Nalçinkaya, Ö. (2026). Gazetecilikte Yapay Zekâ Otomasyonu: Medya İşletmelerinde Etiketleme, İnsan Gözetimi ve Denetim İzi Çerçevesi, İşletme Akademisi Dergisi, 7 (1), 1-22.

1. GİRİŞ

Yapay zekâ (YZ), bilgisayar sistemlerinin insana özgü muhakeme etme, anlam çıkarma, genelleme ve deneyimlerden öğrenme gibi bilişsel işlevleri belirli ölçülerde yerine getirebilme kapasitesi olarak tanımlanır. Bu bakımdan YZ, bilişsel süreçleri modellemeye dönük yöntem ve uygulamaların toplamı olarak hem bilimsel hem teknolojik ilerlemelere yön vermekte; gündelik yaşamın pek çok alanına giderek daha görünür biçimde sirayet etmektedir. Nitekim bu tür sistemlerden, karmaşık problemleri çözme, gerekçeli karar üretme, farklı durumlara uyarlanabilir tepkiler geliştirme ve öğrenme yoluyla performansını artırma gibi işlevleri yerine getirmesi beklenmektedir (Russell & Norvig, 2010).

Bu beklentiler, yalnızca teknoloji alanını değil, emeğin örgütlenişini ve mesleki pratikleri de dönüştürmektedir. Etki alanlarından biri olan gazetecilik, karmaşık bir sosyal dokunun parçası ve çok katmanlı kültürel pratikler bütünüdür; bu nedenle sabit ve değişmez bir yapıya sahip olmaktan ziyade, içinde bulunduğu koşullara göre farklı biçimlerde icra edilen ve sürekli dönüşen dinamik bir nitelik taşımaktadır (Carlson, 2015). İşte tam bu noktada yapay zekâ, dijital çağın hız, doğruluk ve erişilebilirlik beklentileriyle uyumlu biçimde haber yazımı, doğruluk kontrolü, veri madenciliği ve içerik kişiselleştirme gibi otomasyon süreçlerinde belirleyici bir rol üstlenmektedir. Bu yeni düzende insan odaklı raporlama ve editoryal pratikler, artık yalnızca “içerik üretmek”le sınırlı kalmamakta; büyük ölçekli veri işleme süreçlerini yönetme ve model çıktılarının değerlendirilmesini üstlenme sorumluluğu üzerinden de yeniden tanımlanmaktadır. Dolayısıyla otomasyon, üretim döngüsünü hızlandırırken okura kişiselleştirilmiş haber deneyimleri sunmayı da mümkün kılmaktadır (Dörr, 2016).

İletişim sektörü içinde kilit bir konuma sahip olan gazetecilikte yapay zekânın serüveni, başlangıçta veri toplama ve analiz işlevlerini destekleyen dijital araçlarla görünür olmuş; zamanla rutin içeriklerin otomatik üretimine kadar genişlemiştir. Özellikle spor, hava durumu ve finans gibi veri yoğun alanlarda kullanılan Doğal Dil Üretimi (NLG) tabanlı sistemler, haber merkezlerinin hız ve hacim beklentilerine yanıt vererek otomasyonu gündelik iş akışının bir parçası haline getirmiştir (Şen, 2025, s. 495). Bununla birlikte, insan editörler tarafından üretilen haberlerin bağlam kurma, etik standartları gözetme ve güvenilir kaynaklara referans verme gibi boyutlarda daha tutarlı bir derinlik sunduğunu gösteren bulgular da bulunmaktadır. Buna karşılık yapay zekâ tarafından üretilen haberler, hızlı ve verimli içerik üretimi sağlayabilse de bağlamdan kopma ve yüzeyselleşme gibi riskleri beraberinde taşıyabilmektedir (Böyük, 2024, s. 44).

Uluslararası literatür bu dönüşümü sıklıkla “algoritmik gazetecilik” başlığı altında ele almakta ve otomasyonun iş akışlarına dâhil olmasıyla birlikte editoryal denetimin yeniden konumlanması ile şeffaflık gereksinimi ekseninde tartışmaları derinleştirmektedir. Otomatik içerik üretimi, gazetecilerin işlerini kaybedecekleri endişesini güçlendirse de bu teknolojiyi haber kalitesini iyileştirme potansiyeli taşıyan bir araç olarak değerlendiren yaklaşımlar da mevcuttur (Graefe, 2016). Öte yandan yapay zekânın habercilik sektörünün bilgi üretim ve iletim zincirine dâhil olması, avantaj ve dezavantajları eşzamanlı biçimde görünür kılmaktadır (Gökdemir, 2025). Veriye dayalı otomasyonun bağlam dışı veya hatalı içerikler üretebilmesi; bilgi kirliliği, dezenformasyon ve yanlış bilgilendirme risklerini artırdığından, literatür otomasyon çağında şeffaflık, hesap verebilirlik ve editoryal gözetim ilkelerinin yeniden tanımlanması gerektiğine işaret etmektedir. Diakopoulos (2019) ise dönüşümün paradoksal yönünü vurgular: Otonom araçlar ve endüstriyel robotlaşma gibi otomasyon temaları dönemin en büyük haber başlıkları arasında yer alsada, haber üretiminin kendisinin otomasyona uğraması uzun süre görece arka planda kalmıştır. Oysa büyük verilerdeki gizli bağlantıların keşfinden sahte haber yayan botlara kadar gazetecilik pratikleri, giderek artan ölçüde algoritmik süreçler ve bilgisayarlar tarafından şekillendirilmektedir.

Bu çalışma, YZ temelli otomasyonun haber odası iş akışlarına yansımalarını betimsel ve karşılaştırmalı bir yaklaşımla incelemektedir. Uluslararası haber ajansları ve büyük medya kuruluşlarının deneyimleri, Türkiye’deki uygulamalarla karşılaştırmalı biçimde ele alınmıştır. Çalışmanın analitik çerçevesi; otomasyonun amacı (hız, ölçek ve erişilebilirlik), teknoloji ve iş akışı düzenekleri (NLG, NLP, karar desteği; veri–model–editoryal denetim ilişkisi), çıktı niteliği (doğruluk ve bağlam), yönetim bileşenleri (etiketleme, insan gözetimi ve denetim izi) ile uyum boyutları (veri lisansı; Kişisel Verilerin Korunması Kanunu [KVKK] ve Avrupa Birliği Genel Veri Koruma Tüzüğü [GDPR]) üzerinden yapılandırılmıştır.

Araştırmanın özgün katkısı, yönetim çerçevesini uyum boyutlarıyla birlikte aynı değerlendirme ekseninde bütünleştirerek 2016–2025 dönemine odaklanan karşılaştırmalı bir okuma sunmasıdır. Sınırlılıkları ise

kamuya açık kurumsal duyurulara ve literatüre dayalı veri zemini ile seçilmiş vaka örnekleri üzerinden ilerlemesidir. Çalışma, işletme perspektifinde karar hakları ile gözetim rollerini görünür kılmayı; süreç tasarımının sorumluluk ve hesap verebilirlik hatlarını netleştirmeyi hedeflemektedir. Bu doğrultuda RACI (Sorumlu, Hesap veren, Danışılan, Bilgilendirilen) çerçevesi yetki-sorumluluk sınırlarının somutlaştırılmasına; anahtar performans göstergeleri (KPI) ile olgunluk düzeyi yaklaşımı ise iş akışlarının uçtan uca standartlaşmasına ve ölçülebilirliğin artırılmasına katkı sunmaktadır. İletişim çalışmaları açısından ise çalışma, haber üretiminde insan-makine işbirliğini ve dijital eşik bekçiliğini (gatekeeping) yeniden yorumlamakta; şeffaflık etiketleri ve denetim izi mekanizmaları aracılığıyla okur/izleyici güveni ile hesap verebilirliği güçlendirmeye dönük bir yönetim çerçevesi önermektedir. Ayrıca yanlış bilgilendirme/dezenformasyon bağlamında platform politikaları ve paydaş iletişimi üzerinden kurumsal sorumluluğu artırmaya dönük öneriler geliştirmektedir.

2. KURAMSAL ARKA PLAN VE LİTERATÜR

2.1. Yapay Zekâ

Günümüz iletişim teknolojileri arasında en çok tartışılan ve kullanım alanı hızla genişleyen yapay zekâ; insan zihnine özgü problem çözüme, öğrenme ve analiz etme yetilerini simüle eden karmaşık bir "makine zekâsı" olarak tanımlanmaktadır. Bilgisayar bilimlerinin temel bir alt dalı olan bu teknoloji, insansı veya insansı olmayan robotik sistemler üzerinden işletmelerin operasyonel verimliliğini artırmasına olanak tanırken; aynı zamanda akademik literatürde de yoğun bir inceleme alanı bulmaktadır. Kapsamı teknolojik ilerlemelerle sürekli genişleyen yapay zekâ, günümüzde sadece teorik bir kavram değil; farklı sektörlerde insan yaşamını kolaylaştıran stratejik ve dönüştürücü bir güç olarak kabul edilmektedir (Kavut, 2022, s. 80).

Literatürde yapay zekânın farklı disiplinlerce ele alınış biçimi, bu alanın tek bir işlevle sınırlı olmadığını göstermektedir. Russell ve Norvig (2010), yapay zekâyı çevresinden algılar toplayıp bunları işleyen ve belirli hedeflere ulaşmak için eylemler gerçekleştiren "akıllı ajanlar" üzerinden kurgularken; Haenlein ve Kaplan (2019) çevresini yorumlayabilen, bu yorumlardan öğrenebilen ve hedeflere ulaşmak için esnek biçimde hareket edebilen sistemlere vurgu yapmaktadır. Daha uygulamalı bir çizgide Adlassnig (2002, s. 2), yapay zekâyı "akıllı davranış" üretmeye dönük hesaplamalı süreçlerin ve buna bağlı mekanizmaların (robotlar, konuşan bilgisayarlar vb.) geliştirilmesine odaklanan bir bilim ve mühendislik alanı olarak ele alır. Nilsson (2009) ise daha teknik bir çerçevede, insan zekâsının makineler tarafından taklit edilmesini mümkün kılan teknoloji ve algoritmalar bütününe işaret etmektedir.

Bu tanımların ortak paydasında; yapay zekâ sistemlerinin yalnızca önceden belirlenmiş görevleri yerine getiren araçlar olmaktan çıkıp, veri edinme, öğrenme, uyum gösterme ve seçenekler arasında tercih yapma gibi insan bilişine özgü yetkinlikleri belirli ölçülerde üstlenebilmesi yer almaktadır. Bu bakımdan yapay zekâ; veri temelli algoritmalar aracılığıyla çevresini algılayan, verileri insan bilişsel süreçlerine benzer biçimde işleyen, elde ettiği sonuçlar doğrultusunda özerk ya da yarı-özerk kararlar alabilen ve hem fiziksel hem de dijital ortamlarda problem çözüme kapasitesine sahip sistemler bütünü olarak düşünülebilir. İşte tam bu noktada çizilen tanımsal çerçeve; haber üretiminde otomasyonun hangi aşamalarda karar, sorumluluk ve hesap verebilirlik tartışmalarını derinleştirdiğini kavramak açısından belirleyici bir zemin sunmaktadır.

2.2. Yapay Zekânın Gelişim Süreci

YZ'nin kavramsal serüveni, modern çağın çarpıcı sorusuyla başlar: "Makineler düşünebilir mi?" Alan Turing'in 1950'de ortaya koyduğu bu soru, yalnızca teknik bir merak değil; insan ile makine arasındaki sınırın sorgulandığı felsefi bir eşiği de işaret eder. 1956'daki Dartmouth Konferansı ise bu tartışmanın "yapay zekâ" adıyla kurumsallaşan bir bilim alanına dönüşmesini simgeler (Kına, 2025, s. 166; Varnalı, 2025, s. 48).

Tarihsel izlekte, 1960'larda sembolik YZ yaklaşımı arama ve planlama teknikleri üzerinden insan akıl yürütmesini kurallarla modellemeye yönelmiş; 1970'lerde MYCIN gibi uzman sistemler, alan-özümlü bilgi tabanlarına dayalı karar desteğiyle bilgi temelli sistemlere ilgiyi artırmıştır (Özata & Aslan, 2004, s. 13). Bununla birlikte 1980'lerde ticari yayılımın yükselttiği beklentiler ile dönemin donanım kapasitesi arasındaki dengesizlik, literatürde "YZ kışı" olarak anılan bir duraklama dönemini doğurmuştur (Garip & İnceli, 2021, s. 963). 1990'larla birlikte internetin yaygınlaşması ve işlem gücündeki artış, istatistiksel yöntemleri ve makine öğrenmesini hızlandırırken; 1997'de Deep Blue'nun Kasparov'u yenmesi bu ivmenin sembolik dönüm noktalarından biri olarak hafızaya yerleşmiştir (Öznur & Gezer, 2025, s. 42). 2000'ler ve 2010'larda büyük veri

ve derin öğrenme, görüntü, ses ve dil alanlarında insan düzeyine yaklaşan performanslar üretmiş; 2016'da AlphaGo'nun Lee Sedol'u mağlup etmesi modern YZ'de yeni bir eşiği temsil etmiştir (Silver vd., 2016).

Günümüzde ise YZ; sağlık, eğitim, ulaşım, güvenlik, medya ve kamu yönetiminde stratejik bir teknolojiye dönüşmüş; büyük veri, bulut bilişim ve Nesnelerin İnterneti ile bütünleşerek toplumsal etkisini artırmıştır (Çark & Akyürek, 2021, s. 79). Medyada, özellikle haber odalarında otomasyon ve algoritmik içerik üretiminin daha görünür hâle gelmesi, bu tarihsel birikimin editoryal süreçlere doğrudan taşınması anlamına gelmektedir. Dolayısıyla "etiketleme", "insan gözetimi" ve "denetim izi" gibi yönetim soruları da tam bu aşamada teorik bir tartışma olmaktan çıkıp, uygulamanın içinde somutlaşmaktadır.

2.3. YZ Türleri ve Uygulama Alanları

Yapay zekâ, yetenek ve kapsam bakımından literatürde çoğunlukla üç düzeyde tartışılmaktadır: Dar YZ (Artificial Narrow Intelligence, ANI), Genel YZ (Artificial General Intelligence, AGI) ve Süper Zekâ (Artificial Superintelligence, ASI).

Dar YZ; belirli ve açıkça tanımlanmış görevleri yerine getirmek üzere tasarlanmış, çoğu zaman dar bir veri alanına ve tekil bir amaç fonksiyonuna odaklanan sistemleri ifade eder. Sesli asistanlar (Siri, Alexa), kişiselleştirilmiş öneri motorları (Netflix, Spotify), yüz tanıma çözümleri ve haber odaklı doğal dil üretiminden yararlanan otomatik içerik oluşturma araçları bu düzleme örnek verilebilir (Haenlein & Kaplan, 2019).

Genel YZ ise kuramsal düzlemde, insan düzeyindeki bilişsel yetenekleri farklı görev ve bağlamlara aktarabilen; esnek problem çözme kapasitesi ve geniş genelleme kabiliyeti sergileyen sistemleri tanımlar. Günümüzde bu düzeyde çalışan bir sistem bulunmamakla birlikte; gerçekleşmesi hâlinde editoryal karar alma süreçlerinde çok boyutlu içerik seçimi, bağlamsal analiz, anlatı kurgulama ve haber değerinin çoklu değişkenler ışığında tartışılması gibi karmaşık işlevlerde rol üstlenebileceği öngörülmektedir (Yolcu, 2024, s. 155).

Süper Zekâ düzeyi ise insan zekâsını yalnızca belirli alanlarda değil; kavramsallaştırma, yaratıcılık, stratejik akıl yürütme ve öz-düzenleme gibi bilişsel boyutların tamamında aşması beklenen sistemlere ilişkin bir ufuk çizgisi olarak ele alınmaktadır. Bu seviye, kaçınılmaz biçimde etik, yönetim ve güvenlik tartışmalarını da yoğunlaştırmaktadır (Bostrom, 2014).

YZ'nin uygulama alanları, teknik kapasitenin artması ve sektörlerin veriye dayalı çalışmaya daha yatkın hâle gelmesiyle birlikte hızla genişlemiştir. Sağlık alanında erken teşhis ve tıbbi görüntü analizine yönelik derin öğrenme uygulamaları klinik iş akışlarını desteklemekte; dermatolojik sınıflandırmadan radyolojiye uzanan geniş bir yelpazede karar desteği sunmaktadır (Esteva vd., 2019). Eğitim bağlamında uyarlamalı öğrenme sistemleri, öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına göre içerik sıralaması yaparak öğrenme deneyimini kişiselleştirmekte (Luckin & Holmes, 2016); benzer bir optimizasyon arayışı ulaşım ve lojistik sektöründe de kendini göstermektedir. Sensör füzyonu ile desteklenen otonom sistemler, rota planlaması ve trafik güvenliği süreçlerini dönüştürürken (Macit, 2024); hukuk ve endüstri gibi veri-yoğun alanlarda metin madenciliği, risk tespiti ve kestirimci bakım (predictive maintenance) uygulamaları maliyet etkinliği ve süreç yönetimine katkı sağlamaktadır (Efe, 2022; Güdek, 2023). Güvenlik ve savunma alanında ise tehdit algılama ve anomali tespiti, veri hızının arttığı ortamlarda kritik bir rol üstlenmektedir (Şeker, 2020).

Bu geniş uygulama yelpazesi, gazetecilik açısından iki kritik sonucu birlikte doğurur. Birincisi, haber üretiminin daha fazla veri, daha fazla otomasyon ve daha fazla hızla yeniden kurulmasıdır. İkincisi ise hız ve ölçeğin, şeffaflık-hesap verebilirlik-editoryal sorumluluk gibi ilkelere hangi kurumsal düzeneklerle bağlanacağını tartışmaya açılmasıdır. Bu nedenle ilerleyen bölümlerde ele alınacak "etiketleme-insan gözetimi-denetim izi" üçlüsü, söz konusu geniş resmin medya işletmelerindeki somut karşılığı olarak okunmalıdır.

2.4. YZ ve Toplumsal Etkiler

Toplumsal düzeyde yapay zekânın en görünür yanı, tekil insan kapasitesini aşan görevleri üstlenebilmesi ve bunun bankacılıktan pazarlamaya, üretimden lojistiğe uzanan geniş bir alanda verimlilik ile maliyet avantajı üretmesidir (Soldan, 2022, s. 191). Nasıl ki sağlıkta YZ destekli tanı sistemleri erken teşhisi mümkün kılmakta; ulaşımında otonom/akıllı sistemler güvenlik ve hareketliliği dönüştürmekte; eğitimde YZ tabanlı platformlar

kişiselleştirilmiş öğrenme deneyimleri sunmaktadır, iletişim alanında da metin tabanlı sohbet botları, sanal asistanlar ve doğal dil işleme temelli sistemler kullanıcılarla gerçek zamanlı etkileşim kurarak insan-makine iletişimini dönüştürmektedir. Çeviri yazılımlarının diller arasında anlık geçişi olanaklı kılması da bu dönüşümün gündelik yaşamdaki en somut göstergelerinden biridir. Böylece YZ, bilgi akışını hızlandıran ve bariyerleri azaltan bir “köprü” işlevi üstlenmektedir.

Bununla birlikte bu kapasite artışı, etik ve toplumsal tartışmaları da peşinden sürüklemektedir. Algoritmaların karar süreçlerinde daha görünür hâle gelmesi, şeffaflık ve hesap verebilirlik ihtiyacını artırırken; eğitim verilerindeki olası önyargılar toplumsal cinsiyet, etnik köken ve sınıfsal farklılıklar üzerinden mevcut eşitsizlikleri yeniden üretebilmektedir. Büyük veri (big data) temelli gözetim sistemleri kamusal güvenliği artırma potansiyeli taşısa da mahremiyet ve bireysel özgürlükler açısından belirgin riskleri içinde barındırmaktadır (Floridi, 2014; O’Neil, 2017). Kuramsal düzlemde Castells’in “ağ toplumu” yaklaşımı, bu dönüşümü küresel bilgi akışlarının yeniden yapılanması bağlamında açıklamaya imkân tanırken (Castells, 2011), Habermas’ın kamusal alan tartışması da doğrudan dijital teknolojileri ele almasa bile algoritmik aracılığın kamusal tartışma zeminini nasıl dönüştürdüğünü kavramak bakımından güçlü bir referans sunmaktadır (Habermas, 1962; Habermas, 1991).

Ampirik bulgular, YZ katkılı iletişim araçlarının etkileşim hızını artırdığını ve kısa vadede olumlu duygusal dil kullanımını teşvik edebildiğini; tarafların birbirlerini daha yakın ve iş birliğine açık algılamalarına katkı sunduğunu göstermektedir (Koçyiğit & Darı, 2023, s. 432). Öte yandan aynı mekanizmalar, yanlış bilgilendirme, yankı odaları ve filtre balonları üzerinden kamusal tartışma zeminini zayıflatma riskini de beraberinde getirmektedir.

Bu tablo, YZ’nin medya işletmelerinde yalnızca teknik bir yenilik olmadığını; kamusal bilgi akışının niteliği ve demokratik süreçlerin sürekliliği açısından stratejik bir meseleye dönüştüğünü göstermektedir. Dolayısıyla toplumsal etki tartışması, izleyen bölümlerde ele alınacak yönetim mekanizmalarının- etiketleme, insan gözetimi ve denetim izi -neden “tamamlayıcı” değil, doğrudan “kurucu” bileşenler olarak düşünülmesi gerektiğini de açıklığa kavuşturmaktadır.

3. Gazetecilik ve İçerik Üretimi

3.1. Gazeteciliğin Temel İlkeleri

Gazetecilik; haberin toplanması, doğrulanması, üretilmesi ve kamuya iletilmesi süreçlerini düzenleyen etik ilkelere ve mesleki standartlara dayanır. Bu ilkeler arasında doğruluk, tarafsızlık, bağımsızlık, adalet ve hesap verebilirlik öne çıkmaktadır (Kovach & Rosenstiel, 2014). Dolayısıyla gazetecilerden yalnızca doğru bilgiyi sunmaları değil, haber-yorum ayrımını titizlikle korumaları ve kamusal yarar lehine bir denetim işlevi üstlenmeleri beklenir (Tokgöz, 1994).

Gazetecilikte etik tartışmalar, özellikle 20. yüzyıldan itibaren yoğunlaşmış; mesleğin kamusal görevi ile güç/çıkar odaklarıyla iç içe olma riski arasındaki gerilim daha belirgin hâle gelmiştir (Çığ & Çığ, 2011). Bu çerçevede İrvan (2003), etik kodların yalnızca yasaklayıcı bir çerçeve kurmakla sınırlı kalmaması, aynı zamanda yapıcı bir rehberlik sunması gerektiğini vurgulamıştır. Topluma karşı sorumluluğu güvenceye alan bu yaklaşımın pratik yansıması; haber değeri ölçütlerinin tutarlı biçimde işletilmesi, 5N1K kuralının sistematik uygulanması ve hata-düzeltilme prosedürlerinin açıkça tanımlanmasıdır.

Bununla birlikte dijitalleşme ile birlikte gelen hız ve tıklanma motivasyonu, kimi zaman doğrulama süreçlerinin ve bağlamsal derinliğin önüne geçebilmekte; bu durum bilgi kirliliğine ve güven erozyonuna yol açabilmektedir (Büyükaşar & Özçağlayan, 2019). Bu tablo, meselenin yalnızca içerik üretimiyle sınırlı olmadığını; kurumların şeffaflık, düzeltme ve geri bildirim standartlarında güncellenmiş bir etik mimariye gereksinim duyduğunu göstermektedir. Nitekim uluslararası etik kodlarda, hataların düzeltilmesi ve okura bildirilmesine ilişkin yönergelerin daha açık ve izlenebilir biçimde kurgulanması önerilmektedir (Appelman & Hettinga, 2021). Bu genel çerçeve, izleyen alt başlıkta ele alınacak yapay zekâ destekli üretim pratiklerinin hangi yönetsel güvencelerle sürdürülebilir kılınacağını tartışmak açısından temel bir zemin sunmaktadır.

3.2. Gazetecilikte YZ Kullanımı

Yapay zekâ, haber üretim zincirinin toplama, işleme ve dağıtım evrelerinde iş akışını desteklemekte; otomatik transkripsiyon, veri madenciliği, eğilim analizi ve içerik kişiselleştirme gibi alanlarda ölçülebilir katkılar

sunmaktadır. Haber odalarında arşiv tarama, otomatik etiketleme ve eşzamanlı çeviri uygulamaları süreci hızlandırırken; Büyük Dil Modelleri (Large Language Models, LLM) ve Doğal Dil Üretimi (Natural Language Generation, NLG) tabanlı araçlar, özellikle rutin ve veri-yoğun içeriklerde üretim kapasitesini artırmaktadır (Marconi, 2020; Diakopoulos, 2019).

Analitik ve dağıtım tarafında ise editoryal ekipler, trafik örüntülerini ve okur davranışlarını izleyen araçlardan yararlanarak haber keşfi ve içerik planlamasını daha veriye dayalı biçimde yürütebilmektedir. Bu noktada Reuters'ın Lynx Insight yaklaşımı öğretici bir örnek sunar: Muhabirlere veri kaynaklı "öneri kartları" üreten bu sistem, yapay zekâyı doğrudan "metin yazarı" olmaktan ziyade karar desteği sağlayan bir düzenek olarak konumlandırılmakta; böylece hibrit (insan + makine) iş akışının olgunlaşmasına katkı sunmaktadır (Bilton, 2018).

Bununla birlikte YZ araçları mesleki verimliliği artırsa da algoritmik önyargı, şeffaflık eksikliği ve editoryal kontrolün zayıflaması gibi riskleri de beraberinde getirmektedir. Özellikle seçimler ya da kriz anları gibi yüksek duyarlılık gerektiren dönemlerde görünürlük manipülasyonu, kamu yararı açısından ciddi sorunlara yol açabilmektedir (Marconi, 2020). Bu nedenle açık etiketleme, kritik akışlarda çift doğrulama (double-check) ve model güncellemelerine ilişkin denetim izlerinin kayda geçirilmesi, medya işletmeleri için yalnızca "iyi niyet" değil, kurumsal güvenin dayandığı somut güvencelerden biridir.

3.3. Otomatik İçerik Üretimi Teknolojileri

Otomatik içerik üretimi, Doğal Dil Üretimi (NLG) ve Büyük Dil Modeli (LLM) temelli sistemlerin yapılandırılmış ya da yarı-yapısal verilerden haber metni, mikro-rapor veya özet türetmesi sürecini ifade eder. Tipik bir iş akışı; verinin toplanıp temizlenmesiyle başlar, içerik planlama ve metinleştirme adımlarıyla ilerler, kalite güvencesi ve yayın onayıyla tamamlanır. Uygulamalar üretim mantığı açısından kural tabanlı şablonlardan istatistiksel makine öğrenmesine ve LLM destekli sistemlere uzanan geniş bir yelpazede konumlanır. Entegrasyon düzeyinde ise tam otomasyon ile insan denetimli (human-in-the-loop) hibrit akışlar arasında farklı modellerin benimsendiği görülmektedir. Çıktılar çoğunlukla rutin veri haberleri, canlı akış özetleri ve kişiselleştirilmiş bültenler biçiminde ortaya çıkar. Bu teknolojiler hız, kapsama ve ölçeklenebilirlik sağlayarak üretimi belirli ölçüde standardize etse de; üslubun tekdüzeleşmesi, bağlam kaybı ve veri hatalarından kaynaklanan zincirleme yanlışlar gibi riskler barındırır (Van Dalen, 2012; Graefe, 2016). Bu bakımdan çıktının editoryal denetimden geçmesi, üretim sürecinin hangi aşamasında hangi aracın kullanıldığının kayıt altına alınması ve okura karşı şeffaflığın açık bir etiketleme diliyle sağlanması temel yönetim ilkeleri olarak öne çıkmaktadır. Karar-destek yaklaşımı ise doğrudan metin yazmak yerine muhabire veri temelli öneriler sunarak hız avantajını bağlamsal yargıyla dengelemekte ve hibrit ekosistemi güçlendirmektedir (Bilton, 2018; Çavuş, 2024).

4. Etik, Hukuki ve Uygulama Boyutları

Medya ve basın, mesleğin doğuşuyla birlikte kamuoyu üzerinde olağanüstü bir etkileme gücüne sahip olmuştur. Bu güç, yalnızca toplumsal yarar doğrultusunda değil; onu elinde bulduranların ya da ondan fayda sağlamak isteyenlerin çıkarları için de kullanılabilmiştir. Zamanla "basın özgürlüğü" etrafında yoğunlaşan tartışmalar, meslek içi etik ilkelerin gelişmesine zemin hazırlamış; gazetecilik etiği, basın özgürlüğü ile toplumsal sorumluluk arasındaki dengeyi kurma çabasının bir sonucu olarak şekillenmiştir (Avşar, 2014, s. 35).

Dijitalleşme bu dengeyi ortadan kaldırmamakta; aksine hız, görünürlük ve platform mantığıyla birlikte daha kırılğan hâle getirmektedir. Bu bakımdan etik ilkeler, yalnızca bir "mesleki ideal" olarak değil; medya işletmelerinde süreç tasarımı, karar noktalarını ve kurumsal güvence mekanizmalarını belirleyen bir yönetim zemini olarak ele alınmalıdır.

Yapay zekânın haber odalarına girişi, söz konusu ilkeleri yeni sınamalarla karşı karşıya bırakmaktadır. Özellikle üretken yapay zekâ, içerik üretimini hızlandırırken otantik-sentetik ayrımını muğlaklaştırmakta; bu durum açık işaretleme, ayırt edilebilirlik ve insan sorumluluğu gibi güvenceleri kritik hâle getirmektedir. Son yıllarda yayımlanan uluslararası raporlar, birçok ülkede haber üretiminde YZ kullanımına dair temkinli bir tutumun ve güven endişelerinin baskın olduğunu göstermektedir. Dahası, YZ'nin yine YZ tarafından üretilmiş verilerle eğitilmesi, literatürde "model çöküşü" olarak tartışılan riski artırmakta ve gerçek/sentetik döngüsünü daha karmaşık hâle getirmektedir. Bu tablo, bilgi ekosisteminde "hakikatin" nasıl kurulduğu

sorusunu yeniden gündeme taşıırken; Berger ve Luckmann'ın (2016) "gerçekliğin toplumsal inşası" yaklaşımının işaret ettiği gerilimleri haber odası pratikleriyle kesiştirmektedir. İşte tam bu noktada etik, hukuki uyum ve uygulama tasarımı, teori düzeyinde kalmayan; doğrudan kurumsal süreçlere entegre edilmesi gereken bir çerçeveye dönüşmektedir.

4.1. Etik Boyut

YZ'nin gazetecilikteki artan rolü, mesleğin etik temellerini yeniden tartışmaya açmaktadır. Doğruluk, şeffaflık, hesap verebilirlik ve kamu yararı, yalnızca teknik standartlar değil; kamusal güveni ayakta tutan temel sütunlardır. YZ'nin içerik üretimine katılımı, bu sütunları birbirine bağlı birkaç gerilim hattında görünür kılar.

Öncelikle şeffaflık ve hesap verebilirlik açısından, otomatik ya da YZ katkılı içeriklerin açık biçimde etiketlenmemesi okur güvenini zedeleyebilmektedir. Nitekim 2016 ABD seçimleri bağlamında yaşanan şeffaflık eksiklikleri bu açıdan öğretici bir örnek sunmaktadır (Diakopoulos & Koliska, 2017). Öte yandan algoritmik önyargı sorunu, modellerin beslendikleri veri kadar "tarafsız" olabildiği gerçeğini hatırlatır; verideki ayrımcı örüntüler haber seçimi ve çerçevelenmede yeniden üretilebilir (O'Neil, 2017). Benzer biçimde bağlamsal derinlik meselesi, otomatik üretilen metinlerin teknik olarak doğru olsa bile anlatı, bağlam ve editoryal sezgi bakımından yetersiz kalabilmesiyle gündeme gelir (Clerwall, 2014). Son olarak yanlış bilgi riski ve otomasyon yanlışlığı, küçük bir veri hatasının zincirleme yanlışlara dönüşebilmesiyle belirginleşmektedir (Marconi, 2020).

Bu riskler yalnızca tekil haberlerin doğruluğunu değil; editoryal otoriteyi, mesleki özerkliği ve kamu yararı anlayışını da yeniden düşünmeyi gerektirir. Bu nedenle medya işletmeleri açısından etik yanıt, soyut bir "iyi niyet" beyanından ziyade; açık etiketleme, insan gözetimi, denetim izi ve düzeltim protokolleri gibi üretime gömülü kurumsal güvencelerle somutlaşmalıdır.

4.2. Hukuki Boyut: Fikrî Mülkiyet, Veri Koruma ve Düzenleme Eğilimleri

Dijitalleşen haber ekosisteminde hukuk, özellikle telif ve kişisel veri koruma eksenlerinde yeni belirsizliklerle karşılaşmaktadır. Gazetecilik pratiği açısından bu belirsizlikler, sorumluluk zincirinin nasıl kurulacağı, eğitim verilerinin fikrî mülkiyet statüsü, kişisel veri işleme sınırları ve yükselen düzenleme eğilimlerinin kurumsal süreçlere nasıl yansıtılacağı gibi birbirine bağlı başlıklarda yoğunlaşmaktadır.

Hukuki statü bakımından tartışma, YZ'nin bir araç/ürün (obje) olarak mı yoksa insan olmayan bir "özne" gibi mi değerlendirileceği sorusunda düğümlenir. Objeye yaklaşımı, hak ve sorumlulukların kullanıcı/işleten üzerinde toplanacağını savunurken; "insan olmayan özne" yaklaşımı otonom kapasiteye dikkat çekerek "elektronik kişilik" gibi ara statüler önermektedir (Ceylan, 2024, s. 42). Gazetecilik pratiği bakımından, kurumsal sorumluluk zinciriyle birlikte ele alındığında obje/sorumluluk merkezli yaklaşımın bugün için daha uygulanabilir olduğu söylenebilir (Kılıçarslan, 2019, s. 363).

Fikrî mülkiyet ve eğitim verileri başlığında ise iki katmanlı bir gerilim öne çıkar: İnsan yaratıcı katkısı içermeyen YZ çıktılarının telif koruması tartışmalı kalırken, haber içeriklerinin YZ eğitiminde kullanımı lisanslama sorunlarını derinleştirmektedir. ABD Telif Hakkı Ofisi'nin insan yaratıcılığı şartını vurgulayan yaklaşımı ve son dönemde açılan davalar, bu gerilimi görünür kılmaktadır (Bonadio & Felisberto, 2025).

Kişisel veriler ve düzenleme boyutunda ise haber toplama ve hedefleme süreçleri, KVKK ve GDPR ilkeleri çerçevesinde değerlendirilmelidir. Avrupa Birliği Yapay Zekâ Tüzüğü (AI Act) gibi düzenlemeler, şeffaflık ve denetim izi yükümlülüklerini artıran bir yönelim ortaya koymaktadır. Bu noktada haber amaçlı işleme ile ticari kişiselleştirme akışlarının ayrıştırılması, rıza mekanizmalarının netliği ve model değişikliklerinin izlenebilirliği yalnızca hukuki riskleri yönetmek için değil, kurumsal itibarı korumak için de belirleyici unsurlara dönüşmektedir.

4.3. Uygulama Boyutu

YZ entegrasyonu, yalnızca yeni bir yazılım edinmek değil; iş akışlarını yeniden tasarlamak anlamına gelmektedir. Uluslararası ölçekte NLG tabanlı sistemler, finans ve spor gibi veri-yoğun alanlarda üretim hacmini önemli ölçüde artırırken (Graefe, 2016; Diakopoulos, 2019), Türkiye'de arşiv tarama, otomatik

etiketleme ve eşzamanlı çeviri gibi işlevlerde kullanımın yaygınlaştığı görülmektedir. Bu uygulamalar hız avantajı sağlasa da editoryal gözetim ve etik standartlara uyum aynı ölçüde zorunlu hâle gelmektedir.

Bu nedenle YZ'nin, bir "karar verici" olmaktan çok gazetecinin yardımcısı ya da karar-destek bileşeni olarak konumlandırılması gerekir. Etiketleme politikası (okura görünür bildirim), rol ayrımı (üreten/onaylayan/yayınlayan) ve düzeltim prosedürleri (hata tespiti/geri çekme) uygulama düzeyinde sürdürülebilirlik sağlayan temel yönetim araçlarıdır. Denetim izi mantığı da tam burada devreye girer: Kritik akışlarda hangi aracın ne zaman devreye girdiğinin, hangi aşamada insan onayı alındığının ve hangi düzeltim adımlarının işletildiğinin kayıt altına alınması, hem iç denetim hem de okur güveni açısından koruyucu bir hat oluşturur.

4.4. Geleceğe Yönelik Beklentiler

Yakın gelecekte NLG'nin çok dilli ve insana daha yakın metinler üretebilmesi, otomatik doğrulama mekanizmalarının gelişmesi ve metin-ses-video bütünleşik üretim pratiklerinin yaygınlaşması beklenmektedir. Ancak belirleyici olan yalnızca teknolojik ilerleme değildir; etik kodların güncellenmesi ve hukuki çerçevenin netleşmesi de aynı derecede kritiktir.

Toplum, tasarım tercihleri, veri seçimi ve yönetim mekanizmaları aracılığıyla YZ'ye yön verebildiği ölçüde, ondan sadece etkilenen değil, onu şekillendiren bir aktör hâline gelecektir. Günümüzde birçok ülke teknik gelişmeleri hızlandırırken aynı zamanda hukuki ve teknik altyapıyı güçlendirmeye yönelik merkezler kurmaktadır (Etike, 2023, s. 117). Sonuç olarak YZ; medya şirketleri için etik, hukuki ve uygulama boyutlarında yeni bir yapılanmayı zorunlu kılmakta; etiketleme, insan gözetimi ve denetim izi gibi mekanizmaların "tamamlayıcı" değil, "kurucu" unsurlar olarak tasarlanmasını gerektirmektedir.

5. YÖNTEM

5.1. Amaç, Araştırma Tasarımı ve Vaka Seçimi

Bu çalışma, yapay zekânın haber odası iş akışlarına entegrasyonunu somutlaştırmak amacıyla üç uluslararası (Associated Press [AP], Reuters, The Washington Post [WaPo]) ve üç ulusal (isimleri saklı tutulan) medya kuruluşunu betimsel-karşılaştırmalı bir çerçevede incelemektedir. Temel amaç, kurumsal duyurular, kamuya açık örnek içerikler, sektörel raporlar ve akademik literatürün birlikte okunması yoluyla fayda-risk dengesini işletme ve iletişim perspektifinde bütünleşik bir zeminde değerlendirebilmektir (Marconi, 2020; Diakopoulos, 2019).

Araştırmada nitel betimsel desen benimsenmiştir. Bu tercihin nedeni, YZ uygulamalarına ilişkin doğrudan ampirik verinin çoğu vakada sınırlı ve dağınık olması; ayrıca vakaların bağlamsal özelliklerini (kurumsal yapı, iş akışı, editoryal politika) koruma gereksinimidir (Shoemaker & Vos, 2009). Bu bakımdan çalışma, sistemlerin yalnızca ne kadar yaygın kullanıldığına değil; hangi işlevlerin, hangi yönetim güvenceleriyle, ne düzeyde görünür ve doğrulanabilir biçimde işletildiği sorusuna odaklanmaktadır.

