PROCEEDING BOOK

CUMHURİYET
9. ULUSLARARASI
SOSYAL BİLİMLER
KONGRESİ



CUMHURIYET
9TH INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES

August 30, 2023 – Afyonkarahisar

ISBN : 978-625-6830-16-5
Academy Global Publishing House

www.cumhuriyetkongresi.org

CUMHURIYET
9TH INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES
AUGUST 30, 2023
AFYONKARAHISAR

Edited By
PROF. DR. SAMEER JAIN

CONGRESS ORGANIZING BOARD

Head of Conference : *Prof. Dr. Həcər Hüseynova*
Head of Organizing Board: *Dr Gültekin Gürçay*
Organizing Committee Member: *Amaneh Manafidizaji*
Organizing Committee Member:: *Prof. Dr. Hülya Çiçek*
Organizing Committee Member: *Prof. Dr. Ali Bilgili*
Organizing Committee Member: *Prof. Dr. Naile Bilgili*
Organizing Committee Member: *Prof. Dr. Başak Hanedan*
Organizing Committee Member: *Assoc. Prof. Dr. Elif Akpınar Külekçi*
Organizing Committee Member: *Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti*
Organizing Committee Member: *Assoc. Prof. Ivaylo Staykov*
Organizing Committee Member: *Dr. Mehdi Meskini Heydarlou*
Organizing Committee Member: *Aynurə Əliyeva*

All rights of this book belong to Academy Conferences Publishing House
Without permission can't be duplicate or copied.
Authors of chapters are responsibleboth ethically and juridically.
Academy Global–2023 ©

Issued: 30.09.2023
ISBN: 978-625-6830-16-5

Conference Id

CUMHURIYET
9TH INTERNATIONAL CONGRESS ON SOCIAL SCIENCES

DATE – PLACE
AUGUST 30, 2023
AFYONKARAHISAR

ORGANIIZATION
ACADEMY GLOBAL CONFERENCES & JOURNALS

EVALUATION PROCESS
All applications have undergone a double-blind peer review process.

PARTICIPATING COUNTRIES
Turkey - Iran. Azerbaijan- Austria – Egypt – Pakistan – Japan – Indonesia – Romania – India – Malaysia - Republic of Korea - Algeria - Portugal - United Kingdom – Naples – Algeria – Thailand – UK – Bangladesh – Finland - Russian Federation – Singapore – Italy - Saudi Arabia - Taiwan- UAE – Morocco – Australia - Germany - Tanzania - Bucharest – Serbia - Belgium – Sweden - Czech Republic – Indonesia – France – Kazakhstan – China – Latvia – Norway - Republic of Ireland - Kuwait - Saudi Arabia – SPAIN- Mauritius – Oman – Portugal – Jordan –

PRESENTATION
Oral presentation

ASSOCIATION & ACADEMIC INCENTIVES :
45% of presented paper in the conference were form Turkey and %55 from other Countreies
Members of the organizing committees of the conference perform their duties with an "official assignment letter"

LANGUAGES
Turkish, English, Russian, Persian, Arabic

Scientific & Review Committee

Prof. Dr. Ali BILGILI – Turkiye
Prof. Dr. Naile BİLGİLİ – Türkiye
Prof. Dr. Başak HANEDAN – Türkiye
Prof. Dr. Hülya Çiçek KANBUR – Turkiye
Prof. Dr. Emine KOCA – Turkiye
Prof. Dr. Fatma KOÇ – Turkiye
Prof Dr. Bülent KURTİŞOĞLU – Turkiye
Prof. Dr. Hajar Huseynova – Azerbaijan
Prof. Dr. Dwi SULISWORO – Indonesia
Prof. Dr. Natalia LATYGINA – Ukraina
Prof. Dr. Yunir ABDRAHIMOV – Russia
Prof. Muntazir MEHDI – Pakistan
Prof. Dr. Raihan YUSOPH – Philippines
Prof. Dr. Akbar VALADBIGI – Iran
Prof. Dr. F. Oben ÜRÜ – Turkiye
Prof. Dr. T.Venkat Narayana RAO – India
Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ – Turkiye
Prof. Dr. Mustafa BAYRAM – Turkiye
Prof. Dr. Saim Zeki BOSTAN – Turkiye
Prof. Dr. Hyeonjin Lee – China
Assoc. Prof. Dr. Abdulsemet AYDIN – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mehmet Fırat BARAN - Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Dilorom HAMROEVA - Ozbekstan
Assoc. Prof. Dr. Abbas GHAFFARI – Iran
Assoc. Prof. Dr. Yeliz ÇAKIR SAHİLLİ - Turkiye
Assoc. Prof. Ivaylo STAYKOV - Bulgaria
Assoc. Prof. Dr. Dini Yuniarti – Indonesia
Assoc. Prof. Dr. Ümit AYATA – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Okan SARIGÖZ – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Eda BOZKURT – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Ahmet TOPAL – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Abdulkadir Kırbaş – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mesut Bulut – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Fahriye Emgili – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Sandeep GUPTA – India
Assoc. Prof. Dr. Veysel PARLAK – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Mahmut İSLAMOĞLU – Turkiye
Assoc. Prof. Dr. Nazile Abdullazade – Azerbaijan
Assist. Prof. Dr. Göksel ULAY – Turkiye
Assist. Prof. K. R. PADMA – India
Assist. Prof. Dr. Omid AFGHAN - Afghanistan
Assist. Prof. Dr. Maha Hamdan ALANAZİ - Saudi Arabia

Assist. Prof. Dr. Dzhakipbek Altaevich ALTAYEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amina Salihi BAYERO – Nigeria
Assist. Prof. Dr. Baurcan BOTAKARAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ahmad Sharif FAKHEER - Jordania
Assist. Prof. Dr. Gültekin GÜRÇAY – Turkiye
Assist. Prof. Dr. Dody HARTANTO - Indonesia
Assist. Prof. Dr. Mehdi Meskini HEYDALOU – Iran
Assist. Prof. Dr. Bazarhan İMANGALİYEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Keles Nurmaşulı JAYLIBAY - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Mamatkuli JURAYEV – Ozbekistan
Assist. Prof. Dr. Kalemkas KALIBAEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bouaraour KAMEL – Algeria
Assist. Prof. Dr. Alia R. MASALİMOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Amanbay MOLDIBAEV - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Ayslu B. SARSEKENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Bhumika SHARMA - India
Assist. Prof. Dr. Gulşat ŞUGAYEVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. K.A. TLEUBERGENOVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA – Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Hoang Anh TUAN - Vietnam
Assist. Prof. Dr. Botagul TURGUNBAEVA - Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Dinarakhan TURSUNALİEVA - Kirgizia
Assist. Prof. Dr. Yang ZİTONG – China
Assist. Prof. Dr. Gulmira ABDİRASULOVA – Kazakhstan
Assist. Prof. Dr. Imran Latif Saifi – South Africa
Assist. Prof. Dr. Zohaib Hassan Sain – Pakistan
Assist. Prof. Dr. Murat GENÇ – Turkiye
Assist. Prof. Dr. Monisa Qadiri – India
Assist. Prof. Dr. Vaiva BALCIUNIENE – Lithuania
Assist. Prof. Dr. Meltem AVAN – Turkiye
Aynurə Əliyeva - Azerbaijan
Sonali MALHOTRA - India

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
AUGUST 30, 2023
AFYONKARAHISAR

23. Uluslararası "Gelenekselden Çağdaşa Sanat Serüveni" Karma Sergi

“Uzay Serisi” Solo Exhibition by Dr. Öğr. Üyesi Merve Karaman

“Mimesis” Solo Exhibition by (Dr. Öğr Üyesi İnci Selin Gümüş)

“Akılda Kalan İstanbul” Solo Exhibition by (Dr. Öğr. Üyesi Aynur KARAGÖL)

Join Zoom Meeting
https://us02web.zoom.us/j/88193707664?pwd=MEZBL3M0SlArNWVsMjV0YUJkR3lIQT09

Meeting ID: 881 9370 7664
Passcode: 123456



ÖNEMLİ AÇIKLAMA (Lütfen okuyunuz)

- ZOOM bağlantısı için yukarıda verilen bağlantıyı veya yine yukarıda verilen giriş bilgilerini kullanabilirsiniz.
- gerekmektedir. Moderatörün oturum düzenini gözetmesi, akademisyen adaylarını yönlendirmesi beklenmektedir.
- Oturuma bağlanmadan önce Oturum ve Salon numaranızı adınızın önüne aşağıdaki gibi ekleyiniz. Bu sayede kongre açılışında beklemeden oturumlarınıza gönderilebileceksiniz. Ör. 1 – 5 Ahmet Ahmetoglu
- Sunum süresi 10 dakikadır. Bu sürenin aşılmamasını moderatörler temin edecektir.
- Sunum sonrası 5 dakikayı geçmeyen soru-cevap, tartışma süresi verilmektedir.
- Sunumlar TÜRKÇE veya İNGİLİZCE yapılabilmektedir.
- Kameralar, oturum süresince toplam % 70 oranında açık olmak zorundadır.
- Sunum yapan katılımcının kamerası açık olmak zorundadır.
- Sunum yapmak zorunludur. Herhangi bir nedenle sunum yapmamış olan katılımcıya sertifika verilmesi ve çalışmasının yayınlanması sözkonusu olamaz.
- Katılımcı, bulunduğu oturumda, oturum bitene kadar bulunmak zorundadır.
- Katılımcıların kendi oturumları dışındaki oturumlara katılma zorunluluğu yoktur.
- ZOOM platformunun kapasite sınırı nedeniyle, DİNLEYİCİ, sadece kapasite izin verdiği sürece kabul edilebilmektedir.