Vaka seçimi 2016-2025 döneminde yayımlanmış kamuya açık kurumsal duyurular ile meslekî-akademik yayınlardan, görünürlük (uygulamaya dair kurumsal beyanın bulunması) ve doğrulanabilirlik (beyanı destekleyen en az bir kamuya açık kanıtın izlenebilmesi) ölçütleri gözetilerek amaçlı örnekleme yöntemiyle yapılmıştır. Ulusal örneklerde kurum adları, kurumsal mahremiyet ve olası ticari hassasiyetler nedeniyle gizli tutulmuştur; buna karşın her vaka için kullanılan doküman künyeleri ve erişim bilgileri Ek-2'de şeffaf biçimde listelenmiştir.

5.2. Veri Seti ve Kaynaklar

Veri zemini, incelenen medya işletmelerinin resmî web sitelerinde yer alan kurumsal açıklamalar, teknoloji duyuruları, basın odası/kurumsal iletişim sayfaları ve erişilebilen örnek içerikler üzerinden oluşturulmuştur. Kurumların resmî metinleri birincil kaynak olarak ele alınmış; sayısal/operasyonel nitelikteki bulgular meslekî yayınlar ve akademik literatürle teyit edilmiştir. Web kaynağı atıflarında erişim tarihleri belirtilmiş; mümkün olan yerlerde arşiv bağlantıları ayrıca not edilmiştir (The Washington Post, 2016; Bilton, 2018; Diakopoulos, 2019; Demir & Kılıçgedik, 2025).

Çalışmanın izlenebilirliğini güçlendirmek amacıyla veri seti iki düzeyde raporlanmıştır. Birincisi, her vaka için incelenen dokümanların türleri Ek-2'de "doküman künyesi" olarak verilmiştir (ör. kurumsal duyuru,

ürün/teknoloji sayfası, editoryal politika/etik metin, örnek içerik, sektörel rapor). İkincisi, her vaka için toplam doküman sayısı ve seçim gerekçesi yöntem bölümünde özetlenmiştir.

5.3. Kodlama Tasarımı ve Operasyonel Tanımlar

Kodlama süreci beş temel eksen üzerine kurgulanmıştır: amaç, çıktı niteliği, yönetim, teknoloji-iş akışı ve uyum. Bu eksenler, her vaka için aynı mantıkla uygulanmış; böylece karşılaştırma, “aynı soruların farklı kurumlarda nasıl karşılandığı” üzerinden yürütülmüştür.

Kodlama iki katmanlıdır. İlk katmanda ilgili unsurun görünürlüğü “Var/Yok/Belirsiz” biçiminde sınıflandırılmıştır. “Var” kodu, ilgili eksen destekleyen en az bir doğrulanabilir kanıtın (kurumsal açıklama + örnek içerik/politika metni/uygulama izi) bulunması durumunda kullanılmıştır. “Yok” kodu, aynı eksene dair uygulamanın olmadığına ilişkin açık bir beyanın bulunması ya da mevcut kanıtların ilgili uygulamayı dışlaması durumunda verilmiştir. “Belirsiz” kodu ise kurumun kamuya açık metinlerinde teknik/etik ayrıntının açıkça beyan edilmemesi, kanıtın eksik kalması veya beyan ile uygulama izinin çelişmesi hâlinde kullanılmıştır. Bu bakımdan “Belirsiz”, araştırmacı yorumunu değil; kamuya açık veri sınırını işaret eden bir kategoridir.

İkinci katmanda ise her eksen “Düşük/Orta/Yüksek” ölçeğiyle derecelendirilmiştir. Bu derecelendirme, keyfi bir izlenime değil; her eksen için önceden belirlenmiş ölçütlere dayandırılmıştır. Ölçeğin keskinliğini korumak amacıyla ara kategori (örn. “Orta-Yüksek”) kullanılmamış; gri alanlarda karar, ilgili koda eklenen kısa kanıt notu ile gerekçelendirilmiştir. Kodlama cetveli (Ek-1) bu ölçütleri, her eksen için “hangi kanıt neyi gösterir?” mantığıyla ayrıntılandırmaktadır.

Bu doğrultuda, Düşük-Orta-Yüksek ayrımı kısaca şöyle operasyonelleştirilmiştir: “Düşük”, uygulamanın sınırlı/pilot nitelikte kaldığı, süreç içinde insan gözetimi ve şeffaflık işaretlerinin zayıf olduğu ya da yalnızca genel beyan düzeyinde geçtiği durumları; “Orta”, uygulamanın düzenli bir iş akışına yerleştiği ancak yönetim güvencelerinin parçalı görüldüğü durumları; “Yüksek” ise uygulamanın kurumsal düzeyde standartlaştırıldığı, rol ayrımlarının netleştiği, etiketleme-gözetim-denetim izi gibi güvencelerin politikaya ve pratik izlere birlikte yansıdığı durumları ifade eder. Her eksen özelinde bu eşikler Ek-1’de “karar kuralı” olarak sunulmuştur.

5.4. Kodlama Süreci, Güvenirlilik ve İzlenebilirlik

Kodlama işlemi tek araştırmacı tarafından yürütülmüştür. Bu sınırlılığı dengelemek amacıyla kodlama, aynı araştırmacı tarafından iki aşamalı biçimde uygulanmıştır: İlk tur kodlama tamamlandıktan sonra 1 hafta arayla ikinci bir tur yapılmış; iki tur arasındaki uyuma, “Var/Yok/Belirsiz” için yüzde uyum ve “Düşük/Orta/Yüksek” için ağırlıklı uyum mantığıyla raporlanmıştır. Uyuşmayan kodlar, ilgili kanıt notları ve doküman künyeleri üzerinden yeniden gözden geçirilmiş; gerekçesi açık olmayan hiçbir sınıflandırma nihai tabloda bırakılmamıştır.

Ayrıca çalışmada “denetim izi” mantığı yalnızca kavramsal bir öneri olarak değil, araştırma sürecinin kendi içinde de bir izlenebilirlik standardı olarak ele alınmıştır. Bu nedenle her kod için dayanak doküman, ilgili ifade/kanıt, değerlendirme gerekçesi kısa notlar hâlinde kayıt altına alınmış; bu notlar Ek-2’de vaka bazlı doküman listesiyle birlikte arşivlenmiştir.

5.5. Analiz ve Raporlama

Analiz; kullanılan işlev seti (NLG, NLP, karar desteği), uygulama alanı (finans, spor, altyazı/çeviri vb.), iş akışına etkiler (hız, maliyet, kalite), etik-şeffaflık uygulamaları (etiketleme, insan gözetimi, denetim izi) ve yasal uyum (veri lisansı; KVKK-GDPR) boyutları üzerinden yapılandırılmıştır. Bulgular anlatı biçiminde raporlanmış, betimsel tasarım gereği sayısal bir hipotez testi uygulanmamıştır. Bununla birlikte sınıflandırma temelli sonuçlar, Ek-1’deki kodlama cetveli ve Ek-2’deki doküman künyeleriyle birlikte okunabilecek biçimde sunulmuştur.

Betimsel tasarım gereği genellenebilirlik sınırlıdır; örneklem küçüktür (3 uluslararası, 3 ulusal) ve amaçlı seçilmiştir. Bazı kurumların teknik ve etik ayrıntıları kamuya açık olmadığı için kimi kodlar “Belirsiz” kalabilmiştir. Bulgular 2016-2025 aralığını kapsamakta olup, YZ araçlarının hızlı güncellenmesi nedeniyle

sonuçlar zamanla farklılaşabilir. Buna rağmen kullanılan ölçüt seti, medya işletmelerinde YZ entegrasyonunu yönetim ve uyum boyutlarıyla birlikte okumayı mümkün kılan bütünleşik bir çerçeve sunmaktadır.

Çalışma ikincil veriye dayandığından ve doğrudan insan katılımcı içermediğinden etik kurul iznine ihtiyaç duyulmamıştır.

6. BULGULAR

6.1. Uluslararası Örnekler

6.1.1. Associated Press (AP) – Otomatik Finans Metinleri (NLG)

Associated Press (AP), 2014 yılından itibaren Automated Insights'ın Wordsmith yazılımını entegre ederek Zacks Investment Research verilerine dayalı rutin finans haberlerini otomasyona geçirmiştir. Kurumun bu uygulamadaki temel motivasyonu, muhabirleri veri işleme yükünden belirli ölçüde kurtararak analitik derinlik ve özgün röportaj gerektiren içeriklere zaman açmaktır. Bu örnek, otomasyonun özellikle "rutin + veri-yoğun" içerikte ölçek avantajı ürettiğini gösteren erken ve görünür uygulamalar arasındadır (Marconi, 2020; Diakopoulos, 2019).

Sistemin kapasitesi zamanla genişlemiş; başlangıçta çeyrek başına yaklaşık 3.000 olan otomatik kazanç haberi sayısının 2018 itibarıyla 4.700 seviyesini aştığı rapor edilmiştir. Ölçek artışı, otomasyonun "hız ve ölçek" vaadini somutlaştırırken; aynı zamanda hata zinciri riskini büyütebilecek bir üretim hacmine işaret eder. Bu bakımdan örneğin değerlendirilmesinde yalnızca üretim kapasitesi değil, bu kapasitenin hangi editoryal ve yönetsel güvencelerle dengelendiği belirleyici kabul edilmiştir.

Şeffaflık boyutunda AP'nin, otomasyon kullanımını ve veri kaynağını okura görünür kılmayı hedefleyen bir etiketleme yaklaşımına yer verdiği; veri lisansı meselesini de kurumsal düzeyde görünürleştirdiği anlaşılmaktadır. Bununla birlikte kamuya açık metinlerde "denetim izi"nin (hangi aşamada hangi araç devreye girdi, hangi editoryal onay noktaları işletildi, hangi düzeltim adımları kayda geçti) teknik ayrıntıları çoğunlukla sınırlı kaldığından, bu eksen "Belirsiz" kodu ile işaretlenmiştir. Öte yandan eşik/istisna kuralları ve editör denetimi vurgusu, insan gözetiminin bu modelde "tamamlayıcı" bir unsurdan ziyade üretim hattının kurucu bir bileşeni olarak konumlandığını düşündürmektedir (Marconi, 2020; Diakopoulos, 2019).

Tablo 1. AP Örneğinin Kodlaması

Kriter	Gösterge (kanıtın türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzye (D/O/Y)
Amaç (hız/ölçek)	Rutin finans haberlerini otomatikleştirme; hacim artışı	Var	Yüksek
Çıktı niteliği	Üretim hacmi artışı + doğruluk/kalite vurgusu	Var	Yüksek
Yönetişim-Şeffaflık/etiketleme	Otomasyon + veri kaynağına ilişkin okur bilgilendirmesi	Var	Orta
Yönetişim – İnsan gözetimi	Editör denetimi / onay noktası vurgusu	Var	Orta
Yönetişim – Denetim izi	Süreç kaydı/versiyonlama/karar izi ayrıntıları kamuya açık değil	Belirsiz	Düşük
Teknoloji – İş akışı	NLG (Wordsmith) + veri sağlayıcı entegrasyonu	Var	Orta
Uyum	Veri lisansı şeffaflığına ilişkin görünürlük	Var	Orta
Risk yönetimi	Eşik/istisna kuralları; hata zincirine karşı kontrol mantığı	Var	Orta

6.1.2. Reuters – Lynx Insight (Karar Desteği)

Reuters'ın 2018'de devreye aldığı Lynx Insight, tam metin üretiminden ziyade; büyük veri setleri içerisindeki anomalileri, örüntüleri ve potansiyel haber değerini muhabire “öneri kartları” biçiminde sunan bir karar-destek mekanizmasıdır. Bu nedenle Reuters örneğinde temel amaç, doğrudan üretim hacmini artırmaktan çok; haber keşfi ve önceliklendirme kapasitesini güçlendirmek olarak değerlendirilmiştir (Bilton, 2018).

Finans piyasaları, şirket verileri ve seçim/spor skorları gibi yüksek tempolu alanlarda muhabirin dikkatini veri kaynaklı sinyallere yönlendiren bu yaklaşım, hibrit üretim mantığını “metin yazdırma” yerine “editorial yargıyı besleme” ekseninde kurmaktadır. Bu modelde nihai çerçeveleme ve anlatı kurgusu insanda kalırken, otomasyonun rolü haber olasılıklarını görünür kılma ve muhabirin araştırma rotasını hızlandırma ile sınırlanmaktadır.

Yönetişim açısından Reuters örneği, “insan gözetimi” boyutunu belirgin biçimde merkeze alır: öneri kartlarının doğrudan yayın çıktısına dönüşmemesi, muhabir ve editör süzgecinin zorunlu bir kontrol noktası olarak kurgulandığını göstermektedir. Bununla birlikte şeffaflık boyutu daha çok kurum içi süreç düzeyinde (kılavuzlar, eğitim, kontrol protokolleri) işletilmektedir. Okura dönük etiketleme veya kamuya açık “denetim izi” (hangi aşamada hangi aracın devreye girdiği, hangi kontrol adımlarının işletildiği, düzeltimlerin nasıl kayda geçtiği) hakkında ayrıntı sınırlı olduğundan, bu eksenlerde kodlama “Belirsiz” olarak işaretlenmiştir. Bu bulgu, örneğin zayıflığı değil; kamuya açık veri sınırının bir göstergesi olarak okunmalıdır.

Tablo 2. Reuters Örneğinin Kodlaması

Kriter	Gösterge (kanıtın türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzye (D/O/Y)
Amaç (hız/ölçek)	Üretim hacmi değil; veri keşfi/önceliklendirme	Var	Orta
Çıktı niteliği	Nihai metin/çerçeveleme insanda; karar desteği odaklı	Var	Orta
Yönetişim – İnsan gözetimi	Muhabir + editör kontrol noktası (workflow vurgusu)	Var	Yüksek
Yönetişim-Şeffaflık/etiketleme	Okura dönük etiketleme kanıtı sınırlı; süreç içi kılavuz vurgusu	Belirsiz	Düşük
Yönetişim – Denetim izi	Süreç kaydı/versiyonlama/karar izi ayrıntıları kamuya açık değil	Belirsiz	Düşük
Teknoloji – İş akışı	Analitik “öneri kartı” yaklaşımı (karar desteği)	Var	Orta
Uyum (KVKK/GDPR/veri lisansı)	Kamuya açık uyum beyanı/kanıtı sınırlı	Belirsiz	Düşük
Risk yönetimi	Eğitim + çoklu kaynak kontrolü (genel ilke vurgusu)	Var	Orta

6.1.3. The Washington Post (WaPo) – Heliograf (Mikro-Haber)

The Washington Post (WaPo), kurum içi geliştirdiği Heliograf sistemini 2016 Rio Olimpiyatları ve aynı yıl gerçekleşen ABD Başkanlık Seçimlerinde aktif olarak kullanmıştır. Madalya tabloları, seçim sonuçları ve anlık skorlar gibi yapılandırılmış veri akışlarını işleyerek kısa haber metinlerine dönüştüren bu sistem, özellikle çok sayıda yerel yarışın haberleştirilmesini mümkün kılmış; 2016 yılında yaklaşık 850 otomatik içerik üretildiği rapor edilmiştir (Graefe, 2016).

WaPo vakası, veri akışının görece stabil olduğu alanlarda mikro-haber üretiminin nasıl ölçeklenebileceğini göstermesi bakımından otomasyonun “hız ve ölçek” vaadini en görünür biçimde somutlaştıran örneklerden biridir. Bununla birlikte üretim hacmi arttıkça, hata zinciri riski ve okur nezdinde “otantik-sentetik” ayrımı

da daha fazla önem kazanmaktadır. Bu nedenle örneğin değerlendirilmesinde yalnızca kaç içerik üretildiği değil, bu üretimin hangi kontrol noktalarıyla dengelendiği belirleyici kabul edilmiştir.

Yönetişim tarafında WaPo'nun Heliograf kullanımını kurumsal düzeyde duyurduğu; yapılandırılmış veri akışına dayalı üretim mantığını kamuya açık biçimde tarif ettiği görülmektedir. Olası veri hatalarına karşı tanımlanan eşik değerler ve istisna kuralları ile editoryal kontrol vurgusu, insan gözetiminin sistemin güvenlik hattı olarak konumlandırıldığını düşündürmektedir (Diakopoulos, 2019). Bununla birlikte "denetim izi"nin teknik kayıt boyutu (sürümleme, karar kayıtları, düzeltim log'ları vb.) kamuya açık metinlerde ayrıntılı biçimde şeffaflaştırılmadığından, bu eksen kodlamada "Belirsiz" olarak işaretlenmiştir. Bu bulgu, uygulamanın bulunmadığına değil; kamuya açık veri sınırına işaret etmektedir.

Tablo 3. WaPo Örneğinin Kodlaması (Çift Kodlama Mantığıyla)

Kriter	Gösterge (kanıtın türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzye (D/O/Y)
Amaç (hız/ölçek)	Mikro-haber üretimi; kapsama ve hız artışı	Var	Yüksek
Çıktı niteliği	Yaklaşık 850 içerik; kapsama genişliği	Var	Yüksek
Yönetişim-Şeffaflık/etiketleme	Kurumsal duyuru/uygulama açıklaması mevcut	Var	Orta
Yönetişim – İnsan gözetimi	Editör denetimi + istisna yönetimi vurgusu	Var	Orta
Yönetişim – Denetim izi	Teknik kayıt/versiyonlama/düzeltilim log'ları kamuya açık değil	Belirsiz	Düşük
Teknoloji – İş akışı	Yapılandırılmış veri → kısa metin üretimi (mikro-haber)	Var	Orta
Uyum (veri lisansı)	Lisans/ veri kaynağına ilişkin kamuya açık ayrıntı sınırlı	Belirsiz	Düşük
Risk yönetimi	Eşik değer/istisna kontrolü	Var	Orta

6.2. Ulusal Örnekler

Ulusal örnekler anonimleştirilmiş olup değerlendirme, kamuya açık kurumsal beyanlar ve görünür uygulama çıktıları üzerinden yürütülmüştür. Bu nedenle "Belirsiz" kodu, uygulamanın olmadığına değil; kamusal kanıtın sınırlılığına işaret etmektedir.

6.2.1. Ulusal Ajans A – Arşiv Otomasyonu (NLP + Görsel Etiketleme)

Ajans A, geniş ölçekli arşivlerdeki metin ve görsel içerikleri otomatik etiketleme teknolojisiyle tasnif etmektedir. Oluşturulan konu, kişi ve yer etiketleri; muhabirlerin araştırma süresini azaltarak özellikle dosya haberlerinde ihtiyaç duyulan arka plan bilgisine ve bağlam materyaline erişimi hızlandırmaktadır. Bu yönüyle uygulama, doğrudan nihai bir haber metni üretmekten ziyade; haberin "mutfağında" (arama, tarama ve bağlam kurma) verimliliği artıran bir altyapı otomasyonu olarak öne çıkmaktadır.

Yönetişim tarafında, kurumsal beyanlarda hassas veri işleyen modüller (özellikle yüz tanıma benzeri bileşenler) için KVKK/GDPR uyumuna vurgu yapılması; erişim kısıtları ve kayıt tutma (log) pratiklerinin anılması, denetim izi mantığının en azından ilkesel düzeyde gündemde olduğunu düşündürmektedir. Bununla birlikte bu kayıtların kapsamı, saklama süreleri, rol bazlı yetkilendirme mimarisi ve denetim mekanizmasının ayrıntıları kamuya açık biçimde şeffaflaştırılmadığı ölçüde, "denetim izi" eksenini temkinli biçimde değerlendirilmiştir.

Tablo 4. Ulusal Ajans A Kodlaması (Çift Kodlama Mantığıyla)

Kriter	Gösterge (kanıt türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzye (D/O/Y)
Amaç	Arşiv erişim süresini kısaltma (kurumsal beyan/uygulama çıktısı)	Var	Orta
Çıktı niteliği	Etiketleme doğruluğu-hız dengesi (görünür çıktı/örnek kullanım)	Var	Orta
Şeffaflık/etiketleme	Uygulama/politika beyanı (kamuya açık)	Var	Orta
İnsan gözetimi	Hassas modüllerde yetkilendirme/denetim vurgusu	Var	Orta
Denetim izi	Log/izlenebilirlik beyanı var; teknik ayrıntı sınırlı	Belirsiz	Düşük
Teknoloji-iş akışı	NLP + görsel etiketleme (uygulama tanımı)	Var	Orta
Uyum (KVKK/GDPR)	Uyum vurgusu var; prosedür ayrıntısı sınırlı	Belirsiz	Düşük
Risk yönetimi	Hassas modüllerde sınırlandırma yaklaşımı	Var	Orta

6.2.2. Ulusal Yayıncı B – Canlı Yayın Altyazı/Çeviri (ASR + NLP)

Yayıncı B, canlı yayın akışlarında Otomatik Konuşma Tanıma (ASR) ve eşzamanlı çeviri sistemlerini entegre ederek anlık altyazı hizmeti sunmaktadır. Bu uygulama bir yandan erişilebilirliği artırmakta; diğer yandan son dakika gibi yoğun bilgi akışının yaşandığı anlarda yayın temposunu sürdürülebilir kılmaktadır.

Şeffaflık ilkesi gereği ekranda yer verilen “otomatik altyazı” ibaresi, izleyiciye içeriğin üretim biçimine dair doğrudan bir bildirim sağlamaktadır. Sürecin insan süpervizörü gözetiminde yürütüldüğü ve üçüncü taraf API sağlayıcılarıyla veri aktarım sözleşmelerinin bulunduğu yönündeki ifadeler, kamuya açık belgelerde ayrıntı düzeyi sınırlı kaldığında “Belirsiz” koduyla işaretlenmiş; buna karşılık görünür ekran etiketi şeffaflık ekseninde güçlü bir kanıt olarak değerlendirilmiştir.

Tablo 5. Ulusal Yayıncı B Kodlaması (Çift Kodlama Mantığıyla)

Kriter	Gösterge (kanıt türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzye (D/O/Y)
Amaç	Erişilebilirlik/kapsayıcılık	Var	Orta
Çıktı niteliği	Hız-hata dengesi (görünür çıktı)	Var	Orta
Şeffaflık/etiketleme	Ekranda “otomatik altyazı” ibaresi	Var	Yüksek
İnsan gözetimi	Süpervizör kontrolü (kamuya açık ayrıntı sınırlı)	Belirsiz	Düşük
Denetim izi	Kayıt/günlük/geri izleme pratikleri (kamuya açık değil)	Belirsiz	Düşük
Teknoloji-iş akışı	ASR + eşzamanlı çeviri	Var	Orta
Uyum (KVKK/GDPR/API)	API sözleşmeleri/aktarım ilkeleri (kamuya açık değil)	Belirsiz	Düşük
Risk yönetimi	Sözlük güncelleme/kalite kontrolü	Var	Orta

6.2.3. Ulusal Ajans C – Spor/Borsa Otomatik Özetleri (NLG)

Ajans C, spor müsabakası skorlarını ve piyasa kapanış verilerini işleyerek otomatik kısa özetler (mikro-haberler) üretmektedir. İşletme mantığı, rutin içerik üretimindeki zaman maliyetini düşürerek insan kaynağını daha katma değerli ve analitik dosyalara yönlendirebilmektir.

Bununla birlikte formatın doğası gereği bağlamsal derinlik sınırlı kaldığından, çıktı niteliği “bağlam zenginliği” açısından düşük düzeyde değerlendirilmiştir. Yönetişim perspektifinde “otomatik üretim” ibaresinin görünür olması şeffaflığı güçlendiren bir işaretken; eşik değerler, stil rehberi ve editör onayı gibi süreç güvenceleri kamuya açık belgelerde ayrıntılandırılmadığında insan gözetimi ve denetim izi eksenleri temkinli biçimde kodlanmıştır.

Tablo 6. Ulusal Ajans C Kodlaması (Çift Kodlama Mantığıyla)

Kriter	Gösterge (kanıt türü)	Var/Yok/Belirsiz	Düzyey (D/O/Y)
Amaç	Rutin içerikte hız	Var	Orta
Çıktı niteliği	Mikro-özet; bağlam sınırlı	Var	Düşük
Şeffaflık/etiketleme	“Otomatik üretim” ibaresi (görünür çıktı)	Var	Orta
İnsan gözetimi	Eşik tabanlı editör onayı (kamuya açık ayrıntı sınırlı)	Belirsiz	Düşük
Denetim izi	Süreç kayıtları/geri izleme (kamuya açık değil)	Belirsiz	Düşük
Teknoloji-iş akışı	NLG rutin özet üretimi	Var	Orta
Uyum	Politika/uyum beyanı (kamuya açık ayrıntı sınırlı)	Belirsiz	Düşük
Risk yönetimi	Editoryal denetim vurgusu	Var	Orta

6.3. Karşılaştırmalı Değerlendirme

Uluslararası örnekler birlikte ele alındığında, YZ destekli uygulamaların iki ana kurumsallaşma hattı üzerinden ilerlediği görülmektedir. Birincisi, rutin ve yapılandırılmış veri akışlarında hız ve ölçek odaklı üretim (AP ve WaPo); ikincisi ise haber keşfi ve önceliklendirmeyi güçlendiren karar-destek yaklaşımıdır (Reuters). Bu ayrım, otomasyonun yalnızca “metin üretme” kapasitesiyle değil, iş akışındaki rolü ve editoryal karar zinciriyle birlikte değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

AP ve WaPo örneklerinde üretim hacmi artışı “amaç” ve “çıkıtı” eksenlerinde yüksek düzeyde görünürken, yönetim eksenlerinde kamuya açık kanıtın kapsamı kurumdan kuruma değişmektedir. Reuters örneği ise metni otomatikleştirmek yerine editoryal yargıyı veri sinyalleriyle besleyen bir hat kurarak, insan gözetimini üretim mimarisinin merkezinde konumlandırmaktadır. Ulusal örneklerde ise otomasyonun daha çok operasyonel verimlilik ve erişilebilirlik amaçlarıyla (arşiv erişimi, canlı altyazı/çeviri, rutin mikro-özetler) devreye alındığı; buna karşılık denetim izi ve uyum boyutlarının kamuya açık kanıt düzeyi bakımından daha sınırlı kaldığı anlaşılmaktadır.

Bu tablo, şeffaflık etiketlerinin ve insan gözetiminin yalnızca etik bir tercih olmadığını; çıktı niteliğini ve kurumsal güveni doğrudan etkileyen yönetim araçları olduğunu teyit etmektedir. Aynı zamanda “Belirsiz” kodlarının yoğunlaştığı alanların (özellikle denetim izi ve uyum) sektör açısından bir gelişim ihtiyacını işaret ettiği söylenebilir.

Tablo 7. Uluslararası ve Ulusal Örneklerin Karşılaştırmalı Özeti (Master Tablo – Birleştirilmiş Kod Gösterimi)

(Gösterim: Var/Yok/Belirsiz + Düzey birlikte “Var-Orta” gibi yazılmıştır.)

Örnek/Kurum	İşlev	Uygulama Alanı	Amaç	Çıktı	Şeffaflık	İnsan gözetimi	Denetim izi	Teknoloji İş akışı	Uyum	Risk Önlem
AP	NLG	Finans/kazanç	Var-Yüksek	Var-Yüksek	Var-Orta	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Var-Orta	Var-Orta
Reuters	Karar desteği	Finans/seçim/spor	Var-Orta	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Yüksek	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta
WaPo	Mikro-haber	Seçim/Olimpiyat	Var-Yüksek	Var-Yüksek	Var-Orta	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta
Ajans A (TR)	NLP + Görsel	Arşiv/arama	Var-Orta	Var-Orta	Var-Orta	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta
Yayıncı B (TR)	ASR + NLP	Canlı altyazı	Var-Orta	Var-Orta	Var-Yüksek	Belirsiz-Düşük	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta
Ajans C (TR)	NLG	Spor/borsa	Var-Orta	Var-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Belirsiz-Düşük	Var-Orta	Belirsiz-Düşük	Var-Orta

6.4. Öneriler ve Uygulama Standardı

Bulgular, YZ destekli haberciliğin sürdürülebilir bir konuma yerleşmesinin teknik kapasiteden ziyade, bu kapasitenin hangi yönetim güvenceleriyle çerçevesine bağlı olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda “etiketleme–insan gözetimi–denetim izi” üçlüsünü süreç tasarımının merkezine alan bütünlük bir uygulama standardı önerilmektedir.

Etiketleme boyutunda, okura dönük bildirim dilinin kurumsal bir kurala dönüşmesi belirleyicidir. Başlık, üst bant ya da içerik meta verisi düzeyinde tutarlı bir “otomatik/YZ katkılı üretim” ibaresi, tartışmayı niyet beyanından çıkarıp şeffaflığın rutine bağlandığı bir düzleme taşıır.

İnsan gözetimi boyutunda ise tek tip bir kontrol yerine risk düzeyine göre katmanlandırılmış bir onay mimarisi daha işlevseldir. Rutin veri haberlerinde eşik tabanlı (threshold-based) kontroller belirli ölçüde yeterli olabilsede, yüksek etkili içeriklerde (seçimler, kriz anları, kişi/itibar riski taşıyan haberler) editöryal ön-onayın zorunlu bir kontrol noktası olarak kurgulanması gerekir.

Denetim izi boyutunda, içerik yönetim sistemlerinin (CMS) “izlenebilirlik alanları”yla genişletilmesi kritik bir eşiktir. Veri kaynağı, kullanılan araç/model sürümü, şablon/prompt kimliği ve yayın–düzeltme günlüklerinin (logs) zorunlu veri alanlarına dönüşmesi; hem iç denetimi hem de kurumsal hesap verebilirliği güçlendirir. Kalite güvencesi, ikincil kaynak teyidi ve aykırı değer uyarılarıyla desteklendiğinde; “düzeltmeye kadar geçen süre”) gibi göstergeler kaliteyi ölçülebilir hâle getirerek kurumsal öğrenmeyi hızlandırabilir. Bağlam eşiği açısından da mikro-haber dışındaki metinlerde asgari bir arka plan paragrafı ve çoklu kaynak kullanımı, teknik olarak doğru ama bağlamdan kopuk metin riskini azaltacaktır.

Son olarak uyum ve erişilebilirlik boyutunda, otomatik altyazı/çeviri süreçlerinde insan süpervizör desteği ve alan sözlüğü güncellemeleri kaliteyi yükseltirken; veri lisansı, KVKK–GDPR ilkeleri, saklama–imha politikaları ve üçüncü taraf API sözleşmeleri kurumsal güvenceyi tamamlayan yasal çerçeveyi oluşturmaktadır.

Tablo 8. YZ Katkılı Habercilik İçin Önerilen Uygulama Standardı

Öneri başlığı	Uygulama önerisi
Etiketleme standardı	Başlık/üst bant/meta veride tutarlı “otomatik/YZ katkılı üretim” bildirimini
İnsan gözetimi	Risk temelli onay: rutinde eşik kontrol; kritik içerikte editör ön-onayı
Denetim izi (audit trail)	CMS’de veri kaynağı + araç/model sürümü + şablon/prompt kimliği + yayın/düzeltilme günlükleri
Doğruluk güvencesi	İkincil kaynak teyidi + aykırı değer uyarısı + TTC metriği
Bağlam eşliği	Mikro-haber dışı metinde asgari arka plan + çoklu kaynak + seçilmiş alıntı
Erişilebilirlik/dil	Otomatik altyazı/çeviri: süpervizör + alan sözlüğü + düzenli güncelleme
Uyum/veri koruma	Veri lisansı + KVKK–GDPR + saklama–imha + üçüncü taraf API sözleşmeleri

7. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Küresel ölçekte hızlanan teknolojik gelişmeler, çoğu zaman öngörülmesi güç ve köklü dönüşümleri beraberinde getirmektedir. Yapay zekâ günümüzde yalnızca belirli sektörlerde “verimlilik” sağlayan bir araç olmanın ötesine geçerek; iş yaşamı, sağlık, eğitim ve kamu hizmetleri dâhil toplumsal yaşamın hemen her alanında yeni bir dönemin kurucu dinamiklerinden biri hâline gelmektedir. Bu geniş dönüşüm medya alanını da doğrudan etkilemekte; haber üretiminden dağıtımına uzanan zincirde hem normları hem de iş akışlarını yeniden tanımlamaktadır. Artık haberin “nasıl üretildiği” kadar, “okura nasıl sunulduğu” ve “sorumluluğun kimde kaldığı” soruları da hayati bir önem taşımaktadır.

Bu çerçevede medya işletmelerinde ve özellikle gazetecilik pratiğinde yapay zekâ, yalnızca üretim hızını artıran bir yazılım değil; mesleğin etik ilkelerini, hukuki sınırlarını ve editoryal karar alma süreçlerini yeniden düşünmeye sevk eden sosyo-tekniik bir yardımcıdır. Çalışmanın karşılaştırmalı bulguları, veri-yoğun alanlarda NLG tabanlı otomasyonun ölçek ve hız kazandırdığını; buna karşılık karar desteği yaklaşımının (örneğin veri anomalilerinin muhabire “öneri kartı” olarak sunulması) mesleki özerklik ile editoryal otoriteyi daha dengeli biçimde koruyabildiğini göstermektedir. Uluslararası deneyimler (AP, Reuters, WaPo) ile ulusal uygulama desenleri birlikte değerlendirildiğinde, en sürdürülebilir hattın “tam otomasyon” değil; risk düzeyine göre kurgulanmış, insan merkezli hibrit bir üretim mimarisi olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan bulgular, literatürde vurgulanan şeffaflık ve hesap verebilirlik tartışmalarını doğrudan iş akışı tasarımıyla buluşturmakta; “hangi araç” sorusunu “hangi güvence” sorusuyla birlikte düşünmeyi zorunlu kılmaktadır (Diakopoulos, 2019; Marconi, 2020).

Bununla birlikte işlevsel kazanımlar tek başına yeterli değildir; doğruluk, bağlamsal derinlik ve bağımsızlık eksenlerinde riskler devam etmektedir. Algoritmik önyargı, şeffaflık eksikliği ve otomasyon yanlılığı, özellikle seçimler ve kriz anları gibi yüksek duyarlılık dönemlerinde kamusal güveni zedeleyebilmekte ve kurumun itibar sermayesini aşındırabilmektedir (O’Neil, 2017; Marconi, 2020). İşte tam bu noktada “asgari güven mimarisi” bir tercih değil, kurumsal bir zorunluluk olarak belirginleşmektedir. Bu mimari, okura dönük açık etiketlemenin görünür ve tutarlı bir standart hâline getirilmesini; editoryal insan gözetiminin istisna/aykırı değer eşikleri, çift doğrulama ve yayın öncesi onay noktalarıyla katmanlandırılmasını; ayrıca içerik yönetim sistemleri üzerinde (CMS) kullanılan araç/model sürümü, şablon/prompt kimliği ve yayın–düzeltilme adımlarının izlenebilir biçimde kayıt altına alınmasını birlikte gerektirir. Böylece güven mimarisi, yalnızca risk azaltımı sağlamaz; aynı zamanda mesleki özerklik ile hesap verebilirliğin kurum içinde sürdürülebilir biçimde güvenceye kavuşmasına da hizmet eder.

Bu ilkelere paralel olarak kurumsal sorumluluklar da netleşmektedir. Yapay zekâ kullanım kılavuzlarının oluşturulması, hızlı düzeltme mekanizmalarının işletilmesi, şeffaf etiketleme standardının süreklileştirilmesi ve gazetecilere veri–model okuryazarlığı kazandıracak eğitimlerin sağlanması, bu sorumluluk alanının temel bileşenleridir. Ayrıca KVKK/GDPR uyumu yalnızca bir “hukukî gereklilik” olarak değil, haber üretiminde

güven ilişkisini sürdüren bir işletme standardı olarak ele alınmalıdır. Kurumsal düzeyde rol ve sorumlulukların RACI matrisi ekseninde görünür kılınması ve performans göstergelerinin (KPI) sürece entegre edilmesi, hesap verebilirliği güçlendirerek sürekli iyileştirmeyi mümkün kılar. Başka bir deyişle yönetim katmanı, teknik kapasiteyi “işleyen” bir güven sistemine dönüştürür.

Nihayetinde medya işletmelerinde yapay zekânın sürdürülebilir geleceği, onu insanın yerine koymakla değil; insanı güçlendiren bir yardımcı olarak konumlandırmakla mümkündür. Güven mimarisi meslek kültürüne yerleştiğinde, hız ile güvenilirlik; teknoloji ile kamu yararı birbirini dışlamadan birlikte ilerleyebilecektir.

Çalışma literatüre üç noktada katkı sağlamaktadır: Medya işletmelerinde yapay zekâ entegrasyonunu amaç, çıktı niteliği, yönetim, teknoloji-iş akışı ve uyum boyutlarını birlikte gören beş eksenli bir çerçeveye ele almakta; bu çerçeveyi tekrar edilebilir kılmak üzere kodlama cetveli ve bütünleşik karşılaştırmalı tablo yaklaşımıyla uygulamaya dönük bir okuma hattı kurmakta; etiketleme-insan gözetimi-denetim izi ekseninde önerdiği güven mimarisiyle hız ve ölçek kazanımlarının kamu yararı ve mesleki özerklikle birlikte nasıl sürdürülebileceğine ilişkin somut bir kurumsal standart seti önermektedir.

KAYNAKÇA

- Adlassnig, K. P. (2002). Artificial intelligence-augmented systems. *Artificial Intelligence in Medicine*, 24(1), 1–4.
- Appelman, A., & Hettinga, K. E. (2021). The ethics of transparency: A review of corrections language in international journalistic codes of ethics. *Journal of Media Ethics*, 36(2), 97–110.
- Avşar, Z. (2014). Medyada klasik etik kodlar bir illüzyon mu? *Selçuk İletişim*, 2(3), 35–49. <https://doi.org/10.18094/si.08747>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2016). The social construction of reality. In *Social theory re-wired*. 110–122. Routledge.
- Bilton, R. (2018, March 12). Reuters' new automation tool wants to help reporters spot the hidden stories in their data (but won't take their jobs). *Nieman Journalism Lab*. Erişim 5 Haziran 2025 tarihinde, <https://www.niemanlab.org/2018/03/reuters-new-automation-tool-wants-to-help-reporters-spot-the-hidden-stories-in-their-data-but-wont-take-their-jobs/> adresinden alınmıştır.
- Bonadio, E., & Felisberto, L. (2025). *Copyrightability of AI outputs: The U.S. Copyright Office's perspective* (SSRN Working Paper No. 5252465). SSRN. Erişim 10 Ekim 2025 tarihinde, <https://ssrn.com/abstract=5252465> adresinden alınmıştır.
- Bostrom, N. (2014). *Superintelligence: Paths, dangers, strategies*. Oxford University Press.
- Böyük, M. (2024). Dijital çağda haber: İnsan ve yapay zekâ üretimi haber içeriklerinin karşılaştırmalı analizi. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 46, 44–72.
- Büyükaşar, M., & Özçağlayan, M. (2019). Haber ve doğruluk ilişkisi: Doğruluk sorununun geçmişi ve haberin dönüşümü. *Düşünce ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 29–49.
- Carlson, M. (2015). Introduction: The many boundaries of journalism. In *Boundaries of journalism*. 1–18. Routledge.
- Castells, M. (2011). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Ceylan, Ö. Y. (2024). Yapay zekânın hukuki statüsünün değerlendirilmesi. *Anadolu Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 10(1), 35–52.
- Clerwall, C. (2014). Enter the robot journalist: Users' perceptions of automated content. *Journalism Practice*, 8(5), 519–531.
- Çark, Ö., & Akyürek, S. (2021). Bulut bilişim teknolojisinin işletmeler açısından önemi ve turizm sektörü açısından değerlendirilmesi. *European Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 5(8), 72–91.

- Çavuş, S. (2024). Ekonomi haberciliğinde yapay zekâ kullanımı: Bloomberg News örneği. In Ş. Eşitti & S. Çoban (Eds.), *Yapay zekâ çağında medya, kültür ve iletişim üzerine güncel araştırmalar*. 17–28. Paradigma Akademi Yayınları.
- Çığ, Ü., & Çığ, E. Ç. (2011). Haber endüstrisi ve gazetecilik etiği. *İş Ahlakı Dergisi*, 4(8), 25–60.
- Demir, G., & Kılıçgedik, M. (2025). Use of generative AI in news production in Türkiye: A threat or an opportunity? *Connectist: Istanbul University Journal of Communication Sciences*, 68, 36–53.
- Diakopoulos, N. (2019). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media*. Harvard University Press.
- Diakopoulos, N., & Koliska, M. (2017). Algorithmic transparency in the news media. *Digital Journalism*, 5(7), 809–828.
- Dörr, K. (2016). Algorithmen, Big Data und ihre Rolle im Computational Journalism. *Journalismusforschung*, 5(3), 245–262.
- Efe, A. (2022). Yargısal ve hukuki süreçlerde yapay zekâ kullanan araçlar üzerine bir araştırma. *Bilgi Yönetimi*, 5(1), 92–117.
- Esteva, A., Robicquet, A., Ramsundar, B., Kuleshov, V., DePristo, M., Chou, K., & Dean, J. (2019). A guide to deep learning in healthcare. *Nature Medicine*, 25, 24–29.
- Etike, Ş. (2023). ChatGPT ile baş etmek: Emek ve eşitlik odaklı bir çerçevenin gerekliliği. *Emek Araştırma Dergisi (GEAD)*, 14(23), 115–132.
- Floridi, L. (2014). *The fourth revolution: How the infosphere is reshaping human reality*. Oxford University Press.
- Garip, S., & İnceli, P. (2021). Yeniliklerin yayılımı bağlamında Instagram’da yapay zekâ ürünü sanal etkileyenin takipçiler tarafından kabulüne yönelik bir inceleme. *Erciyes İletişim Dergisi*, 8(2), 959–980.
- Gökdemir, A. (2025). Haber ajansları tarafından geliştirilen gazetecilikte yapay zekâ kullanımı standartları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 70, 46–65.
- Graefe, A. (2016). *Guide to automated journalism*. Tow Center for Digital Journalism. <https://doi.org/10.7916/D8FN15TR>
- Güdek, B. (2023). Endüstriyel dönüşüm ve Endüstri 5.0. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(4), 1129–1142.
- Habermas, J. (1962). Kritische und konservative Aufgaben der Soziologie. In *Wissenschaft und Verantwortung*. 157–171. De Gruyter.
- Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT Press.
- Haenlein, M., & Kaplan, A. (2019). A brief history of artificial intelligence: On the past, present, and future of artificial intelligence. *California Management Review*, 61(4), 5–14.
- İrvan, S. (2003). Medya ve etik. In S. A. Kural (Ed.), *Habercinin el kitabı (Medya, etik ve hukuk)*. IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Kavut, S. (2022). Türkiye’de yapay zekâ alanında yazılan tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 41, 80–98.
- Kılıçarslan, S. K. (2019). Yapay zekânın hukuki statüsü ve hukuki kişiliği üzerine tartışmalar. *Yıldırım Beyazıt Hukuk Dergisi*, 2, 363–389.
- Kına, E. (2025). Yapay zekânın multidisipliner alanlardaki uygulamaları. *Turkish Journal of Applied Sciences and Technology*, 6(2), 165–186.
- Koçyiğit, A., & Darı, A. B. (2023). Yapay zekâ iletişimde ChatGPT: İnsanlaşan dijitalleşmenin geleceği. *Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 427–438.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism* (Rev. & updated 3rd ed.). Three Rivers Press.

- Luckin, R., & Holmes, W. (2016). *Intelligence unleashed: An argument for AI in education*. Pearson.
- Macit, A. (2024). Ulaştırma modlarının geleceği: Yapay zekânın akıllı ulaşım sistemlerine entegrasyonu. *Ege Üniversitesi Ulaştırma Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 60–76.
- Marconi, F. (2020). *Newsmakers: Artificial intelligence and the future of journalism*. Columbia University Press.
- Nilsson, N. J. (2009). *The quest for artificial intelligence*. Cambridge University Press.
- O'Neil, C. (2017). *Weapons of math destruction: How big data increases inequality and threatens democracy*. Crown.
- Özata, M., & Aslan, Ş. (2004). Klinik karar destek sistemleri ve örnek uygulamalar. *Kocatepe Tıp Dergisi*, 5(1), 13.
- Öznur, S., & Gezer, Ü. (2025). Dijital toplumun yetkin aktörü yapay zekâ. *International Journal of Social and Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 12(115), 38–45.
- Russell, S., & Norvig, P. (2010). *Artificial intelligence: A modern approach* (3rd ed.). Pearson.
- Shoemaker, P. J., & Vos, T. (2009). *Gatekeeping theory*. Routledge.
- Silver, D., Huang, A., Maddison, C. J., Guez, A., Sifre, L., Van Den Driessche, G., & Hassabis, D. (2016). Mastering the game of Go with deep neural networks and tree search. *Nature*, 529(7587), 484–489.
- Soldan, T. N. K. (2022). Halkla ilişkilerde yapay zekâ kullanımı üzerine nitel bir araştırma. *The Journal of International Scientific Researches*, 7(2), 191–206.
- Şeker, E. (2020). Yapay zekâ tekniklerinin/uygulamalarının siber savunmada kullanımı. *Uluslararası Bilgi Güvenliği Mühendisliği Dergisi*, 6(2), 108–115.
- Şen, R. (2025). Gazetecilik ve yapay zekâ: Haber üretiminde ChatGPT ve DeepSeek uygulamalarının karşılaştırmalı analizi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 34(Özel Sayı), 493–517.
- The Washington Post. (2016, August 5). *The Washington Post experiments with automated storytelling to help power 2016 Rio Olympics coverage* [Basın bülteni]. Erişim 20 Ağustos 2025 tarihinde, <https://www.washingtonpost.com/pr/wp/2016/08/05/the-washingtonpost-experiments-with-automated-storytelling-to-help-power-2016-rio-olympics-coverage/> adresinden alınmıştır.
- Tokgöz, O. (1994). *Temel gazetecilik* (6. baskı). İmge.
- Van Dalen, A. (2012). The algorithms behind the headlines: How machine-written news redefines the core skills of human journalists. *Journalism Practice*, 6(5–6), 648–658.
- Varnalı, T. (2025). Küresel yapay zekâ ekosistemi: Patentler, yatırımlar ve teknolojik rekabet. *Paradigma: İktisadi ve İdari Araştırmalar Dergisi*, 14(1), 45–68.
- Yolcu, H. (2024). Yapay genel zekâ çağında öğretmen rolünün yeniden tanımlanması: Öngörüler. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 155–167.

ETİK BİLDİRİM

Üretken Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Bu çalışmada üretken yapay zekâ, yalnızca metnin dilbilgisi–yazım denetimi, anlatım akışının iyileştirilmesi, Türkçe–İngilizce çeviri, atıfların APA sistemine uygunluğunun denetimi gibi editoryal amaçlarla sınırlı biçimde kullanılmıştır. Veri seti geliştirme sürecinde ise üretken yapay zekâdan, kodlama şemasının/değişken tanımlarının dilsel olarak netleştirilmesi ve veri şablonunun yapılandırılması ile veri temizleme–tutarlılık kontrol adımlarının planlanmasına dönük yardımcı öneriler alınmış; ancak veri üretimi, etiketleme/kodlama kararları, analiz tercihleri, bulguların yorumlanması ve sonuçların oluşturulması yazar tarafından yürütülmüştür (Yükseköğretim Kurulu, Mayıs, 2024, Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Faaliyetlerinde Üretken Yapay zekâ Kullanımına Dair Etik Rehberi).

EK-1. BETİMSSEL KODLAMA CETVELİ

A) Kod Sözlüğü ve Değerlendirme Eksenleri

Bu cetvel, çalışmada ele alınan uluslararası ve ulusal örneklerin betimsel–karşılaştırmalı çözümlemesi için hazırlanmıştır. Amaç, aynı eksenler üzerinden ilerleyerek kodlamanın izlenebilir, gerekçeli ve yeniden uygulanabilir olmasını sağlamaktır. Bu nedenle her kod ataması, mümkün olduğunda kamuya açık bir kanıtla (kurumsal duyuru, örnek içerik, kılavuz vb.) ilişkilendirilmiş; kanıtın bulunmadığı durumlarda “Belirsiz” kodu tercih edilmiştir.

Eksen	Açıklama	Kanıt türü (öncelik)
Amaç (hız/ölçek/erişilebilirlik)	Uygulamanın hedefi ve kurumsal iş değeri (hız, hacim, kapsama, erişilebilirlik).	Kurumsal duyuru/PR, ürün/servis açıklaması
Çıktı niteliği (doğruluk/bağlam)	Üretilen çıktının doğruluk güvenceleri ve bağlam derinliği.	Örnek içerik, editoryal kılavuz, hata/düzeltilme notları
Yönetişim (şeffaflık/insan gözetimi/denetim izi)	Okura dönük etiketleme/şeffaflık; editoryal onay/gözetim noktaları; kayıt tutma ve izlenebilirlik (audit trail).	Etiket/uyarı metni, kılavuz, süreç dokümanı
Teknoloji–iş akışı	NLG/NLP/ASR vb.; insan-döngüde (HITL) tasarım; eşik/istisna kuralları; kontrol noktaları.	Teknik tanım, iş akışı açıklaması
Uyum	Veri lisansı; KVKK–GDPR ilkeleri; üçüncü taraf aktarım (DPA/SCC) ve saklama–imha yaklaşımı.	Uyum politikası, sözleşme/ilke beyanı, gizlilik notu

B) Kod Değerleri ve Karar Kuralları

B.0. Kanıt Notu Zorunluluğu

Her vaka için her ekseninde kod verilirken, kodun yanına kısa bir kanıt notu eklenir (ör. “kurumsal PR duyurusu”, “örnek içerikte etiket var”, “kamuya açık açıklama yok”). Bu not, “kodlamanın değerlendirme mantığı”nı görünür kılar ve öznel yorum izlenimini azaltır.

B.1. Amaç: Düşük / Orta / Yüksek (Operasyonel karar kuralı)

Amaç eksenini, üç gösterge üzerinden birlikte değerlendirilir:

- Kapsam göstergesi:** Pilot/tek birim mi, birden çok birim/akış mı, kurum geneline yayılım mı?
- Süreklilik göstergesi:** Dönemsel/deneme mi, düzenli kullanım mı, standartlaşmış süreç mi?
- Kurumsal değer göstergesi:** Hız/hacim/kapsama/erişilebilirlik gibi somut “iş değeri” iddiası var mı?

Değer	Kapsam	Karar kuralı (kısa)
Düşük	Sınırlı pilot / tek akış	Pilot/deneme dili; sınırlı akış; kurumsallaşma göstergesi yok.
Orta	Birden çok akış / belirgin kazanım	Düzenli kullanım + birden fazla işlev/akış; ölçülebilir kazanım iddiası var.
Yüksek	Yaygın uygulama / ölçek etkisi	Kurum ölçeğinde standartlaşma; yüksek hacim/kapsama; "iş değeri" kurumsal söylemde merkezde.

B.2. Çıktı Niteliği: Düşük / Orta / Yüksek (Doğruluk + Bağlam bileşenlemesi)

Çıktı niteliği, iki alt göstergenin birlikte okunmasıyla belirlenir:

- **Doğruluk güvencesi göstergesi:** editör kontrolü, çift doğrulama, eşik/istisna yönetimi, düzeltim protokolü vb.
- **Bağlam indeksi (0–3):** aşağıdaki B.4'e göre puanlanır.

Değer Karar kuralı

Düşük Doğruluk güvencesi açık değil **ve/veya** bağlam indeksi 0–1 düzeyinde.

Orta En az bir doğruluk güvencesi işaretlenmiş **ve** bağlam indeksi 1–2 düzeyinde.

Yüksek Çoklu doğruluk güvencesi (kontrol noktaları belirgin) **ve** bağlam indeksi 2–3 düzeyinde.

B.3. Yönetişim Bileşenleri: Var / Yok / Belirsiz (kayıtlı karar mantığı)

"Belirsiz" kodu, uygulamanın olmadığı anlamına gelmez; kamuya açık kaynaklarda doğrulanabilir kanıt bulunmadığını ifade eder. "Yok" kodu ise yalnızca açık biçimde yokluğu gösteren kanıt olduğunda kullanılır (ör. "etiketleme yapılmadığı" beyanı gibi). Aksi hâlde "Belirsiz" tercih edilir.

Bileşen	Var (kanıt eşiği)	Yok (kanıt eşiği)	Belirsiz
Şeffaflık	Okura dönük etiket/uyarı metni veya açık politika/kılavuz	Etiketleme yapılmadığına dair açık ifade	Kamuya açık kanıt yok
İnsan gözetimi	Editör onayı / çift doğrulama / eşik-istisna yönetimi açıkça belirtilmiş	İnsan denetimi olmadığına dair açık ifade	Kamuya açık kanıt yok
Denetim izi	Log/CMS kayıtları, sürümleme, yayın–düzeltim günlükleri açıkça tanımlanmış	Kayıt tutulmadığına dair açık ifade	Kamuya açık kanıt yok

B.4. Bağlam İndeksi: 0–3 (yardımcı gösterge)

Puan	Tanım	Örnek göstergeler
0	Bağlam yok	Skor/sonuç/bilgi notu; arka plan yok
1	Minimal bağlam	En az 1 arka plan cümlesi
2	Orta bağlam	En az 1 paragraf; 1–2 kaynak/atıf
3	Zengin bağlam	2+ kaynak; uzman/kurum alıntısı; bağlam derinliği

B.5. Kanıt Türleri (öncelik sırası)

Kodlamada mümkün olduğunca birincil kaynak (kurumsal duyuru/PR) esas alınır; diğer kaynaklar destekleyici olarak not edilir: kurumsal duyuru/PR, örnek içerik/ekran etiketi, editoryal kılavuz, meslekî analiz, akademik çalışma, sektörel haber/rapor, teknik doküman.

C) Kodlama Prosedürü ve Güvenirlik

Kodlama iki aşamada yürütülür. İlk aşamada her vaka için eksenler doldurulur ve her kodun yanına kısa bir kanıt notu eklenir. İkinci aşamada aynı kodlama, iki hafta arayla yeniden yapılarak (test–retest) tutarlılık kontrolü gerçekleştirilir. Tutarlılık, “Var/Yok/Belirsiz” eksenlerinde yüzde uyum; “Düşük/Orta/Yüksek” eksenlerinde ise yüzde uyum ve uyumsuzlukların gerekçeli notları üzerinden raporlanır. İmkân bulunan durumda, vakaların en az %20’lik bir alt kümesi bağımsız ikinci bir kodlayıcı tarafından kodlanır ve kodlayıcılar arası uyum (ör. Cohen’s kappa) raporlanır.

Not: Çalışma ikincil ve kamuya açık veriye dayandığından, güvenirlilik yaklaşımı “nesnel ölçüt + kanıt notu + tutarlılık kontrolü” kombinasyonu üzerinden yapılandırılmıştır.

D) Kodlama Sayfası (Örnek Satırlar)

Not: Aşağıdaki satırlar örnektir; “Uyum” ve “Denetim izi” gibi alanlarda kamuya açık kanıt yoksa “Belirsiz” kodu tercih edilmiştir.

Örnek/Kurum	Amaç	Çıktı niteliği	Şeffaflık	İnsan gözetimi	Denetim izi	Teknoloji-iş akışı	Uyum	Kanıt notu (kısa)
AP (NLG–finans)	Yüksek	Yüksek	Var	Var	Belirsiz	Wordsmith + Zacks; eşik/istisna + editör kontrol noktaları	Var/Belirsiz*	Kurumsal açıklama + örnek içerik etiketi
Reuters desteği	(karar Orta	Orta	Belirsiz	Var	Belirsiz	Lynx Insight; öneri kartı; editoryal karar insanda	Belirsiz	Süreç/kılavuz vurgusu; okura dönük etiket kanıtı sınırlı
WaPo (Heliograf)	Yüksek	Yüksek	Var	Var	Belirsiz	Şablon tabanlı mikro-haber; istisna yönetimi	Belirsiz	PR duyurusu var; log/sürüm ayrıntısı yok
Ulusal Ajans (anonim)	A Orta	Orta	Belirsiz	Belirsiz	Belirsiz	NLP + görsel etiketleme; arşiv otomasyonu	Belirsiz	Kamuya açık ayrıntı sınırlı
Ulusal Yayıncı (anonim)	B Orta	Orta	Var	Belirsiz	Belirsiz	ASR + eşzamanlı çeviri; sözlük/süpervizyon	Belirsiz	Ekranda “otomatik altyazı” ibaresi
Ulusal Ajans (anonim)	C Orta	Düşük	Var	Belirsiz	Belirsiz	NLG rutin özet; olası eşik onayı	Belirsiz	Otomatik ibare görünür; süreç ayrıntısı yok

* “Uyum”un Var yazılabilmesi için kamuya açık uyum beyanı/politika kanıtı gerekir; yoksa Belirsiz.

Küreselliğe Yönelik Tüketici Tutumunun Küresel Markaları Tercih Etme Üzerindeki Etkisinde Küresel İtibarın Düzenleyici/Aracı Rolü

Role of Consumer attitudes towards globality on Tendency of Preferring Global Brands Moderating Role of Firm Reputation

Hüseyin ALKIŞ  ^a

^a Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi, huseyin.alkis@gop.edu.tr

ÖZET

Bu araştırma, kimlik teorisi temelinde küresel tüketim kültürüne meyiletmenin küresel marka tercihi üzerindeki etkisini ve küresel marka imajının düzenleyici (*Moderating*) rolünü irdelemeyi amaçlamaktadır. Araştırma kapsamında, küresel marka kullanıcılarından oluşan 318 katılımcı üzerinden araştırma hipotezleri test edilmiştir. Araştırma sonucunda küresel tüketim kültürüne duyarlılığı temsil eden hem kalite hem sosyal prestij değişkenlerinin her ikisinin de küresel marka tercihini pozitif ve anlamlı yönde etkilediği görülmüştür. Benzer şekilde, kalite prestijinin firma itibarını pozitif ve anlamlı yönde etkilediği tespit edilmiştir. Firma itibarının küresel ve sosyal prestij değişkenleri ile küresel marka tercihi ilişkisinde oynadığı düzenleyici değişken analizi sonucunda, firma itibarının yalnızca kalite prestijinin küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüştür. Sosyal prestijin küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde ise firma itibarının herhangi bir düzenleyici etkisi tespit edilmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Küreselliğe Yönelik Tüketici Tutumu, Küresel Markalar, Küresel Firma İtibarı

Gönderme Tarihi: 12 Aralık 2025

Kabul Tarihi: 07 Mart 2026

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

This research, based on identity theory, aims to examine the moderating role of global brand image on the impact of global consumer culture orientation on global brand preference. The research hypotheses were tested with 318 participants consisting of global brand users. The study found that both quality and social prestige, representing sensitivity to global consumer culture, positively and significantly influenced global brand preference. Similarly, quality prestige was found to positively and significantly influence firm reputation. Analysis of the moderating role of firm reputation in the relationship between global and social prestige variables and global brand preference revealed that firm reputation was only significantly related to the impact of quality prestige on global brand preference. No moderating effect of firm reputation was identified in the impact of social prestige on global brand preference.

Keywords: Consumer attitudes towards globality, Global Brands, Firm Reputation

Received: 12 December 2025

Accepted: 7 March 2026

Article Classification: Research Article

Önerilen Atf/Suggested Citation

Alkış, H. (2026). Küreselliğe Yönelik Tüketici Tutumunun Küresel Markaları Tercih Etme Üzerindeki Etkisinde Küresel İtibarın Düzenleyici/Aracı Rolü, İşletme Akademisi Dergisi, 7 (1), 23-38.

1. Giriş

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği tüketici meyillerindeki dönüşüm (Berry, 2008), uluslararası markalara yönelik meyli geliştirilme olup, küresel markalara yönelik meylin itici gücünü oluşturan mekanizmanın bilgi külliyatında irdelenmesine yönelik ivmeyi arttırmıştır (Cleveland vd., 2015). Kültürel değerler tüketim alışkanlıklarında farklılığa yol açtığı (Park ve Rabolt, 2009) için, küresel markaların küresel tüketici gruplarınca ayırt edilmesi olağandır (Strizhakova vd., 2008; Bartsch vd., 2016). Bu bakımdan, küresel markalara yönelik talebin gelişmesinde rol oynayan faktörler arasında temel etmenin küresel markaların oluşturduğu öncelikli hissetme algısının olduğu literatürde vurgulanmasına (Davvetas vd., 2022) karşın, söz konusu değerlerin hangi yönüyle farklılık oluşturduğuna yönelik ampirik araştırma gereksiniminin, henüz giderilmediği görülmüştür (Bartsch vd., 2016; Makri vd., 2019). İlgili literatür, küresel tüketim kültürünün materyalizm odaklı değer yargularının toplumlara aşılması suretiyle (Cleveland vd., 2016) oluşan ön plana çıkma ve prestij sahibi olma ihtiyacının (Medina-Rodríguez vd., 2019) küresel markalara yönelten esas etmen olduğuna yönelik iddiaları barındırmaktadır. Bu iddianın ampirik olarak doğrulanma gereksinimini sağlayan araştırma sayısı oldukça sınırlıdır (Lawrence, 2012; Zhou et al 2008). Bilhassa gelişmekte olan ülkelerde küresel tüketim kültürünün küresel marka tercihi üzerinde oynadığı belirleyici role yönelik çeşitli iddialar söz konusudur (Cleveland ve Laroche, 2007; Cleveland vd., 2016). Bu ve bunun gibi çeşitli kavramların küresel marka tercihinin açıklamada kullanıldığı görülmüştür (Bartsch vd., 2016). Ancak, küresel tüketim kültürü bunlar içerisinde merkezi planda yer alan temel kavram pozisyonundadır (Cleveland ve Laroche, 2007). Ancak, gelişmekte olan ülkeler üzerinde küreselleşmeye yönelik tutumun marka tercihi üzerindeki etkisini irdeleyen araştırma sayısı sınırlıdır (Aprilia, 2024; Bo vd., 2024; Girish vd., 2024; Ruswanti et al., 2016; Utami & Oktavia, 2024).

İtibar, soyutluk düzeyi yüksekliği nedeniyle disiplinler arası bir bakış açısıyla irdelenme gerekliliği olan ve farklı disiplinlerden çalışmaları gerektiren bir araştırma alanıdır (Shenkar ve Ephraim, 1997). Prestij veya itibar sahibi olma meylinin tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisinin küresel tüketim kültürünü, dolayısıyla küresel marka tercihinin açıklayan öncül niteliğinde olduğu (Medina-Rodríguez vd., 2019) ve temelinde kendini gerçekleştirme güdüsünün yattığı küresel marka odaklı literatürün esasını oluşturmaktadır (Baudrillard, 1998; Featherstone, 2007). İlgili literatür, küresel marka tercihinin sonuçlarını ilgilendiren araştırmalar üzerine ağırlık kazanmış olup, ilgili kavrama sevk eden öncüllere yönelik araştırma sayısı sınırlıdır (Cleveland, 2018). Bu öncüller içerisinde ise firma itibarının temel nitelikte rol oynadığı iddiasının (Arnould ve Thompson, 2005; Medina-Rodríguez vd., 2019) yeterli oranda irdelenmediği görülmüştür. Bu araştırmaları içerisinde ise, firma itibarının ağırlıklı olarak işgören perspektifinden ele aldığı (Held, 2020; Kang ve Barlett, 2013; Šulentić vd., 2017) görülmüş olup, marka eğiliminin tüketici gözünden değerlendirildiği araştırma sayısı sınırlıdır. Bahsedildiği üzere, küresel markaların tüketici perspektifinden ele alındığında tercih edilmesine sevk eden esas unsur kendini gerçekleştirme (Baudrillard, 1998; Featherstone, 2007) ve öncelikli hissetme (Davvetas vd., 2022) faktörleri olarak vurgulanmıştır. Bu ise, markanın bireye sunduğu prestij algısıyla yerine getirilmektedir (Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Friedman, 1990; Gains, 2013). Prestij algısının tüketici perspektifinden küresel markalara tercih etme meyli üzerinde oynadığı bu denli role rağmen, ilgili literatürde söz konusu ilişki ağının irdelendiği bir araştırmaya rastlanılmamıştır. Literatürün söz konusu ilişki ağını, küresel markalardan ziyade genel anlamda marka tercihi oluşturduğu (Erdoğan ve Büdeyri-Turan, 2012; Tsiotsou, 2006) görülmüştür. Tüm bu sebepler doğrultusunda, ilgili araştırma küresel markaları tercih etme meylini açıklamada firma itibarı ve prestij kavramlarının öncül rollerini irdelemeyi amaç edinmiştir. İlgili amaç ekseninde kimlik, tutum ve sinyal teorisinin argümanlarından yararlanılmak suretiyle araştırma hipotezleri test edilmiştir. Böyle bir araştırmanın gerçekleştirilmesi, ilgili bilgi külliyatı ile birlikte pratik anlamda sektöre yönelik çeşitli katkılar sunacaktır. Araştırma hipotezlerinin test edilmesiyle ortaya konulan bilgi, literatürün bu zamana kadar marka üzerinden ortaya koyduğu iddiaların küresel markalar üzerinden doğruluğunu teyit ettiği gibi, kendini gerçekleştirme ve farklılaştırma iddialarının küresel marka tüketim meylini oluşturduğu iddiaları, sosyal ve kalite prestiji gibi değişkenlerin küresel marka tercihi üzerindeki rolünü ortaya koyma suretiyle ampirik olarak ortaya konulmuş olacaktır. İmajın farklı cihetleri ile küresel markalara yönelik meylin irdelenmesi, küresel markaların pazarlama faaliyetlerini gerçekleştireceği Pazar segmentlerini belirlemesinde kolaylık sağlayıcı bilgiye erişmelerini sağlayacağı gibi yerel markaların da hangi Pazar segmentleri üzerinden kaynak israfını en aza indirgeyici stratejileri sahaya sürmelerinde kolaylık sağlayıcı bilgiye erişmelerini mümkün kılacaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Küresel Tüketim Kültürü

Tüketim kültür teorisi, tüketim kültürünün karmaşıklığından kaynaklanan sorunları giderme amacıyla geliştirilmiş bir araştırma sahasını temsil etmektedir (Arnould ve Thompson, 2005). Söz konusu kültür, endüstri devriminin toplumların hayatına tüketim alışkanlıklarını bir norm olarak yerleştirmesiyle kendisini göstermiştir. Bu süreçte, toplumlar küresel tüketim kültürü ile tanışmışlardır. Küresel tüketim kültürü, sanayileşme sonrasında üretim çıktılarının kitlesel anlamda ivme kazanması neticesinde, elde edilen çıktının tüketim nezdinde karşılık bulmasına adına kitlelerin kendini gerçekleştirme mottosuyla gerçekleştirilen ve hayat standartlarındaki yükseliş ile karşılık gören tüketim temelli bir kimlik konumlandırmasıdır (Baudrillard, 1998; Featherstone, 2007; Wearing et al 2013). Küresel tüketim kültürünün norm odaklı temelini, bireylerin kendisini toplum genelinden farklılaştırarak öz benliğini ön plana çıkarma arayışı oluşturmaktadır (Maffesoli, 1996). Bu ise, endüstri devrimi sonrasında toplumların tüketim kalıplarını değiştirmek amacıyla lanse edilen pazarlama çabalarının bir çıktısı olarak kabul edilmektedir (Chen ve Jiang, 2021).

Teorik bir önerme olarak ortaya çıkmış olan kavram, artan göç hareketleri ve yaygınlaşan bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla gözlemlenebilir bir olgu haline gelmiştir (Zhou vd., 2009). Fenomenoloji dünyasında karşılık bulan tüketim odaklı kimliğin literatürdeki karşılığı Cleveland ve Laroche (2007)'ün küresel tüketim kültürüne kültürleşme modeli ile karşılık görmüştür. Küresel tüketim kültürü, sembolik ve materyalistik kaynaklar ile anlam kazanan yaşam ilişkilerinin Pazar araçları ile gerçekleştirildiği bir toplum düzeni şeklinde tanımlanmaktadır (Arnould ve Thompson, 2005: 869). Birkaç on yıl önce Asya-Pasifik toplumlarında amprik olarak doğrulanmış olan kültür odağının yayılım ivmesi (Dholakia ve Talukdar, 2004; Zhou vd., 2008), günümüz dünya milletlerinin tamamı üzerinde iz bırakmıştır (Özekici ve Ünlüönen, 2019). Küresel tüketim kültürünün yayılım gücünün temelinde, toplumlara sağladığı nüfuz ve ürünler ile sağlanan işlevselliğin yer aldığı düşünülmektedir. Tüm bu özellikler ise, küresel marka imajının temel bileşenlerini oluşturmaktadır. (Nobre vd., 2022).

3. Hipotez Gelişimi

3.1. Kalite-Sosyal Prestij ve Küresel Marka Tercih

Kalite prestiji, tüketicinin bir ürünün diğerlerine kıyasla algıladıkları üstünlük şeklinde tanımlanmaktadır (Zeithaml, 1988). Prestij, firma yönüyle irdelendiğinde, literatür genelinde farklı kavramlar altında izah edilegelmiştir. Kavramın soyutluk düzeyinin yüksek olması nedeniyle tanımlanması güç olagelmıştır (Shenkar ve Ephraim, 1997). Sosyal prestij, sosyal açıdan değerli alanlarda yüksek düzeyde beceri veya başarıya sahip olan ve bu sayede başkaları tarafından saygı ve hürmetle muamele gören bireylere atfedilen bir statü olarak tanımlanır (Chellappoo, 2021). Küresel markalar genellikle "birden fazla ülkede pazarlanan ve bu ülkelerde genel olarak küresel olarak tanınan" markalar olarak tanımlanır (Steenkamp, Batra ve Alden 2003: 54).

Kimlik teorisinin temel argümanı, bireylerin ön plana çıkardıkları kimliğe uyumlu olarak tüketim davranışlarını yönlendirdikleri üzerinedir (Tajfel ve Turner, 2004). Benzer şekilde, tutum teorisi, bir objeye yönelik tutumun, o objeye yönelik davranış üzerinde belirleyici rol oynadığını iddia etmektedir (Ajzen ve Fishbein, 2000). Bu bağlamda, küreselleşmeye yönelik olumlu meyle sahip olmanın küresel markalara yönelik tutum üzerinde belirleyici rol oynadığı iddia edilmektedir (Bartsch vd., 2016). Bu iddianın temelinde markaların temsil ettiği sembolik rol yatmaktadır. Buna göre, kendisini küresel kültürün bir parçası olarak kabul eden bireyler için küresel markaları tercih etme, bu küresel kimliğe yönelik bağlılığı kanıtlayan bir unsur görevi görmektedir. Zira bu markalar, küresel kimliğe yönelik bir sembol olarak temsil kabiliyeti taşımaktadırlar (Strizhakova vd., 2012'den aktaran Bartsch et al., 2016). Bu semboller kimliği yansıtanın ötesinde, söz konusu kültür grubuna yönelik güven duygusunun marka üzerinden aktarılmasını sağlamaktadır (Religia vd., 2024). Bu güven duygusu esasında kimlik ile eşleştirilen markalara yüklenen üstün meziyetler ile açıklanmaktadır (Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Gains, 2013). Zira küresel markalar, yerel ve küresel çekim unsurlarının entegre edilerek marka çekiciliğinin yükseltildiği bir sembol olarak ifade edilmektedir (Göttlich, 2022). Kimliğin ait olduğu grubun taşıdığı üstün meziyetler markalar üzerinden temsil edildiği gibi markalar üzerinden aktarılmaktadır. Bu da, küresel markaların toplumsal prestije ve kaliteli ürün tercihi, dolayısıyla içsel grubun dışsal gruba göre üstün meziyetlere sahip olduğu algısını (Snider vd., 2013)

tüketim alışkanlıkları üzerinden göstermektedir. O nedenle, prestije sahip olma meyli küresel markaların tercih edilmesine neden olmaktadır (Friedman, 1990). O sebeple, küresel markaların tercih edilmesinde kalite ve sosyal prestij algılarının kimliği çağrıştıran birer sembol görevi göreceği söylenebilir. Konuyla ilgili literatür irdelendiğinde, akıllı telefon (Girish vd., 2024), yazılım (Aprilia, 2024), çevrimiçi kıyafet (Bo vd., 2024), ayakkabı (Ruswanti vd., 2016), motorsiklet (Utami & Oktavia, 2024), perakende alışveriş (Religia vd., 2024) tercihinde kalite algısının satın alma meyli üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Yine, markalara yönelik kalite ve prestij algısının markaya yönelik satın alma meyli (Tsiotsou, 2006) ve marka sadakati üzerinde rol oynadığı Türkiye örneğinde (Erdoğan ve Büdeyri-Turan, 2012) teyit edilmiştir.

H₁: Kalite prestiji küresel markaları tercihi pozitif yönde etkilemektedir.

H₂: Sosyal prestij, küresel markaları tercihi pozitif yönde etkilemektedir.

3.2. Sosyal Prestij ve Firma İtibarı

Sosyal prestij, ait olunan donanımlar vesilesiyle bir unsur veya bireye yüklenen statüyü ifade etmektedir (Chellappoo, 2021). Firma itibarı, 1980'li yıllardan bu yana, imaj, statü ve marka denkliği gibi kavramlardan ayırt edilme gayretiyle tanımlama sürecine dahil edilmiştir. Buna karşılık, kavramın tanımlanması noktasında literatürde hemfikir olunan bir nitelik dizesi söz konusu değildir (Olegario and McKenna, 2013). Buna karşılık, literatür genelinde en sık kullanılan tanım, "Bir şirketin, kaynaklar için rekabet ettiği bir referans şirket grubuna kıyasla belirli bir paydaş grubu için firmanın algılanan çekiciliği" şeklindedir (Fombrun, 2012: 100). Sosyal prestij ise firmanın niteliği ile ilgili algılanan statünün yansıttığı prestiji ifade etmektedir (Chellappoo, 2021).

Sosyal prestij firmaların itibarını açıklamasının temelinde işlevselliğin yattığı ve ürünün prestij olarak kattığı algının temelinde söz konusu markanın işlev niteliğinin gerekli standartların üzerinde olduğu algısının yattığı düşünülmektedir (Chung, 1999). Bu da, söz konusu markaya yönelik itibarı iyileştirmektedir (Zaheer vd., 2023). Öte yandan sosyal prestij olgusu, işlevselliğin ötesinde kültür bileşenlerini de kapsamaktadır (Zhou vd., 2008). Bu bağlamda, küresel tüketim kültürünün temel önermesi, küresel markaların kullanıcılara bir statü sunduğu yönündedir. Söz konusu statüyü edinebilme ise toplumsal prestiji sağlama meylinde olan kişiler için önem arz etmektedir (Arnould ve Thompson, 2005). Nitekim, kimlik teorisine göre iç-gruba ait unsurlar, dış gruba ait unsurlara kıyasla üstün olarak algılanmaktadır (Tajfel ve Turner, 2004). Markanın küresel olması, uluslararası platformların geneline yayılmış dağıtım ağı ve medya ağının etkin kullanımı gibi unsurlar nedeniyle itibarı açıklayan bir prestij kaynağı görevi üstlenmektedir (Aaker ve Joachimsthaler, 1999; Zakaria vd., 2020). O sebeple, küresel markaları bir sosyal prestij olarak görme meyli, küresel markaların sunduğu itibarı açıklayacaktır.

Markaya yönelik prestij algısının firma itibarı üzerinde etkili olduğu işgörenlerin firma algısı üzerinden geçmiş yıllarda teyit edilmiştir (Held, 2020; Kang ve Barlett, 2013; Šulentić vd., 2017). Benzer şekilde, kamu kurumlarının sosyal prestijinin firma benzeri bir itibar etkisi oluşturması, yerel halk (Certo, 2003) ve üniversite öğrencileri (Sung ve Yang, 2008) örneklemi üzerinden teyit edilmiştir. Tüketici cihetinden ilgili literatürün kapsamı irdelendiğinde, kafe sektörü (Samsa, 2023), konularında firmanın çağrıştırdığı prestij marka itibarını yükselttiği sonucu elde edilmiştir.

H₃: Sosyal prestij, firma itibarını pozitif yönde etkilemektedir.