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK**	1	5. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN GÖRSEL SANATLAR DERSİNDE GÖRSEL İMGE ÇİZİMLERİNİN İNCELENMESİ	Ercan ÇINAR Prof. Dr. İbrahim Halil TÜRKER
		2	FARKLI ALANLARDA GÖREV YAPAN ÇOCUK GELİŞİMCİ VE ÖĞRENCİ BULUŞMALARIYLA ÇOCUK GELİŞİMİ SON SINIF ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET ÖNCESİ DESTEKLENMESİ	Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK Anıl AVCI Sıla AKSOYU
		3	ÇOCUK GELİŞİMİ MESLEK ELEMANLARININ EĞİTİM VE ÇALIŞMA YAŞAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ	Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK Anıl AVCI Sıla AKSOYU
		4	WHAT CAUSES STUDENTS TO FALL BEHIND IN ONLINE COURSES?	Doç. Dr., Sacide Güzin MAZMAN AKAR
		5	6. SINIF TÜRKÇE DERS KİTABINDA SÖZ VARLIĞI ÖĞRETİMİ	Dr., Atilla DİLEKÇİ
		6	TÜRKÇE DERSİNDE İNFOGRAFİK METİN KULLANIMI	Dr., Atilla DİLEKÇİ
		7	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SÖZSÜZ İLETİŞİM BECERİ DÜZEYLERİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA	Dr. Yeşim ARGIN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Dr. Öğr. Üyesi, Gürbüz ÇALIŞKAN**	1	EĞİTİMDE PROGRAM DEĞERLENDİRME ALANINDA HAZIRLANAN TEZLERİN İNCELENMESİ	Öğr. Gör. Dr. Akın KARAKUYU
		2	KAVRAM KARİKATÜRÜ DESTEKLİ TGA TEKNİĞİNİN ÖĞRENCİLERİN FEN BİLİMLERİ DERSİ AKADEMİK BAŞARILARINA ETKİSİ	Prof. Dr., Mutlu Pınar DEMİRCİ GÜLER Yüksek Lisans Öğrencisi, Nehir Sıla NUMANOĞLU
		3	İLKOKUL 4. SINIF TÜRKÇE DERSİNDE ÇEVRESEL ÖĞRENME OLANAKLARININ İŞE KOŞULMASI: BİR MODEL DENEMESİ	Dr. Öğr. Üyesi, Yusuf SÖZER
		4	TÜRKİYEDE OKUMA GÜÇLÜĞÜ ALANINDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALARDAKİ EĞİLİMLER	Dr. Emine SUR
		5	TÜRKÇE ÖĞRETMENİ ADAYLARININ SOSYAL MEDYAYI BENİMSE DÜZEYLERİNİN BELİRLENMESİ VE BU DÜZEYİN ÇEŞİTLİ DEĞİŞKENLER AÇISINDAN İNCELENMESİ	Dr. Öğr. Üyesi, Gürbüz ÇALIŞKAN
		6	DESTEK EĞİTİM ODALARINDA GÖREV YAPAN SINIF ÖĞRETMENLERİNİN DESTEK EĞİTİM SÜRECİNE İLİŞKİN YAŞADIKLARI GÜÇLÜKLER VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİNİN BELİRLENMESİ	Dr. Öğr. Üyesi, Ahmet Serhat UÇAR
		7	ARAŞTIRMA ÜNİVERSİTELERİNİN PERFORMANSLARININ BAZI DEĞİŞKENLERE GÖRE İNCELENMESİ	Öğr. Gör. Dr., Fatma Hümeyra YÜCEL

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Doç. Dr. Hakan YÜKSEL**	1	GOOGLE NEWS AS A NEWS AGGREGATOR	Res. Assist. Dr, Emrah BUDAK
		2	YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN YEREL MEDYAYA ETKİLERİ ÜZERİNE İYİMSER BİR DEĞERLENDİRME	Dr. Öğr. Üyesi, Mehmet Ferhat SÖNMEZ
		3	THE PROBLEMS OF LOCAL RADIO BROADCASTING IN TURKEY IN GENERAL	Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
		4	REFLECTIONS TO TRADITIONAL TELEVISION BROADCASTING OF DIGITAL TELEVISION PLATFORMS	Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
		5	UZMANLAR ARACILIĞIYLA MEDYA KURULUŞLARININ KORKU ÇEKİCİLİĞİ KULLANIMI: OLASI MARMARA DEPREMİ ÜZERİNE BİR İNCELEME	Araş. Gör. Dr. Fatih BARİTCİ
		6	THE EPHESUS LOVE HOUSE ADVERTISING BOARD IS A PRIMARY EXAMPLE OF OUTDOOR ADVERTISING	Asst. Prof. Meltem ÖZEL
		7	PRESENTATION OF GENDER ROLES IN TURKISH TEEN DRAMAS PRODUCED ON OTT PLATFORMS	Res. Asst. PhD Erdem TÜRKAVCI
		8	PRESENTATION OF THE ELEMENT OF VIOLENCE AND CRIME IN THE TEEN DRAMA DURAN IN THE CONTEXT OF TEEN VIOLENCE AND CRIMINAL YOUTH	Res. Asst. PhD Erdem TÜRKAVCI
		9	RELATION BETWEEN SLOW JOURNALISM AND NARRATIVE JOURNALISM IN THE 21ST CENTURY	Assistant Professor Birsen ÇETİN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Dr. Öğr. Üyesi Aslı ERSOY**	1	Advantages of Ear-to-Ear Marketing over Electronic Commerce	Öğr. Gör. Selami Sedat Akgöz
		2	ORGANIZATIONAL STRUCTURE IN MULTINATIONAL FOREIGN TRADE COMPANIES	Öğr. Gör. Selami Sedat Akgöz
		3	POLİTİK YETİ: YABANCI LİTERATÜR TARAMASI	Öğr. Gör. Dr., Semih DERELİOĞLU
		4	THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENTS AND ELECTRONIC WORTH OF WOM ON PURCHASE INTENTION	Fatma Sümeyye ERARSLAN Prof. Dr. Kahraman ÇATI Şule EKİNCİ Ebru OSKALOĞLU
		5	TR83 BÖLGESİNDE KADIN İSTİHDAMINA YÖNELİK PROJELER ÜZERİNE BİR İNCELEME	Mücella YAZICI
		6	A RESEARCH ON YOUTUBE ADVERTISEMENTS OF BİM AND A101 CHAIN MARKETS	Dr. Öğr. Üyesi Feryat ALKAN
		7	CHANGING CHARACTERISTICS, COMPETENCIES, ROLES, AND SKILLS OF INFORMATION PROFESSIONALS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS: TÜRKİYE AND UNITED KINGDOM CASE STUDY	Dr. Lale Özdemir ŞAHİN Assoc. Prof. Dr. Ahmet ALTAY
		8	KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNDE DUYGUSAL EMEĞİN ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI: SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI	Dr. Öğr. Üyesi Aslı ERSOY
		9	SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ETKİLEŞİMSEL ADALET İLE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE, DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ	Dr. Öğr. Üyesi Kaya AĞIN Arş. Gör. Muhammed Sabri ŞİRİN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Assoc. Prof. Dr. Nazilə Abdullazadə**	1	HÜMANİZM VE MODERN BİLİM	Doç. Dr. Ercan SALĞAR
		2	EXAMINATION OF IBN SINA'S UNDERSTANDING OF THE SOUL THROUGH THE ''ODE TO THE HUMAN SOUL''	CANAN ÇAMURDIK
		3	RAWLS'UN ADALET İLKELERİ BAĞLAMINDA AİLE KURUMU ve KADINLARIN EŞİTLİĞİ	Yağmur YILMAZ
		4	JEAN BAUDRILLARD FELSEFESİNDE TÜKETİM KAVRAMI	Arş. Gör. Sevgican AKÇA FİŞENK
		5	HUMAN RIGHTS AND FREEDOM ON THE BASIS OF MORAL AND LEGAL PHILOSOPHY	Hasan Hüseyin ÇALIK Doç. Dr. Nurten KİRİŞ YILMAZ
		6	HAYDAR ALIYEV ON THE ROLE OF EDUCATION IN THE FORMATION OF PATRIOTIC EDUCATION IN YOUNG PEOPLE	Assoc. Prof. Dr. Nazilə Abdullazadə
		7	SOSYAL MEDYADA GÖÇMEN İLİŞKİ AĞLARI	Dr. Öğr. Üyesi, Hatice DURAN OKUR
		8	ÇALIŞAN İŞİTME ENGELLİLERİN İŞ YAŞAMININ SOSYOLOJİK AÇIDAN YORUMLANMASI	Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Elif AKÇADAĞ
		9	JOSE ORTEGA GASSET'İN FELSEFESİ'NDE "İNSAN VE ÖTEKİ" PROBLEMİ	Seda YURTSEVEN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Dr. Öğr. Üyesi Özgür KOÇBULUT**	1	FREE ZONES IN TERMS OF TAX ADVANTAGE: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF LOGISTICS SECTOR	YÖK 100/2000 PhD Candidate Bahar ÖZBEK Assoc. Prof. Dr. Sefa ÖZBEK
		2	CUSTOMS UNION AND GREEN LOGISTICS: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF CLIMATE CHANGE	YÖK 100/2000 PhD Candidate Bahar ÖZBEK Assoc. Prof. Dr. Sefa ÖZBEK
		3	MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ VE MÜŞTERİ SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN ARACI ETKİSİ	Ebru ERDOĞAN
		4	YEŞİL AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA İLE YEŞİL MARKA DEĞERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ VE ÖNEMİ	Ebru ERDOĞAN
		5	OPTIMIZING VALUE ADDED TAX COLLECTION IN TURKEY BY USING AI SYSTEMS	Dr. Öğr. Üyesi Özgür KOÇBULUT Dr. Öğr. Üyesi Mahmut DURGUN
		6	THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS AND UNETHICAL PRO-ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR	Dr, Murad YÜKSEL
		7	YEŞİL TEDARİK ZİNCİRİ UYGULAMALARININ SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ: SEKTÖREL ÖRNEKLER	İrem PELİT
		8	KURYE HİZMETLERİNDE TÜKETİCİ TERCİHLERİNİ BELİRLEYEN KRİTERLERİN SAPTANMASI: GETİR – BANABİ ÖRNEĞİ	Dr. Öğretim Üyesi, Aslı Diyadin Lenger