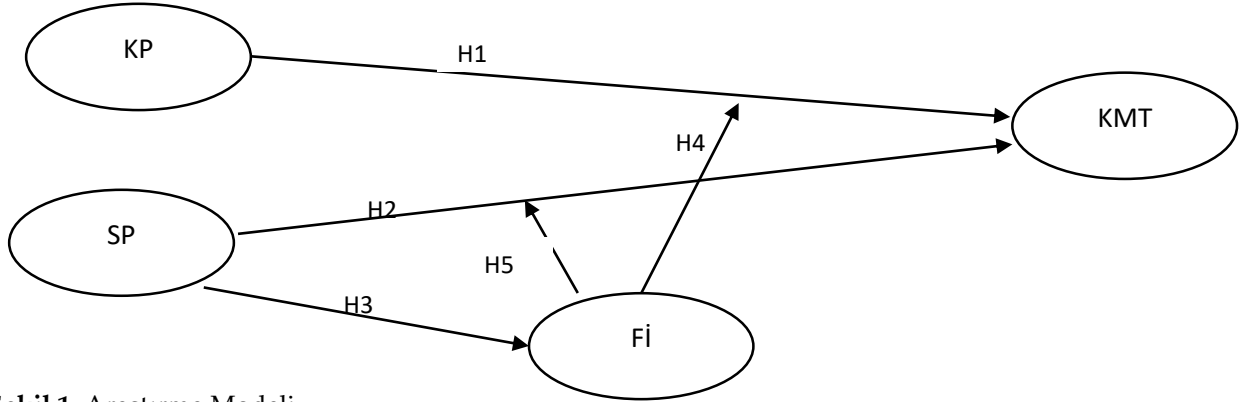
3.3. Düzenleyici Bir Değişken Olarak Firma İtibarı

Firma itibarı firmanın paydaşlar nezdinde algılanan çekiciliğini ifade etmektedir (Fombrun, 2012). Sinyal teorisine göre firma itibarı tüketicilerin ürünlerin niteliği ile ilgili bilgi eksikliğine sahip olduğu durumlarda bir kalite sinyali görevi görmektedir (Spence, 1973). Buna göre, kalite ya da toplumsal statü motivasyonu ile satın alma meylinde bulunan tüketicilerin bilgi asimetrisine maruz kaldığı piyasa koşullarında, küresel markaların bu statü duygularını teşiz etmelerine rağmen, satın alma motivasyonlarının gereğini yerine getirmeyi garanti altına almak adına, bu garantiyi işaret eden markaları tercih etmektedirler. Zira, Bir firma ya da markanın sahip olduğu itibarın temelinde yüksek kaliteli işçiliğin marka tarafından sağlandığı algısı yatmaktadır. Yine, kimlik teorisine göre, birey iç grup olarak kabul ettiği unsurların dış grup unsurlarından üstün olduğuna inanmaktadır (Tajfel ve Turner, 2004). Küresel markalar, söz konusu itibar düzeyini, dünya geneline dağılım potansiyelleri, küresel medya ağları ve bilinirlikleri aracılığıyla bu algıyı temin etmiş

durumdadır (Johansson ve Ronkainen, 2005). O sebeple, firma itibarının, kalite ve sosyal imajın, küresel markaları tercih etme meyli üzerindeki katsayıyı arttırıcı bir etkide bulunacağı ve yüksek firma itibarının, küresel markaların tercihi üzerindeki kalite ve sosyal prestij değişkenlerinin belirleyicilik güçlerini arttıracağı söylenebilir. Literatürde firma itibarının, satın alma niyetini arttırdığına yönelik farklı örneklemeler üzerinden elde edilmiş deliller yer almaktadır (Çakır & Eser, 2023). Bu bakımdan, belirli milletlere ait markaların sahip oldukları marka itibarının, o marka satışlarını dolaylı yönden arttırdığı bulgusu (Zhao, 2022) bunlardan biridir. Yine, firma itibarının satın alma niyeti üzerinde, diğer değişkenlerin satın alma niyeti üzerindeki katsayıyı arttırıcı yöndeki etkisini irdeleyen araştırma sayısı ise sınırlıdır. Bu bağlamda Chatterjee vd. (2023) lüks markaların tercih edilmesinde, diğer değişkenlerin markanın tercih edilmesi üzerindeki etkisinde statü gibi değişkenlerin düzenleyici rol oynadığını ortaya koymuş iken Wang vd. (2021), sosyal sorumluluk faaliyetlerinin markalara ait ürünleri satın alma meyilleri üzerinde marka itibarının aracı rol oynadığını tespit etmiştir. Benzer şekilde, marka itibarının satın alma niyeti üzerindeki etkide, ağızdan ağıza iletişimin etki katsayısını arttırdığı tespit edilmiştir (Hussain vd., 2024). Sosyal statü arayışının marka tercihi üzerindeki etkisinde marka kimliğinin aracı rol oynadığı Çin’li tüketiciler üzerinden teyit edilmiştir (Pan, 2024). Tüm bu araştırma bulgularının öncülü, Joe vd. (2017) tarafından, marka prestijinin oluşturduğu değer tüketicilerin satın alma meylini yükselttiği şeklinde açıklanmıştır. Tüm bu deliller esas alınarak, firma itibarının, küresel markaların tercih edilme niyeti üzerinde, kalite ve sosyal prestijlerinin etkisi üzerinde düzenleyici rol oynayacağı söylenebilir.

H4: Firma itibarı kalite prestijinin küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde düzenleyici rol oynamaktadır.

H5: Firma itibarı, sosyal prestijin küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde düzenleyici rol oynamaktadır.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Kısaltmalar: KP: Kalite prestiji, SP: Sosyal prestij, Fİ: Firma itibarı, KMT: Küresel marka tercihi

4. Yöntem

4.1. Veri Toplama Aracı

Bu araştırma, kimlik teorisi temelinde küresel tüketim kültürüne meyletmenin küresel marka tercihi üzerindeki etkisi üzerindeki rolü üzerinde küresel marka imajının düzenleyici rolünü irdelemeyi amaçlamaktadır. Söz konusu araştırma amacını gerçekleştirmek, kavramlar arasındaki etkileşimin düzeyini ortaya koymayı gerektirmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014). O sebeple, araştırma modelinin tasarımının temelini nicel araştırma deseni oluşturmaktadır. Nicel araştırma deseni doğrultusunda oluşturulan ölçek formu bünyesinde birtakım kavramları işlevselleştirmek amacıyla çeşitli ölçeklerden oluşmaktadır. Bu ölçeklerin ilki, küresel tüketim kültürüne yönelik duyarlılığı ifade etmekte olup, ölçeğin geçerlik ve güvenilirlik kriterleri doğrultusunda geçerli sayıltıları uluslararası (Akaka ve Alden, 2010; Makri vd., 2019; Okazaki vd., 2019) ve ulusal düzeyde (Arslandere, 2021) karşılaması örneklem sebebiyle Zhou ve arkadaşları (2008) tarafından geliştirilen küresel tüketim kültürüne duyarlılık ölçeği araştırma modeli kapsamına dahil edilmiştir. Ölçek kalite ve sosyal prestij algısı adıyla bilinen iki alt değişkenden ibaret olup, her bir değişken dörder ifadeden oluşmaktadır. Küresel marka itibarını ölçülebilir hale getirebilme amacıyla Fombrun vd. (2000'den aktaran Nguyen vd. (2021) tarafından geliştirilmiş olan ve altı ifadeden müteşekkil firma itibarı ölçeği Nguyen vd. (2021) tarafından geliştirilmiş olan yine, küresel marka tercihi kavramını ölçmek amacıyla, Lawrence (2012) tarafından geliştirilmiş olan altı ifadeli küresel marka tercihi ölçeği benimsenmiştir. Söz

konusu ölçeğin Türkiye örnekleminin dahil olduğu farklı örneklemeler üzerinde teyit edildiği literatür üzerinden teyit edilmiştir (Camacho vd., 2020; Eroğlu vd., 2024). Ölçekler içerisindeki ifadeler, konu bağlamını yansıtabilecek şekilde uyarlanmıştır. İfadeler Türkçe'ye çevrildikten sonra içerik geçerliliğini teyit etmek amacıyla iki uzman tarafından kontrol edilmek suretiyle ifadelerin yansıttığı anlamın çeviri süreci sonucunda niteliğini yansıttığı ve içerik geçerliliğini sağladığı teyit edilmiştir (Yinhua, 2011). İfadeler 7'li likert formatına uygun bir şekilde tasarlanmıştır.

4.2. Evren-Örneklem ve Veri Toplama Süreci

Araştırma amacının küresel markaların tercih edilmesinin açıklanmasındaki söz konusu unsurların irdelenmesi oluşturduğundan, küresel markaları tercih eden tüketici grupları araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Bu kapsamda, küresel markaların tercih edilmesinde metropollerde ikamet etmenin önemi literatürde vurgulanmaktadır. Bu bakımdan, küresel tüketim kültürünün merkezi olarak ilgili yerleşim birimlerinin bu kültürü yayıcı bir rol oynadığı düşünülmektedir (Miller-Davenport, 2022). O sebeple, Türkiye'nin başkenti olan Ankara ilinde ikamet eden kişiler araştırmanın ulaşılabilir evreni olarak belirlenmiştir. Ulaşılabilir evrenin tamamına ulaşılmasının mümkün olmaması, örneklemin temsil yeterliliği sağlama gücüne başvurmayı bir zorunluluk haline getirmektedir. Temsil yeterliliğinin sağlanması, ulaşılabilir evreni temsil niteliği yeterli düzeyde olan bir örneklem tekniğinin tercih edilmesinde yatmaktadır (Aziz, 2011). Araştırma amacı, küresel markaların tercihine yönelik öncülleri kapsaması nedeniyle, amaçsal örneklem tekniği aracılığıyla ulaşılan verinin araştırma hipotezlerine doğrudan hizmet edeceği tavsiye edilmektedir (Rai veThapa, 2015).

Araştırma hipotezleri temelinde gerekli sayıtları sağlamak üzere örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında kullanılan G*POWER yazılımı, 106 katılımcıyı gerekli örneklem sayısı olarak hesaplamıştır (Faul vd., 2007). Araştırma modelinin test edilmesi için gerekli olan teorik yeterliliği sağlamak amacıyla bu sayının üç katı olan 318 gözlem sayısı gerekli örneklem büyüklüğü olarak tespit edilmiştir (Ringle vd., 2015). Gerekli örneklem sayısına ulaşabilmek adına, ölçüm araçları bünyesinde bulunan ifadeler, çevrimiçi veri toplama araçlarına tanımlanmış, Ankara ilinde ikamet eden ve son on iki ay içerisinde bir küresel markayı tercih etmiş olan katılımcılara bu yolla ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda 5 nisan ve 5 temmuz tarihleri arasında gerçekleştirilen veri toplama süreci, 350 gözlem sayısını beraberinde getirmiştir. Ancak, 32 gözlem sayısında kontrol sorusuna yanlış geribildirimde bulunduğu tespit edilmiş ve araştırma kapsamının dışında bırakılmıştır. Netice olarak 318 katılımcı tarafından eksiksiz doldurulmuş olan veri seti üzerinden araştırmanın analiz süreci gerçekleştirilmiştir.

4.3. Analiz

Veri setinde yer alan ve çevrimiçi veri toplama platformlarından elde edilen gözlemlerin SPSS 27 yazılımına yüklenmesi ve bu şekilde örneklemin tanıtıcı özelliklerinin istatistiksel kayıtlarının elde edilmesi tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında düzenleyici türü analizlerin gerçekleştirilmesinin modele sağladığı keşfedici yön, araştırma modelinin PLS-SEM yazılımı aracılığıyla ve kısmi en küçük kareler yönteminin esas alınmasını gerekli kılmıştır (Uşaklı ve Küçükergin, 2018). Bu kapsamda, ifadelerin reflektif yapıda olması nedeniyle, reflektif ölçüm modeli temelinde analizlerin gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. Tüm değişkenler içerisinde yer alan ifadelerin gerekli geçerlik ve güvenilirlik kriterlerini taşıdığı görülmüştür. Bu nedenle tüm ifadeler ölçüm modeli kapsamında tutulmuştur (Hair vd., 2019).

5. Bulgular

Araştırma verilerinin ilk kısmını katılımcıların tanıtıcı özellikleri oluşturmaktadır (tablo 1).

Tablo 1: Katılımcıların karakteristik özellikleri

Tür	Karakteristik	Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Erkek	210	66,0
	Kadın	108	34,0
Eğitim	İlköğretim, Ortaöğretim ve Lise	21	6,6
	Önlisans veya Lisans	208	65,4
	Lisansüstü	89	28,0

	18-25	17	5,3
	26-34	75	23,6
Yaş	35-44	76	23,9
	45-55	115	36,2
	56 ve üzeri	35	11,0
	22.000 tl'den düşük	18	5,7
	Asgari ücret (22.000 tl)	17	5,3
Gelir	23.000-50.000 tl arası	87	27,4
	50.001-100.000 tl arası	169	53,1
	100.001 tl ve üzeri	27	8,5
TOPLAM		318	100

Araştırmaya katılanların belirleyici özellikleri incelendiğinde, erkeklerin (%66), önlisans veya lisans düzeyinde eğitim alanların (%65,4), 45-55 yaş aralığında bulunanların (%36,2) ve 50.001-100.000 tl arasında gelire sahip olanların (%53,1) dağılım içerisinde ağırlık orana sahip olduğu görülmüştür.

5.1. Ölçüm Modeli

Araştırma modeline ait olan hipotezlerin test edilmesinden önce, ifade ve değişkenler ile değişkenler arasındaki istatistiksel ilişkinin incelenmesi, doğrulayıcı analizin kısmı en küçük kareler temelinde gerekli görülmüştür (Hair vd., 2019). Ölçüm modelinin birinci aşamasını oluşturan birleşme geçerliliği değerleri Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Ölçüm Modeli (Birleşme Geçerliliği)

İfadeler	Faktör Yükleri	Cronbach Alpha	CR	AVE
Küresel Tüketim Kültürüne Yönelik Duyarlılık Kalite Prestiji (KP)				
Küresel markalar çok yüksek bir kalite imajına sahiptir.	0.891			
Küresel markalar çok yüksek bir güvenilirlik düzeyine sahiptir.	0.920	0.927	0.948	0.820
Küresel markalar son teknoloji ile ilişkilendirilir.	0.896			
Küresel markalar uzun ömürlü kaliteyle ilişkilendirilir.	0.914			
Sosyal Prestij (SP)				
Küresel markalar kişinin trend imajını ifade eder	0.848			
Küresel markalar en yeni yaşam tarzlarını temsil ediyor.	0.881	0.882	0.919	0.738
Küresel markalar kişinin sosyal imajını simgelemektedir.	0.838			
Küresel markalar prestij simgesi olarak anılmaktadır.	0.869			
Firma İtibarı (Fİ)				
Genel olarak küresel markaların iyi bir itibarı var	0.819			
Küresel markaların bir kuruluş olarak yaygın olduğu bilinir.	0.860			
Küresel markaların yüksek kaliteli ürün ve hizmet sattığı bilinmektedir.	0.777			
Küresel markaların, çalışanların işe alınması ve çalışanlara sağlanan faydalarla ilgili tüm yasalara uyduğu bilinmektedir.	0.857	0.911	0.931	0.692
Küresel markalar, tüm müşterilere tam ve doğru bilgi sağlama konusunda itibara sahiptir.	0.868			
Küresel markalar, iyi toplumsal amaçlara sahip programlara aktif destek vermesiyle bilinmektedir.	0.804			
Küresel Marka Tercih (KMT)				
Küresel markaları almayı tercih ediyorum.	0.886			
Diğer tüm koşullar eşit olduğunda Küresel markalar satın almayı tercih ederim	0.889	0.913	0.933	0.700

Küresel markaları, diğer markalardan daha çok beğendiğimi söyleyebilirim.	0.716
Diğer markaların ürünlerini satın almaktansa, Küresel markalar tarafından yapılmış bir ürünü satın almak bana daha iyi geliyor.	0.787
Anavatanımla kıyaslandığında alışveriş yapmayı tercih ettiğim birçok ülke var.	0.878
Diğer markaların ürünlerinden ziyade Küresel markaları tercih ettiğimi düşünüyorum.	0.850

Tablo 2’de reflektif ölçüm modeli temelinde ele alınmış doğrulayıcı faktör analizine ilişkin değerlere yer verilmiştir. Birleşme ve ayrışma geçerliliklerine has temel değerler (Hair vd., 2019) göz önünde bulundurulduğunda, ifadelerin güvenilirliklerini ortaya koyan faktör yük değerlerinin tamamının kabul edilen oran olan 0.7’nin üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Benzer şekilde içsel tutarlılık değerlerini temsil eden Cronbach Alpha ve Birleşik geçerlilik (Composite Reliability) değerlerinin ifadelerle isabet eden eşiklerinin 0.70’in üzerinde olduğu tespit edilmiştir (Hair vd., 2017). Benzer şekilde, birleşme geçerliliğine has diğer bir değer olan AVE katsayısının tüm değişkenlere isabet eden değerinin 0.50’nin üzerinde olması söz konusu geçerlilik eşliğinin aşıldığı dolayısıyla sağlandığını göstermektedir (Fornell ve Larcker, 1981). O sebeple, analizin bir sonraki aşaması olan ayrışma geçerliliğine geçilmiştir.

Tablo 3: Fornell-Larcker Değerleri (Ayrışma Geçerliliği)

	1	2	3	4
Fİ (1)	0.832			
KMT (2)	0.520	0.837		
KP (3)	0.742	0.635	0.905	
SP (4)	0.750	0.512	0.714	0.859

Kısaltmalar: KP: Kalite prestiji, SP: Sosyal prestij, Fİ: Firma itibarı, KMT: Küresel marka tercihi

Fornell–Larcker değerleri (Tablo 3) incelendiğinde, her bir değişken ile ilgili AVE değer karekökünün diğer değişkenler ile korelasyon katsayısından daha yüksek olması nedeniyle ilgili kriterin sağlandığı görülmüştür (Hair, Risher, Sarstedt ve Ringle, 2019).

Tablo 4: HTMT Değerleri (Ayrışma Geçerliliği)

	1	2	3	4
Fİ (1)				
KMT (2)	0.569			
KP (3)	0.804	0.336		
SP (4)	0.825	0.379	0.784	

Ayrışma geçerliliğine ilişkin HTMT değerleri (Tablo 4) incelendiğinde, değişkenlerin birbirleri ile arasındaki HTMT değerlerinin 0.90’ın altında yer aldığı, dolayısıyla teorik temelde ayrıştıkları görülmüştür (Henseler vd., 2015).

Ölçüm modeline has değerler, modelin hipotez test sürecine uygun değerleri içerdiğini göstermektedir. O sebeple, bir sonraki aşama olan yapısal model sürecine geçilmiştir.

5.2. Yapısal Model

Tablo 5: Yapısal Model Sonuçları

Hipotezler	Etki	Yol Katsayıları	t	Sonuç	VIF	f ²
H ₁	KP→KMT	0.516*	7.316	Desteklendi	2.554	0,179
H ₂	SP→KMT	0.096*	1.366	Desteklendi	2.618	0,006
H ₃	KP→Fİ	0.421*	6.808	Desteklendi	2.042	0,006

R² Fİ=0.649, KMT=0,418, *p<0.05

Q² Fİ=0.440, KMT=0.286

Kısaltmalar: KP: Kalite prestiji, SP: Sosyal prestij, Fİ: Firma itibarı, KMT: Küresel marka tercihi

Hipotez testlerinden önce gerçekleştirilen çoklu eşdoğrusallık değerleri (VIF) incelendiğinde, değişkenlere has söz konusu değerlerin tamamının 5'in altında yer aldığı, dolayısıyla çoklu eşdoğrusallık kriterlerini karşıladığı görülmüştür (Hair vd., 2017). Ayrıca, modelde yer alan bağımlı değişkenler olan KMT ve Fİ değişkenlerinin her ikisinin de yüksek varyans yüzdelere sahip olduğu, dolayısıyla egzogen değişkenlerin endojen değişkenler üzerindeki varyans gücünün etkin düzeyde olduğu görülmüştür. Yine, Q^2 değerinin her iki değişken için 0.25 eşliğinin üzerinde bir değer yakalamış olması, iki değişkenin de açıklanan önem seviyesinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir. Öte yandan f^2 değerleri göz önünde bulundurulduğunda, H1 ilişki örüntüsünün orta düzeyde bir etkiyi barındırdığı görülmektedir. Diğer iki hipotezdeki ilişki düzeyindeki etki ise düşük düzeydedir. Yol katsayılarının anlamlılığının tespit edilmesi amacıyla yinelenen örneklem temelli analiz (bootstrapping), üç hipotezin tamamının istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde ilişkinin varlığını doğrulamıştır.

5.3. Düzenleyici Analiz Sonuçları

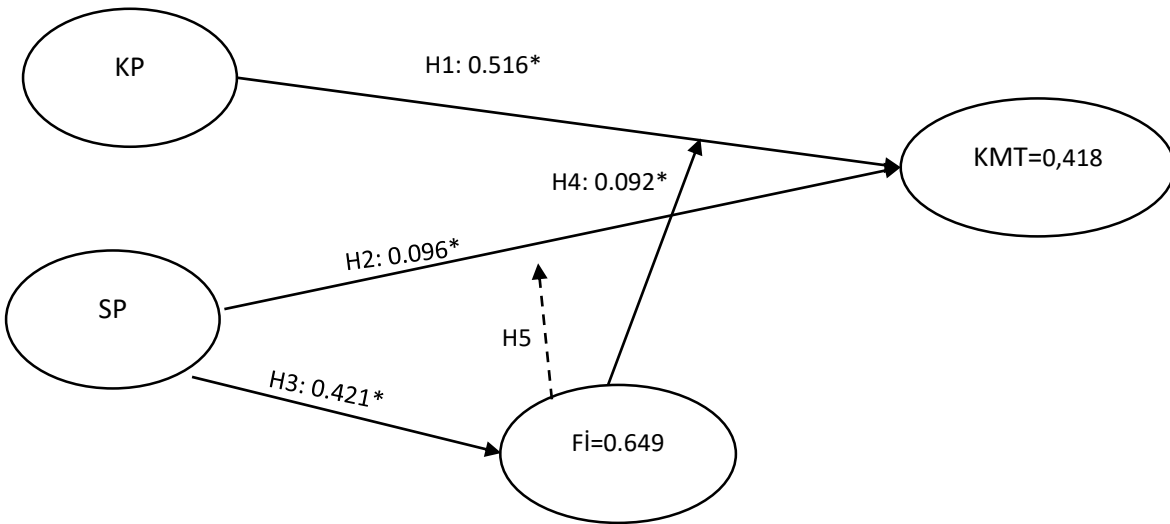
Tablo 6: Düzenleyici Analiz Sonuçları

Hipotezler	İlişki	β	P	95% BC CI	f^2	Sonuç
H4	FİxKP→ KMT	0.092*	0.01	[-0.036;0.221]	0.007	Desteklendi
H5	FİxSP→ KMT	-0.030	0.06	[0.152;0.091]	0.001	Reddedildi

R^2 Fİ=0.649, KMT=0,418 , * $p < 0.05$
 Q^2 Fİ=0.440, KMT=0.286

Kısaltmalar: KP: Kalite prestiji, SP: Sosyal prestij, Fİ: Firma itibarı, KMT: Küresel marka tercihi

Analiz sürecinin bu kısmını, firma imajı değişkeninin düzenleyici rolünü test etmek oluşturmaktadır. Bu kapsamda, düzenleyici değişken iki aşamalı yaklaşım temelinde incelenmiş (Hair vd., 2017) olup, tablo 6'da söz konusu değerlere ilişkin sonuçlar görülmektedir. Bu kapsamda, kalite prestijinin küresel markalar üzerindeki etkisinde firma imajının düzenleyici rolü desteklenmekle (FİxKP→ KMT, $\beta = 0.092$, $p < 0.05$) birlikte, sosyal prestijin aynı değişken üzerindeki etkisinde firma imajının herhangi bir düzenleyici rolü oynamaktan uzak olduğu görülmüştür.



Şekil 1. Araştırma Modeli Hipotez Sonuçları

Kısaltmalar: KP: Kalite prestiji, SP: Sosyal prestij, Fİ: Firma itibarı, KMT: Küresel marka tercihi

6. Sonuç ve Tartışma

Bu araştırma, küresel markaların tercih edilmesinde rol oynayan öncüllerin irdelenmesini konu edinmektedir. Daha özeldense, prestij ve itibar kavramlarının söz konusu davranış meyli üzerindeki etkisi ele alınmış ve itibarın prestijin küresel marka tercihi üzerindeki belirleyiciliği irdelenmiştir.

Araştırma kapsamında ulaşılan ilk sonuç, kalite ve sosyal prestij kavramlarının her ikisinin de küresel marka tercihi üzerinde pozitif ve anlamlı yönde bir açıklama gücüne sahip olduğu yönündedir. Bu sonuç, küresel markaların tercih edilmesinde, markanın zihinlerde bıraktığı kalite ve sosyal odaklı imgelerin önemli düzeyde rol oynadığı anlamına gelmektedir. Böyle bir sonuca ulaşmanın temelinde, küresel markalar ile ilgili toplum nezdinde yerleşmiş olan normların yer aldığı düşünülmektedir. Daha spesifik olarak, küresel markaların, çağrıştırdığı kültürel kimliğin özünde, bu markalara ilişkin yüksek kalite ve prestij odaklı değerleri ihtiva etmesi (Akaka ve Alden, 2010) söz konusu araştırma bulgular erişmenin temelinde yer alan unsur olabilir. Böylece, küresel markaların üstün bir meziyete sahip olduğu (Elliott ve Wattanasuwan, 1998; Gains, 2013) ve kalite ile özdeşleştirildiği (Eryiğit ve Sunaoğlu, 2018; Hussein ve Hassan, 2018) iddiaları ile birlikte bu iddiaların test edildiği farklı (Aprilia, 2024; Bo vd., 2024; Girish et al., 2024; Religia vd., 2024; Ruswanti vd., 2016; Tsiotsou, 2006; Utami & Oktavia, 2024) örneklem ve Türkiye örnekleme (Erdoğan ve Büdeyri-Turan, 2012) üzerindeki benzer araştırma bulguları ampirik yolla ve farklı bir örneklem üzerinden teyit edilmiştir.

Araştırma kapsamında ulaşılan diğer bir sonuç olarak sosyal prestijin firma itibarını pozitif yönde etkilemiş olması, firmanın itibar sağlayıcı bir unsur olarak görülebilmesinde o firmanın tüketiciye sunduğu toplumsal statünün önem arz ettiği anlamına gelmektedir. Bu sonuç, markanın prestij sunması durumunda bir itibar kaynağı olarak görülebileceği algısını ortaya koyan iddia (Zaheer vd., 2023)'yı ve küresel tüketim kültürünün bileşeni olarak görülen markaların sağladığı itibarın esasında toplum içerisinde kullanıcılarına statü sağladığı iddiayı (Arnould ve Thompson, 2005) ampirik olarak desteklemektedir. Böylece, işgörenler (Held, 2020; Kang ve Barlett, 2013; Šulentić vd., 2017) yerel halk (Certo, 2003) üniversite öğrencileri (Sung ve Yang, 2008) ve tüketiciler üzerinden doğrulanmıştır (Samsa, 2023). Prestijin kurumsal itibar üzerinde belirleyici rol oynadığının teyit edilmesi, gelecek araştırmaların prestiji açıklayan öncüllerin irdelenmesi hususundaki araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bağlamda, firma imajının öncül rolünün irdelenmesi, söz konusu ilişki ağının gösteren teorik modelin bir adım öteye götürülmesine vesile olacaktır.

Kalite prestijinin küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde firma itibarının düzenleyici etkinin görüldüğü araştırma sonucu, sosyal imajın küresel marka tercihi üzerindeki etkisinde aynı görevi ifa etmemiştir. Bu sonuç, küresel markalara yönelik firma itibarının, kalite imajının markaları satın alma tercihi üzerindeki etkisinin katsayısını arttırdığı anlamına gelmektedir. Daha açık ifadeyle kurumsal itibara önem veren katılımcılar için markanın sahip olduğu kalite prestiji, söz konusu markaları satın alma meyli üzerinde daha güçlü bir etkide bulunmaktadır. Ancak, firma itibarı değişkeninin etki katsayısının zayıf olması nedeniyle, bu etkinin sınırlı ölçekte olduğunu söylemek mümkündür. Sosyal imaj değişkeni açısından ise aynı düzenleyici etkiye maruz kalma durumunun söz konusu olmadığı söylenebilir. Bu durumun temelinde küresel markaların satın alma niyeti üzerindeki belirleyiciliğinin, markanın çağrıştırdığı prestijden çok kalite garantisinden ileri gelmesi esas teşkil edebilir. Zira, benzer bir örneklem üzerinde küresel markaların itibarından çok güvenilirliğinin satın alma niyetini belirlediği bulgusu (Kazancı ve Başgöze, 2015) ve marka prestijini belirleyen esas unsurun kaliteli işçilik algısı olduğu iddiası (Lee ve Sirgy, 2014) söz konusu çıkarımı desteklemektedir. Öte yandan, firma itibarının sosyal statünün marka tercihi üzerindeki etkiyi artırıcı ölçüde düzenleyici bir rol ifa ettiğini iddia eden araştırma bulguları ile mevcut araştırma bulguları çelişmektedir (Chatterjee vd., 2023; Pan, 2024). Araştırma bulgularının çelişmesinin temelinde araştırmanın diğer araştırmalara kıyasla içinde bulunduğu örneklem farklılığı yatıyor olabilir. Zira, finansal açıdan geçmiş dönemlere kıyasla alım gücündeki gerileme, marka tercihi üzerinde sosyal statüden ziyade kalite algısına verilen önemin etki katsayısını arttırmış olabilir. Diğer taraftan marka güvenilirliğinin marka itibarına kıyasla satın alma niyeti üzerinde belirleyici olma gücünün farklı örneklem üzerinden teyit edilmiş olması (Heidarzadeh Hanzaee & Taghipourian, 2012), gelecek araştırmalarda iki kavramın aynı modeli içerisinde test edilmesi gerekliliğini işaret etmektedir. Sosyal prestij küresel marka tercih ilişkisinde firma itibarının düzenleyici rol oynamaktan uzak olması nedeniyle, gelecek araştırmaların farklı düzenleyici değişkenlerin rolünü irdelemesi literatürdeki bilgi külliyatını bir adım öteye taşıyacaktır. Bu bakımdan, finansal yeterlilik ve daha fazla ücret ödemeye razı olma gibi kavramların ilgili modele dahil edilmesinin bu amaca hizmet

edeceği düşünülmektedir. Benzer şekilde, gelecek araştırmaların küresel bağlılık veya küresel kimlik gibi küresel kültürün farklı yönlerini çağrıştıran kavramlar (Bartsch vd., 2016) ve farklı disiplinler (Özekici, 2023) üzerinden araştırmalarını gerçekleştirmesi, söz konusunun bulgunun evrenselliğine sağlayacağı katkı yönüyle teorik odaklı zenginlik oluşturacaktır.

Kaynakça

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (1999). The lure of global branding. *Harvard Business Review*, 77(6), 137-137.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2000). Attitudes and the attitude-behavior relation: Reasoned and automatic processes. *European Review of Social Psychology*, 11(1), 1-33.
- Akaka, M. A., & Alden, D. L. (2010). Global brand positioning and perceptions: International advertising and global consumer culture. *International journal of Advertising*, 29(1), 37-56.
- Aprilia, Z. Z. (2024). Quality Perception of Spotify's Purchase Intentions in Indonesia. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i5.1061>.
- Arnould, E. J., & Thompson, C. J. (2005). Consumer culture theory (CCT): Twenty years of research. *Journal of consumer research*, 31(4), 868-882.
- Arslandere, M. (2021). Küresel tüketici kültürüyle özdeşleşmenin hedonik ve faydacı alışveriş değeri üzerindeki etkisi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11(2), 699-714.
- Aziz, A. (2011). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri ve teknikleri*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bartsch, F., Diamantopoulos, A., Paparoidamis, N. G., & Chumpitaz, R. (2016). Global brand ownership: The mediating roles of consumer attitudes and brand identification. *Journal of Business Research*, 69(9), 3629-3635.
- Bartsch, F., Riefler, P., & Diamantopoulos, A. (2016). A Taxonomy and Review of Positive Consumer Dispositions toward Foreign Countries and Globalization. *Journal of International Marketing*, 24(1), 82-110. <https://doi.org/10.1509/jim.15.0021>.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths & structures*. (C. Turner, Trans.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Baudrillard, J. (1998). *The consumer society: Myths & structures*. (C. Turner, Trans.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Berry, J. W. (2008). Globalisation and acculturation. *International Journal of Intercultural Relations*, 32(4), 328-336.
- Bo, H., Li, P., & Tan, X. (2024). The effects of quality perception and multisensory perception on purchase intention when consumers shop online. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. <https://doi.org/10.1108/apjml-03-2024-0360>
- Camacho, L. J., Salazar-Concha, C., & Ramírez-Correa, P. (2020). The influence of xenocentrism on purchase intentions of the consumer: the mediating role of product attitudes. *Sustainability*, 12(4), 1647.
- Certo, S. T. (2003). Influencing Initial Public Offering Investors with Prestige: Signaling with Board Structures. *Academy of Management Review*, 28(3), 432-446. <https://doi.org/10.5465/AMR.2003.10196754>.

- Chellappoo, A. (2021). Rethinking prestige bias. *Synthese*, 198(9), 8191–8212. <https://doi.org/10.1007/S11229-020-02565-8>.
- Chen, C., & Jiang, R. (2021). To What Extent Should Emerging Brands Maintain Distinctiveness in the Global Market? The Effect of Brand Isomorphism Level on Brand Evaluation. *Journal of International Consumer Marketing*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/08961530.2020.1870187>
- Chung, S. Y., Schneeweis, T., & Eneroth, K. (1999). Corporate Reputation and Investment Performance: The UK and US Experience. Social Science Research Network. <https://doi.org/10.2139/SSRN.167629>.
- Cleveland, M. (2018). Acculturation to the global consumer culture: Ten years after and agenda for the next decade. *Journal of Global Scholars of Marketing Science*, 28(3), 257-271.
- Cleveland, M., Laroche, M., & Papadopoulos, N. (2016). *Global Consumer Culture and Local Identity as Drivers of Materialism: An International Study of Convergence and Divergence* (p. 479). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-24184-5_119
- Cleveland, Mark and Michel Laroche (2007), "Acculturation to the Global Consumer Culture: Scale Development and Research Paradigm," *Journal of Business Research*, 60 (3), 249-59.
- Cleveland, Mark, José I. Rojas-Méndez, Michel Laroche, and Nicolas Papadopoulos (2015). "Identity, Culture, Dispositions and Behavior: A Cross-National Examination of Globalization and Culture Change," *Journal of Business Research*, doi: 10.1016/j.jbusres.2015.08.025.
- Çakır, B., & Eser, Z. (2023). Beyond Material Possessions: The Interplay among Holistic Thinking, the Diderot Effect, Prestige Sensitivity, and Self-Actualization on Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*. <https://doi.org/10.7176/jmcr/90-02>.
- Davvetas, V., Sichtmann, C., Saridakis, C., & Diamantopoulos, A. (2022). EXPRESS: The Global/Local Product Attribute: Decomposition, Trivialization and Price Tradeoffs in Emerging and Developed Markets. *Journal of International Marketing*, 1069031X2211430. <https://doi.org/10.1177/1069031x221143095>
- Dholakia, U. M., & Talukdar, D. (2004). How social influence affects consumption trends in emerging markets: An empirical investigation of the consumption convergence hypothesis. *Psychology & Marketing*, 21, 775–797.
- Elliott, R., & Wattanasuwan, K. (1998). Brands as symbolic resources for the construction of identity. *International journal of Advertising*, 17(2), 131-144.
- Erdoğan, İ., & Büdeyri-Turan, I. (2012). The role of personality congruence, perceived quality and prestige on ready-to-wear brand loyalty. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 16(4), 399-417.
- Eroğlu Hall, E. L. İ. F., Sevim, N., Najmaldin, G., & Karamaşa, Ç. A. Ğ. L. A. R. (2024). Investigating the effect of consumer xenocentrism on purchase intention for foreign products. *Strategic Management*, 30(2), 22-32.
- Eryigit, C., & Sunaoglu, S. K. (2017). The effects of perceived brand globalness and local iconness on brand prestige and perceived quality: The role of consumers' cultural identity. *Management and Marketing Journal*, 15(2), 7-21.

- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A.-G. ve Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis program for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39(2), 175–191. doi:10.3758/BF03193146
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). London: Sage.
- Featherstone, M. (2007). *Consumer culture and postmodernism* (2nd ed.). London: Sage.
- Fombrun, C. J. (2012). *The building blocks of corporate reputation: Definitions, antecedents, consequences* (ed. Michael L. Barnett and Timothy G. Pollock). The Oxford handbook of corporate reputation, 94, Oxford.
- Fornell, C. ve Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39. doi:10.2307/3151312.
- Friedman, J. (1990). Being in the world: Globalization and localization. *Theory, Culture and Society*, 7, 311–328.
- Gains, N. (2013). *Brand esSense: Using sense, symbol and story to design brand identity*. Kogan Page Publishers.
- Gao, L., Mei, Y., Yang, X., Zhao, C., & Li, D. (2021). Vanity and food waste: Empirical evidence from China. *Journal of Consumer Affairs*.
- Girish, A., Pangabeau, W., & Shashank, M. (2024). The Influence Of Country Of Origin And Quality Perceptions On Purchase Intention (Study At Xiaomi Sales Center - Pekanbaru). *Journal of Geoscience, Engineering, Environment and Technology*, 9(1), 92–99. <https://doi.org/10.25299/jgeet.2024.9.1.19196>
- Göttlich, S. (2022). The Coalescence Effect: How a Combination of Foreign and Local Appeals Enhances Customer Engagement Through Perceived Brand Globalness. *Journal of International Marketing*, 31(1), 49–68. <https://doi.org/10.1177/1069031x221134495>
- Gürbüz, S., & Şahin, F. (2014). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 271, 74-82.
- Hair, F. H., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (Eighth Edi.). Andover: Cengage.
- Hair, J., Hult, G. T. M., Ringle, C. M. ve Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2. bs.). Los Angeles: Sage.
- Hair, J., Risher, J. J., Sarstedt, M. ve Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2–24. doi:10.1108/EBR-11-2018-0203.
- Hanzaee, K. H., & Taghipourian, M. J. (2012). The effects of brand credibility and prestige on consumers purchase intention in low and high product involvement. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*, 2(2), 1281-1291.
- Held, K. (2020). *The Power of Prestige: Investigating Employees' Commitment in Companies Acquired by Chinese Multinational Enterprises in Germany* (pp. 153–188). Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-24482-8_6.
- Hussain, S., Tahir, Z., & Fatima, A. (2024). Role of Electronic Word of Mouth in Generating a Prestigious Perception of the Brands. *Sustainable Business and Society in Emerging Economies*, 6(2). <https://doi.org/10.26710/sbsee.v6i2.3003>

- Hussein, R., & Hassan, S. (2018). Antecedents of global brand purchase likelihood: Exploring the mediating effect of quality, prestige and familiarity. *Journal of International Consumer Marketing*, 30(5), 288-303.
- Joe, S. W., Tsai, Y. H., Lin, C.-P., Ma, H. C., & Chiu, C. K. (2017). Assessing perceived value: moderating effects of susceptibility to brand prestige and susceptibility to normative influence. *Review of Managerial Science*, 11(3), 717-735. <https://doi.org/10.1007/S11846-016-0203-2>
- Johansson, J. K., & Ronkainen, I. A. (2005). The esteem of global brands. *Journal of Brand Management*, 12(5), 339-354.
- Kang, D., & Bartlett, K. R. (2013). The Role of Perceived External Prestige in Predicting Customer-Oriented Citizenship Behaviors. *Human Resource Development Quarterly*, 24(3), 285-312. <https://doi.org/10.1002/HRDQ.21165>.
- Kazancı, Ş., & Başgöze, P. (2015). Sosyal medya algısının, marka kredibilitésinin ve marka prestijinin satın alma eğilimi üzerine etkileri. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 70(2), 435-456.
- Lawrence, Steven J. (2012), "Consumer Xenocentrism and Consumer Cosmopolitanism: The Development and Validation of Scales of Constructs Influencing Attitudes Towards Foreign Product Consumption," doctoral dissertation, Wayne State University, Detroit, Michigan, USA.
- Lee, D. J., & Sirgy, M. J. (2014, December). The effect of brand prestige and country of manufacture on consumers' brand evaluation and purchase intention. In *Proceedings of the 1994 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference* (pp. 294-298). Cham: Springer International Publishing.
- Maffesoli, Michel (1996). *The Time of Tribes*, Thousand Oaks, CA: Sage.
- Makri, K., Papadas, K. K., & Schlegelmilch, B. B. (2019). Global-local consumer identities as drivers of global digital brand usage. *International Marketing Review*, 36(5), 702-725.
- Makri, K., Papadas, K. K., & Schlegelmilch, B. B. (2019). Global-local consumer identities as drivers of global digital brand usage. *International Marketing Review*, 36(5), 702-725.
- Medina-Rodríguez, R., Medina-Rodríguez, R., Talavera, A., Hernani-Merino, M., Lazo-Lazo, J., & Mazzon, J. A. (2019). *Global Brand Perception Based on Social Prestige, Credibility and Social Responsibility: A Clustering Approach* (pp. 267-281). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-46140-9_25
- Miller-Davenport, S. (2022). The Cultural Center of the World: Art, Finance, and Globalization in Late Twentieth-Century New York. *Journal of Urban History*, 50(1), 123-144. 009614422110648.
- Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Hoai, T. T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. *Heliyon*, 7(4).
- Nguyen, N. T. T., Nguyen, N. P., & Hoai, T. T. (2021). Ethical leadership, corporate social responsibility, firm reputation, and firm performance: A serial mediation model. *Heliyon*, 7(4).
- Nobre, H., Kumar, A., Kastanakis, M. N., & Paul, J. (2022). Consumers' relationship with mass prestige brands and happiness. *European Management Review*, 20(2), 306-325. <https://doi.org/10.1111/emre.12538>.
- Okazaki, S., Taylor, C. R., Vargas, P., & Henseler, J. (2019). Disasters, hope and globalization: exploring self-identification with global consumer culture in Japan. *International Marketing Review*, 36(5), 726-747.

- Olegario, R., & McKenna, C. D. (2013). Introduction: Corporate Reputation in Historical Perspective. *Business History Review*, 87(04), 643–654 <https://doi.org/10.1017/S0007680513001074>.
- Özekici, Y. K. (2023). *Global Consumer Culture as a Socio-Cultural Antecedent behind Experience Economy and Its Repercussions on Modern Tourism System*. In *Tourism and the Experience Economy in the Digital Era* (pp. 9-24). Routledge.
- Özekici, Y. K., & Ünlüönen, K. (2019). Bir Küresel Tüketim Kültürü Aracı: Turizm. *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(7), 508-524.
- Pan, T. (2024). Status Seeking and Luxury Consumption: The Mediating Roles of Brand Identity and Social Value, and the Moderating Effect of Price Sensitivity. *Interdisciplinary Humanities and Communication Studies*, 1(10). <https://doi.org/10.61173/76rpwk63>.
- Park, H. J., & Rabolt, N. J. (2009). Cultural value, consumption value, and global brand image: A cross-national study. *Psychology & Marketing*, 26(8), 714-735.
- Rai, N., & Thapa, B. (2015). A study on purposive sampling method in research. Kathmandu: *Kathmandu School of Law*, 5(1), 8-15.
- Religia, Y., Ramawati, Y., & Syahwildan, M. (2024). Analysis of the Effect of Perceived Product Quality on Retail Purchase Intention: The Mediating Role of Consumer Trust and Price Sensitivity Moderation. *Applied Information System and Management (AISM)*, 7(1), 17-22.
- Ringle, C. M., Wende, S. ve Becker, J.-M. (2015). SmartPLS 3. *Boenningstedt: SmartPLS GmbH*, <http://www.smartpls.com>.
- Ruswanti, E., Herlambang, B., & Januarko, M. U. (2016). The effect of brand, design, and price on intention to purchase mediated by quality perception at sport shoes X. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*, 19(2), 249–258. <https://doi.org/10.14414/JEBAV.V19I2.458>.
- Samsa, Ç. (n.d.). The Mediating Role of Firm Prestige in the Relationship between Perceived Quality and Behaviour Intention in Customer Cafeteria Experiences. *Marketing i Menedžment Innovacij*. <https://doi.org/10.21272/mmi.2023.2-09>.
- Shenkar, O., & Yuchtman-Yaar, E. (1997). Reputation, image, prestige, and goodwill: An interdisciplinary approach to organizational standing. *Human Relations*, 50(11), 1361-1381.
- Snider, J. S., Reysen, S., & Katzarska-Miller, I. (2013). How we frame the message of globalization matters. *Journal of Applied Social Psychology*, 43(8), 1599-1607.
- Spence, D. A. (1973, January). An eigenvalue problem for elastic contact with finite friction. In *Mathematical Proceedings of the Cambridge Philosophical Society*, 73(1), 249-268. Cambridge University Press.
- Steenkamp, Jan-Benedict E.M., Rajeev Batra, and Dana L. Alden (2003), "How Perceived Brand Globalness Creates Brand Value," *Journal of International Business Studies*, 34 (1), 53-65.
- Strizhakova, Yuliya, Robin A. Coulter, and Linda Price (2008), "Branded Products as a Passport to Global Citizenship: Perspectives from Developed and Developing Countries," *Journal of International Marketing*, 16(4), 57-85.

- Šulentić, T., Žnidar, K., & Pavičić, J. (2017). The key determinants of perceived external prestige (PEP) – Qualitative research approach. *Management : Journal of Contemporary Management Issues*, 22(1), 49–84. <https://doi.org/10.30924/MJCM/2017.22.1.49>
- Sung, M., & Yang, S. U. (2008). Toward the model of university image: The influence of brand personality, external prestige, and reputation. *Journal of public relations research*, 20(4), 357-376.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (2004). *The social identity theory of intergroup behavior*. In *Political psychology* (pp. 276-293). Psychology Press.
- Tsiotsou, R. (2006). The role of perceived product quality and overall satisfaction on purchase intentions. *International Journal of Consumer Studies*, 30(2), 207-217.
- Utami, R., & Oktavia, D. (2024). The Effect of Product Quality, Price Perception on Purchasing Decisions with Purchase Intention as Mediating. *Marketing and Business Strategy*, 1(2), 80–92. <https://doi.org/10.58777/mbs.v1i2.228>.
- Wang, S., Liao, Y.-K., Wu, W.-Y., & Le, K. B. H. (2021). The Role of Corporate Social Responsibility Perceptions in Brand Equity, Brand Credibility, Brand Reputation, and Purchase Intentions. *Sustainability*, 13(21), 11975. <https://doi.org/10.3390/SU132111975>.
- Wearing, S. L., McDonald, M., & Wearing, M. (2013). Consumer culture, the mobilisation of the narcissistic self and adolescent deviant leisure. *Leisure Studies*, 32(4), 367-381.
- Yinhua, X. (2011). Equivalence in translation: Features and necessity. *International Journal of Humanities and Social Science*, 1(10), 169-171.
- Zaheer, S. A., Anis, U., & Jamil, S. (2023). Exploring Masstige Marketing: A Practical Investigation Into Consumer Perceptions And Product Attributes. *Journal for Business Education and Management*, 3(2), 35-58.
- Zakaria, N., Wan-Ismail, W. N. A., & Abdul-Talib, A. N. (2020). Seriously, conspicuous consumption? The impact of culture, materialism and religiosity on Malaysian Generation Y consumers' purchasing of foreign brands. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 33(2), 526-560.
- Zhao, N. (2022). *The impact of country-of-origin image and perceived brand prestige on perceived product quality, consumers' purchase intention of Korean skincare in Indonesia with consumer ethnocentrism as a moderating variable* (pp. 115–118). CRC Press eBooks. <https://doi.org/10.1201/9781003295952-30>.

OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri: Panel ARDL (PMG) Analizi

Short- and Long-Run Effects of Health Expenditures on Economic Growth in OECD Countries: A Panel ARDL (PMG) Analysis

Ferhat BAŞ^a Fatih ORHAN^b

^a Ankara Etlik Şehir Hastanesi, Türkiye. ferhat.bas@saglik.gov.tr

^b Sağlık Bilimleri Üniversitesi Gülhane SMYO, Türkiye. fatih.orhan@sbu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada, OECD ülkelerinde sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin kısa ve uzun dönem dinamikleri çerçevesinde analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) üyesi 38 ülkeye ait 2015–2024 dönemini kapsayan yıllık veriler kullanılmış olup veri seti OECD veri tabanı ile University of Groningen Growth and Development Centre veri tabanından derlenmiştir. Ekonometrik analiz yöntemi olarak Panel ARDL (PMG) yaklaşımı tercih edilmiştir. Modelde bağımlı değişken olarak Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH); bağımsız değişkenler olarak toplam sağlık harcamaları, beşeri sermaye ve sermaye stoku ele alınmıştır. Tüm değişkenler doğal logaritmik forma dönüştürülmüş ve model tahmini öncesinde panel birim kök ve eşbütünlüşme testleri uygulanmıştır. Tahmin sonuçlarına göre sağlık harcamalarının kısa dönemde ekonomik büyümeyi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı biçimde etkilediği görülmektedir. Buna karşılık uzun dönemde sağlık harcamalarının büyüme üzerindeki etkisinin negatif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Beşeri sermaye ve sermaye stoku değişkenlerine ilişkin uzun dönem katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Hata düzeltme teriminin negatif ve yüksek düzeyde anlamlı olması, kısa dönem dengesizliklerin hızlı biçimde giderildiğini ve uzun dönem denge ilişkisinin güçlü olduğunu göstermektedir. Analiz sonuçları sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin zaman boyutuna göre farklılaştığını göstermektedir. Sağlık harcamaları kısa dönemde ekonomik büyümeyi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı biçimde etkilerken, uzun dönemde büyüme üzerinde negatif ve anlamlı bir etki göstermektedir. Bu sonuçlar, sağlık politikalarının makroekonomik hedeflerle uyumlu ve sürdürülebilir bir çerçevede tasarlanması gerektiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Harcamaları, Ekonomik Büyüme, Panel Eşbütünlüşme, Beşeri Sermaye

Gönderme Tarihi: 05 Ocak 2026

Kabul Tarihi: 15 Mart 2026

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

This study aims to examine the impact of health expenditures on economic growth in OECD countries within the framework of short- and long-run dynamics. The analysis uses annual data covering the period 2015–2024 for 38 member countries of the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). The dataset was compiled from the OECD database and the University of Groningen Growth and Development Centre database. The Panel Autoregressive Distributed Lag (Panel ARDL) model with the Pooled Mean Group (PMG) estimator was employed as the main econometric methodology. In the model, Gross Domestic Product (GDP) was used as the dependent variable, while total health expenditures, human capital, and capital stock were included as independent variables. All variables were transformed into natural logarithmic form, and panel unit root and cointegration tests were conducted prior to estimation. The empirical findings indicate

Önerilen Atf/Suggested Citation

Baş, F., Orhan, F. (2026). OECD Ülkelerinde Sağlık Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Kısa ve Uzun Dönemli Etkileri: Panel ARDL (PMG) Analizi, İşletme Akademisi Dergisi, 7 (1), 39-47.

that health expenditures have a positive and statistically significant effect on economic growth in the short run. However, the long-run impact of health expenditures on economic growth is found to be negative and statistically significant. The long-run coefficients of human capital and capital stock are not statistically significant. In addition, the error correction term is negative and highly significant, suggesting the presence of a stable long-run equilibrium relationship and indicating that short-run disequilibria are rapidly corrected. Overall, the results reveal that the relationship between health expenditures and economic growth varies over time. While health expenditures support economic growth in the short run, their long-run effects may differ depending on fiscal sustainability and resource allocation dynamics. These findings suggest that health policies should be designed within a sustainable framework that is consistent with broader macroeconomic objectives.

Keywords: Health Expenditures, Economic Growth, Panel Cointegration, Human Capital

Received: 05 January 2026

Accepted: 15 March 2026

Article Classification: Research Article

1.GİRİŞ

Modern Büyüme Teorisi, artan getirilerden kaynaklanan ekonomik büyümenin yeni bilgi ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla modern üretim faktörleri olarak da bilinen içsel büyüme modellerinin bileşenlerinin fiziksel sermaye, beşeri sermaye, vasıflı ve vasıfsız işgücü, doğal kaynaklar, teknoloji ve girişimcilerden oluştuğu ifade edilmektedir (Doğan et al., 2014). Beşeri sermayede meydana gelen iyileşmelerin ekonomik büyüme ve kalkınma üzerinde hızlandırıcı etkiler oluşturduğu literatürde yaygın biçimde kabul edilmektedir. Özellikle neoklasik içsel büyüme modelinde beşeri sermayedeki gelişme ile çalışan başına çıktı arasında pozitif ilişki olduğunu varsayılmaktadır (Romer, 2012). Sağlık insanların verimlilik ve üretimlerini artırırken büyümenin sağlık için gerekli barınma, beslenme ve tıbbi bakıma erişimi sağladığı bilinmektedir (Costa & Steckel, 1997). Bu durum sağlık ile ekonomik büyüme arasında karşılıklı bir ilişkinin bulunduğu işaret etmektedir (Yıldız & Yıldız, 2018) ve ilişkinin yönünün sağlıktan büyümeye doğru olduğu kabul edilmektedir (Bloom & Canning, 2000). Grossman, sağlığın gelişmesi ile elde edilecek olan ek çalışma süresi ve verim artışının beşeri sermayenin gelişimini olumlu etkileyeceğini belirtmiştir (Grossman, 2017).

Diğer yandan sağlığın kötüleşmesinin toplumun hane halkının refahı üzerinde kısa ve uzun dönemli etkileri olacağı öngörülmektedir (Novignon et al., 2012). Sağlığın kötüleşmesinin Amerika Birleşik Devletleri'nde hem ücret oranlarını hem de çalışma saatlerini azalttığı (Chirikos & Nestel, 1985), engellilerin işgücüne katılım oranlarını, ücretleri ve çalışma saatlerini düşürdüğü çeşitli çalışmalarla ortaya konulmuştur (Haveman & Wolfe, 2000)

Sağlığa yeterli ve adil kaynak ayrılmasının büyük ölçüde sağlık sonuçlarının iyileştirilmesini sağlayacağı değerlendirilmektedir. Sağlık işgücüne ve altyapısına yapılan yatırımlar makro düzeyde sağlık koşullarının ve haliyle beşeri sermayenin gelişmesini sağlayacağı öngörülmektedir (Anyanwu & Erhijakpor, 2009). Sağlık sermayesinin, bireylerin eğitimi ve muhtemelen diğer insan sermayesi biçimlerini üretmedeki verimliliği artırdığı ileri sürülmektedir (Hanushek & Kim, 1995; Schultz & Tansel, 1993; van Zon & Muysken, 2001).

Sağlık harcamalarının otomatik olarak sağlık insan sermayesi stoklarına dönüşmediği bilinmektedir (World Health Organization [WHO], 2010). Bununla birlikte genel olarak, bir toplum sağlık hizmetlerine ne kadar fazla kaynak ayırırsa, sağlık insan sermayesi stokunun zamanla o kadar büyük olacağı kabul edilmektedir. Sağlığın, insan kaynaklarının artan çabası ve üretkenliği ile ve ayrıca hem beşeri hem de fiziksel sermayeye artan yatırım yoluyla gelir artışını etkileyebildiği görülmektedir (Bhargava et al., 2001). Ekonomik büyümenin hızı ve karakterinin beşeri sermaye tarafından belirlendiği vurgulanmaktadır (Barro, 1990; Benhabib & Spiegel, 1994; van Zon & Muysken, 2001). OECD ülkelerinde sağlık harcamaları kişi başı gelirden %30'luk bir artışa neden olduğu saptanmıştır (Gyimah-Brempong & Wilson, 2004).

Sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi literatürde farklı teorik mekanizmalar aracılığıyla açıklanmaktadır. Öncelikle üretkenlik kanalı (productivity channel) kapsamında sağlık harcamalarının

bireylerin sağlık düzeyini iyileştirerek işgücü verimliliğini artırdığı ve bu durumun ekonomik üretimi ve büyümeyi desteklediği ifade edilmektedir (Bloom, Canning & Sevilla, 2018; Hu & Wang, 2024; Yang, 2020).

Benzer şekilde beşeri sermaye kanalı (human capital channel) çerçevesinde sağlık yatırımlarının bireylerin eğitim süreçlerine katılımını ve çalışma kapasitesini artırarak uzun dönemli ekonomik büyümeye katkı sağladığı ileri sürülmektedir (Grossman, 1972; Bloom & Canning, 2000; Uddin et al., 2025; Natarajan, 2026).

Bununla birlikte sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin her zaman pozitif olmayabileceği de literatürde vurgulanmaktadır. Özellikle kamu finansmanı ağırlıklı sağlık sistemlerinde sağlık harcamalarının hızla artması bütçe açıkları, kamu borçlanması ve vergi yükü üzerinden ekonomik büyüme üzerinde baskı oluşturabilmekte olup bu durum mali yük kanalı (fiscal burden channel) olarak ifade edilmektedir (Barro, 1990; Égert, 2015; Magida et al., 2025; Gövdeli, 2019). Bu çerçevede sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisinin kısa ve uzun dönemlerde farklı mekanizmalar aracılığıyla ortaya çıkabileceği ve ülkelerin ekonomik yapısına bağlı olarak değişebileceği değerlendirilmektedir (Akinyele, 2024).

Literatürde sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda ampirik çalışma bulunmakla birlikte, bu çalışmaların önemli bir kısmı ilişkinin yönünü belirlemeye odaklanmakta ve kısa ile uzun dönem dinamiklerini birlikte ele alan analizlerin sınırlı olduğu görülmektedir (Tatlı & Fuat, 2017; Uluyol et al., 2014). Ayrıca mevcut çalışmaların büyük bölümünde sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi farklı ülke grupları veya dönemler açısından incelenmiş olsa da OECD ülkeleri için güncel veri setleri kullanılarak kısa ve uzun dönem ilişkilerin birlikte analiz edildiği çalışmaların sayısı görece sınırlıdır. Bu çalışma, OECD ülkelerini kapsayan güncel bir panel veri seti kullanarak sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki kısa ve uzun dönem etkilerini Panel ARDL (PMG) yöntemi ile analiz ederek literatüre katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Bu çalışmada, ampirik olarak OECD panel ülkelerinde insan sermayesine yapılan bir yatırım olarak sağlığın ekonomik büyüme üzerindeki etkisine odaklanılmıştır. Çalışmanın sağlık ve büyüme ile ilgili mevcut literatüre iki açıdan katkı sağladığı düşünülmektedir. Araştırmada ilk olarak ekonomik büyüme ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkinin yönü belirlenmiş ve daha sonra da bu ilişki üzerindeki uzun vadeli etkileri incelenmiştir.

2. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Yüksek gelirli ülkelerde sağlığa ayrılan pay düşük gelirli ülkelere oranla oldukça yüksektir. OECD ülkeleri dünya nüfusunun yaklaşık %17'sini oluştururken (OECD, 2012) sağlık harcamalarının %85'i OECD ülkeleri (Novignon et al., 2012) tarafından gerçekleştirilmektedir.

Chang ve Ying, 15 OECD ülkesini kapsayan araştırmalarında, 1980-1998 dönemini kapsayacak şekilde ekonomik büyüme ile sağlık harcamaları arasındaki ilişkiyi test etmişlerdir. Sabit etkiler modeli analizi ile yürütülen çalışmanın sonucuna göre sağlık harcamalarının ekonomik büyümeyi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmektedir (Chang & Ying, 2006).

Düşük ve orta gelir grubundaki ülkelerde ekonomik büyümenin sağlık harcamalarını tek yönlü olarak etkilediği belirlenmiştir. Buna karşılık, yüksek gelir düzeyine sahip ülkelerde ise ilişkinin yönünün sağlık harcamalarından ekonomik büyümeye doğru olduğu saptanmıştır (Erdil & Yetkiner, 2009).

Sağlık hizmetleri kamu ve özel sektör olarak ayrıldığında, biri diğer hizmetlerin kusurlu ikamesi olarak değerlendirilmektedir (Kleiman, 1974). Sağlık için yapılan kamu harcamalarının GSYİH içindeki payının uluslar arasında önemli ölçüde farklılık gösterdiği bilinmektedir (Cohn, 1969; Pryor, 1968). Harcamaların tahsisi bütçe kısıtlamaları karşısında gerçekleştirilmektedir. Bu nedenle, gelire göre değişmeleri beklenebilir. Ancak sağlık hizmetleri tek başına değil, sağlık düzeylerinin üretiminde ara girdi olarak satın alınmaktadır. Bu üretim, geçmişten miras kalan sağlık stoğu ne kadar büyük olursa o kadar ucuz olacağı öngörülmektedir (Pryor, 1968). Hem miras kalan stokun boyutu hem de sağlığı artıran tüketimin hacminin sonuçta gelirle olumlu bir şekilde ilişkili olduğu kabul edilmektedir. Artan ikame ve gelir etkilerinin, bu nedenle, 'tüketilen' sağlık düzeylerinin gelirle birlikte artma eğilimini güçlendirmesi beklenmektedir (Kleiman, 1974).

Beşeri sermaye yatırımı olarak sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi son dönemde üzerinde sıklıkla çalışılan konulardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Sağlık harcaması düzeyi ve büyüme arasındaki farkın gelirle açıklandığı ileri sürülmektedir (Baltagi & Moscone, 2010). Literatürde yaşın sağlık harcamalarının gelir dışı belirleyicilerinden birisi olduğu ifade edilmiş olsa da (Culyer, 1988; Schreuder, 1987), yaş değişkeninin sağlık harcamaları üzerine etkisine dair çok az bulguya ulaşılmıştır (Di Matteo & Di Matteo, 1998; Grossman, 1972; Schreuder, 1987; Hitiris, 1992).

Literatürde sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi inceleyen çok sayıda ampirik çalışma bulunmakla birlikte, bu çalışmaların önemli bir kısmı ilişkinin yönünü belirlemeye odaklanmakta ve kısa ve uzun dönem dinamiklerini birlikte ele alan analizlerin sınırlı olduğu görülmektedir. Ayrıca mevcut çalışmaların önemli bir bölümü 2000'li yılların ilk dönemlerine ait veri setlerini kullanmakta olup son dönemde sağlık sistemlerinde meydana gelen yapısal dönüşümler ile küresel sağlık şoklarının etkilerini kapsayan güncel analizlerin sayısı görece sınırlıdır.

Bu çalışma literatüre iki açıdan katkı sağlamayı amaçlamaktadır. İlk olarak, OECD ülkeleri için sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkileri Panel ARDL (PMG) yaklaşımı kullanılarak birlikte analiz edilmektedir. İkinci olarak çalışma, 2015–2024 dönemini kapsayan güncel bir veri seti kullanarak özellikle COVID-19 pandemisi sonrasında sağlık harcamalarında meydana gelen artışların ekonomik büyüme üzerindeki dinamik etkilerini değerlendirmektedir. Bu yönüyle çalışma hem kullanılan yöntem hem de kapsadığı dönem itibarıyla literatürdeki mevcut çalışmaları tamamlayıcı nitelikte yeni ampirik bulgular sunmayı amaçlamaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada OECD ülkelerinde sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki kısa ve uzun dönem ilişkileri panel veri ekonometrisi çerçevesinde incelenmektedir. OECD ülkesinin 2015-2024 yılları arasındaki sağlık harcamalarının gayrisafi yurtiçi hasıla ilişkisi zaman zaman yıllık zaman serileri ile incelenmiş, sağlık harcamaları ve gelir arasındaki durağan olmama ve eş bütünleşme özellikleri araştırılmıştır. Veriler OECD veri tabanı ile University of Groningen Growth and Development Centre veri tabanından elde edilmiştir.

Sağlık harcamaları değişkeni OECD veri tabanından elde edilen toplam sağlık harcamalarının cari ABD doları cinsinden değerlerini ifade etmektedir. Değişken ülkeler arası karşılaştırılabilirliği sağlamak amacıyla doğal logaritmik forma dönüştürülmüştür.

Çalışmada kullanılan beşeri sermaye değişkeni (Human Capital), bireylerin eğitim düzeyi ve üretkenlik kapasitesini yansıtan bir endeks olarak ele alınmıştır. Sermaye stoku değişkeni (Capital Stock) ise ekonomideki fiziksel sermaye birikimini temsil etmekte olup makine, teçhizat ve altyapı yatırımlarını kapsayan toplam sermaye birikimini ifade etmektedir. Bu değişkenlere ilişkin veriler de University of Groningen veri tabanından alınmıştır.

Panel ARDL modelinde kullanılacak gecikme uzunlukları bilgi kriterleri kullanılarak belirlenmiştir. Bu kapsamda en uygun gecikme yapısı Akaike Bilgi Kriteri (AIC) dikkate alınarak seçilmiştir. Böylece modelin aşırı parametre içermesi önlenmiş ve tahmin sonuçlarının güvenilirliği artırılmıştır.

Pooled Mean Group (PMG), Mean Group (MG) ve Dynamic Fixed Effects (DFE) tahmincileri arasındaki uygunluğu değerlendirmek amacıyla Hausman testi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar PMG tahmincisinin daha tutarlı olduğunu göstermiştir. Bu nedenle analizde PMG tahmincisi tercih edilmiştir.

Panel veri analizlerinde ülkeler arasında yatay kesit bağımlılığı ve heterojenlik özelliklerinin dikkate alınması önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışmada Pesaran (2004) CD testi ile yatay kesit bağımlılığı ve Pesaran ve Yamagata (2008) Delta testi ile katsayıların homojenliği değerlendirilmiştir ($p < 0,05$).

Çalışmada sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla aşağıdaki temel panel veri modeli kurulmuştur:

$$GDP_{it} = \alpha_i + \beta_1 HE_{it} + \beta_2 HC_{it} + \beta_3 K_{it} + \varepsilon_{it}$$

Burada GDP_{it} 'i ülkesinin t dönemindeki ekonomik büyümesini (GSYİH), HE_{it} sağlık harcamalarını, HC_{it} beşeri sermaye düzeyini ve K_{it} sermaye stokunu göstermektedir. ε_{it} ise hata terimini ifade etmektedir. Panel ARDL modelinin genel formu aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:

$$\Delta GDP_{it} = \phi_i(GDP_{it-1} - \beta_1 HE_{it-1} - \beta_2 HC_{it-1} - \beta_3 K_{it-1}) + \sum Y_{ij} \Delta X_{it-j} + \varepsilon_{it}$$

Burada ϕ_i hata düzeltme katsayısını (error correction term) göstermekte olup uzun dönem dengeye dönüş hızını ifade etmektedir.

Tüm değişkenler doğal logaritma ile ifade edilmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenlerin durağanlık özelliklerini belirlemek amacıyla panel birim kök testleri uygulanmıştır. Bu kapsamda Levin, Lin ve Chu (LLC) ile Im, Pesaran ve Shin (IPS) testleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgulara göre, modelde yer alan değişkenlerden GSYİH değişkeninin düzey değerlerinde durağan olmadığı, ancak birinci farkı alındığında durağan hale geldiği tespit edilmiştir. Diğer taraftan, modelde yer alan sağlık harcamaları, beşerî sermaye endeksi ve sermaye stoku değişkenlerinin düzey değerlerinde durağan oldukları belirlenmiştir. Bu bulgular, değişkenlerin I(0) ve I(1) bütünlüşme derecelerine sahip olduğunu, ancak hiçbir değişkenin I(2) olmadığını ortaya koymaktadır. Bu durum, Panel ARDL (PMG) yaklaşımının metodolojik olarak uygun olduğunu göstermektedir (Tablo 1).

Tablo 1. Panel ARDL Sınır Testi Kritik Değerleri ve Eşbütünlüşme Değerlendirmesi

Anlamlılık Düzeyi	I(0) Alt Sınır	I(1) Üst Sınır	Hesaplanan F-İstatistiği	Karar
%10	2.618	3.532	12.37	Eşbütünlüşme Var
%5	3.164	4.194	12.37	Eşbütünlüşme Var
%1	4.428	5.816	12.37	Eşbütünlüşme Var

Panel ARDL sınır testi sonuçları, değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünlüşme ilişkisinin varlığını desteklemektedir. “Düzye ilişki yoktur” şeklinde kurulan sıfır hipotezi test edilmiş ve her bir kesit dönemi için hesaplanan F-istatistik değerlerinin kritik sınır değerlerle karşılaştırılması yoluna gidilmiştir. Elde edilen F-istatistiklerinin özellikle son yıllarda belirgin biçimde yükseldiği (örneğin 2022: 12.37; 2023: 14.26; 2024: 11.81) görülmektedir. Bu değerler %1 anlamlılık düzeyine ait üst sınır kritik değerlerini (I(1)) aşmaktadır. Daha erken dönemlerde hesaplanan F-istatistikleri de genel olarak %5 ve %10 anlamlılık düzeylerindeki üst sınır değerlerinin üzerinde yer almaktadır. Bu bulgular, sıfır hipotezinin reddedildiğini ve modelde yer alan değişkenler arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinin bulunduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ARDL yaklaşımının uygulanması metodolojik açıdan uygun olup, uzun dönem katsayılarının yorumlanabilir ve istatistiksel olarak geçerli olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

4. BULGULAR

ARDL-PMG tahmin sonuçları Tablo 2’de verilmiştir. Veriler incelediğinde değişkenler arasında uzun ve kısa dönem dinamiklerinin farklılaştığı görülmektedir. Uzun dönemde yalnızca sağlık harcamalarının GSYİH üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu ve bu etkinin negatif yönlü gerçekleştiği tespit edilmiştir ($\beta = -0.2438$; $p < 0.01$). Buna karşılık sermaye stoku ve beşerî sermaye değişkenlerinin uzun dönem katsayıları istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Kısa dönem sonuçları incelendiğinde ise sağlık harcamalarındaki değişimlerin ekonomik büyüme üzerinde pozitif ve anlamlı bir etki yarattığı görülmektedir ($\beta = 0.3044$; $p < 0.01$). Hata düzeltme teriminin negatif ve yüksek düzeyde anlamlı olması ($\beta = -1.1781$; $p < 0.01$), değişkenler arasında uzun dönemli eşbütünlüşme ilişkisinin varlığını doğrulamakta ve kısa dönem dengesizliklerin hızlı biçimde giderildiğini göstermektedir. Elde edilen bulgular sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin zaman boyutuna bağlı olarak farklılaşabileceğini göstermektedir. Kısa dönemde sağlık harcamalarındaki artışın ekonomik büyümeyi destekleyici bir etki oluşturduğu görülürken, uzun dönemde negatif yönlü ilişkinin ortaya çıkması farklı mekanizmalarla açıklanabilir. Literatürde bu durum genellikle kamu maliyesi üzerindeki yük, kaynak tahsis etkinliği ve sağlık harcamalarının finansman yapısı gibi faktörlerle ilişkilendirilmektedir. Bununla birlikte söz konusu mekanizmalar bu çalışmada doğrudan test edilmemiştir. Bu nedenle elde edilen bulgular mali sürdürülebilirlik veya kaynak tahsisi

kanalları açısından kesin bir nedensellik ilişkisi kurmaktan ziyade, bu tür mekanizmaların olası açıklamalarından biri olarak değerlendirilebilir.

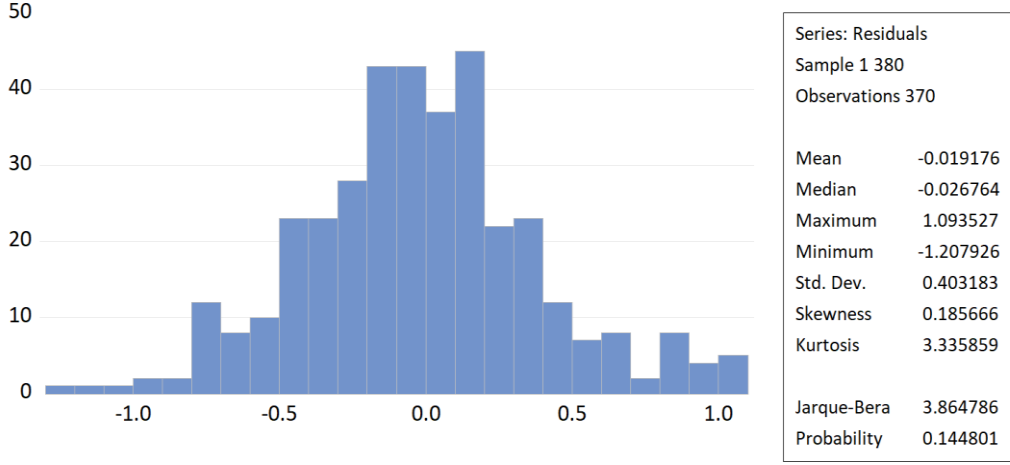
Tablo 2: ARDL-PMG Tahmin Sonuçları (Bağımlı Değişken: Δ GSYİH)

Değişken	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	p-değeri
Uzun Dönem Katsayıları				
Sermaye Stoku	-0.0484	0.2627	-0.1842	0.8539
Sağlık Harcamaları	-0.2438***	0.0836	-2.9156	0.0038
Beşeri Sermaye	0.0056	0.1394	0.0400	0.9681
Kısa Dönem Dinamikleri				
Hata Düzeltme Terimi (ECT)	-1.1781***	0.0213	-55.291	0.0000
Δ Sağlık Harcamaları	0.3044***	0.0406	7.5008	0.0000
Sabit	13.5533***	0.3026	44.795	0.0000

*** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$, * $p < 0.10$

Tablo 2, Panel ARDL-PMG tahmin sonuçlarını göstermektedir. Model tahmin sonuçlarının güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla çeşitli tanısal testler uygulanmıştır. Bu kapsamda hata terimlerinde otokorelasyonun varlığını test etmek amacıyla Breusch-Godfrey LM testi, değişen varyans problemini incelemek amacıyla Breusch-Pagan-Godfrey heteroskedastisite testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar modelde otokorelasyon ve heteroskedastisite sorunlarının bulunmadığını göstermektedir. Ayrıca hata terimlerinin normal dağılıma sahip olup olmadığı Jarque-Bera testi ile incelenmiş ve sonuçlar model kalıntılarının normal dağıldığını ortaya koymuştur. Bu bulgular model tahmin sonuçlarının istatistiksel olarak güvenilir olduğunu göstermektedir. Uzun dönem katsayıları değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisini, kısa dönem katsayıları ise kısa dönem dinamiklerini ifade etmektedir. Hata düzeltme terimi (ECT) modelin uzun dönem dengeye dönüş hızını göstermektedir.

ARDL modele ait hata terimleri histogramı ve normallik testi sonuçları Şekil 1’de verilmiştir. Model tahminine ait hata terimlerinin dağılımı incelendiğinde, ortalamanın sifıra oldukça yakın olduğu (Mean = -0.019) ve medyan değer de benzer şekilde sifıra yakın gerçekleştiği görülmektedir. Bu durum, modelin sistematik bir tahmin hatası üretmediğini ve sapmasızlık varsayımının büyük ölçüde sağlandığını göstermektedir. Dağılımın çarpıklık katsayısı (Skewness = 0.186) sifıra oldukça yakın olup hata terimlerinin yaklaşık simetrik bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Basıklık katsayısının (Kurtosis = 3.336) 3’e yakın olması ise dağılımın normale yakın bir sivrilik düzeyinde olduğunu göstermektedir. Normallik varsayımı Jarque-Bera testi ile de desteklenmektedir. Elde edilen JB istatistiğine ait olasılık değeri 0.144 olup %5 anlamlılık düzeyinin üzerindedir ($p > 0.05$). Bu nedenle hata terimlerinin normal dağıldığı yönündeki sıfır hipotezi reddedilememektedir. Histogram grafiğinin çan eğrisine yakın görünümü ile birlikte değerlendirildiğinde, model kalıntılarının normallik varsayımını sağladığı ve bu durumun tahmin sonuçlarının güvenilirliğini ve geçerliliğini desteklediği söylenebilir.



Şekil 1. Panel ARDL-PMG modeline ait hata terimlerinin histogramı ve Jarque-Bera normallik testi

5. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Elde edilen bulgular literatürde yer alan bazı çalışmalarla benzerlik göstermektedir. Özellikle sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde kısa dönemde pozitif etkiler oluşturduğunu ortaya koyan çalışmalarla uyumlu sonuçlar elde edilmiştir (Chang & Ying, 2006; Erdil & Yetkiner, 2009). Bu çalışmalar sağlık harcamalarının işgücü verimliliğini artırması ve sağlık sektöründeki yatırımların ekonomik faaliyetleri canlandırması yoluyla büyümeyi destekleyebileceğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte çalışmada uzun dönemde sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerinde negatif etkisinin bulunması literatürde yer alan bazı araştırmalarla paralellik göstermektedir. Özellikle kamu finansmanı ağırlıklı sağlık sistemlerinde sağlık harcamalarının hızla artmasının bütçe dengeleri ve kamu maliyesi üzerinde baskı oluşturabileceği ve bu durumun uzun dönem büyüme performansını sınırlayabileceği ifade edilmektedir (Baltagi & Moscone, 2010; Hu & Wang, 2024). Bu durum sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin ülkelerin ekonomik yapısı ve mali sürdürülebilirlik koşullarına bağlı olarak farklılaşabileceğini göstermektedir.

Çalışmadan elde edilen bulgular OECD ülkeleri açısından bazı önemli politika çıkarımları ortaya koymaktadır. Öncelikle sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki kısa dönemli olumlu etkileri dikkate alındığında sağlık sektörüne yapılan yatırımların ekonomik aktiviteyi destekleyici bir araç olarak değerlendirilebileceği görülmektedir. Bununla birlikte sağlık harcamalarının uzun dönemde ekonomik büyüme üzerindeki potansiyel mali yük etkisi göz önünde bulundurularak sağlık harcamalarının yalnızca miktarının artırılmasına değil, aynı zamanda kaynakların etkin kullanımına odaklanan politikaların geliştirilmesi önem taşımaktadır. Bu kapsamda OECD ülkelerinde özellikle koruyucu sağlık hizmetlerinin güçlendirilmesi, sağlık teknolojilerinde verimlilik artırıcı yatırımların teşvik edilmesi ve sağlık harcamalarının mali sürdürülebilirlik çerçevesinde planlanması büyüme performansının desteklenmesine katkı sağlayabilir.

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle araştırma OECD ülkeleri ile sınırlı olup elde edilen bulgular farklı gelişmişlik düzeyine sahip ülke grupları için genellenemeyebilir. Ayrıca çalışmada kullanılan değişkenler sağlık harcamaları, beşeri sermaye ve sermaye stoku ile sınırlıdır. Ekonomik büyümeyi etkileyebilecek kurumsal yapı, teknoloji düzeyi veya demografik faktörler gibi diğer değişkenler modele dahil edilmemiştir. Bununla birlikte çalışmada kullanılan veri seti 2015–2024 dönemini kapsamaktadır. Daha uzun dönemleri kapsayan veri setleri ile yapılacak çalışmalar sağlık harcamaları ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin daha kapsamlı biçimde değerlendirilmesine katkı sağlayabilir.