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Öğretim Görevlisi Dr., Banu DENİZLİ ÖZTÜRK**	1	ONLINE PURCHASE BEHAVIOR OF GEN Z CUSTOMERS IN VIETNAM	Hoang-Long Nguyen Que-Nhu Duong
		2	EXAMINATION OF GRADUATE THESIS WRITED IN THE FIELD OF GREEN MARKETING IN TURKEY	Öğr. Gör. Dr, Bilge VİLLİ
		3	TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK İLE BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN YÖNETİM YAZININDAKİ YANSIMALARI	Öğr.Gör.Dr., Fulya GÜNGÖR
		4	INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY WITH VAR ANALYSIS	Arş. Gör. Şeyda URFALIOĞLU ŞAHİN Arş. Gör. Mert ŞAHİN
		5	ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN R&D EXPENDITURES AND UNEMPLOYMENT IN G20 COUNTRIES WITH PANEL TIME SERIES	Arş. Gör. Şeyda URFALIOĞLU ŞAHİN Arş. Gör. Mert ŞAHİN
		6	THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUALS' MAXIMIZING TENDENCY AND TENDENCY TO REGRET AND LIFE SATISFACTION	Assist. Prof. Dr. Mehmet YİĞİT
		7	EVALUATION OF GREEN JOBS IN TERMS OF FREEDOM OF CONTRACT IN LABOR LAW	Öğretim Görevlisi Dr., Banu DENİZLİ ÖZTÜRK

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:00 – 12:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	**Assist. Prof. Dr. Fatih BIYIKLI**	1	EVALUATION OF FINANCIAL PERFORMANCES OF AIRLINE COMPANIES BY THE ENTROPY BASED EDAS METHOD	Doç. Dr. Oğuzhan ÇARIKÇI Öğretim Görevlisi Dr. Zehra KILINÇ
		2	REGULATORY INSTITUTIONS AND ACCOUNTING STANDARDS IN ISLAMIC FINANCE	Dr. Öğr. Üyesi Arzu MERİÇ Öğr. Gör. Dr. Halime KARACA
		3	TURİZM'DE BUMERANG ÇALIŞANLAR VE ALGILANMA DÜZEYLERİ	Dr. Yaşar Yiğit KAÇMAZ
		4	NETNOGRAPHIC ANALYSIS OF CONSUMER-BRAND INTERACTION WITHIN SOCIAL MEDIA MARKETING: THE CASE OF NETFLIX TURKEY	Dr. Öğr. Üyesi Zuhal AKGÜN Dr. Öğr. Üyesi Pınar HACIHASANOĞLU
		5	ULUSLARARASI APİTURİZM ARAŞTIRMALARININ SİSTEMATİK LİTERATÜR ANALİZİ İLE EĞERLENDİRİLMESİ	Dr.Öğ.Üyesi, Nermin AYAZ DÖNMEZ
		6	AN INVESTIGATION OF ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR OF ACADEMICIANS IN FACULTY OF SPORTS SCIENCES	Dr. Öğr. Üyesi, Muhammet MAVİBAŞ
		7	CRITICAL RESOURCES IN THE MARBLE INDUSTRY, STRATEGIES TO CONTROL THESE RESOURCES AND INTER-ORGANIZATIONAL NETWORKS	Assist. Prof. Dr. Fatih BIYIKLI
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 9	**D Ziyad Aljarboua**	1	SOCIAL ANTHROPOLOGY OF CONVERGENCE AND NOMADIC COMPUTING	Emilia Nercissians
		2	THE NATIONAL ENERGY STRATEGY FOR SAUDI ARABIA	Ziyad Aljarboua
		3	POLITICAL FINANCE IN AFRICA: ETHIOPIA AS A CASE STUDY	Wondwosen Teshome B.
		4	ANALYZING AND COMPARING THE ARCHITECTURAL SPECIFICATIONS AND THE URBAN ROLE OF SCIENTIFIC–TECHNOLOGICAL PARKS IN IRAN AND THE WORLD	Shahryar Shaghaghi G., Mojtaba H. Ghoshouni, Bahareh S. Ghabel
		5	COST OF ROAD TRAFFIC ACCIDENTS IN EGYPT	Mohamed A. Ismail, Samar M. M. Abdelmageed
		6	ISLAM AND FERTILITY REGULATIONS	Muhammad Hammad Lakhvi
		7	MULTIPURPOSE CADASTRE, ESSENTIAL FOR URBAN DEVELOPMENT PLANS IN IRAN	Mehrshad Khalaj, Elham Lashkari
		8	STREET NETWORK IN BANDUNG CITY, INDONESIA: COMPARISON BETWEEN CITY CENTER AND NEW COMMERCIAL AREA	Siska Soesanti, Norihiro Nakai
		9	TEMPORARY HOUSING RESPOND TO DISASTERS IN DEVELOPING COUNTRIES- CASE STUDY: IRAN-ARDABIL AND LORESTAN PROVINCE EARTHQUAKES	Farzaneh Hadafi, Alireza Fallahi