KAYNAKÇA

- Akinyele, O. D. (2024). Assessing the determinants of human development in OECD economies: Evidence from labor productivity and investment decisions. *Journal of Economic Studies*, 51(8), 1664–1676.
- Anyanwu, J. C., & Erhijakpor, A. E. (2009). Health expenditures and health outcomes in Africa. *African Development Review*, 21(2), 400–433.
- Baltagi, B. H., & Moscone, F. (2010). Health care expenditure and income in the OECD reconsidered: Evidence from panel data. *Economic Modelling*, 27(4), 804–811. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2009.12.001>
- Barro, R. J. (1990). Government spending in a simple model of endogenous growth. *Journal of Political Economy*, 98(5, Part 2), S103–S125.
- Benhabib, J., & Spiegel, M. M. (1994). The role of human capital in economic development: Evidence from aggregate cross-country data. *Journal of Monetary Economics*, 34(2), 143–173.
- Bhargava, A., Jamison, D. T., Lau, L. J., & Murray, C. J. (2001). Modeling the effects of health on economic growth. *Journal of Health Economics*, 20(3), 423–440.
- Bloom, D. and Canning, D. (2000) The Health and Wealth of Nations. *Science*, 287, 1207-1209. <http://dx.doi.org/10.1126/science.287.5456.1207>
- Bloom, D. E., Canning, D., & Sevilla, J. (2018). The effect of health on economic growth: A production function approach. *World Development*.
- Chang, K., & Ying, Y.-H. (2006). Economic growth, human capital investment, and health expenditure: A study of OECD countries. *Hitotsubashi Journal of Economics*, 1–16.
- Chirikos, T. N., & Nestel, G. (1985). Further evidence on the economic effects of poor health. *The Review of Economics and Statistics*, 61–69.
- Cohn, S. H. (1969). Public expenditures in communist and capitalist nations (Review of the book by F. L. Pryor). *Slavic Review*, 28(3), 507–508.
- Costa, D., & Steckel, R. H. (1997). Long-term trends in health, welfare, and economic growth in the United States. In R. H. Steckel & R. Floud (Eds.), *Health and welfare during industrialization* (pp. 47–90). University of Chicago Press.
- Culyer, A. J. (1988). *Health care expenditures in Canada: Myth and reality, past and future*. Canadian Tax Foundation.
- Di Matteo, L., & Di Matteo, R. (1998). Evidence on the determinants of Canadian provincial government health expenditures: 1965–1991. *Journal of Health Economics*, 17(2), 211–228. [https://doi.org/10.1016/S0167-6296\(97\)00020-9](https://doi.org/10.1016/S0167-6296(97)00020-9)
- Doğan, I., Tülüce, N., & Doğan, A. (2014). Dynamics of health expenditures in OECD countries: Panel ARDL approach. *Theoretical Economics Letters*, 4, 649–655. <https://doi.org/10.4236/tel.2014.48082>
- Égert, 2015. "[Public debt, economic growth and nonlinear effects: Myth or reality?](#)," *Journal of Macroeconomics*, Elsevier, vol. 43(C), pages 226-238.
- Erdil, E., & Yetkiner, I. H. (2009). The Granger-causality between health care expenditure and output: A panel data approach. *Applied Economics*, 41(4), 511–518.
- Grossman, M. (1972). On the concept of health capital and the demand for health. *Journal of Political Economy*, 80(2), 223–255.
- Grossman, M. (2017). *The demand for health: A theoretical and empirical investigation*. Columbia University Press.
- Gövdeli, T. (2019). Health expenditure, economic growth, and CO₂ emissions: Evidence from OECD countries. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 488–516. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.477571>

- Gyimah-Brempong, K., & Wilson, M. (2004). Health human capital and economic growth in Sub-Saharan African and OECD countries. *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 44(2), 296–320.
- Hanushek, E. A., & Kim, D. (1995). Schooling, labor force quality, and economic growth. *NBER Working Papers*.
- Haveman, R., & Wolfe, B. (2000). The economics of disability and disability policy. In A. J. Culyer & J. P. Newhouse (Eds.), *Handbook of health economics* (Vol. 1, pp. 995–1051).
- Hu, Q., & Wang, L. (2024). Economic growth effects of public health expenditure in OECD countries: An empirical study using the dynamic panel threshold model. *Heliyon*, 10(4).
- Kleiman, E. (1974). The determinants of national outlay on health. In M. Perlman (Ed.), *The economics of health and medical care* (pp. 66–88). Springer.
- Magida, N., Ncanywa, T., Sibanda, K., & Asaleye, A. J. (2025). Human capital development and public health expenditure: Assessing the long-term sustainability of economic development models. *Social Sciences*, 14(6), 351. <https://doi.org/10.3390/socsci14060351>
- Natarajan, V. K. (2026). Human capital and growth in the Gulf: Evidence from panel econometrics, asymmetric dynamics, and structural breaks. *Cogent Economics & Finance*, 14(1). <https://doi.org/10.1080/23322039.2026.2624873>
- Novignon, J., Olakojo, S. A., & Nonvignon, J. (2012). The effects of public and private health care expenditure on health status in Sub-Saharan Africa: New evidence from panel data analysis. *Health Economics Review*, 2(1), 1–8.
- Pesaran, M. H., & Shin, Y. (1995). An autoregressive distributed lag modelling approach to cointegration analysis.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Econometrics*, 16(3), 289–326.
- Pryor, F. L. (1968). *Public expenditures in communist and capitalist countries*. Allen & Unwin.
- Romer, D. (2012). *Advanced macroeconomics*. McGraw-Hill.
- Schreuder, J. A. M. (1987). Book review: Public and private health services: complementarities and conflicts/by AJ Culyer and Bengt Jönsson (eds.).-Oxford: Basil Blackwell, 1986.-ISBN 0-631-15088-9.
- Schultz, T. P., & Tansel, A. (1993). Measurement of returns to adult health: Morbidity effects on wage rates in Côte d'Ivoire and Ghana. World Bank.
- Tatlı, H., & Fuat, L. (2017). Türkiye’de doğalgaz tüketimi, sermaye ve istihdamın ekonomik büyümeyle ilişkisi: Eşbütünleşme ve nedensellik analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 1–28.
- Uddin, M. R., Sadik, N., & Rahman, M. M. (2025). Globalization, physical capital, and human capital nexus with economic growth: Evidence from BIMSTEC. *Research in Globalization*, 10, 100284. <https://doi.org/10.1016/j.resglo.2025.100284>
- Uluyol, O., Lebe, F., & Akbaş, Y. E. (2014). Firmaların finansal kaldıraç oranları ile öz sermaye kârlılığı arasındaki ilişki: BİST’te işlem gören şirketler üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 70–89.
- van Zon, A., & Muysken, J. (2001). Health and endogenous growth. *Journal of Health Economics*, 20(2), 169–185. [https://doi.org/10.1016/S0167-6296\(00\)00072-2](https://doi.org/10.1016/S0167-6296(00)00072-2)
- World Health Organization. (2010). *World health statistics*.
- Yang, X. (2020). Health expenditure, human capital, and economic growth: An empirical study of developing countries. *International Journal of Health Economics and Management*, 20, 163–176. <https://doi.org/10.1007/s10754-019-09275>
- Yıldız, B., & Yıldız, G. (2018). Sağlık harcamalarının ekonomik büyüme üzerindeki etkisi: Avrupa ve Merkez Asya ülkeleri örneği. *Maliye Dergisi*, 174, 203–218.

Kapsamlı Gelir Tablosunun Finansal Raporlamadaki Rolü: Bankacılık Sektörü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz

The Role of the Statement of Comprehensive Income in Financial Reporting: A Comparative Analysis in the Banking Sector

Mehmet Fatih METE  ^a

Vakıflar Bankası Genel Muhasebe ve Mali İşler Başkanlığı, İstanbul, Türkiye mete.mfatih@gmail.com

ÖZET

Finansal raporlama çerçevesinde kapsamlı gelir tablosu, dönem kârı ile birlikte kâr veya zarar dışında muhasebeleştirilen değerlendirme kaynaklı unsurların raporlanmasına imkân sağlayan bir finansal tablo niteliği taşımaktadır. Buna karşın uygulamada finansal performansın değerlendirilmesi çoğu zaman gelir tablosunda yer alan net kâr odaklı bir yaklaşım çerçevesinde ele alınmakta, bu durum kapsamlı gelir tablosunun içeriğinin ve finansal tablolar içindeki konumunun görece bu yaklaşımın gölgesinde kalmaktadır. Bu çalışma, kapsamlı gelir tablosunun muhasebesel niteliğini ve finansal raporlama sürecindeki yerini muhasebe standartları temelinde kavramsal olarak ele almakta ve bankacılık sektörü uygulamaları çerçevesinde incelemektedir. Bu kapsamda, 2019–2024 dönemine ait ve aktif büyüklüğü en yüksek beş bankanın bağımsız denetimden geçmiş finansal raporları kullanılmış, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemler ile özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farkları arasındaki ilişki tanımlayıcı ve karşılaştırmalı analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bulgular, söz konusu kalemler arasında dönemler itibarıyla benzer yönlü hareketlerin gözlemlenebildiğine ve bu ilişkinin banka bazında farklılaşabildiğine işaret etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kapsamlı Gelir Tablosu, Diğer Kapsamlı Gelirler, Bankacılık, Finansal Raporlama, Özkaynak

Gönderme Tarihi: 10 Ocak 2026

Kabul Tarihi: 17 Mart 2026

Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi

ABSTRACT

Within the framework of financial reporting, the statement of comprehensive income is a financial statement that enables the reporting of valuation-based items recognized outside profit or loss together with the profit of the period. However, in practice, financial performance is often assessed through a net profit-focused approach based on the income statement, which causes the content and position of the statement of comprehensive income within the financial statements to remain relatively overshadowed by this approach. This study examines the accounting nature of the statement of comprehensive income and its role in the financial reporting process, both conceptually within the framework of accounting standards and in the context of banking sector practices. In this regard, independently audited financial reports of the five largest banks for the period 2019–2024 are used, and the relationship between asset items generating comprehensive income and the corresponding valuation differences reported under equity is analyzed through a descriptive and comparative approach. The findings suggest that asset items generating comprehensive income and the related valuation components reported under equity tend to exhibit similar directional movements across periods, while this relationship varies across banks.

Keywords: Statement of Comprehensive Income, Other Comprehensive Income, Banking, Financial Reporting, Equity

Received: 10 January 2025

Accepted: 17 March 2025

Article Classification: Research Article

Önerilen Atıf/Suggested Citation

Mete, M. F. (2026). Kapsamlı Gelir Tablosunun Finansal Raporlamadaki Rolü: Bankacılık Sektörü Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz, İşletme Akademisi Dergisi, 7 (1), 48-70.

1. GİRİŞ

Finansal raporlamada işletmelerin performansını değerlendirmek için kullanılan klasik yaklaşım, gelir tablosunda yer alan net dönem kârının işletmenin temel göstergesi olduğu varsayımına dayanır. Ancak zamanla bu göstergenin işletmenin ekonomik durumunu tek başına açıklamakta yetersiz kaldığı görülmüştür (Cavlak ve Ataman, 2019: 185-186). Uluslararası muhasebe standartlarının gelişimiyle birlikte işletmelerin ekonomik kaynaklarında ortaya çıkan tüm değişimlerin sadece faaliyet kârı üzerinden izlenmesinin yeterli olmadığı düşünülmüş, finansal tabloların daha şeffaf ve ihtiyaca uygun bilgi sağlamasına duyulan gereksinimden dolayı gittikçe daha fazla ülkede muhasebe standart belirleyicileri kapsamlı kâr görüşünü kabul etmiştir. Bu ihtiyaç, “kapsamlı gelir” kavramını ve buna bağlı olarak “kapsamlı gelir tablosu”nu finansal raporlama sisteminin ayrılmaz bir parçası olmuştur (Uluslan, 2014: 121-122). Bu doğrultuda kapsamlı gelir, dönem kârına alınmayan ancak özkaynağı etkileyen değer değişimlerinin ayrı bir tabloda sunulmasını sağlayarak finansal tabloların bilgi bütünlüğünü güçlendiren temel bir raporlama unsuru haline gelmiştir.

Gelirler, gerçekleşmiş ve gerçekleşmemiş gelirler olmak üzere iki grupta sınıflandırılmaktadır. Gerçekleşmiş gelir, bir muhasebe dönemi içinde elden çıkarılan varlıkların nakit veya alacağa dönüşmesiyle ortaya çıkan gelirleri ifade ederken; gerçekleşmemiş gelir, henüz nakde dönüşmemiş olmakla birlikte varlıkların elde tutulması sonucunda özkaynaklarda artış yaratan gelir unsurlarını kapsamaktadır. Bu ayrım, kapsamlı gelir yaklaşımının temel unsurlarından birini oluşturmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2021: 176-177).

Kapsamlı gelir tablosunun temel işlevi, dönem kârına yansıtılmayan ancak işletmenin ekonomik konumunu etkileyen değer değişimlerini bir arada göstermektir. Finansal yatırımların gerçeğe uygun değer farkları, yabancı para çevrim farkları veya aktüeryal yeniden ölçüm kalemleri gibi unsurlar, faaliyet sonucu ortaya çıkan kârdan bağımsız olarak varlık ve yükümlülüklerin dönem içindeki değer hareketlerini yansıtır. Nitekim ertelenmiş kazançlar ve kayıplar özkaynaklarda raporlanmakta, ancak işletmenin dönem kârına dahil edilmemesi nedeniyle dönem faaliyet sonuçlarıyla alakalı olarak ele alınması gerekmektedir (Oğuz ve Akay, 2016: 467). Bu yaklaşım sonucunda kapsamlı gelir tablosu, gelir tablosu ile özkaynak değişim tablosu arasında tamamlayıcı bir köprü işlevi üstlenerek, işletmenin faaliyet çıktıları ile varlık-yükümlülük değer hareketlerini aynı raporlama döneminde ayrı ama ilişkili biçimde sunar.

Gelir, muhasebe standartlarında yalnızca faaliyetlerden doğan kazançları değil, varlık ve yükümlülüklerdeki değer değişimlerinden kaynaklanan ekonomik faydaları da içerecek şekilde tanımlanmaktadır. Kapsamlı gelir tablosu bu yaklaşımı yansıtarak, faaliyet çıktılarının ölçüldüğü dar anlamdaki kâr kavramını genişletir ve işletmenin finansal durumunu etkileyen fakat gelir tablosunda yer almayan değer hareketlerini görünür kılar. Böylece kullanıcılar, dönemsel faaliyet sonuçları ile uzun vadeli değer değişimleri arasındaki ilişkiyi aynı raporlama döneminde birlikte değerlendirebilir. Bu çerçevede, kapsamlı gelirin yalnızca yönetimin performansını değil, işletmenin maruz kaldığı ekonomik koşulları ve değer farklılaşmalarını da yansıtan bir tablo olarak finansal raporlamada yer almasını sağlar (Kaval, 2021: 399).

Bankacılık sektöründe kapsamlı gelirin önemi daha da belirginleşmektedir. Bankaların bilanço yapısı gereği, gerçeğe uygun değer değişimlerine ve yabancı para çevrim farklarına duyarlılığı yüksek olup, dönem kârına yansımaya bu kalemler özkaynak büyüklüğünü ve finansal görünümü önemli ölçüde etkiler. Bu nedenle kapsamlı gelir tablosu, finansal araç portföylerindeki değer hareketlerini, risk pozisyonlarını ve ekonomik koşullara bağlı dalgalanmaları da görünür kılar. Kapsamlı gelirin, bankacılıkta bilanço ve özkaynak yapısını bütünleyen bir raporlama unsuru olduğunu söylemek mümkündür. Bu çalışma, kapsamlı gelirin özellikle bankacılık finansal raporlaması bağlamındaki yerini ve finansal tablo seti içindeki stratejik işlevini açıklığa kavuşturmayı amaçlamaktadır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Kapsamlı gelir ve diğer kapsamlı gelir kalemleri, finansal raporlama literatüründe farklı yönleriyle ele alınan konular arasında yer almaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmalar; kapsamlı gelirin kavramsal çerçevesi, muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasına ilişkin düzenlemeler ile kapsamlı gelir kalemlerinin finansal performans, piyasa değeri ve finansal tablo kullanıcıları açısından taşıdığı bilgi değeri gibi farklı yönleriyle ele almaktadır. Bu bölümde kapsamlı gelir ve diğer kapsamlı gelir kalemlerine ilişkin literatürde yer alan seçilmiş çalışmalar özetlenerek değerlendirilmiştir.

Bayri ve Özdemir (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, diğer kapsamlı gelir kalemlerinin muhasebeleştirilmesi ve finansal raporlardaki sunumu Türkiye Finansal Raporlama Standartları çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmada Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda finansal raporları yayımlanan imalat sanayi ve perakendecilik sektöründen iki işletmenin 2018–2019 dönemine ait sekiz çeyrek dönemlik finansal tabloları analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda diğer kapsamlı gelir kalemlerinin işletmelerin özkaynak yapısında önemli mali etkiler yaratabildiği ve söz konusu kalemlere ilişkin dipnot açıklamalarının daha ayrıntılı ve standartlaştırılmış şekilde sunulmasının finansal tablo kullanıcıları açısından faydalı olacağı belirtilmiştir.

Uluslan (2014) kapsamlı gelir kavramının uluslararası muhasebe standartları çerçevesinde gelişimini incelemiş ve kapsamlı gelir yaklaşımının finansal raporlamada daha şeffaf ve ihtiyaca uygun bilgi sunma amacıyla ortaya çıktığını belirtmiştir. Çalışmada kapsamlı gelir tablosunun finansal raporlama sisteminde ayrı bir tablo olarak sunulmasının, işletmelerin ekonomik değerindeki değişimlerin daha kapsamlı biçimde raporlanmasını sağladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışkan (2019) çalışmasında kapsamlı gelir raporlamasının işletme değeri ile ilişkisini incelemiştir. Araştırmada Borsa İstanbul'da işlem gören şirketlere ait 2009–2017 dönemine ilişkin finansal veriler kullanılmış ve kapsamlı gelir ile dönem net kârının değer ilişkisi fiyat ve getiri modelleri çerçevesinde analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular, kapsamlı gelirin değer ilişkisi ile dönem net kârının değer ilişkisi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığını yorumlamaktadır. Bununla birlikte diğer kapsamlı gelir kalemlerinin fiyat modeli açısından anlamlı bir değer ilişkisi ortaya koymadığı, ancak getiri modeli açısından değer ilişkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Oğuz (2014), kapsamlı gelirin teorik çerçevesini ve raporlama modellerini ulusal ve uluslararası standartlar çerçevesinde incelemiştir. Çalışmada, kapsamlı gelir tablosunun klasik gelir tablosuna dahil edilmeyen unsurları raporlayarak özkaynak değişimlerini daha geniş bir perspektifle sunduğu vurgulanmaktadır. Ayrıca yazar, farklı sınıflandırma modellerinin (faaliyet/faaliyet dışı, gerçekleşen/gerçekleşmeyen vb.) finansal tablo kullanıcılarının karar alma süreçleri üzerindeki etkilerini tartışmıştır.

Gürkan (2013), kapsamlı gelirin raporlama ilkelerini incelediği çalışmada, Borsa İstanbul'da işlem gören şirket verileriyle artık kâr modelini kullanarak kapsamlı gelir ile piyasa değeri arasındaki ilişkiyi analiz etmiştir. Araştırma bulguları, kapsamlı gelir üzerinden hesaplanan artık kârın işletme değerini açıklamada istatistiksel olarak anlamlı bir değişken olduğunu kanıtlamıştır. Bununla birlikte yazar, Türkiye'de kapsamlı gelir raporlamasının görece yeni olması ve gerçeğe uygun değer uygulamalarının sınırlı düzeyde bulunması nedeniyle bazı diğer kapsamlı gelir kalemlerine ilişkin veri kısıtlarının bulunduğu ifade etmektedir.

Biddle ve Choi (2015) çalışmasında kapsamlı gelir ile net kârın finansal tablo kullanıcıları açısından sağladığı bilgi değerini incelemiştir. Araştırmada ABD'de SFAS 130 (Financial Accounting Standards 130 (FASB, 1997)) standardının yürürlüğe girmesi sonrasında kapsamlı gelir bileşenlerinden oluşturulan farklı gelir ölçüleri karşılaştırılmıştır. Çalışma bulguları, kapsamlı gelirin finansal tablo kullanıcıları açısından önemli bir bilgi içeriği taşıdığını ve kapsamlı gelir bileşenlerinin ayrı ayrı açıklanmasının finansal raporlamada karar yararlılığını artırdığını göstermektedir.

Jarolim (2015) diğer kapsamlı gelir kalemlerinin işletme performansının değerlendirilmesindeki rolünü incelemiştir. EuroStoxx 50 şirketlerinin 2008–2013 dönemine ait finansal verileri üzerinden yapılan analiz sonucunda, diğer kapsamlı gelir kalemlerinin bazı dönemlerde net kârdan daha yüksek tutarlara ulaşabildiği ve bu nedenle işletme performansının yalnızca net kâr üzerinden değerlendirilmesinin yeterli olmayabileceği belirtilmiştir.

Czajor vd. (2019) çalışmalarında UMS/UFRS kapsamında raporlama yapan kuruluşlar için kapsamlı gelir tablosu hazırlama yükümlülüğünün getirilmesinin finansal tabloların bilgi değerini artırdığını belirtmektedir. Bununla birlikte diğer kapsamlı gelirin finansal raporlamadaki öneminin, varlık ve yükümlülüklerin ölçümünden kaynaklanan değerlendirme etkilerinin özkaynaklarda ne ölçüde muhasebeleştirildiği ile yakından ilişkili olduğu ifade edilmektedir. Ayrıca kapsamlı gelir tablosunun sunumuna ilişkin farklı uygulamaların finansal tabloların karşılaştırılabilirliğini sınırlayabildiği ve bu nedenle rapor formatının daha fazla standardize edilmesinin yararlı olacağı vurgulanmaktadır.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde kapsamlı gelirin yapısı, muhasebeleştirilmesi, değer ilişkisi ya da sunumu üzerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Bununla birlikte bu çalışmaların büyük ölçüde genel sektörler üzerinden yürütüldüğü, bankacılık sektörü özelinde kapsamlı gelir unsurlarının bilanço ve özkaynak yapısı ile ilişkisini ele alan çalışmalar sınırlıdır. Oysa bankacılık sektöründe gerçeğe uygun değerle ölçülen finansal araçların yoğunluğu nedeniyle diğer kapsamlı gelir kalemleri önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle çalışma, kapsamlı gelirin bankacılık sektörü bağlamında incelenmesine odaklanarak literatürdeki bu boşluğu gidermeyi amaçlamaktadır.

3. KAPSAMLI GELİRİN TANIMI VE ÖZELLİKLERİ

Kapsamlı gelirin kavramsal çerçevesi özellikle bankacılık sektörü açısından daha belirgin bir önem taşımaktadır. Bankaların bilanço yapısı gereği gerçeğe uygun değer değişimlerine maruz kalmaları, diğer kapsamlı gelir kalemlerinin kavramsal özelliklerinin, bankacılık sektörü uygulamaları ile birlikte ele alınmasını anlamlı kılmaktadır.

Kapsamlı gelir, işletmenin bir raporlama döneminde faaliyet sonuçlarından bağımsız olarak varlık ve yükümlülüklerinde ortaya çıkan tüm değer değişimlerini içeren geniş kapsamlı bir muhasebe kavramıdır. Bu gelir unsurları, dönem kârına dahil edilmek yerine özkaynak altında raporlanarak işletmenin ekonomik kaynaklarında meydana gelen toplam değişimi daha bütüncül bir yaklaşımla göstermeyi amaçlar. Nitekim muhasebe standartları da bir dönemde muhasebeleştirilen gelir ve giderlerin bir kısmının gelir tablosunda, bir kısmının ise özkaynak içerisinde sunulduğunu vurgulamakta ve kapsamlı geliri bu nedenle tüm bu unsurların bütüncül sunumu olarak tanımlamaktadır (Gökgöz, 2013: 24). Böylece kapsamlı gelir, klasik gelir tablosunda yer almayan ancak işletmenin finansal pozisyonunu etkileyen unsurların görünür hale gelmesini sağlayarak muhasebe bilgi sisteminde işlevsel bir rol üstlenir. Kapsamlı gelirin net kârdan ayrılmasına yol açan başlıca unsur, finansal durum tablosunda yer alan varlık ve yükümlülüklerin gerçeğe uygun değerlerinde ortaya çıkan değişimlerdir. (Gürkan, 2013: 65)

Bu bölümde kapsamlı gelirin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi, kavramsal özellikleri ve alt unsurları ele alınacaktır.

3.1. Kapsamlı Gelirin Ortaya Çıkışı

Kapsamlı gelirin ortaya çıkışı, klasik gelir tablosunun işletmenin finansal performansını yalnızca gerçekleşmiş gelir ve giderler üzerinden göstermesinin sınırlı kaldığının anlaşılmasıyla başlamıştır. 20. yüzyılın ortalarından itibaren gelirin kapsamına ilişkin tartışmalar artmış, olağandışı ve düzensiz unsurların da finansal tablo kullanıcılarına açıklanması gerektiği çeşitli raporlarda vurgulanmıştır (Czajor vd., 2019: 13-18). Bu çerçevede kapsamlı gelir kavramı ilk kez 1978 tarihli Statements of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 1'de yer almış, 1980 ve 1985'te yayımlanan kavramsal çerçeve standartlarında kapsamı genişletilmiştir. Raporlama boyutundaki kırılma ise İngiltere'de 1992 tarihli FRS 3 (Financial Reporting Performance) ile yaşanmış; daha kapsamlı performans göstergelerinin ayrı tablolarda sunulmasına yönelik eğilim ABD'de 1997 yılında yayımlanan SFAS 130 (Financial Accounting Standards 130 (FASB, 1997)) – Reporting Comprehensive Income standardı ile kurumsal bir yapı kazanmıştır. SFAS 130, kapsamlı gelirin tek tabloda, klasik kâr/zarar tablosundan ayrı bir kapsamlı gelir tablosunda veya özkaynak değişim tablosu içinde sunulabilmesine imkân tanımış, bunu izleyen süreçte IAS 1 – Finansal Tabloların Sunuluşu standardının kapsamlı gelir düzenlemelerine temel teşkil etmiştir. Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (IASB), kapsamlı gelir tablosunu 2006 taslak metninde ilk kez açık bir tablo olarak tanımlamış, 2007 revizyonu ile işletmelere 2009 hesap döneminden itibaren kapsamlı gelir tablosu düzenleme yükümlülüğü getirmiştir. Türkiye'de ise IAS 1'deki bu değişiklikler TMS 1'in 2008 revizyonu ile benimsenmiş ve kapsamlı gelir tablosu 1.1.2009'dan itibaren genel amaçlı finansal tablo setine dahil edilmiştir (Oğuz, 2018: 56-60).

3.2. Kapsamlı Gelirin Özellikleri

Kapsamlı gelir, hissedarların gerçekleştirdikleri sermaye artırımını, kâr dağıtımını gibi işlemler hariç olmak üzere özkaynaklarda meydana gelen değer değişimlerini yansıtmakta olup, yapılan yatırımların karşılığı olarak ortaya çıkan getirilerin bir kısmı gerçekleşmiş, bir kısmı ise henüz realize olmamış kâr veya zararlardan oluşmaktadır (Karapınar ve Zaif, 2021: 183).

Kapsamlı gelirin en belirgin özelliği, işletmenin raporlama döneminde gerçekleşmemiş değer değişimlerini finansal tablolara yansıtmasıdır. Gelir tablosu sadece gerçekleşmiş gelir ve giderleri içermesine rağmen, kapsamlı gelir tablosu varlık ve yükümlülüklerdeki gerçeğe uygun değer farkları, yeniden ölçüm sonuçları

veya çevrim farkları gibi nakde dönüşmemiş fakat işletmenin ekonomik durumunu etkileyen unsurları gösterir.

Bu yaklaşım, yalnızca geçmişte gerçekleşmiş işlemlere dayanan dar performans ölçümünün sınırlı bilgi sunduğunu belirten literatürle de uyumludur; fakat finansal raporlardaki geleneksel ölçütlerin çoğu, “geçmiş, tek boyutlu ve gerçekleşmiş işlemlere dayalı ölçümlerin sınırları” nedeniyle işletmenin tüm değer hareketlerini yansıtmakta eksik kalmaktadır (Cavlak ve Ataman, 2019: 192). Kapsamlı gelir, bu boşluğu doldurarak, henüz realize edilmemiş kalemlerin dönemsel etkisini görünür kılar ve böylece işletmenin ekonomik kaynaklarındaki toplam değişimi daha bütüncül şekilde gösterir.

Kapsamlı gelirin bir diğer özelliği; belirli gelir ve gider unsurlarının kâr veya zarar tablosunda değil, doğrudan özkaynak içerisinde “diğer kapsamlı gelir” bölümünde raporlanmasıdır. TMS 1’e göre diğer kapsamlı gelir, ilgili TFRS’lerin kâr veya zarara yansıtılmasına izin vermediği kalemlerden oluşur ve bu kalemler, gerçekleşmemiş olmaları veya dönemsel faaliyet performansını bozabilecek ölçüde dalgalı etkiler içermeleri nedeniyle ayrı bir bölümde sunulur. Standardın 7 ve 82A paragraflarında belirtildiği üzere yeniden değerlendirme artışları, tanımlanmış fayda planlarının yeniden ölçümleri, kur çevrim farkları, gerçeğe uygun değer farkları özkaynakta takip edilen finansal araçlar ve nakit akış riskinden korunma işlemlerinin etkin kısımları gibi unsurlar doğrudan özkaynaklarda izlenir ve ancak belirli koşullar altında veya elden çıkarma anında kâr/zarara yeniden sınıflandırılabilir (TMS 1: Paragraf 7 ve 82A). Dolayısıyla kapsamlı gelir yapısı, özkaynak değişimlerini faaliyet kârından ayırıştırarak kullanıcıya daha şeffaf, sınıflandırılmış ve standartlarla uyumlu bir sunum sağlamayı amaçlamaktadır.

Kapsamlı gelirin bir diğer önemli özelliği, bu kalemlerin gerçekleşmemiş nitelikte olmaları nedeniyle dağıtımına konu edilememesi ve ortaklara temettü olarak aktarılamamasıdır. Diğer kapsamlı gelir unsurları, ekonomik değer değişimlerini yansıtırsa da nakde dönüşmediği veya işletmenin kontrolünde bir nakit girişine yol açmadığı için dönem kârı gibi işletmeye dağıtılabilir bir kaynak oluşturmaz. Bu nedenle söz konusu kalemler, yalnızca özkaynak toplamı üzerinde bir artış veya azalış etkisi yaratır. Bu durum, diğer kapsamlı gelir kalemlerinin “henüz gerçekleşmemiş, kâr dağıtımına konu edilemez nitelikte gelir ve giderlerden oluştuğu ve bu nedenle normal gelirlerle birlikte değil özkaynak içinde raporlandığı” belirtilmektedir (Gürkan, 2013: 76-77). Ayrıca bu yapı, piyasa faiz oranlarındaki değişimler, finansal araçların gerçeğe uygun değer dalgalanmaları veya döviz kurlarındaki hareketler gibi unsurların özkaynak üzerinde yarattığı volatilitenin finansal tablolara doğrudan yansımaları sağlar. Özellikle bankacılık sektöründe Gerçeğe Uygun Değer Farkı Diğer Kapsamlı Gelire Yansıtılan Finansal Varlıklar (FVOCI) portföyleri, hedge muhasebesi ve yabancı para çevrim farkları nedeniyle kapsamlı gelir kalemleri dönemsel olarak önemli dalgalanmalar yaratabildiğinden, kapsamlı gelir tablosu sermaye yeterliliği, risk yönetimi ve özkaynak planlaması açısından önemli bir izleme aracı işlevi görür.

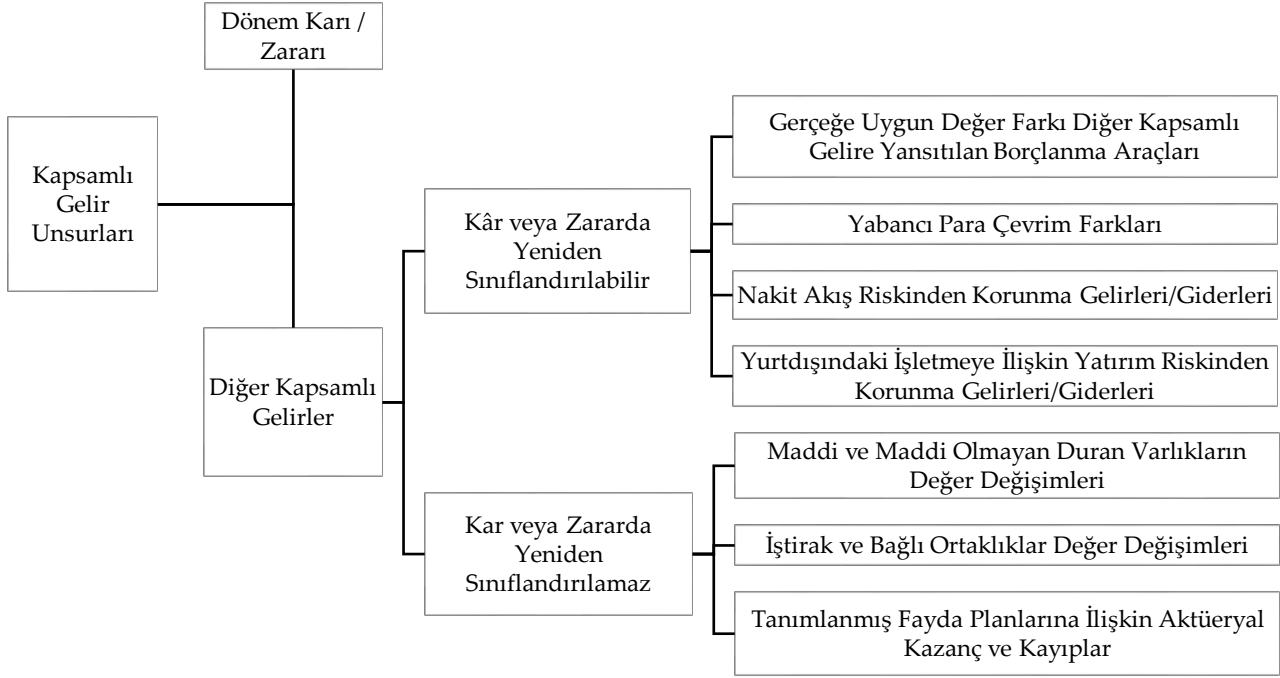
Başka bir özellik de bazı kalemlerin ilerleyen dönemlerde kâr veya zarara yeniden sınıflandırılabilmesi, bazılarının ise hiçbir zaman gelir tablosuna aktarılmamasıdır. “TFRS’ler daha önce diğer kapsamlı gelire yansıtılmış olan tutarların kâr veya zararda yeniden sınıflandırılıp sınıflandırılmayacağını ve bu tutarlar kâr veya zararda yeniden sınıflandırılacaksa bu sınıflandırmanın ne zaman yapılacağını belirler” (TMS 1: Paragraf 93). Yeniden sınıflandırma, ilgili varlığın elden çıkarılması, riskten korunma ilişkisinin sonlanması veya belirli bir tahakkuk koşulunun oluşması gibi durumlarda diğer kapsamlı gelirden biriken tutarların kâr veya zarara taşınmasını ifade eder. Buna karşılık FVOCI kapsamındaki özkaynak araçlarının gerçeğe uygun değer değişimleri veya aktüeryal yeniden ölçüm farkları gibi kalemler standart gereği hiçbir zaman kâr veya zarara aktarılmaz, özkaynak içerisinde birikir (Kaplanoğlu, 2014: 76). Bu durum özellikle bankacılık sektöründe, gerçeğe uygun değerle ölçülen finansal araçların yoğunluğu nedeniyle daha belirgin hale gelmektedir.

4. KAPSAMLI GELİR UNSURLARI

TMS 1’de de belirtildiği üzere, diğer kapsamlı gelirden yer alan bazı kalemlerin ilgili varlık veya yükümlülük üzerindeki işlemin tamamlanması hâlinde kâr veya zarara taşınması gerekebilirken, bazı kalemler ise özkaynak içinde kalıcı olarak izlenir (TMS 1: Paragraf 92-96).

Kapsamlı gelir kalemlerinin “yeniden sınıflandırılabilir” ve “yeniden sınıflandırılmaz” olarak ayrılmasının temelinde, ilgili varlık veya yükümlülüğün işletme tarafından hangi amaçla elde tutulduğu ve ekonomik faydanın hangi aşamada gerçekleşeceği yatmaktadır. Elden çıkarılmak üzere tutulan veya gelecekte nakde

dönüşme beklentisi bulunan varlıklardaki değer değişimleri, gerçekleştiği anda kâr veya zarara aktarılmak üzere diğer kapsamlı gelirden geçici olarak izlenir. Buna karşılık uzun vadeli stratejik yatırımlar, yeniden değerlendirme artışları veya aktüeryal yeniden ölçüm farkları gibi unsurlar işletmenin faaliyetleriyle doğrudan ilişkili olmadığından, bu kalemlerin gelir tablosuna taşınması standartlarca uygun görülmez ve özkaynak içinde kalıcı olarak muhasebeleştirilir. Böylece kapsamlı gelir hem değer değişimlerini görünür kılar hem de işletmenin varlıkları hangi amaçla tuttuğuna bağlı olarak ekonomik gerçeği doğru şekilde yansıtır. Bu yapı, kapsamlı gelirin kullanıcıya sadece dönemsel değer değişimlerini değil, bu değer değişimlerinin gelecekteki finansal tablolara olası etkilerini de göstermesini sağlar.



Şekil 1. Kapsamlı gelir unsurları hiyerarşik gösterimi

4.1. Dönem Kârı veya Zararı

Dönem kârı, işletmenin ilgili raporlama döneminde elde ettiği gelirler ile katlandığı giderler arasındaki farkı ifade eden temel performans göstergesidir (Gürkan, 2013: 59). Kapsamlı gelir içinde yer almasının nedeni, toplam kapsamlı gelirin iki ana unsurdan (kâr veya zarar ile diğer kapsamlı gelir) oluşmasıdır. Dönem kârı, kapsamlı gelir tablosunda yer alan tek gerçekleşmiş unsur olup raporlama döneminde gelir tablosu aracılığıyla kesinleşmiş bir sonuç niteliği taşır. Bu yönüyle dönem kârı, toplam kapsamlı gelirin hesaplanmasında başlangıç noktasını ifade eder.

4.2. Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılabilir Unsurlar

Yeniden sınıflandırılabilir diğer kapsamlı gelir kalemleri, işletmenin varlık ve yükümlülüklerinde ortaya çıkan ancak ekonomik fayda gerçekleşmeden önce geçici olarak özkaynaklarda izlenen değer değişimlerini ifade eder. Bu kalemler, ilgili işlemin tamamlanması hâlinde kâr veya zarara aktarılma potansiyeli taşıdıkları için önce diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir, işlem gerçekleştiğinde ise gelir tablosuna yeniden sınıflandırılır. Amaç, geçici nitelikteki değer hareketlerinin faaliyet performansını bozmasını engellemek ve gelirin yalnızca ekonomik olarak gerçekleştiği anda kâr veya zarar tablosuna yansıtılmasını sağlamaktır.

IASB'nin "Equity instruments and other comprehensive income" konulu toplantı notlarında aktarılan görüşlerde, uzun vadeli özsermaye yatırımlarına ilişkin gerçeğe uygun değer değişimlerinin dönemler itibarıyla diğer kapsamlı gelirden raporlanmasının, ancak yatırımın elden çıkarıldığı dönemde bu tutarların kâr veya zarara geri dönüştürülmesinin, söz konusu yatırımların ekonomik performansının daha anlamlı biçimde yansıtılmasına katkı sağladığı ifade edilmektedir (IASB, 2022: Paragraf 19). Benzer şekilde PwC'nin kapsamlı gelir ve yeniden sınıflandırma uygulamalarına ilişkin açıklamasında da bazı OCI (Diğer Kapsamlı Gelir)

kalemlerinin ekonomik gerçekleşme anında birikimli kapsamlı gelirden net gelire yeniden sınıflandırıldığı ve bu sürecin muhasebe literatüründe “recycling” olarak adlandırıldığı belirtilmektedir (PwC, 2022: 57). Bu nedenle yeniden sınıflandırılabilir OCI kalemleri, geçici değer değişimlerinin özkaynakta izlenebilmesini sağlarken, ekonomik olayın sonuçlandığı anda bu etkilerin gelir tablosuna doğru şekilde yansıtılmasını temin eder.

4.2.1. Gerçeğe Uygun Değer Farkı Diğer Kapsamlı Gelire Yansıtılan Borçlanma Araçları

İşletmenin elinde alım-satım amacıyla bulundurulmayan ve aynı zamanda vadeye kadar elde tutma taahhüdü bulunmayan borçlanma araçlarını kapsar. TFRS 9'un iş modeli yaklaşımına göre bu varlıklar, sözleşmeye bağlı nakit akışlarını tahsil etmeyi ve gerektiğinde satış yapmayı birlikte amaçlayan portföylerde sınıflandırılır. Bankacılık uygulamasında bu kategori tahvil, bono, DİBS ve eurobond gibi satılabilir borçlanma araçlarını içerir. Bu tür finansal varlıkların gerçeğe uygun değer değişimleri dönem içerisinde gelir tablosuna alınmaz, bunun yerine diğer kapsamlı gelirden izlenir (TFRS 9: Paragraf B4.1.2 ve B4.1.12).

TFRS 9'un yaklaşımı uyarınca, FVOCI borçlanma araçlarında özkaynakta biriken bu değer değişimleri, ancak varlık satıldığında gelir tablosuna yeniden sınıflandırılır. Borçlanma araçlarında gerçekleşmemiş değer değişimleri OCI'da izlenir ve varlık elden çıkarıldığında kâr veya zarara yeniden sınıflandırılır (TFRS 9: Paragraf 5.7.10). Böylece FVOCI borçlanma araçlarında, gerçeğe uygun değer farkları özkaynakta geçici olarak birikmekte, satış gerçekleştiğinde ise bu birikmiş farkların gelir tablosuna aktarılmasıyla oluşan gelir veya gider doğru dönemde yansıtılmış olacaktır.

Bankacılık sektöründe tahvil ve benzeri sabit getirili finansal araçların bilanço içindeki ağırlığı dikkate alındığında, faiz oranlarındaki değişimlerin FVOCI portföyleri üzerinden kapsamlı gelir kalemleri üzerinde dalgalanmalar yaratabilmektedir.

4.2.2. Yabancı Para Çevrim Farkları

Yabancı para çevrim farkları, işletmenin yurt dışındaki bağlı ortaklık, iştirak veya iş ortaklıklarının finansal tablolarının raporlama para birimine çevrilmesi sırasında ortaya çıkan kur farklarını ifade eder. TMS 21'e göre bu tür çevrim farkları, söz konusu yurt dışı işletmenin finansal tablosu çevrilirken oluşan değer değişimlerini yansıttığından diğer kapsamlı gelir unsuru olarak muhasebeleştirilir ve elden çıkarılana kadar burada izlenir (TMS 21: Paragraf 32). Çünkü çevrim farkları, işletmenin faaliyet dönemine ait performansını değil, yabancı iştirakin finansal tablolarının ana işletmenin para birimine çevrilmesinden kaynaklanan gerçekleşmemiş değer hareketlerini temsil eder. Bununla birlikte bu farklar, yabancı işletme üzerindeki kontrol veya pay sahipliği ilişkisinin sona ermesi hâlinde (bağlı ortaklığın satılması veya tasfiyesi durumunda) gelir tablosuna yeniden sınıflandırılır. Böylece yabancı para çevrim farkları, kontrol ilişkisinin devam ettiği sürece özkaynak altında birikir, işlem tamamlandığında ise birikmiş farkların tek seferde kâr veya zarara aktarılır (Gürkan, 2013: 125-126).

4.2.3. Nakit Akış Riskinden Korunma Gelirleri/Giderleri

Nakit akış riskinden korunma, bilançoda yer alan bir varlık veya yükümlülüğe ya da gerçekleşme olasılığı yüksek bir işleme ilişkin tahmini tutarın piyasa koşullarına bağlı olarak değişmesinden kaynaklanan nakit çıkış riskini azaltmaya veya ortadan kaldırmaya yönelik işlemler bütünüdür (Doğan, 2010: 125-126).

Nakit akış riskinden korunma işlemlerinde, riskten korunma aracının gerçeğe uygun değerindeki değişimin etkin olan kısmı, korunan nakit akışının gelecekte gelir tablosunu etkileyecek olması nedeniyle diğer kapsamlı gelirden geçici olarak izlenir. Bu yaklaşım, işletmenin değişken faiz oranı, döviz kuru veya emtia fiyatlarına ilişkin gelecekteki nakit akışlarında meydana gelebilecek dalgalanmaları dengelemek amacıyla yaptığı türev işlemlerin sonucunda oluşan değer değişimlerinin, henüz gerçekleşmemiş olmaları nedeniyle dönem kârını etkilememesini sağlar (Doğan, 2010: 125-126). Ancak korunan nakit akışı ilerleyen dönemde gelir veya gider olarak gelir tablosuna yansıtıldığında, daha önce diğer kapsamlı gelirden birikmiş olan tutarlar da kâr veya zarara yeniden sınıflandırılır. Böylece riskten korunma ilişkisi, ekonomik etkinin doğru dönemde gelir tablosuna aktarılmasını sağlar. Bu yapı, hem risk yönetiminin finansal tablolara yansıtılmasını hem de muhasebenin dönemsel dalgalanmalardan arındırmasını amaçlayan bir mekanizma işlevi görür.

4.2.4. Yurtdışındaki İşletmeye İlişkin Yatırım Riskinden Korunma Gelirleri/Giderleri

Yurtdışındaki bir işletmeye yapılan net yatırımın döviz kuru dalgalanmalarından korunması amacıyla gerçekleştirilen finansal araçların gerçeğe uygun değerindeki değişimler, TFRS 9 kapsamında net yatırım riskinden korunma (net investment hedge) olarak muhasebeleştirilir ve etkin olan kısmı diğer kapsamlı gelirden izlenir (TFRS 9: Paragraf 6.5.13). Bu uygulama, yabancı para çevrim farklarının özkaynakta biriktiği duruma benzer şekilde çalışmakla birlikte, korunma işlemi sonucunda oluşan değer değişimlerinin doğrudan bağlı ortaklık veya iştirak çevrim farklarından değil, bu riske karşı yapılan türev veya türev olmayan finansal koruma araçlarından kaynaklanması bakımından ayrışır.

IASB toplantısında bildirilen bazı görüşlere göre, bazı özkaynak yatırımlarına ilişkin gerçeğe uygun değer değişimlerinin “yalnızca işletmenin performansı ile ilgili olmayan, stratejik amaçlarla elde tutulan yatırımların niteliğinden kaynaklanan ikincil etkiler olduğu” ve bu nedenle bu tür kalemlerin FVOCI’de izlenmesinin uygun olduğu ifade edilmektedir (IASB, 2022: Paragraf 11).

Net yatırım riskinden korunma, işletmenin yurtdışı faaliyetlerine ilişkin varlıklarından kaynaklanan kur riskinin yönetilmesine yönelik olup, muhasebeleştirilmesi nakit akış riskinden korunma işlemlerine benzer şekilde yapılır. Bu kapsamda, finansal riskten korunma aracından kaynaklanan kazanç veya kaybın etkin kısmı diğer kapsamlı gelirden, etkin olmayan kısmı ise kâr veya zararda muhasebeleştirilir; yurtdışındaki işletmenin elden çıkarılması halinde diğer kapsamlı gelirden biriken tutarlar kâr veya zarara yeniden sınıflandırılır (Öztürk, 2013: 230). Her iki unsur da yurtdışındaki işletme üzerindeki kontrol devam ettiği sürece özkaynakta birikir ancak hem çevrim farkları hem de net yatırım riskinden korunma kazanç/kayıpları, yabancı işletmenin elden çıkarılması veya kontrolün kaybedilmesi halinde birlikte gelir tablosuna yeniden sınıflandırılır. Böylece bu yöntem, hem döviz kuru riskinin finansal tablolara yansıtılmasını, hem de riskten korunma işlemi ile yabancı işletmenin değerindeki değişikliklerin tutarlı biçimde raporlanmasını sağlar.

Bu durum, özellikle bankacılık sektöründe yaygın olarak kullanılan türev araçlar ve riskten korunma stratejileri nedeniyle kapsamlı gelirin risk yönetimi ile doğrudan ilişkili bir raporlama alanı haline gelmesine yol açmaktadır.

4.3. Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayan Unsurlar

Kâr veya zararda yeniden sınıflandırılmayan diğer kapsamlı gelir unsurları, değer değişimleri ortaya çıksa dahi hiçbir koşulda gelir tablosuna aktarılmayan kalemlerden oluşur. Bu unsurların ortak özelliği, söz konusu değer hareketlerinin ölçüm ve yeniden değerlendirme kaynaklı olması, işletme tarafından nakde dönüştürülerek realize edilmemesi ve ekonomik etkilerinin bir kazanç niteliği taşımasıdır. Bu yaklaşım, söz konusu değer değişimlerinin işletmenin dönemsellik ilkesi çerçevesinde kâr niteliği taşımayan, uzun vadeli finansal yapı ile ilişkili bilgi unsurları olarak değerlendirilmesini sağlar. Böylece bu kalemler gelir tablosuna aktarılmak yerine yalnızca özkaynak toplamı üzerinde etki yaratır ve işletmenin sermaye yapısı ile uzun vadeli değer hareketlerine ilişkin daha istikrarlı bir görünüm sunar.

Standart oluşturma sürecinde, yeniden sınıflandırmanın daha yararlı bilgi sağlamayacağı veya hangi tutarın ne zaman sınıflandırılması gerektiğine ilişkin açık bir gerekçenin bulunmadığı durumlarda, diğer kapsamlı gelire alınan unsurların kâr veya zarara yeniden sınıflandırılmamasına karar verilebilir. Bu hâllerde ilgili tutarlar dönem kârına aktarılmayıp özkaynak içinde izlenir ve dönem sonunda Geçmiş Yıl Kâr/Zararına devredilir (Erhan, 2018: 41).

Sabit Kıymet yeniden değerlendirme kazançları, iştirak ve bağlı ortaklıklar yeniden değerlendirme artışları, tanımlanmış fayda planlarına ilişkin aktüeryal kazanç ve kayıplar ile FVOCI kapsamındaki özkaynak yatırımlarının gerçeğe uygun değer değişimleri, özkaynak içinde kalıcı nitelikte muhasebeleştirilir. Bahsi geçen uzun vadeli unsurların kâr veya zarara yeniden sınıflandırılmamasının temel gerekçesi, değer değişimlerinin gerçekleşmiş gelir niteliği taşıması ve işletmenin uzun vadeli finansal yapısıyla ilişkili olmasıdır.

4.3.1. Maddi ve Maddi Olmayan Duran Varlıkların Değer Değişimleri

Maddi duran varlıkların yeniden değerlendirme modeline göre ölçülmesi sonucunda ortaya çıkan değer artışları, gerçekleşmiş bir gelir niteliği taşımadığından kâr veya zarar tablosuyla ilişkilendirilmez, bunun yerine diğer kapsamlı gelir altında muhasebeleştirilir. Bu yaklaşım, değer hareketlerinin işletmenin dönemsel

performansını yapay olarak artırmamasının önüne geçer. Dolayısıyla yeniden değerlendirme kaynaklı artışların sınıflandırılmayan kapsamlı gelir unsuruna dahil edilmesi, bu kalemlerin hem ekonomik niteliğine hem de finansal raporlamanın ihtiyatlılık ve güvenilirlik ilkelerine uygun bir sonuçtur.

TMS 16, yeniden değerlendirme modeline ilişkin bu yaklaşımı açık biçimde düzenlemektedir. Standart, *“Bir varlığın defter değeri yeniden değerlendirme sonucunda artmışsa, bu artış diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir ve doğrudan özkaynak hesap grubunda yeniden değerlendirme değer artışı adı altında toplanır”* (TMS 16: Paragraf 39) hükmüyle değer artışlarının diğer kapsamlı gelirden yer alacağını belirtmektedir. Ayrıca, yeniden değerlendirme artışlarının kâr veya zarara aktarılmayacağını, *“Yeniden değerlendirme değer artışından geçmiş yıl kârlarına aktarım kâr veya zarar üzerinden yapılamaz”* maddesi ile açıkça ifade edilmiştir (TMS 16: Paragraf 41). Bu düzenleme, söz konusu değer değişimlerinin gerçekleşmiş bir gelir olmadığı için gelir tablosuna taşınmayacağını ve yalnızca özkaynak içerisinde hareket ettirebileceğini ortaya koymaktadır.

Maddi duran varlığın finansal raporlama tarihindeki gerçeğe uygun değeri güvenilir bir biçimde ölçülebiliyorsa, işletme yeniden değerlendirme modelini kullanarak varlığın defter değerini güncelleyebilir. Yeniden değerlendirme modelinin seçimindeki amaç, ekonomik koşullar nedeniyle varlıkların değerinde meydana gelen değişimlerle ilgili ihtiyatlı, ihtiyaca ve gerçeğe uygun bilgi sunulmasının sağlanmasıdır. Çünkü bu değişimler sonucunda ortaya çıkan değer finansal tablo kullanıcılarının kararına etki eder (Çiftçi, 2022: 57). Bu yaklaşım, söz konusu değer artışlarının gerçekleşmiş bir gelir niteliği taşımadığı için kâr veya zarara aktarılmaması gerektiği yönündeki standart yaklaşımını desteklemektedir.

Maddi olmayan duran varlıkların yeniden değerlendirme modeline göre ölçülmesi sonucunda ortaya çıkan değer artışları da maddi duran varlıklarda olduğu gibi, gerçekleşmiş bir gelir niteliği taşımadığı için dönemsel kâr veya zarar ile ilişkilendirilmez. TMS 38 – Maddi Olmayan Duran Varlıklar standardı, gelir tablosuna etkileri bakımından TMS 16 – Maddi Duran Varlıklar standardına benzer düzenlemeler içermektedir. *“Bir maddi olmayan duran varlığın defter değerinin yeniden değerlendirme işlemi sonucunda artması durumunda, söz konusu artış diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir ve yeniden değerlendirme fazlası adı altında özkaynakta biriktirilir”* (TMS 38: Paragraf 85). Ancak söz konusu yeniden değerlendirme artışının, aynı varlık için daha önce kâr veya zararda muhasebeleştirilmiş bulunan yeniden değerlendirme azalışını telafi eden kısmı, kâr veya zarar içerisinde muhasebeleştirilir (Doğan ve Ertugay, 2010: 128).

4.3.2. İştirak ve Bağlı Ortaklıklar Değer Değişimleri

İştirakler ve bağlı ortaklıklar, alım satım amacıyla elde tutulmayan özkaynak niteliğindeki finansal araçların en yaygın örneklerini oluşturur. Bu yatırımların TFRS 9 kapsamında gerçeğe uygun değerle ölçülmesi durumunda, ortaya çıkan değer değişimlerinin işletmeye düşen payı diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilir ve özkaynakta birikimli olarak izlenir (Kılıç, 2019: 130).

İştirak ve bağlı ortaklıkların gerçeğe uygun değerindeki artışlar, yatırımcı işletmenin özkaynağına yansıtılan ve zaman zaman önemli dalgalanmalar oluşturabilen kalemlerdir. Ancak bu değer değişiklikleri yatırımın kâr veya zarar tablosuna sınıflandırılması standartlarca uygun görülmez. TMS 27’ye göre iştirak ve bağlı ortaklık yatırımlarının bireysel finansal tablolarda hangi yöntemle ölçüleceği işletmenin tercihine bırakılmış olup, bu yatırımlar maliyet bedeli, TFRS 9 kapsamındaki gerçeğe uygun değer veya TMS 28 özkaynak yöntemiyle muhasebeleştirilebilir (TMS 27: Paragraf 10).

Bireysel finansal tablolarda TFRS 9 ölçüm modelinin seçilmesi hâlinde yatırımlar, TFRS 9’un genel ölçüm hükümlerine tabi olarak gerçeğe uygun değerle ölçülür. Standarda göre gerçeğe uygun değer, aktif bir piyasası bulunan finansal araçlar için piyasa fiyatı (borsa rayici) esas alınırken, aktif bir piyasanın bulunmadığı durumlarda ise gözlemlenebilir teknikler kullanılır (TFRS 13: Paragraf 38).

Özkaynak yöntemi kapsamında yatırım, ilk kayda almada maliyet bedeliyle muhasebeleştirilmekte, sonraki dönemlerde ise yatırım yapılan işletmenin kârı, zararı ve diğer kapsamlı gelirindeki pay oranında yatırımın defter değeri artırılmakta veya azaltılmaktadır. Bu yaklaşım, yatırım yapılan işletmenin özkaynaklarında meydana gelen değişimlerin, yatırım oranı dikkate alınarak yatırımcı işletmenin finansal tablolarında yatırım değerine artış veya azalış olarak yansıtılmasını esas almakta ve özkaynak yönteminin temel işleyişini ortaya koymaktadır (Dinç ve Yıldırım, 2023: 46-52).

İştirak ve bağı ortaklık değer değişimleri, yatırımcı işletmenin kontrolü veya satış niyetiyle bağlantılı olarak gerçekleşmiş bir nakit akışı oluşturmadığından, standartlar (TMS 1, TMS 28, TFRS 9) bu kalemlerin kâr veya zararda yer almasını uygun görmez (TMS 1: Par.91-96; TMS 28: Par.10; TFRS 9: Par.5.7.5). Bu değer farkları ekonomik anlamda bir gerçekleşmemiş kazanç/kayıp niteliği taşıdığı için, yatırımın defter değeri üzerinde etki yaratır ancak dönem gelir giderine dahil edilmez. Yatırımın elden çıkarılması durumunda, özkaynakta birikmiş diğer kapsamlı gelir unsurları doğrudan geçmiş yıl kârlarına aktarılır, ancak kâr veya zarar tablosuna yeniden sınıflandırılmaz. Böylece yatırımın özkaynakta yarattığı uzun dönemli birikim, kar veya zarar tablosunu etkilemeden kapatılmış olur.

4.3.3. Tanımlanmış Fayda Planlarına İlişkin Aktüeryal Kazanç ve Kayıplar

Tanımlanmış fayda planlarına ilişkin yükümlülükler, çalışanlara gelecekte ödenecek faydaların bugünkü değerini esas aldığından, iskonto oranı, maaş artış tahminleri, çalışan devir hızı ve yaşam beklentisi gibi aktüeryal varsayımlardaki değişimlere son derece duyarlıdır. Bu varsayımlardaki revizyonlar sonucunda ortaya çıkan aktüeryal kazanç ve kayıplar, TMS 19 uyarınca kâr veya zararda muhasebeleştirilmez, bunun yerine doğrudan yeniden sınıflandırılmayan diğer kapsamlı gelir içerisinde gösterilir (TMS 19: Paragraf 122).

TMS 19, çalışanlara sağlanan faydalara ilişkin maliyetleri hizmetten kaynaklanan giderler, finansman bileşeni ve yeniden ölçüm farkları olarak üçe ayırır. Hizmet maliyetleri ve net faiz gideri dönemsellik gereği kâr veya zarar tablosunda muhasebeleştirilirken, aktüeryal kazanç ve kayıpların da içinde yer aldığı yeniden ölçüm bileşenleri diğer kapsamlı gelirden gösterilir (Durgut ve Kaya, 2013: 10-16). Bu kalemlerin kapsamlı gelirden sınıflanmasının nedeni, söz konusu farkların işletmenin faaliyetlerinden değil, varsayımlardaki değişikliklerden kaynaklanması ve ölçüm mimarisinin parçası olmasıdır. Ayrıca plan varlıklarının beklenen getirisi ile gerçekleşen getirisi arasındaki farklar da TMS 19'a göre aktüeryal kazanç veya kayıp kabul edilir ve özkaynak altında takip edilir (TMS 19: Paragraf 57(d) ve Paragraf 128).

Kapsamlı gelir unsurlarının sınıflandırılabilirlik esasına göre Tablo 1'de özet bir görünümü sunulmaktadır.

Tablo 1. Kapsamlı Gelirin Unsurları, Sınıflandırma Ölçütleri ve Sunum Esasları

Unsurlar	Sınıflandırma Ölçütü	İlgili Standart	Muhasebeleştirme / Sunum İlkesi
Dönem kârı / zararı	Sınıflandırma konusu değildir	TMS 1	Kâr veya zarar tablosunda sunulmakla birlikte OCI tablosunda da gösterilir.
FVOCI borçlanma araçları değer değişimleri	Yeniden sınıflandırılabilir	TFRS 9	Gerçeğe uygun değer değişiklikleri OCI'da izlenir. Elden çıkarma anında P&L'ye yeniden sınıflandırılır.
Yabancı para çevrim farkları	Yeniden sınıflandırılabilir	TMS 21	OCI'da birikir. Yabancı işletme elden çıkarılınca P&L'ye aktarılır.
Nakit akış riskinden korunma	Yeniden sınıflandırılabilir	TFRS 9	Etkin kısım OCI'da, gerçekleşme anında P&L'ye yeniden sınıflandırılır.
Yurtdışı işletmeye ilişkin yatırımın riskinden korunma	Yeniden sınıflandırılabilir	TMS 21 / TFRS 9	Etkin kısım OCI'da izlenir. Yatırım elden çıkarılınca P&L'ye aktarılır.
Aktüeryal kazanç ve kayıplar	Yeniden sınıflandırılmaz	TMS 19	Kalıcı olarak OCI'da muhasebeleştirilir. P&L'ye yeniden sınıflandırılmaz.
Maddi duran varlık yeniden değerlendirme artışları	Yeniden sınıflandırılmaz	TMS 16	OCI'da yeniden değerlendirme fonu olarak gösterilir. P&L'ye aktarılmaz.
Maddi olmayan duran varlık yeniden değerlendirme artışları	Yeniden sınıflandırılmaz	TMS 38	OCI'da birikir. P&L'ye aktarılmaz, sadece özkaynak içinde transfer edilir.
İştirak ve bağı ortaklıklar	Yeniden sınıflandırılmaz	TMS 28	Yatırımcı işletmenin OCI'da muhasebeleştirilir. P&L'ye sınıflandırılmaz.
FVOCI özkaynak yatırımları	Yeniden sınıflandırılmaz	TFRS 9	Yatırımcı işletmenin OCI'da muhasebeleştirilir. P&L'ye sınıflandırılmaz.

5. BANKALAR FİNANSAL RAPORLAMASINDA KAPSAMLI GELİRİN SUNUMU

Bankacılık sektöründe kapsamlı gelirin raporlanması, özkaynak kalemlerinde meydana gelen değer değişimlerinin şeffaf ve karşılaştırılabilir biçimde gösterilmesi açısından ayrı bir önem taşır. Bankaların finansal yapıları büyük ölçüde faiz oranı, kur, kredi risk primi ve menkul değer fiyatlarındaki dalgalanmalara duyarlı olduğundan, bu unsurların özkaynak üzerindeki etkisi çoğu zaman kâr veya zararla doğrudan ilişkilendirilemez. Bu nedenle kapsamlı gelir tablosu, hem TFRS/TMS hükümlerini hem de Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu (BDDK) düzenlemelerini dikkate alarak, bankanın özkaynakta biriken değer hareketlerinin ayrı ayrı gösterildiği raporlama aracı görevi görür.

Bu bölümde, kapsamlı gelirin bankacılık düzenlemeleri çerçevesinde nasıl sunulduğu, tabloda kullanılan sınıflandırma yapısı ve diğer finansal tablolarla olan bütünlük ilişkisi ele alınmaktadır.

Bankacılık sektöründe kapsamlı gelirin sunumu, BDDK tarafından yayımlanan “Bankaların Kamuya Açıklayacakları Finansal Tablolar ile Bunlara İlişkin Açıklama ve Dipnotlar Hakkında Tebliğ” çerçevesinde standartlaştırılmıştır. Söz konusu düzenlemeye göre kapsamlı gelir tablosu, klasik gelir tablosunun devamı niteliğinde kurgulanmakta, “dönem kârı veya zararı”, “kâr veya zararda yeniden sınıflandırılmayacak diğer kapsamlı gelir kalemleri” ve son olarak “kâr veya zararda yeniden sınıflandırılacak diğer kapsamlı gelir kalemleri” altında toplanan unsurlar sıralanmaktadır. Böylece bankalar, hem UFRS/TMS çerçevesindeki kapsamlı gelir yaklaşımını hem de BDDK’nın öngördüğü sunum formatını aynı tabloda bir araya getirerek, kullanıcıların özkaynakta izlenen değer değişimlerinin niteliğini ve kârla ilişkisini daha net görebilmesini sağlar.

5.1. Bankacılık Finansal Raporunda Kapsamlı Gelir Tablosu Gösterimi

BDDK’nın finansal tablo formatlarına ilişkin düzenlemeleri kapsamında kapsamlı gelir tablosu, gelir tablosunun devamı niteliğinde yapılandırılmakta ve belirli bir hiyerarşi içinde sunulmaktadır. Sunum hiyerarşisi sayesinde kullanıcılar, bankanın dönemsel kârı ile özkaynakta biriken değer değişimlerini bir arada görme ve değerlendirme imkânı elde eder. Ayrıca tablo, gelir tablosunda olduğu gibi cari dönem ile bir önceki yılın aynı dönemini birlikte gösterecek şekilde düzenlenir. Karşılaştırmalı sunumda yıl sonu değil, ilgili raporlama döneminin bir önceki yılındaki karşılığı esas alınır.

Bu çerçevede kapsamlı gelir tablosu, BDDK’nın belirlediği standart format doğrultusunda sunulur ve örnek tablo aşağıda gösterilmiştir (BDDK, 2012: Ek1).

Tablo 2. BDDK Formatına Göre Kar veya Zarar ve Diğer Kapsamlı Gelir Tablosu

	KAR VEYA ZARAR VE DİĞER KAPSAMLI GELİR TABLOSU	Cari Dönem	Önceki Dönem
I.	DÖNEM KARI/ZARARI		
II.	DİĞER KAPSAMLI GELİRLER		
2.1.	Kar veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacaklar		
2.1.1.	Maddi Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışları/Azalışları		
2.1.2.	Maddi Olmayan Duran Varlıklar Yeniden Değerleme Artışları/Azalışları		
2.1.3.	Tanımlanmış Fayda Planları Yeniden Ölçüm Kazançları/Kayıpları		
2.1.4.	Diğer Kâr veya Zarar Olarak Yeniden Sınıflandırılmayacak Diğer Kapsamlı Gelir		
2.1.5.	Kâr veya Zararda Yeniden Sınıflandırılmayacak Diğer Kapsamlı Gelire İlişkin Vergiler		
2.2.	Kâr veya Zararda Yeniden Sınıflandırılacaklar		
2.2.1.	Yabancı Para Çevirim Farkları		
2.2.2.	Gerçeğe Uygun Değer Farkı Diğer Kapsamlı Gelire Yansıtılan Finansal Varlıkların		
2.2.3.	Nakit Akış Riskinden Korunma Gelirleri/Giderleri		
2.2.4.	Yurtdışındaki İşletmeye İlişkin Yatırım Riskinden Korunma Gelirleri/Giderleri		
2.2.5.	Diğer Kâr veya Zarar Olarak Yeniden Sınıflandırılacak Diğer Kapsamlı Gelir Unsurları		
2.2.6.	Kâr veya Zararda Yeniden Sınıflandırılacak Diğer Kapsamlı Gelire İlişkin Vergiler		
III.	TOPLAM KAPSAMLI GELİR (I+II)		

5.2. Ertelenmiş Vergi Etkisinin Kapsamlı Gelir Tablosunda Ayrı Sunulması

Vergi mevzuatı ile muhasebe standartlarının amaç ve uygulamalarındaki farklılıklar, işletmelerin mali kâr ile muhasebe kârı arasında dönemsel sapmalar oluşmasına neden olabilmektedir. Vergi otoritesi, vergilendirmeyi kamu politikaları ve mali denetim amaçları doğrultusunda şekillendirirken, muhasebe standartları finansal durumun gerçeğe uygun biçimde raporlanmasını esas alır. Bu yaklaşım farkı, gelir ve giderlerin farklı dönemlerde tanınması veya farklı değerlendirme ölçülerinin kullanılması sonucunu doğurmakta, söz konusu farklılıklar sonucunda ertelenmiş vergi unsurları ortaya çıkabilmektedir (Karamahmutoğlu, 2022: 598-601).

Muhasebe değeri ile vergi değeri arasındaki geçici farklar esas alınarak, gelecekte vergilendirilecek tutarlar için ertelenmiş vergi borcu, indirilebilir tutarlar için ise ertelenmiş vergi alacağı muhasebeleştirilir. Bu yaklaşım gelir ve giderlerle sınırlı olmayıp varlık ve yükümlülükleri de kapsar. Kâr veya zarara yansıtılmadan özkaynaklarda muhasebeleştirilen işlemlere ilişkin vergi etkileri de aynı şekilde özkaynaklar altında izlenir (Kaval vd., 2025: 248).

Ertelenmiş vergi, diğer kapsamlı gelirin bir unsuru olarak finansal durum tablosunda ve kapsamlı kâr/zarar tablosunda raporlanır (Ergin ve Ayanoğlu, 2015: 79) Kapsamlı gelir tablosunda yer alan kalemler, bankacılık uygulamalarında ertelenmiş vergi etkileriyle birlikte ancak ayrı olarak gösterilir. Kapsamlı gelir unsurları, gerek kâr veya zararda yeniden sınıflandırılabilir gerekse yeniden sınıflandırılmaz nitelikte olsun, öncelikle brüt tutarlarıyla gösterilir; ardından bu kalemlere ilişkin ertelenmiş vergi gelir veya gideri ayrı bir satırda sunulur (BDDK, 2012: Ek1). Bu yöntem, değer değişimlerinin vergi öncesi ekonomik etkisi ile vergi mevzuatından kaynaklanan sonuçlarının birbirinden ayrıştırılmasını sağlar. Böylece finansal tablo kullanıcıları, kapsamlı gelir kalemlerinin özkaynak üzerindeki brüt etkisini ve bu etkiyi azaltan veya artıran vergi boyutunu açık biçimde değerlendirebilir.

TMS 12'ye göre, kâr veya zarar dışında muhasebeleştirilen kalemlere ilişkin dönem vergisi ve ertelenmiş vergi de kâr veya zarar tablosunda değil, ilgili kalemin muhasebeleştirildiği yerde raporlanmalıdır (TMS 12: Paragraf 61A). Bu kapsamda, diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilen unsurlara ilişkin vergi etkileri de diğer kapsamlı gelir içinde gösterilmekte olup, kapsamlı gelir tablosunda brüt tutar ile vergi etkisinin birlikte sunulması bu yaklaşımın doğal bir sonucudur.

5.3. Bilanço ve Özkaynak Değişim Tablosu ile Tutarlılık

Kapsamlı gelir tablosu, bankaların finansal tablo seti içinde bilanço ve özkaynak değişim tablosu ile doğrudan ilişki kuran bir unsurdur. TMS/IFRS düzenlemeleri, işletmelerin her bir özkaynak bileşeni için dönem başı ve dönem sonu defter değerlerini açıklamasını ve özkaynaklardaki değişimin kaynakları itibarıyla izlenebilir olmasını zorunlu kılmaktadır (Bayrı ve Özdemir 2020: 85).

Diğer kapsamlı gelirden muhasebeleştirilen kalemler, bilançoda özkaynak altında izlenen ilgili fon hesaplarına yansıtılmakta; bu hesaplarda meydana gelen dönemsel artış ve azalışlar ise özkaynak değişim tablosu aracılığıyla gösterilmektedir. TMS 1, finansal tabloların tek tek değil, bir bütün olarak şeklinde sunulmasını öngörmektedir. Finansal tablolar, açıklayıcı notlar ve dipnotlarla birlikte bir bütün oluşturarak "tam set finansal tablolar" olarak adlandırılmakta olup, bu tabloların tamamının birlikte düzenlenmesi ve yayımlanması zorunludur. Bu bütünlük sağlanmadığı sürece, finansal tabloların TMS/IFRS standartlarına uygun olarak hazırlandığı ileri sürülemez (Kaval vd., 2025: 4).

Standart, kâr veya zarar ve diğer kapsamlı gelirden raporlanan tutarların, özkaynak değişim tablosunda her bir özkaynak bileşeni itibarıyla dönem başı ve dönem sonu değerleri arasında uzlaştırılmasını zorunlu kılar (TMS 1: Paragraf 10 ve Paragraf 106). Bu nedenle kapsamlı gelir tablosunda raporlanan tutarların, bilançoda yer alan özkaynak kalemleri ve özkaynak değişim tablosundaki hareketlerle tutarlı olması gerekmektedir. Bankacılık uygulamalarında bu bütünlük, özkaynak yapısının izlenmesi ve finansal tablolar arasında sayısal ve kavramsal uyumun sağlanması açısından önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır.

6. FİNANSAL RAPORLAMADA KAPSAMLI GELİR TABLOSUNUN ÖNEMİ

6.1. Finansal Tablolar İçindeki Rolü ve Tamamlayıcı Niteliği

Geniş kapsamlı gelir, tek başına bir performans ölçütü olmaktan ziyade, net kârı tamamlayıcı bir unsur olarak finansal tablolar seti içinde anlam kazanmaktadır. Geleneksel gelir tablosunda raporlanan dönem net kârı, net varlık değerindeki tüm değişimleri kapsamaması, özkaynaklarda ortaya çıkan bazı değer değişimlerinin performans değerlendirmesine yansımamasına neden olmaktadır. (Çelik, 2006: 75-77). Kapsamlı gelir tablosu, kâr veya zarar dışında muhasebeleştirilen ve varlık ile yükümlülüklerin ölçümünden kaynaklanan değişimlerin raporlanmasına imkân sağlamaktadır. Bu sayede kapsamlı gelir, bilanço ve gelir tablosunda yer alan bilgilerin birlikte değerlendirilmesine olanak tanıyan bir raporlama çerçevesi sunar.

6.2. Finansal Tablo Kullanıcıları Açısından Sağladığı Bilgi

Kapsamlı gelir tablosuna duyulan gereksinim, klasik gelir tablosunun bir işletmenin bir dönem boyunca gösterdiği finansal performansını tam olarak yansıtmada yeterli olmaması ile anlam kazanmaktadır (Oğuz, 2014: 140). Gerçeğe uygun değer farkları, aktüeryal yeniden ölçüm sonuçları veya yeniden değerlendirme artışları gibi unsurlar, işletmenin faaliyetlerinden kaynaklanan bir gelir yaratmamakla birlikte, ekonomik kaynakların büyüklüğünü ve bileşimini etkileyebilmektedir. Bu tür kalemler, muhasebe standartlarında gelir tablosu kapsamında değerlendirilmemekle birlikte, finansal tablo kullanıcılarına bilgi sunma amacıyla kapsamlı gelir tablosu aracılığıyla raporlanmaktadır.

İşletmenin piyasa değerinin tespiti ve yönetim performansının bütüncül olarak değerlendirilmesinde, kapsamlı gelir verisinin finansal bilgi kullanıcılarına yarar sağlayacağı kabul edilmektedir. Bu yaklaşımdan hareketle çalışmada, TMS uyarınca kapsamlı gelirin belirlenmesi ve raporlanmasına ilişkin esasların ortaya konulması, ayrıca diğer kapsamlı gelir kalemlerinin işletme piyasa değerini açıklama potansiyelinin incelenmesi amaçlanmaktadır (Gürkan, 2013: 6).

Bu yönüyle kapsamlı gelir tablosu, net kâr bilgisinin ötesine geçerek, özkaynak yapısında meydana gelen değerlendirme kaynaklı değişimlerin izlenebilmesine imkân tanımaktadır. Özellikle bankacılık sektöründe finansal varlıkların gerçeğe uygun değerle ölçülmesi ve uzun vadeli yükümlülüklerin yeniden ölçümünden kaynaklanan etkiler, finansal durumun değerlendirilmesinde ek bir bilgi alanı oluşturmaktadır.

6.3. Raporlayan Kurumlar Açısından Uygulama Zorlukları

Bir işletmenin finansal durumu, sahip olduğu ekonomik kaynaklar, finansal yapısı ve değişen piyasa koşullarına uyum sağlama hızı gibi çok sayıda etkene bağlıdır. Ancak, bu denli geniş bir veri kümesinin tamamını tek bir tabloda, anlaşılır ve kapsamlı bir şekilde sunmak oldukça zordur. Bu metodolojik zorluk nedeniyle, finansal raporlama sistemi her bir tablonun işletmenin farklı bir yönüne odaklandığı parçalı bir yapı üzerine kurgulanmıştır. Dolayısıyla işletmenin finansal gerçekliği, ancak bu tabloların bir bütün olarak değerlendirilmesiyle kavranabilmektedir (Gürkan, 2013: 230).

Kapsamlı gelir tablosunun hazırlanması raporlayan kurumlar açısından bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Değerleme esaslı kalemlerin belirlenmesi, ölçülmesi ve sınıflandırılması; gerçeğe uygun değer tahminleri, aktüeryal varsayımlar ve yeniden sınıflandırma mekanizmaları gibi teknik süreçler içermektedir. Bu durum, muhasebe sistemleri ile iç kontrol ve raporlama süreçlerinin daha karmaşık bir yapıya kavuşmasına neden olmaktadır.

Kapsamlı gelirin içeriği TMS 1'de genel çerçevesiyle tanımlanmakta, diğer kapsamlı geliri oluşturan kalemler sayılmakla birlikte, bu kalemlerin muhasebeleştirilmesi, ölçülmesi ve yeniden sınıflandırılmasına ilişkin ayrıntılı düzenlemeler ilgili Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına bırakılmaktadır. Bu yapı, kapsamlı gelirin tek başına homojen bir performans ölçütü olmaktan ziyade, farklı standartlar kapsamında düzenlenen gerçekleşmemiş gelir ve kazançların bütüncül bir görünüm içinde sunulmasını amaçlayan bir raporlama unsuru olarak ele alındığını göstermektedir (TMS 1: Paragraf 7(d)). Bu durum, kapsamlı gelir tablosunun hazırlanmasında birden fazla muhasebe standardının eş zamanlı olarak dikkate alınmasını gerektirmekte ve raporlama sürecini teknik açıdan çok boyutlu bir yapıya dönüştürmektedir.

7. KAPSAMLI GELİR UNSURLARI İLE ÖZKAYNAK DEĞERLEME FARKLARI ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

7.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, bankacılık sektöründe kapsamlı gelir yaratan varlık kalemlerinde meydana gelen değer değişimleri ile özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farkları arasındaki ilişkinin gözlemsel olarak incelenmesidir. Bu çerçevede analiz, kapsamlı gelirin bilanço ve özkaynak yapısı içindeki yeri ile finansal tablolar arasındaki birleştirici rolünü somut veriler üzerinden ortaya koymayı hedeflemektedir.