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 10	**Firouzeh Keshavarzi**	1	TOWARDS GOOD ACCOUNTABILITY: THE ROLE OF ACCOUNTING IN ISLAMIC RELIGIOUS ORGANISATIONS	Hasan Basri Afifuddin, A.K Siti-Nabiha
		2	AN INTRODUCTION TO METHODS AND TECHNOLOGIES APPLIED FOR REDUCTION OF ENERGY CONSUMPTION IN TRANSPORTATION SECTOR AND AIR POLLUTION IN IRAN	Eshagh Rasouli Sarabi, Mir Saeed Moosavi
		3	ASPECTS REGARDING THE GENESIS OF THE CITY OF SUCEAVA, A MEDIEVAL CAPITAL OF MOLDAVIA	Denis Câprâroiu
		4	EVALUATION TECHNIQUES OF PHOTOGRAPHY IN VISUAL COMMUNICATIONS IN IRAN	Firouzeh Keshavarzi
		5	INTRODUCING THE MAIN FACTORS OF ACCIDENTS ON THE ROADS OF IRAN AND STUDYING ITS CAUSES AND STRATEGIES APPLIED TO DECREASE IT	Eshagh Rasouli Sarabi, Mir Saeed Moosavi
		6	SPATIAL VARIABILITY IN HUMAN DEVELOPMENT PATTERNS IN ASSIUT, EGYPT	Abdel-Samad M. Ali
		7	DISPARITY IN SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT AND ITS IMPLICATIONS ON COMMUNAL CONFLICTS: A STUDY ON INDIA'S NORTH-EASTERN REGION	Debasis Neogi
			USERS- MOTIVATION AND SATISFACTION WITH IS	Abbas Moshref Razavi, Rodina Ahmad
		8	MINING IMPLICIT KNOWLEDGE TO PREDICT POLITICAL RISK BY PROVIDING NOVEL FRAMEWORK WITH USING BAYESIAN NETWORK	Siavash Asadi Ghajarloo
		9	MIGRATION AMONG MULTICITIES	Ming Guan

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 11	**Fattaneh Daneshmand Malayeri**	1	KNOWLEDGE RELATIONSHIP MODEL AMONG USER IN VIRTUAL COMMUNITY	Fariba Haghbin, Othman Bin Ibrahim, Mohammad Reza Attarzadeh Niaki
		2	DYNAMICS SIMULATION APPROACH IN ANALYZING PENSION EXPENDITURE	Hasimah Sapiri, Anton Abdulbasah Kamil, Razman Mat Tahar, Hanafi Tumin
		3	AN ASSESSMENT OF GROUNDWATER CRISIS IN IRAN CASE STUDY: FARS PROVINCE	Mohammad Hossein Hojjati , Fardin Boustani
		4	CULTURAL EFFECT ON USING NEW TECHNOLOGIES	Nazli Ebrahimi, Sharan Kaur Garib Singh, Reza Sigari Tabrizi
		5	GOOD URBAN PLANNING AND MANAGEMENT: NEW ASPECTS AND METHODOLOGIES	Fattaneh Daneshmand Malayeri
		6	DROWSINESS WARNING SYSTEM USING ARTIFICIAL INTELLIGENCE	Nidhi Sharma, V. K. Banga
		7	URBAN ENVIRONMENT QUALITY IMPROVEMENT PLANNING CASE STUDY: MOFT ABAD NEIGHBORHOOD, TEHRAN, IRAN	Elham Lashkari, Mehrshad Khalaj
		8	INCREASING OF ENERGY EFFICIENCY BASED ON PERSIAN ANCIENT ARCHITECTURAL PATTERNS IN DESERT REGIONS (CASE STUDY OF TRADITIONAL HOUSES IN KASHAN)	Mehran Jamshidi, Naghmeh Yazdanfar, Masoud Nasri
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 12	**Subramaniam Chandran**	1	INFORMAL EDUCATION AND DEVELOPING ENTREPRENEURIAL SKILLS AMONG FARMERS IN MALAYSIA	Golnaz Rezai, Zainalabidin Mohamed, Mad Nasir Shamsudin
		2	HOW DO POLITICIANS RECOVER THEIR COSTS? THE POLITICAL ECONOMY OF REPRESENTATIVE DEMOCRACY IN INDIA	Subramaniam Chandran
		3	TOWARDS A UNIFIED APPROACH OF SOCIAL JUSTICE: MERGING TRADITION AND MODERNITY IN PUBLIC POLICY MAKING IN INDIA	Subramaniam Chandran
		4	OCCUPANTS- BEHAVIOR AND SPATIAL IMPLICATIONS OF RIVERFRONT RESIDENTIAL IN YOGYAKARTA, INDONESIA	Hastuti Saptorini
		5	CITIZENS- EXPECTATIONS FROM RURAL TELECENTRES: A CASE STUDY OF IMPLEMENTATION OF COMMON SERVICE CENTRES IN MUSHEDPUR VILLAGE, HARYANA, INDIA	Charru Malhotra, Girija Krishnaswamy
		6	RESEARCH ON HYPERMEDIATED IMAGES IN ASIAN FILMS	Somi Nah, Timothy Yoonsuk Lee, Jinhwan Yu
		7	KNOWLEDGE MANAGEMENT AND E-LEARNING –AN AGENT-BASED APPROACH	Teodora Bakardjieva, Galya Gercheva
		8	BRAIN DRAIN OF DOCTORS; CAUSES AND CONSEQUENCES IN PAKISTAN	Muhammad Wajid Tahir, Rubina Kauser, Majid Ali Tahir
		9	KNOWLEDGE MANAGEMENT MODEL FOR MANAGING KNOWLEDGE AMONG RELATED ORGANIZATIONS	Mahboubeh Molaei

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 13	**Ramaswamy Palaniappan**	1	DOES PERCEIVED ORGANIZATIONAL VIRTUOUSNESS EXPLAIN ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIORS?	Neuza Ribeiro, Arménio Rego
		2	BEHAVIORAL ANALYSIS OF TEAM MEMBERS IN VIRTUAL ORGANIZATION BASED ON TRUST DIMENSION AND LEARNING	Indiramma M., K. R. Anandakumar
		3	IMPROVED AUTOMATED CLASSIFICATION OF ALCOHOLICS AND NON-ALCOHOLICS	Ramaswamy Palaniappan
		4	RHETORICAL COMMUNICATION IN THE COGSCI DISCOURSE COMMUNITY: THE COGNITIVE NEUROSCIENCES (2004) IN THE CONTEXT OF SCIENTIFIC DISSEMINATION	Lucia Abbamonte, Olimpia Matarazzo
		5	LINGUISTIC, PRAGMATIC AND EVOLUTIONARY FACTORS IN WASON SELECTION TASK	Olimpia Matarazzo, Fabrizio Ferrara
		6	AN INVESTIGATION INTO KANJI CHARACTER DISCRIMINATION PROCESS FROM EEG SIGNALS	Hiroshi Abe, Minoru Nakayama
		7	CHAOTIC PROPERTIES OF HEMODYNAMIC RESPONSEIN FUNCTIONAL NEAR INFRARED SPECTROSCOPIC MEASUREMENT OF BRAIN ACTIVITY	Ni Ni Soe , Masahiro Nakagawa
		8	SELF-ASSEMBLING HYPERNETWORKS FOR COGNITIVE LEARNING OF LINGUISTIC MEMORY	Byoung-Tak Zhang, Chan-Hoon Park
		9	GENDER DIFFERENCES IN SPATIAL NAVIGATION	Bia Kim, Sewon Lee, Jaesik Lee

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 14	**Chutarat Boontho**	1	INTELLIGENT MOBILE SEARCH ORIENTED TO GLOBAL E-COMMERCE	Abdelkader Dekdouk
		2	AN ECONOMIC ANALYSIS OF PHU KRADUENG NATIONAL PARK	Chutarat Boontho
		3	THE INVESTIGATION OF THE ROLE OF INSTITUTIONS IN THE PROCESS OF GROWTH AND DEVELOPMENT OF ECONOMY	Seyed Mohammad Reza Hosseini
		4	PROPOSING A CONCEPTUAL MODEL OF CUSTOMER KNOWLEDGE MANAGEMENT: A STUDY OF CKM TOOLS IN BRITISH DOTCOMS	Mehdi Shami Zanjani, Roshanak Rouzbehani, Hosein Dabbagh
		5	DESIGN AN ELECTRONIC MARKET FRAMEWORK USING JADE ENVIRONMENT	Mohammad Ali Tabarzad, Caro Lucas
		6	A NEW METHOD FOR COMPLEX GOODS SELECTION IN ELECTRONIC MARKETS	Mohammad Ali Tabarzad, Caro Lucas, Nassim Jafarzadeh Eslami
		7	DEGENERACY OF MIS UNDER THE CONDITIONS OF INSTABILITY: A MATHEMATICAL FORMULATION	Nazar Younis, Raied Salman
		8	LESSONS TO MANAGEMENT FROM THE CONTROL LOOP PHENOMENON	Raied Salman, Nazar Younis
		9	INVESTIGATING THE POSSIBLE USE OF SESSION INITIATION PROTOCOL FOR EXTENDING MOBILITY SERVICE TO THE BIOMEDICAL ENGINEERS	Anwar Sadat