Araştırmada kullanılan veriler, bankaların internet sayfalarında yayımlanan bağımsız denetimden geçmiş finansal raporlardan elde edilmiştir. Örneklem olarak, 2024 yıl sonu itibarıyla aktif büyüklüğü en yüksek olan beş banka seçilmiştir. Bu bankalar Ziraat Bankası, VakıfBank, Halkbank, Türkiye İş Bankası ve Garanti BBVA'dır. Bu seçimle hem kamu hem de özel sermayeli bankaların yer aldığı, sektör genelini temsil edebilecek bir örneklem oluşturulmuştur.

Örneklem olarak aktif büyüklüğü en yüksek beş bankanın seçilmesinin temel nedeni, bu bankaların sektör toplam aktifleri içerisinde önemli bir paya sahip olması ve bankacılık sektörünün genel eğilimlerini temsil edebilme kapasitesidir. Ayrıca kamu ve özel sermayeli bankaların birlikte ele alınması, kapsamlı gelir kalemlerinin farklı bilanço yapıları altında nasıl şekillendiğinin karşılaştırmalı olarak analiz edilmesine imkân sağlamaktadır.

İnceleme dönemi olarak 2019–2024 yılları arasındaki yıl sonu finansal tabloları esas alınmıştır. Analizde bankaların konsolide olmayan, bağımsız denetimden geçmiş finansal tablolarında yer alan veriler kullanılmıştır. Bu tercih, kapsamlı gelir unsurlarının banka bazında bilanço ve özkaynak kalemleriyle doğrudan ilişkisini izleyebilmek amacıyla yapılmıştır. Değerlendirme, 2019'den 2020'ye, 2020'den 2021'e ... 2023'ten 2024'e şeklinde yıllık yüzdesel değişimler dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında, kapsamlı gelir oluşumuna kaynaklık eden aktif kalemler ile bu kalemlere bağlı olarak özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir unsurları birlikte ele alınmıştır.

Kapsamlı gelir oluşumuna kaynaklık edebilen ve bilançonun aktif tarafında izlenen başlıca kalemler aşağıda yer almaktadır:

- Gerçeğe uygun değer farkı diğer kapsamlı gelire yansıtılan finansal varlıklar
- İştirakler, bağlı ortaklıklar ve birlikte kontrol edilen ortaklıklar
- Maddi duran varlıklar
- Maddi olmayan duran varlıklar

Bu kalemlerin seçiminde, değer değişimlerinin diğer kapsamlı gelir aracılığıyla özkaynaklara yansımaları temel kriter olarak alınmıştır.

Aktif kalemlerde meydana gelen değer değişimlerinin yansıtıldığı ve kapsamlı gelirle doğrudan ilişkilendirilen özkaynak kalemleri ise aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır:

- Kâr veya zararda yeniden sınıflandırılmayacak birikmiş diğer kapsamlı gelirler veya giderler
- Kâr veya zararda yeniden sınıflandırılacak birikmiş diğer kapsamlı gelirler veya giderler

7.2. Araştırma Yöntemi

Araştırmada, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemler ile özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farkları arasındaki ilişkinin gözlemsel olarak incelenmesine yönelik tanımlayıcı ve karşılaştırmalı bir analiz yöntemi benimsenmiştir.

Bilançonun aktif tarafında yer alan ve kapsamlı gelir oluşumuna kaynaklık eden varlık kalemlerinin ardışık yıllar itibarıyla yüzdesel değişimleri hesaplanmıştır. Elde edilen değişim oranları, aynı dönemlerde özkaynaklar altında yer alan birikmiş diğer kapsamlı gelir kalemlerindeki değişimlerle birlikte değerlendirilmiştir. Böylece, değerlendirme kaynaklı aktif değişimlerin özkaynak yapısına nasıl yansıdığı banka bazında izlenebilir hâle getirilmiştir.

Analiz, her bir banka için ayrı ayrı yürütülmüş ve sonuçlar çizgi grafikler aracılığıyla görselleştirilmiştir. Grafikler, aktif kalemlerdeki değişim eğilimleri ile kapsamlı gelir değerleme farklarının eş yönlü veya ayrışan hareketlerini karşılaştırmalı olarak göstermeyi amaçlamaktadır. Bu yöntem sayesinde, kapsamlı gelirin yalnızca dönemsel bir raporlama unsuru değil, bilanço ve özkaynak değişimleriyle bütünleşik bir yapı içinde değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Araştırma, bankacılık sektöründe yayımlanan finansal raporlara dayalı olarak gerçekleştirilen bir finansal tablo analizi ve doküman incelemesi niteliği taşımakta olup, gözlemsel muhasebe araştırması kapsamında değerlendirilebilir.

7.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Öncelikle analiz, aktif büyüklüğü en yüksek beş banka ile sınırlı olup, elde edilen bulgular yüksek temsil gücüne sahip olmakla birlikte tüm bankacılık sektörünü kapsayıcı değildir.

Bu çalışmada kullanılan yüzdesel değişim analizi, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemler ile özkaynak altında izlenen kapsamlı gelir kalemleri arasındaki eğilimleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ancak bu yöntem nedensel bir ilişki kurmaya yönelik olmayıp, değişkenler arasındaki istatistiksel ilişkiyi test etme amacı taşımamaktadır.

Ayrıca çalışmada korelasyon, regresyon veya oran analizi gibi istatistiksel yöntemlere yer verilmemiş olması, kapsamlı gelir ile bilanço kalemleri arasındaki ilişkinin daha ileri düzeyde analiz edilmesini sınırlamaktadır. Bu durum, gelecek çalışmalar açısından bir araştırma alanı olarak değerlendirilebilir.

7.4. Bulguların Sunumu

Bulgularda, kapsamlı gelir üretme özelliğine sahip aktif kalemler ve yıllık yüzdesel değişimleri ile özkaynaklar altında izlenen birikmiş diğer kapsamlı gelir kalemlerindeki değişimler birlikte gösterilmiştir. Veriler, bankaların bağımsız denetimden geçmiş konsolide olmayan finansal raporlarından alınmıştır.

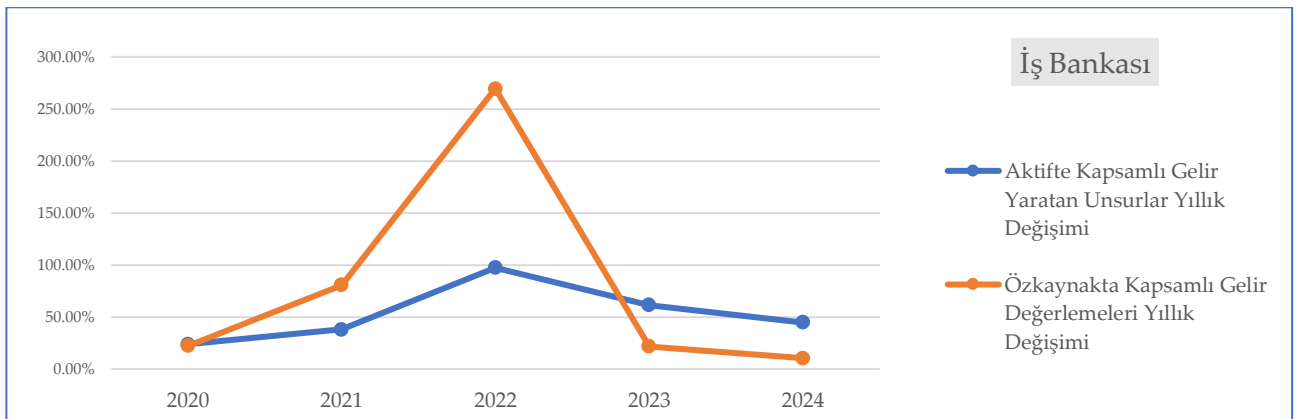
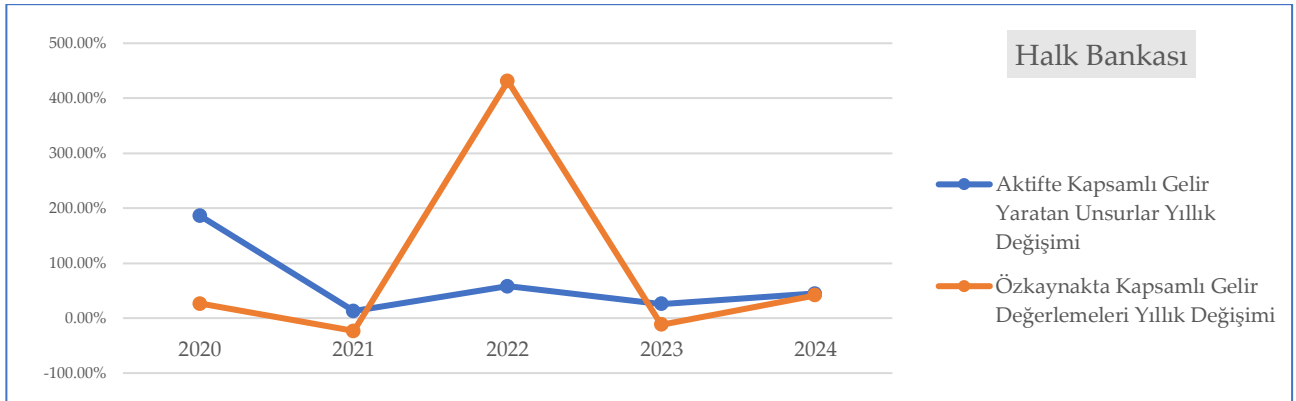
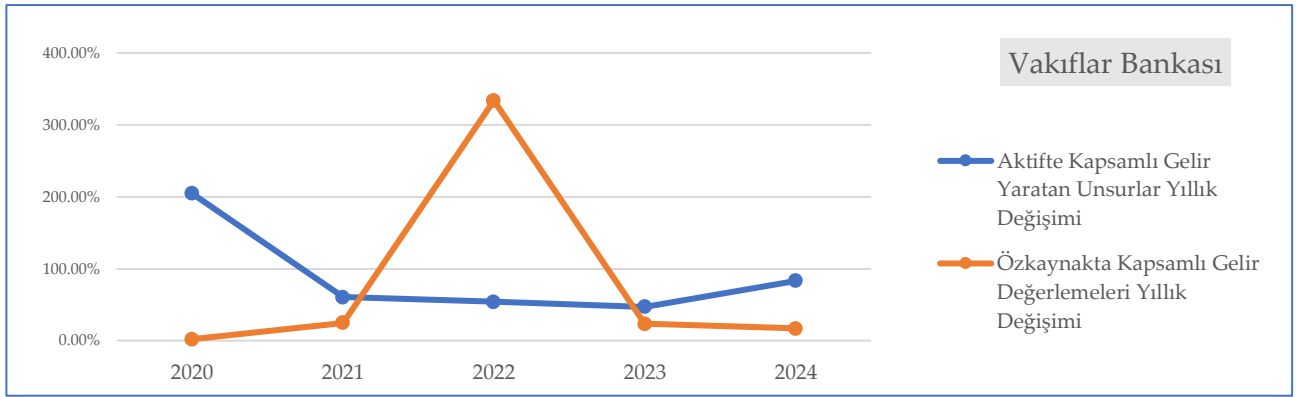
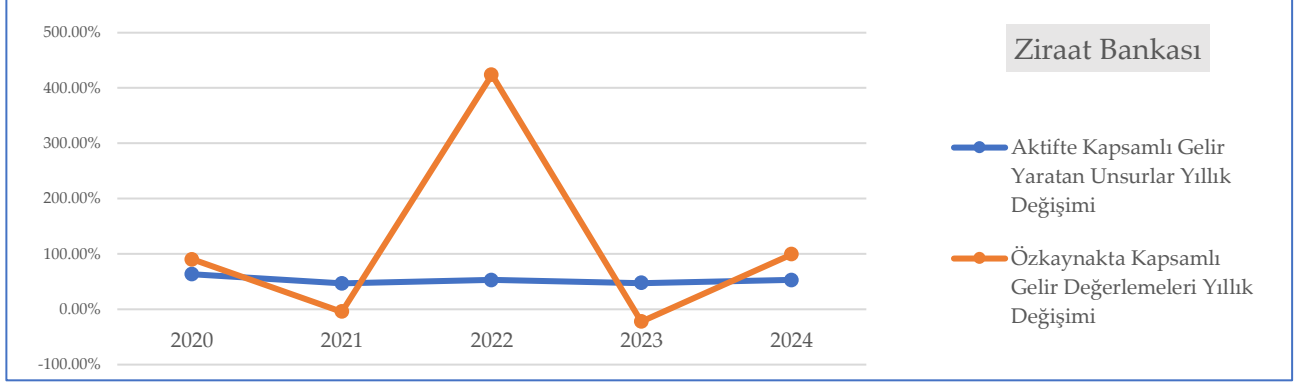
7.4.1. Rakamsal Gösterim

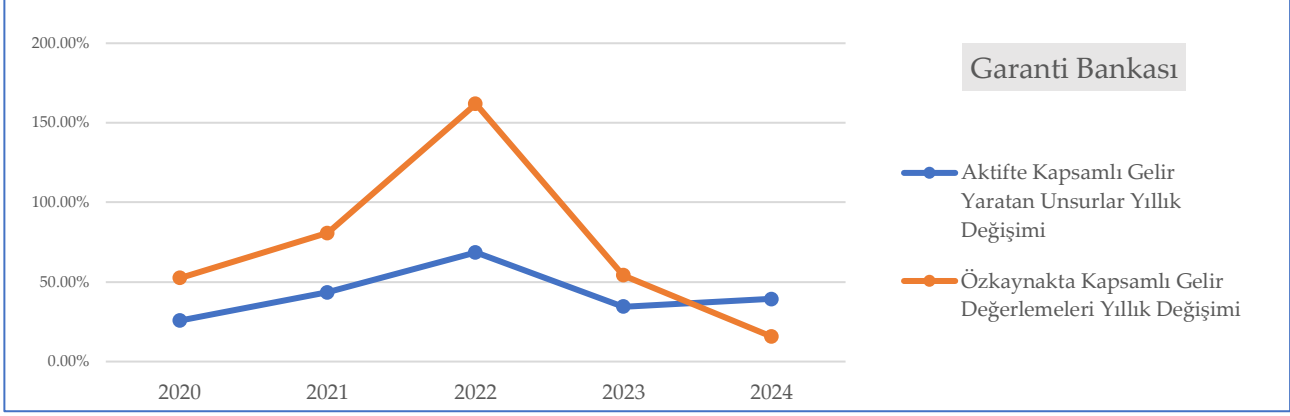
Tablo 3. Bankaların finansal rapor verileri (ZB, 2019-2024; VB, 2019-2024; İB, 2019-2024; HB, 2019-2024; GB, 2019-2024)

Araştırma Unsurları (Aktif)	Banka	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Aktifte Kapsamlı Gelir Yaratıcı Unsurlar	Ziraat Bankası	124.712.904	203.705.413	299.164.934	457.373.591	675.548.184	1.034.204.311
Aktifte Kapsamlı Gelir Yaratıcı Unsurlar Yıllık Değişimi	Ziraat Bankası		63,34%	46,86%	52,88%	47,70%	53,09%
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları	Vakıflar Bankası	29.743.574	90.558.605	145.312.209	223.521.652	328.112.316	600.661.224
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları Yıllık Değişimi	Vakıflar Bankası		204,46%	60,46%	53,82%	46,79%	83,07%
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları	İş Bankası	80.318.975	99.474.449	137.466.390	271.167.249	438.202.020	633.997.298
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları Yıllık Değişimi	İş Bankası		23,85%	38,19%	97,26%	61,60%	44,68%
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları	Halk Bankası	25.707.750	73.600.740	83.102.467	131.410.094	164.886.682	238.327.366
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları Yıllık Değişimi	Halk Bankası		186,30%	12,91%	58,13%	25,47%	44,54%
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları	Garanti Bankası	38.612.034	48.550.277	69.634.632	117.387.945	157.934.727	219.875.769
Aktifte Yer Alan Kapsamlı Gelir Unsurları Yıllık Değişimi	Garanti Bankası		25,74%	43,43%	68,58%	34,54%	39,22%
Araştırma Unsurları (Özkaynak)	Banka	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Özkaynakta Kapsamlı Gelir Değerlemeleri	Ziraat Bankası	5.494.467	10.454.473	10.017.592	52.485.877	40.768.949	81.292.183
Özkaynakta Kapsamlı Gelir Değerlemeleri Yıllık Değişimi	Ziraat Bankası		90,27%	-4,18%	423,94%	-22,32%	99,40%
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri	Vakıflar Bankası	4.031.647	4.113.510	5.136.102	22.279.521	27.486.167	32.083.845
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri Yıllık Değişimi	Vakıflar Bankası		2,03%	24,86%	333,78%	23,37%	16,73%
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri	İş Bankası	7.346.263	8.994.187	16.262.356	60.096.642	73.140.015	80.774.994
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri Yıllık Değişimi	İş Bankası		22,43%	80,81%	269,54%	21,70%	10,44%
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri	Halk Bankası	4.376.373	5.524.689	4.239.129	22.511.928	19.893.618	28.105.722
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri Yıllık Değişimi	Halk Bankası		26,24%	-23,27%	431,05%	-11,63%	41,28%
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri	Garanti Bankası	3.451.519	5.261.362	9.512.868	24.907.658	38.385.092	44.402.838
Özkaynakta Yer Alan Kapsamlı Gelir Değerlemeleri Yıllık Değişimi	Garanti Bankası		52,44%	80,81%	161,83%	54,11%	15,68%

7.4.2. Grafiksel Gösterim

Analiz, her bir banka için hazırlanan çizgi grafikler üzerinden yürütülmüş, aktif kalemlerdeki değerlendirme kaynaklı değişimlerin özkaynak yapısına nasıl yansıdığı yıllara göre incelenerek görselleştirilmiştir. Bu çalışmada kullanılan finansal veriler esas alınarak oluşturulan grafikler aracılığıyla, elde edilen bulgular banka bazında aşağıda sunulmaktadır.





Grafik 1. Bankaların beş yıllık aktif ve özkaynak içindeki kapsamlı gelir değişimi

7.5. Bulguların Yorumlanması

Grafikler incelendiğinde, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemlerdeki değişimlerin birçok dönemde özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farklarıyla benzer yönlü hareket ettiği görülmektedir. Bununla birlikte, aktif ve özkaynak hareketleri arasındaki ilişkinin tüm bankalarda aynı biçimde gerçekleşmediği, banka bazında farklılaşan dinamiklerin bulunduğu gözlemlenmektedir.

İnceleme dönemi boyunca özellikle belirli yıllarda tüm bankalarda ortak yönlü dalgalanmaların ortaya çıkması, kapsamlı gelirin makroekonomik koşullara ve piyasa temelli değerlendirme unsurlarına duyarlı bir yapı taşıdığını yorumlamamıza neden olmaktadır. Bu bulgu, kapsamlı gelirin ekonomik çevredeki değişimlerin finansal tablolara yansımaya biçimlerinden biri olduğunu ortaya koyduğu ifade edilebilir.

Grafiklerde, dönem kârına yansımayan ancak özkaynaklar üzerinde önemli büyüklükte dalgalanmalara yol açan değerlendirme kaynaklı unsurlar açık biçimde izlenebilmektedir. Bu durum, kapsamlı gelir tablosunun finansal tablo kullanıcıları açısından tamamlayıcı bilgi sunduğu yönündeki yaklaşımı desteklemektedir.

Banka bazında yapılan karşılaştırmalar, kapsamlı gelir kalemlerinin özkaynak üzerindeki etkisinin banka iş modeli ve bilanço yapısına bağlı olarak farklılaşabildiğine işaret eder. Bazı bankalarda kapsamlı gelir kaynaklı dalgalanmalar daha belirgin bir yapı sergilerken, bazı bankalarda bu etkinin daha sınırlı olduğu gözlemlenmiştir. Bu farklılaşma, kapsamlı gelirin standartlaştırılmış bir sunuma sahip olmakla birlikte, ekonomik içerik açısından bankalar arasında heterojen bir yapı gösterebildiğine işaret etmektedir.

VakıfBank ve Halkbank özelinde, incelenen dönemler boyunca kapsamlı gelir yaratan aktif kalemlerdeki değişimler ile özkaynakta izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farklarının benzer yıllarda benzer yönlü hareket ettiği dikkat çekmektedir. Her iki bankada da özellikle belirli yıllarda eş zamanlı sıçramalar ve geri çekilmeler gözlemlenmesi, bilanço yapılarının ve yatırım kompozisyonlarının kapsamlı gelir üzerindeki etkilerinin büyük ölçüde paralel seyrettiğine işaret etmektedir. Bu benzerlik, incelenen döneme özgü olarak kamu bankalarının kapsamlı gelir kalemlerinde benzer yönlü hareketlerin gözlemlenebildiğinin göstergesi olarak değerlendirilebilir.

Ziraat Bankası grafiğinde, bankanın aktif tarafında yer alan kapsamlı gelir yaratan kalemlerdeki değişimlerin görece daha istikrarlı bir seyir izlediği görülürken, özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farklarında daha belirgin dalgalanmalar ortaya çıkmaktadır. Bu durum, aktif kalemlerdeki sınırlı değişimlerin dahi, değerlendirme mekanizmaları, yeniden sınıflandırma etkileri veya ertelenmiş vergi unsurları aracılığıyla özkaynak yapısındaki dalgalı seyir ile ilişkili olabileceğine işaret etmektedir.

İş Bankası ve Garanti Bankası açısından değerlendirildiğinde, her iki bankada da özkaynak tarafındaki değişimlerin çoğu dönemde aktif kalemlerdeki yüzdesel değişimlerin üzerinde gerçekleştiği dikkat çekmektedir. Bu durum banka bazında farklılaşan bilanço stratejilerine işaret eden bir gözlem olarak yorumlanabilir.

İncelenen dönemde 2022 yılı, tüm bankalar açısından kapsamlı gelir dinamiklerinde belirgin bir kırılma noktası olarak öne çıkmaktadır. Bu yılda, yüksek enflasyon ortamı ile birlikte faiz oranlarındaki hızlı artışlar

ve finansal varlıkların gerçeğe uygun değerlerinde yaşanan dalgalanmalar, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemler üzerinde belirgin etkiler yaratmıştır. (2022 yılı TÜFE artışı %64,3; TÜİK, 2023) Enflasyonist koşullar altında özellikle menkul değer portföyleri ve uzun vadeli varlıkların değerlendirilmesinde ortaya çıkan değişimler, dönem kârına yansıtılmaksızın doğrudan özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farklarında sert artışlara ve oynaklığa yol açmıştır. Grafiklerde 2022 yılında gözlemlenen bu ortak yönlü ve yüksek ölçekli hareketler, kapsamlı gelirin yalnızca muhasebe tekniğine ilişkin bir unsur olmadığını; yüksek enflasyon gibi makroekonomik koşulların finansal tablolara yansımalarının önemli bir aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

8. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışma, kapsamlı gelir tablosunun finansal raporlama içindeki konumunu ve işlevini, muhasebesel çerçeveye ile bankacılık uygulamalarını birlikte ele alarak incelemiştir. Geleneksel finansal raporlama yaklaşımında çoğu zaman dönem net kârı merkezi bir gösterge olarak değerlendirilmekte; ancak bu yaklaşım, varlık ve yükümlülüklerin ölçümünden kaynaklanan ve özkaynak yapısını doğrudan etkileyen değer değişimlerini sınırlı ölçüde yansıtılabilmektedir. Kapsamlı gelir tablosu, bu sınırlılığı gidermeye yönelik olarak, kâr veya zarar dışında kalan ancak finansal tablo kullanıcıları açısından bilgi değeri taşıyan unsurları görünür kılan bir raporlama aracıdır.

Çalışmada ele alınan muhasebesel düzenlemeler çerçevesinde, kapsamlı gelir kalemlerinin gelir tablosuna dâhil edilmemesinin temelinde, faaliyetlerden doğan sonuçlar ile değerlendirme kaynaklı değişimlerin ayrıştırılması gereği yer almaktadır. Gerçeğe uygun değer farkları, yeniden değerlendirme artışları, aktüeryal yeniden ölçüm sonuçları ve benzeri kalemler, işletmenin ekonomik kaynaklarını etkilemekle birlikte, kâr kavramıyla doğrudan ilişkilendirilmemektedir. Bu nedenle kapsamlı gelir tablosu, gelir tablosu ile özkaynak değişim tablosu arasında işlevsel bir köprü kurarak, finansal tabloların birlikte ve bütüncül biçimde değerlendirilmesine olanak sağlar.

Kapsamlı gelir unsurları, Türkiye Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartları çerçevesinde farklı standartlar altında düzenlenmiştir. Gerçeğe uygun değer farkı diğer kapsamlı gelire yansıtılan finansal araçlar TFRS 9, maddi ve maddi olmayan duran varlıklara ilişkin yeniden değerlendirme artışları sırasıyla TMS 16 ve TMS 38, tanımlanmış fayda planlarına ilişkin aktüeryal kazanç ve kayıplar TMS 19, yabancı para çevrim farkları TMS 21, iştirak ve bağlı ortaklık yatırımlarına ilişkin düzenlemeler ise TMS 27, TMS 28 ve TFRS 10 kapsamında ele alınmaktadır. Bu standartların ortak yaklaşımı, faaliyet etkinliğini temsil eden kâr veya zarar ile değerlendirme kaynaklı ve çoğu zaman gerçekleşmemiş nitelikteki unsurların ayrıştırılması yönündedir. Dolayısıyla kapsamlı gelir tablosu, farklı muhasebe standartları kapsamında düzenlenen değerlendirme kaynaklı unsurların tek bir raporlama çerçevesinde izlenebilmesine imkân sağlayan bir sunum yapısı oluşturmaktadır.

Bankacılık sektörüne yönelik olarak gerçekleştirilen ampirik inceleme, kapsamlı gelir yaratan aktif kalemlerdeki değişimlerin, özkaynaklar altında izlenen kapsamlı gelir değerlendirme farklarıyla birçok dönemde benzer yönlü hareket ettiğine işaret etmektedir. Özellikle gerçeğe uygun değerle ölçülen finansal varlıklar, uzun vadeli yatırımlar ile maddi ve maddi olmayan duran varlıklar gibi kalemlerde meydana gelen değer değişimlerinin, dönem kârına yansımaksızın özkaynak yapısını önemli ölçüde etkilediği gözlemlenmiştir. Elde edilen bulgular, kapsamlı gelir unsurlarının bilanço ve özkaynak değişim tablosu ile olan ilişkisinin uygulamada da izlenebilir olduğunu ortaya koymaktadır.

Çalışma, kapsamlı gelirin finansal tablolar arasındaki ilişkileri yansıtma işlevini bankacılık sektörü özelinde ampirik bulgularla ortaya koyarak literatüre katkı sağlamaktadır. Özellikle kapsamlı gelir yaratan aktif kalemler ile özkaynak altında izlenen değerlendirme farkları arasındaki ilişkinin dönemsel olarak izlenebilir olduğuna yönelik bulgular, finansal tablo kullanıcıları açısından kapsamlı gelirin göz ardı edilmemesi gereken bir unsur olduğuna işaret eder.

Elde edilen bulgular, kapsamlı gelirin finansal raporlama sürecinde bilgi değeri taşıdığına ilişkin literatürle genel olarak uyumlu olmakla birlikte, bu çalışmanın bulguları söz konusu ilişkinin bankacılık sektörü özelinde bilanço ve özkaynak kalemleri üzerinden doğrudan izlenebilir olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde kapsamlı gelirin daha çok kavramsal çerçevesi (Uluslan, 2014) veya işletme değeri ile ilişkisi (Gürkan, 2013; Çalışkan, 2019) ele alınırken, bu çalışma kapsamlı gelirin finansal tablo kalemleri arasındaki hareketler üzerinden analiz edilmesine yoğunlaşmaktadır. Ayrıca diğer kapsamlı gelir kalemlerinin

raporlama ve sunum boyutunu inceleyen çalışmalardan (Bayri ve zdemir, 2020) farklı olarak, bu çalışma söz konusu kalemlerin zkaynak yapısı ile etkileşimini ampirik olarak değerlendirmektedir. Bu yönüyle çalışma, kapsamlı gelirin finansal yapı ile bütünleşik bir analiz alanı olarak ele alınması gerektiğine işaret etmektedir.

Sonuç olarak, kapsamlı gelir tablosu yalnızca teknik bir muhasebe düzenlemesi değil; finansal tablolar arasında bütünlük sağlayan, net kâr odaklı değerlendirmeleri tamamlayan ve işletmelerin ekonomik kaynaklarındaki değişimleri daha geniş bir perspektiften sunan temel bir raporlama aracıdır. Bankacılık sektöründe yapılan inceleme, kapsamlı gelirin göz ardı edilmesi hâlinde finansal tabloların önemli bir bilgi boyutunun eksik kalabileceğini düşündürmektedir.

neriler

Finansal analizlerin çoğu zaman yalnızca bilanço ve gelir tablosu üzerinden yapılması, diğer kapsamlı gelir kalemlerinin finansal tablo değerlendirmelerinde yeterince dikkate alınmamasına yol açabilmektedir. Bu çerçevede finansal tablo kullanıcılarının, işletmelerin finansal durumunu değerlendirirken kapsamlı gelir tablosu ile birlikte ele almaları önerilmektedir.

Bankacılık sektörü açısından değerlendirildiğinde, bankaların finansal raporlarında diğer kapsamlı gelir kalemlerine ilişkin açıklamaların daha ayrıntılı dipnotlarla desteklenmesi, finansal tablo kullanıcılarının söz konusu kalemlerin niteliğini ve etkisini daha sağlıklı değerlendirmesine katkı sağlayabilir.

Düzenleyici kurumlar açısından kapsamlı gelir kalemlerinin bankaların sermaye yapısı ve finansal istikrar göstergeleri üzerindeki etkisinin daha yakından izlenmesi önemlidir. Öte yandan, banka yöneticileri açısından bu kalemlerin makroekonomik risklerin bir yansıması olarak ele alınabilmektedir. Bu nedenle, kapsamlı gelir kalemlerinin risk yönetimi süreçlerinde düzenli olarak izlenmesi ve stratejik karar alma süreçlerine entegre edilmesi önerilmektedir.

Ayrıca bankacılık sektörü dışında farklı sektörlerde kapsamlı gelir unsurlarının finansal tablolar üzerindeki etkisini inceleyen karşılaştırmalı çalışmalar da finansal raporlama literatürünün geliştirilmesine katkıda bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Bayri, O., & Özdemir, O. (2020). Diğer Kapsamlı Gelirlerin Muhasebeleştirilmesi ve Raporlaması Üzerine Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, (ICAFR Özel Sayısı), 84-107
- Biddle, G.C., & Choi, J.H. (2006). Is Comprehensive Income Useful? *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 2(1), 1-32
- BDDK (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu). (2012). *Bankalarca Kamuya Açıklanacak Finansal Tablolar ile Bunlara İlişkin Açıklama ve Dipnotlar Hakkında Tebliğ*, Resmî Gazete (Sayı: 28337).
- Cavlak, H., & Ataman, B. (2019). Geleneksel, Değer Bazlı ve Alternatif Performans Ölçütlerinin Karşılaştırılması, *Journal of Research in Business*, 4(2), 181-195
- Çalışkan, A. (2019). *Kapsamlı Gelir Raporlamasının Değer İlişkisi* (İstinye Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul)
- Çelik, O. (2006). Geniş Kapsamlı Kar: Finansal Tablolarda Raporlanması ve Türkiye Uygulaması, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (17), 75-86
- Çiftçi H.N. (2022). *Finansal Raporlama ve Diğer Kapsamlı Gelir*, Ankara, Gazi Kitabevi
- Czajor, P., Druszcz, P., & Hendryk, M. (2019). Usefulness Of Comprehensive Income Statement – Preliminary Study On The Example Of Companies From The WIG30 Index, *Financial Sciences Nauki O Finansach*, 24 (4), 10-25
- Dinç E., & Yıldırım F. (2023). Ortaklıklardaki Yatırımların Özkaynak Yöntemine Göre Muhasebeleştirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (70), 45-68
- Doğan M., & Ertugay E. (2010). Türkiye Finansal Raporlama Standartlarına Göre Kapsamlı Gelir Tablosu ve Örnek Uygulama, *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*, (3), 117-138
- Durgut M., & Kaya U. (2013). TMS 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Tanımlanmış Fayda Planlarının Muhasebeleştirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, (21), 1-29
- Erhan D.U. (2019). Diğer Kapsamlı Gelir Unsurları ve Bist 100'de Yer Alan Firmalarda Raporlanan Diğer Kapsamlı Gelir Unsurlarının Değerlendirilmesi, *Muhasebe ve Denetim Bakış*, (57), 37-60
- Ergin, N. E., & Ayanoğlu, Y. (2015). Ertelenmiş vergilerin finansal tablo kullanıcıları açısından önemi, *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 1(1), 77-104
- FASB (Financial Accounting Standards Board). (1997). *Statement of Financial Accounting Standards No. 130: Reporting Comprehensive Income*. [https://www.fasb.org/page/ShowPdf?path=aop_fas130.pdf&title=FAS%20130%20\(AS%20AMENDED\)](https://www.fasb.org/page/ShowPdf?path=aop_fas130.pdf&title=FAS%20130%20(AS%20AMENDED))
- GB. (2019-2024). Garanti BBVA. <https://www.garantibbvainvestorrelations.com/tr/kutuphane/bddk-konsolide-olmayan-finansal-raporlar-pdf/PDF/1391/0/0>
- Gökgöz, A. (2013). Diğer Kapsamlı Gelirler ve Muhasebesi, *Muhasebe-Finansman Dergisi*, (57), 23-38
- Gürkan, S. (2013). *Kapsamlı Gelirin Belirlenmesi, Raporlanması ve İşletmenin Piyasa Değeri ile İlişkisinin Analizi: Borsa İstanbul'da İşlem Gören Şirketler Üzerine Bir Uygulama* (Doktora Tezi, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- HB. (2019-2024). Türkiye Halk Bankası. <https://www.halkbank.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/finansal-bilgiler/finansal-tablolar-ve-bagimsiz-denetim-raporlari>
- IASB Meeting Staff Paper (2022). Post-implementation Review of IFRS 9 – Classification and measurement: Equity instruments and other comprehensive income, Agenda Paper 3A, October 2022, IASB, 1-22 - [ap3a-equity-instruments-and-other-comprehensive-income.pdf](https://www.iasb.org/Agenda-Paper-3A-October-2022-Post-implementation-Review-of-IFRS-9-Classification-and-measurement-Equity-instruments-and-other-comprehensive-income)
- İB. (2019-2024). Türkiye İş Bankası. <https://www.isbank.com.tr/bankamizi-taniyin/finansal-bilgiler>

- Jarolim, N. (2015). The Development of Other Comprehensive Income 2008-2013, *ACRN Journal of Finance and Risk Perspectives*, 4(2), 43-62
- Kaplanoğlu, E. (2014). TMS-TFRS Çerçevesinde Diğer Kapsamlı Gelirler ve Muhasebe Uygulamaları, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, (63), 75-92
- Karamahmutoğlu, M.K. (2022). Ertelenmiş Vergi Unsurlarının Finansal Tablolara Etkisinin İncelenmesi: Borsa İstanbul'da Bir Uygulama, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 24(3) 594-619
- Karapınar, A., & Zaif, F. (2021). *Uluslararası Finansal Raporlama Standartları ile Uyumlu Finansal Analiz*, Ankara, Gazi Kitabevi
- Kaval, H. (2021). Diğer Kapsamlı Gelirler ve Kârın Kaynaklarının İşletme Performans Analizine Etkisi, *Muhasebe Bilim Dünyası Dergisi*, 23(3), 397-436
- Kaval, H., Örtten, R., & Karapınar, A. (2025). *Türkiye Muhasebe – Finansal Raporlama Standartları Uygulama ve Yorumları*, Ankara, Gazi Kitabevi
- Kılıç, M. (2019). Borsa İstanbul Şirketlerinin Kapsamlı Gelir Raporlama Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma, *Journal of Yasar University*, 14(54), 127-140
- Oğuz, M. (2014). *Kapsamlı Gelir Tablosu ve Bir Uygulama* (Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)
- Oğuz, M., & Hüseyin, A. (2016). Diğer Kapsamlı Gelir Unsurları ve Muhasebeleştirilmesi, *Balıkesir Üniversitesi S.B.E. Dergisi*, 19 (36-1), 465-500
- Oğuz, M. (2018). Kapsamlı Gelirin Raporlanması, *İda Academia Muhasebe ve Maliye Dergisi*, 1 (2) 53-100
- Öztürk, V. (2013). Yurtdışındaki İşletmede Bulunan Net Yatırım Riskinden Korunma İşleminin Türkiye Muhasebe Standartları Kapsamında İncelenmesi ve Muhasebeleştirilmesi, *İşletme Araştırmaları Dergisi* 5(3), 226-242
- PwC (2022). *Financial Statement Presentation*. https://viewpoint.pwc.com/dt/us/en/pwc/accounting_guides/financial_statement/assets/pwcfsp0322.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TFRS 9: Finansal Araçlar*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2019Seti/TFRS/TFRS_9.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TFRS 13: Gerçeğe Uygun Değer Ölçümü*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/DynamicContentFiles/T%C3%BCrkiye%20Muhasebe%20Standartlar%C4%B1/TMSTFRS2018Seti/TFRS/TFRS_13_2018.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 1: Finansal Tabloların Sunuluşu*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%201.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 12: Gelir Vergileri*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2012.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 16: Maddi Duran Varlıklar*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2016.pdf
- KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar*.

https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2019.pdf

KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 21: Kur Değişiminin Etkileri*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2021.pdf

KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 27: Bireysel Finansal Tablolar*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2027.pdf

KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 28: İştiraklerdeki ve İş Ortaklıklarındaki Yatırımlar*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2028.pdf

KGK (Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu). (2026). *TMS 38: Maddi Olmayan Duran Varlıklar*. https://www.kgk.gov.tr/Portalv2Uploads/files/Duyurular/v2/TMS_TFRS_Setleri/2026/Mavi_Kitap/TMS/TMS%2038.pdf

TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2023). *Tüketici fiyat endeksi, 2022 yılı verileri*. <https://veriportali.tuik.gov.tr/tr/press/49651>

Uluslan, H. (2014). Bankaların Kapsamlı Kâr (Zararı) ve Diğer Kapsamlı Kâr (Zarar) Kalemlerini Raporlama Uygulamalarının TMS 1 Finansal Tabloların Sunuluşu, Standardı Açısından İncelenmesi, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 6(1), 121-139

VB. (2019-2024). Türkiye Vakıflar Bankası. <https://www.vakifbank.com.tr/tr/bankamiz/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/konsolide-olmayan-raporlar>

ZB. (2019-2024). TC. Ziraat Bankası. <https://www.ziraatbank.com.tr/tr/yatirimci-iliskileri/finansal-bilgiler/denetim-raporu-ve-mali-tablolar>