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 15	**Elena Chernyshkova**	1	COGNITIVE LANDSCAPE OF VALUES – UNDERSTANDING THE INFORMATION CONTENTS OF MENTAL REPRESENTATIONS	J. Maksimainen
		2	SERIOUS GAME FOR AUTISM CHILDREN: REVIEW OF LITERATURE	Helmi Adly Mohd Noor, Faaizah Shahbodin, Naim Che Pee
		3	REMOTE REHABILITATION DEVELOPMENT STATUS IN CHINA–TO ELIMINATE THE DISABLED PEOPLE`S SPACE OBSTACLES	Ning Liu, Jue Wang, Zhe Li
		4	THE IMPLICIT METHODS FOR THE STUDY OF TOLERANCE	M. Bambulyaka
		5	ANALYSIS OF DRIVING CONDITIONS AND PREFERRED MEDIA ON DIVERSION	Yoon-Hyuk Choi
		6	DYNAMIC OF AGGRESSIVE BEHAVIOR AT THE CONTEXT OF REFLECTIVE PROCESS	Elena Chernyshkova
		7	HOW DOES PSYCHOANALYSIS HELP IN RECONSTRUCTING POLITICAL THOUGHT? AN EXERCISE OF INTERPRETATION	Subramaniam Chandran
		8	PROBLEM-BASED LEARNING APPROACH TO HUMAN COMPUTER INTERACTION	Oon-Seng Tan
		9	THE STRANGE RELATIONSHIP BETWEEN LITERACY AND WELL-BEING: THE RESULTS OF AN INTERNATIONAL SURVEY WITH SPECIAL FOCUS ON ITALY	Federica Cornali

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 10:30 – 12:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 16	**Juliana Panova**	1	MULTI-VIEW NEURAL NETWORK BASED GAIT RECOGNITION	Saeid Fazli, Hadis Askarifar, Maryam Sheikh Shoaie
		2	HOW VALID ARE OUR LANGUAGE TEST INTERPRETATIONS? A DEMONSTRATIVE EXAMPLE	Masoud Saeedi, Shirin Rahimi Kazerooni, Vahid Parvaresh
		3	EXPLORING LIFE MEANINGFULNESS AND ITS PSYCHOSOCIAL CORRELATES AMONG RECOVERING SUBSTANCE USERS – AN INDIAN PERSPECTIVE	Fouzia Alsabah Shaikh, Anjali Ghosh
		4	DEVELOPMENT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE IN INCENTIVE ALLOCATION OF THE THAI PUBLIC SECTOR	Kalayanee Koonmee
		5	CULTURAL ANXIETY AND ITS IMPACT ON STUDENTS- LIFE: A CASE STUDY OF INTERNATIONAL STUDENTS IN WUHAN UNIVERSITY	Nadeem Akhtar, Shan Bo
		6	THE PREDICTABILITY AND ABSTRACTNESS OF LANGUAGE: A STUDY IN UNDERSTANDING AND USAGE OF THE ENGLISH LANGUAGE THROUGH PROBABILISTIC MODELING AND FREQUENCY	Revanth Sai Kosaraju, Michael Ramscar, Melody Dye
		7	STUDY ON THE RELATIONS BETWEEN ONE'S PERSONALITY DIMENSIONS AND HIS PERSONALITY JUDGMENT ABOUT FRIEND BASED ON REALITY DISTORTION	Bahareh Babaei, Hadi Bahrami Ehsan, Reza Reza-zadeh, Hossien Kaviani
		8	TREATMENT OR RE-VICTIMIZING THE VICTIMS	Juliana Panova
		9	ATTACHMENT STYLES OF CHILDREN RAISED IN NURSERY VS. THOSE WHO ARE RAISED IN THE FAMILY IN IRAN	Narges Razeghi

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Dr.Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR**	1	AN ANALYSIS OF THE MISSION AND VISION STATEMENTS OF THE 100 TURKISH BRANDS WITH THE HIGHEST BRAND EQUITY IN TERMS OF CUSTOMER ORIENTATION	Dr.Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR
		2	DAVRANIŞSAL FİNANSTA YÖNETİCİLERİN SERMAYE BÜTÇELEME VE YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN EĞİLİMLER	Öğr. Gör. Dr. Ümmühan MUTLU
		3	ÇALIŞAN SERMAYE ORTAKLIĞI (ÇALIŞAN HİSSE SAHİPLİĞİ PLANLARI) VE ÇALIŞAN MÜLKİYETİ	Öğr. Gör. Dr. Ümmühan MUTLU
		4	BRAND PERSONALITIES OF EMERGING VIRTUAL INFLUENCERS AYPERA AND ALARA X IN TURKEY: AN ANALYSIS USING AAKER'S SCALE	Asst. Prof. Dr. Nur ÖZER CANARSLAN
		5	ALGILANAN PAKET SERVİS HİZMETİNİN RESTORAN MARKA İMAJİNA VE YENİDEN SATİN ALMA NİYETİNE ETKİLERİ	Yüksek Lisans Öğrencisi Işık PALA Dr. Öğretim Üyesi Yasin SOYLU
		6	İŞ AHLAKI YAZININDA ETİK OLMAYAN ÖRGÜT YANLISI DAVRANIŞ KAVRAMI: JOURNAL OF BUSINESS ETHICS ÖRNEĞİ	Dr. Öğr. Üy., Hamit Murat ÖZCAN
		7	AN EXAMINATION OF POSTGRADUATE THESES ON THE CONCEPT OF ORGANIZATIONAL RESILIENCE IN TURKEY	Dr. Öğr. Üyesi Mehmet YILDIRIM
		8	AFYONKARAHISARKARAHİSAR İLİ TURİZMİ VE EKONOMİYE ETKİLERİ	Doç. Dr., Ceyda KÜKRER MUTLU YÖK 100/2000 Doktora Bursiyeri, Ayşe MERCAN
		9	7440 SAYILI KANUN İLE DEPREMDEN ETKİLENEN MÜKELLEFLERE İLİŞKİN VERGİSEL DÜZENLEMELER VE SORUNLAR	YÖK 100/2000 Doktora Bursiyeri, Nagihan ERDAL YÖK 100/2000 Doktora Bursiyeri, Ayşe MERCAN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Dr. Öğr. Üyesi, Ezgi KAŞDARMA**	1	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE ÖZNEL İYİ OLUŞ İLE BİLİŞSEL ESNEKLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ	Doç. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU Yüksek Lisans Öğrencisi, Burcu YAVUZ
		2	INVESTIGATING THE MEDIATING EFFECT OF SOCIAL TRUST IN THE RELATIONSHIP BETWEEN INTERGROUP CONTACT AND INTERGROUP ANXIETY	Dr. Öğr. Üyesi, Ezgi KAŞDARMA
		3	PAUL-PATRİCİA CHURCHLAND'IN HALK PSİKOLOJİ YAKLAŞIMININ ELEŞTİREL OLARAK DEĞERLENDİRİLMESİ	Dr. Öğretim Üyesi, Hüseyin Âdem TÜLÜCE
		4	FEAR OF MISSING OUT (FoMO) AND SUBJECTIVE WELL-BEING THROUGH SOCIAL IDENTITY THEORY: A PILOT STUDY	Dr. Öğr. Üyesi Elvan KİREMİTÇİ CANIÖZ
		5	THE CONTRIBUTION OF FAMILY THERAPY IN THE PROCESS OF SUICIDE AND MOURNİNG	Dr. Öğretim Üyesi Filiz ER
		6	ETHİCAL BEHAVİOURS AND PSYCHOLOGİCAL FACTORS IN NURSES	Asst. Prof. Dr. Durmuş GÖKKAYA
		7	PLATON'UN MAĞARASINDAN TRUMAN'IN FANUSUNA: GERÇEKLİK	Doç. Dr. Ekrem Ziya DUMAN Yüksek Lisans Öğrencisi, Gülsüm BULUT
		8	DON'T LOOK UP (2021) FİLMİNİN İKNA PSİKOLOJİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ	Doktora Öğrencisi, Meryem ERTÜRK Doç. Dr. Ekrem Ziya DUMAN
		9		

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Asst. Prof. Dr., Habibe POLAT**	1	1974-CÜ İL KİPR BÖHRANI VƏ CENEVRƏ KONFRANSLARI	doktorant Səbinə ƏLİYEVA
		2	BAŞKENT ANKARA'NIN TARİHSEL ÖYKÜSÜ VE ATATÜRK	Öğr Gör Dr Gülçin Tuğba NURDAN Öğr Gör Dr Günseli GÜMÜŞEL
		3	TRABZON VİLAYETİ SALNAMELERİNE GÖRE GİRESUN'UN COĞRAFİ VE FİZİKİ YAPISI	Dr. Emrah AKAR
		4	GİRESUN KAZASI HÜKÜMET KONAĞI	Dr. Emrah AKAR
		5	AN EXAMPLE OF ANİMAL EPİDEMİCS AND MEASURES TAKEN İN THE OTTOMAN EMPİRE AT THE END OF THE NİNETEENTH CENTURY: RİNDERPEST İN IZMİD (H.1306-1308/M.1888-1891)	Asst. Prof. Dr., Habibe POLAT
		6	OSMANLI MÛSİKÎ EĞİTİMİNDE OKULLAŞMA SÜRECİNDE AKÎM KALMIŞ BİR GİRİŞİM: FENN-İ MÛSİKÎ MEKTEBİ	Dr. Öğrt. Üyesi, Muhammet SEVİNÇ
		7	OSMANLI'DA ÜRETİM ÖRGÜTLENMESİNDE ESNAF BİRLİKLERİ; DİKİCİ ESNAFI ÖRNEĞİ	Dr. Öğr. Üyesi Kader AKDAĞ SARI
		8	AN EVALUATION ON THE FACTORS DETERMINING THE STRUCTURE OF LABOR FORCE AND EMPLOYMENT IN THE EARLY REPUBLICAN PERIOD	Dr. Öğr. Üyesi Hacı SARI
		9	BURSA ERKEN DEVİR OSMANLI MEZAR TAŞLARI	Dr. Ömer EROĞLU
		10	TASVİRLİ ESERLER ÜZERİNDE HAYVAN AVCILIĞI: URARTU ASSUR VE GEÇ HİTİT DEVLETLERİNDE	Arş. Gör. Sefa KÖSE Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KOCAİSPİR

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Assoc. Prof. Ayşegül TÜRK**	1	MODA PAZARLAMASINDA META-FLUENCER DÖNEMİ	Dr., Evrim KABUKCU
		2	MODA PAZARLAMADA İNOVASYON: META- FİJİTAL TANITIMLAR	Dr., Evrim KABUKCU
		3	ROADS AND TRACES AS AN EXPERIENCE OF BREAKING BORDERS IN NATURE: ART ON THE EARTH	Assoc. Prof. Ayşegül TÜRK
		4	GESTALT THEORY AND ART EDUCATION PERSPECTIVE	Graduate Student, Ahmet Göktuğ Kılıç Öğr. Gör. Ümit Parsıl
		5	AN EXAMINATION ON THE USE OF SCULPTURE VISUALS OF ANATOLIAN CIVILIZATIONS ON REPUBLIC PERIOD POSTAGE STAMPS	Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk YILMAZ Prof. Dr., Uğur KESKİN
		6	FİLM BİTERKEN: 1980 SONRASI TÜRKİYE SİNEMASINDA YEŞİLÇAM'IN ÇÖKÜŞÜNÜN TEMSİLİ	Dr. Öğr. Üy. Dilara BALCI GÜLPINAR
		7	STIJL AND MONDRIAN INFLUENCES IN VISUAL DESIGN	Dr. Öğr. Üyesi Aynur KARAGÖL

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Assoc. Prof. Dr. Halide OKUMUŞ ŞEN**	1	ORGANIZED IN THE SCOPE OF THE REPUBLIC DAY CELEBRATIONS OCTOBER PARADE INTERDISCIPLINARY MIXED EXHIBITIONS	Assoc. Prof. Dr. Halide OKUMUŞ ŞEN
		2	SİNEMATİK ESTETİĞİN ANLATIYA KATKISI: TAVŞAN JOJO FİLMİNDE PRODÜKSİYON TASARIMININ ROLÜ	Dr. Öğr. Üyesi Erdinç YILMAZ
		3	THE RELATIONSHIP BETWEEN PERFORMANCE ART AND WALTER BENJAMIN'S AURA CONCEPT	Ali Haydar FİŞENK
		4	TRIAL OF INNOVATIVE SURFACE TREATMENT MATERIAL IN WOOD AND ITS EFFECT ON SURFACE ROUGHNESS	Dr. Abdi ATILGAN Prof. Dr. Musa ATAR
		5	ÜSTYÜZEY KORUYUCU UYGULANMIŞ AHŞAP MALZEMENENİN TEMAS AÇISI ÖLÇÜMÜ İLE ISLANABİLİRLİK (SU EMİLİMİ) ÖZELLİKLERİNİN ARAŞTIRILMASI	Dr. Öğr. Üyesi Abdi ATILGAN
		6	ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNDE LİRİK MANZARA YAKLAŞIMIYLA TURAN EROL	Doç. Muteber Burunsuz
		7	ANAMORPHOSIS TECHNIQUE AS A TOOL OF EXPRESSION IN PAINTING	Dr. Öğr. Üyesi Serdar DARTAR
		9		

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Doç. Dr. Fevzi YİĞİT**	1	VIEWS OF IHKVAN-I SAFA ON THE CAUSALİTY MATTER	Doç. Dr. Fevzi YİĞİT
		2	OUR BELIEF VALUES IN THE CLAMP OF MODERNITY	Assist. Prof. Dr. Mehmet TAŞDELEN
		3	CONTEMPORARY ISLAMIC ARAB POETS: BELIEF, LANGUAGE, AND SOCIAL TRANSFORMATION	Dr. Öğr. Üyesi Tahsin YILDIRIM
		4	‘’ŞAMANİZM’’ VE ‘’TANRICILIK’ ESKİ TÜRKLER YAŞADIKLARI DİNİ NASIL ADLANDIRIYORLARDI?	Prof.Dr.GÜLLÜ YOLOĞLU
		5	ETYMOLOGİCAL ANALYSİS OF EARTHQUAKE RELATED WORDS İN THE QUR’AN	Dr. Cumali Baylu
		6	POSITIVE AND NEGATIVE PERSONALITY TYPES IN MESNEVİ	Yüksek Lisans Öğrencisi Hümeyra YAVUZ
		9		

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Dr. Öğr. Üyesi M. Özer ÖZKANTAR**	1	A STRANGE LOVE IN DIGITAL MEDIA: HYBRISTOPHILIA A CRITICAL ANALYSIS ON "HANNIBAL", "CONVERSATIONS WITH A KILLER: THE TED BUNDY TAPES" AND MONSTER: THE JEFFREY DAHMER'S STORY SERIES	Dr. Öğr. Üyesi M. Özer ÖZKANTAR
		2	ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A THEME IN CINEMA: ANGEL OR DEVIL?	Dr. Öğr. Üyesi M. Özer ÖZKANTAR
		3	RENKLER İLE İLGİLİ ARAPÇA DEYİMLERE KÜLTÜREL BİR BAKIŞ	Dr. Öğr. Üyesi, Ersin ÇİLEK
		4	HUSUSİ MEKTUPLARINA GÖRE BEHÇET NECATİGİL	Öğr. Gör. Dr. Salih Koralp GÜREŞİR
		5	IMAGE OF THE RUSSIAN WOMAN IN VALENTIN RASPUTIN'S "FAREWEL TO MATYORA" AND ALEKSANDR SOLZHENITSYN'S "MATRYONA'S HOUSE"	Ar. Gör. Dr. Kübra ÇAĞLIYAN ŞAKAR
		6	REDISCOVERING THE FEMINIST UTOPIA IN MIDDLE AGES: CHRISTINE DE PIZAN'S THE BOOK OF THE CITY OF LADIES	Dr. Tuğba KARABULUT
		7	FERİDUN CEMAL ERKİN'S U.S. AMBASSADORSHİP (1948-1955)	Arş. Gör. Muhammed Cihad Kubat
		8	KOREA'S INDEPENDENCE AND ATATÜRK	Arş. Gör. Muhammed Cihad Kubat

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:00 – 16:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	**Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR**	1	CUMHURİYETİN İKİNCİ YÜZYILINDA DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ HALK OYUNLARI VE MÜZİKLERİNİN GELİŞİMİ	Prof. Dr. Mehmet ÖZMENLİ Öğr. Gör. Gökhan HAMZAÇEBİ
		2	DOĞU –BATI KENLERİNE İKİ ÖRNEK: SEMERKANT-VENEDİK	Prof. Dr. Mehmet ÖZMENLİ Öğr. Gör. Gökhan HAMZAÇEBİ
		3	TURKISH TABLE ETIQUETTE AND QUVER SUGGESTION	Ass. Prof. Dr. Hasan Önal ŞEYHANLIOĞLU
		4	CASE FOLLOW UP OF JUVENILE DELINQUENTS	Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin Batman
		5	THE LARGEST AVALANCAL SEARCH AND RESCUE STUDY IN VAN HISTORY AND LESSONS TO BE LEARNED FROM THIS AVALANCHE DISASTER	Öğr. Gör. Ali Telli
		6	PROBLEMS OF ENGLISH AS A FOREIGN LANGUAGE IN VOCATIONAL SCHOOLS AND SOME SOLUTION SUGGESTIONS	Öğr. Gör. Ali Telli
		7	KAHRAMANMARAŞ TWIN EARTHQUAKES RESPONSE STUDIES REPORT	Öğr. Gör. Ali Telli
		8	KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ VE DEZENFORMATİK ARTÇILAR	Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR
		9	GIORDANO BRUNO ON THE AXİS OF THE RELIGION – SCIENCE- MAGIC DISCUSSIONS	Doç. Dr. Rıza BAKIŞ

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 9	**Emilia Nercissians**	1	EVALUATION OF UNIVERSITY TECHNOLOGY MALAYSIA ON CAMPUS TRANSPORT ACCESS MANAGEMENT	Arash Moradkhani Roshandeh, Othman Che Puan
		2	ANALYSIS ON IRANIAN WIND CATCHER AND ITS EFFECT ON NATURAL VENTILATION AS A SOLUTION TOWARDS SUSTAINABLE ARCHITECTURE(CASE STUDY: YAZD)	Mahnaz Mahmoudi Zarandi (Qazvin Islamic Azad University)
		3	COMPARISON OF THE GARDEN CITY CONCEPTAND GREEN BELT CONCEPT IN MAJOR ASIAN AND OCEANIC CITIES	Kayoko Yamamoto
		4	DEGREE AND THE EFFECT OF ORDER IN THE FAMILY ON VIOLENCE AGAINST WOMEN (VAW)	Javadi Alimohammad, Javadi Maryam
		5	SHOPLIFTING IN RIYADH, SAUDI ARABIA	Saleh Dabil
		6	EFFECT OF THE INTERNET ON SOCIAL CAPITAL	Safaee Safiollah , Javadi Alimohammad, Javadi Maryam
		7	SUSTAINABLE DEVELOPMENT IN CONSTRUCTION	Ali Hemmati, Ali Kheyroddin
		8	ENVIRONMENTAL AND ECONOMIC SCENARIO ANALYSIS OF THE REDUNDANT GOLF COURSES IN JAPAN	Osamu Saito
		9	EVOLUTIONARY COBREEDING OF COOPERATIVE AND COMPETITIVE SUBCULTURES	Emilia Nercissians

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 10	**Nazirah Zainul Abidin**	1	AN INTERACTIVE 3D EXPERIENCE FOR THE CREATION OF PERSONALIZED STYLING	Dawei Lin
		2	PERCEPTIONS OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CONCEPT IN GREECE	Grigoris Giannarakis, Nikolaos Litinas, Ioannis Theotokas
		3	SUSTAINABLE CONSTRUCTION IN MALAYSIA – DEVELOPERS-AWARENESS	Nazirah Zainul Abidin
		4	SIMULATION OF ETHICAL BEHAVIOR IN URBAN TRANSPORTATION	Ali Reza Honarvar , Naser Ghasem Agaee
		5	OPERATIONAL RISKS FOR HIGHWAY PROJECTS IN MALAYSIA	Farid Ezanee Mohamed Ghazali
		6	TOWARD AN EFFICIENT FRAMEWORK FOR DESIGNING, DEVELOPING, AND USING SECURE MOBILE APPLICATIONS	Mohamed Adel Serhani, Abdelghani Benharref, Rachida Dssouli, Rabeb Mizouni
		7	ELECTORAL VIOLENCE IN AFRICA: EXPERIENCE FROM ETHIOPIA	Wondwosen Teshome
		8	AMA ATA AIDOO'S BLACK-EYED SQUINT AND THE 'VOYAGE IN' EXPERIENCE: DIS(RE)ORIENTING BLACKNESS AND SUBVERTING THE COLONIAL TALE	Lhoussain Simour
			DIGITAL HYPERTEXTS VS. TRADITIONAL BOOKS: AN INQUIRY INTO NON-LINEARITY	Federica Fornaciari
		9	MEGA PROJECTS AND GOVERNMENTALITY	Sophie Sturup

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 11	**Martin Hans Knahl**	1	STUDY ON DIVERSIFIED DEVELOPMENTS IMPROVING ENVIRONMENTAL VALUES-IN CASE OF UNIVERSITY CAMPUS -	Kuriko Iwai, Michihiro Kita
		2	INTERNET GOVERNANCE BASED ON MULTIPLE-STAKEHOLDERS: OPPORTUNITIES, ISSUES AND DEVELOPMENTS	Martin Hans Knahl
		3	CHALLENGES OF IMPLEMENTING URBAN MASTER PLANS: THE LAHORE EXPERIENCE	Rizwan Hameed, Obaidullah Nadeem
		4	BROADCASTING TO HANDHELD DEVICES: THE CHALLENGES	Nerey H. Mvungi
		5	THE ROLE OF FAITH-BASED ORGANIZATIONS IN BUILDING DEMOCRATIC PROCESS: ACHIEVING UNIVERSAL PRIMARY EDUCATION IN SIERRA LEONE	Mikako Nishimuko
		6	KOSOVO- A UNIQUE EXPERIMENT IN EUROPE- IN THE INTERNATIONAL CONTEXT AT THE END OF THE COLD WAR?	Raluca Iulia Iulian
		7	URBAN FLOODS AND IMPORTANCE OF THEM IN CITIES SECURITY PLANNING (CASE STUDY: DOMINANT WATERSHED ON ZAVVAREH CITY)	: Jalil Emadi, Masoud Nasri, Ali Najafi, Yousef Moradi Shahgharyeh
		8	REFORM FRAMEWORK FOR URBAN LAND MANAGEMENT IN SERBIA IN THE PERIOD OF TRANSITION	Slavka Zeković
		9	TRAVEL TIME EVALUATION OF AN INNOVATIVE U-TURN FACILITY ON URBAN ARTERIAL ROADWAYS	Ali Pirdavani, Tom Brijs, Tom Bellemans, Geert Wets, Koen Vanhoof

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 12	**Ram Babu Mallavarapu**	1	DEVELOPMENT, DISPLACEMENT AND REHABILITATION: AN ACTION ANTHROPOLOGICAL STUDY ON KOVVADA RESERVOIR IN WEST GODAVARI AGENCY OF ANDHRA PRADESH, INDIA	Ram Babu Mallavarapu
		2	AN EXPLORATION ON ON-LINE MASS COLLABORATION: FOCUSING ON ITS MOTIVATION STRUCTURE	Jae Kyung Ha, Yong-Hak Kim
		3	RELATIONSHIP BETWEEN COMMUNICATION EFFECTIVENESS AND THE EXTENT OF COMMUNICATION AMONG ORGANIZATIONAL UNITS	D. Charvatova
		4	TRUSTWORTHY IN VIRTUAL ORGANIZATION	Abdolhamid Fetanat, Mehdi Naghian Feshaareki
		5	THE EPISTEMOLOGICAL CRISIS IN THE THEORY OF VITTORIO GUIDANO	Mauricio Otaíza Morales
		6	SWEDISH: BEING OR BECOMING? IMMIGRATION, NATIONAL IDENTITY AND THE DEMOCRATIC STATE	Hans Lödén
		7	MARITAL DURATION AND SEXUAL FREQUENCY AMONG THE MUSLIM AND SANTAL COUPLES IN RURAL BANGLADESH: A CROSS-CULTURAL PERSPECTIVE	Md. Emaj Uddin
		8	MOBILITY ANALYSIS OF THE POPULATION OF RABAT-SALÉ-ZEMMOUR-ZAER	F. Ghaiti
		9		

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 13	**Haiyan Wang**	1	DEVELOPING ESL STUDENTS' WRITING	Esmaeil Hassannejad
		2	DO C-TEST AND CLOZE PROCEDURE MEASURE WHAT THEY PURPORT TO BE MEASURING? A CASE OF CRITERION-RELATED VALIDITY	Masoud Saeedi, Mansour Tavakoli, Shirin Rahimi Kazerooni, Vahid Parvaresh
		3	EVALUATION PATTERN OF COGNITIVE PROCESSES IN LANGUAGE IN WRITTEN COMPREHENSION	Agnès Garletti
		4	AGHAZ : AN EXPERT SYSTEM BASED APPROACH FOR THE TRANSLATION OF ENGLISH TO URDU	Uzair Muhammad, Kashif Bilal, Atif Khan, M. Nasir Khan
		5	EXTRACTING MULTIWORD EXPRESSIONS IN MACHINE TRANSLATION FROM ENGLISH TO URDU USING RELATIONAL DATA APPROACH	Kashif Bilal, Uzair Muhammad, Atif Khan, M. Nasir Khan
		6	MYTH IN POLITICAL DISCOURSE AS A FORM OF LINGUISTIC CONSCIOUSNESS	Kuralay Kenzhekanova, Akmaral Dalelbekkyzy
		7	READING STRATEGY AWARENESS OF ENGLISH MAJOR STUDENTS	Hsin-Yi Lien
		8	THE COMPARATIVE ANALYSIS OF MICRO-READING AND TRADITIONAL READING BASED ON SCHEMA THEORY	Haiyan Wang
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 14	**Anar Sultaniarova**	1	N. A. NAZARBAYEV AND PECULIAR FEATURES OF ETHNIC LANGUAGE PROCESSES IN KAZAKHSTAN	Aliya Isaeva, Anar Sultaniarova
		2	METAPHOR IN TERMINOLOGY: VISUALIZATION AS A WAY TO TERM PERCEPTION	Jeļena Tretjakova
		3	THE STUDYING OF THE “БАҚЫТ”(“HAPPINESS”) CONCEPT IN THE KAZAKH LANGUAGE	Biyazdykova Aliya Alimbekgyzy, Biyazdykova, Kenzhegul Alimbekgyzy
		4	NATIONAL SPECIFIC OF IDIOMS IN KAZAKH AND KOREAN LANGUAGES	Akerke B. Abagan, Baiyan N. Jubatova
		5	COMMUNICATIVE COMPETENCE: NOVICE VERSUS PROFESSIONAL ENGINEERS' PERCEPTIONS	Ena Bhattacharyya
		6	AUTISTIC CHILDREN AND DIFFERENT TENSE FORMS	Ameneh Zare, Shahin Nematzadeh, Shahla Raghibdoust, Iran Kalbassi
		7	THE IMPORTANCE OF THEATRICAL LANGUAGE IN THE CREATIVENESS OF THE ACTOR	Ordabek Khozhamberdiyev
		8	WORKING MEMORY CAPACITY IN AUSTRALIAN SIGN LANGUAGE (AUSLAN)/ENGLISH INTERPRETERS AND DEAF SIGNERS	Jihong Wang
		9	AWARENESS OF READING STRATEGIES AMONG EFL LEARNERS AT BANGKOK UNIVERSITY	Nuttanuch Munsakorn

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 15	**Imelda Smit**	1	A CO-WRITING DEVELOPMENT APPROACHTO WIKIS: PEDAGOGICALISSUES AND IMPLICATIONS	Said Hadjerrouit
		2	EFFECT OF TEACHING GAMES FOR UNDERSTANDING APPROACH ON STUDENTS- COGNITIVE LEARNING OUTCOME	Malathi Balakrishnan, Shabeshan Rengasamy, Mohd Salleh Aman
		3	EFFECTIVENESS AND USABILITY EVALUATION OF 'LI2D' COURSEWARE	Zuraini Hanim Zaini, Wan Fatimah Wan Ahmad
		4	FACULTY STRESS AT HIGHER EDUCATION: A STUDY ON THE BUSINESS SCHOOLS OF PAKISTAN	Aqsa Akbar, Waheed Akhter
		5	VIRTUAL LEARNING PROCESS ENVIRONMENT: COHORT ANALYTICS FOR LEARNING AND LEARNING PROCESSES	Ayodeji Adesina, Derek Molloy
		6	INNOVATIVE TEACHING IN SYSTEMS ANALYSIS AND DESIGN - AN ACTION RESEARCH PROJECT	Imelda Smit
		7	MEDIA PEDAGOGY - THE MEDIUM IS THE MESSAGE	Syed Sultan Ahmed
		8	STUDENTS' ACCEPTANCE OF INCORPORATING EMERGING COMMUNICATION TECHNOLOGIES IN HIGHER EDUCATION IN KUWAIT	Bashaiar Alsanaa
		9	THE FUTURE OF BLENDED LEARNING	Reem A. Alebaikan

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 14:30 – 16:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 16	**Sarma Cakula**	1	PILOT STUDY ON THE IMPACT OF VLE ON MATHEMATICAL CONCEPTS ACQUISITION WITHIN SECONDARY EDUCATION IN ENGLAND	Aaron A. R. Nwabude
		2	THE DIRECT AND INDIRECT EFFECTS OF THE ACHIEVEMENT MOTIVATION ON NURTURING INTELLECTUAL GIFTEDNESS	Al-Shabatat, M. Ahmad, Abbas, M., Ismail, H. Nizam
		3	THE USING OF RASCH-MODEL IN VALIDATING THE ARABIC VERSION OF MULTIPLE INTELLIGENCE DEVELOPMENT ASSESSMENT SCALE (MIDAS)	Saher Ali Al-Sabbah, See Ching Mey, Ong Saw Lan
		4	MODALITY AND REDUNDANCY EFFECTS ON MUSIC THEORY LEARNING AMONG PUPILS OF DIFFERENT ANXIETY LEVELS	Soon Fook Fong, Aldalalah, M. Osamah
		5	PROMOTING COMPLEX SYSTEMS LEARNING THROUGH THE USE OF COMPUTER MODELING	Kamel Hashem, David Mioduser
		6	E-LEARNING METHODOLOGY DEVELOPMENT USING MODELING	Sarma Cakula, Maija Sedleniece
		7	VALIDATION OF BUILDING MAINTENANCE PERFORMANCE MODEL FOR MALAYSIAN UNIVERSITIES	AbdulLateef A. Olanrewaju, Mohd F. Khamidi, Arazi Idrus
		8	STUDENTS- PERCEPTION OF THE EVALUATION SYSTEM IN ARCHITECTURE STUDIOS	Badiossadat Hassanpour, Nangkula Utaberta, Azami Zaharim, Nurakmal Goh Abdullah
		9	USER ACCEPTANCE OF EDUCATIONAL GAMES: A REVISED UNIFIED THEORY OF ACCEPTANCE AND USE OF TECHNOLOGY (UTAUT)	Roslina Ibrahim, Azizah Jaafar

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 1	**Asst. Prof. Dr. Elifnur TERZİOĞLU**	1	SİYASİ PARTİLER VE KURUMSALLAŞMA: 2023 GENEL SEÇİMLERİNE KATILMA YETERLİLİĞİNE SAHİP SİYASİ PARTİLER HAKKINDA NİCELİKSEL BİR ANALİZ	Öğr. Gör. Dr. Mustafa BÖLÜKBAŞI
		2	POLITICAL SYSTEM OF THE HASHEMITE KINGDOM OF JORDAN AS AN EPITOME OF SEMI-MONARCHY	Asst. Prof. Dr. Abdullah METİN
		3	FUNCTIONAL TRANSFORMATION of the QADI INSTITUTION in the OTTOMAN STATE	Doç. Dr. Demokaan DEMİREL Cihad OKYAY
		4	PERCEPTION of EFFICIENCY on MODERN MANAGEMENT TECHNIQUES in HEALTH INSTITUTIONS: THE CASE of NIĞDE ÖMER HALİSDEMİR UNİVERSİTESI EDUCATION and RESEARCH HOSPITAL	Doç. Dr. Demokaan DEMİREL Cihad OKYAY
		5	TÜRK SORUMLULUK HUKUKUNDA TEHLİKE SORUMLULUĞUNUN DÜZENLEME ŞEKİLLERİ HAKKINDA DEĞERLENDİRMELER	Müslüm Yılmaz
		6	USE OF SOCIAL MEDIA IN POLITICAL CAMPAIGNS: AN ANALYSIS ON 2023 TÜRKIYE PRESIDENTIAL ELECTION	Asst.Prof.Dr. Elifnur TERZİOĞLU
		7	AŞIRI SAĞ PARTİLERİN YÜKSELİŞİNİN ELEŞTİREL ANALİZİ	Doktor Öğretim Üyesi, Şenol ARSLANTAŞ
		8	1980 SONRASI DÖNEMDE TÜRKİYE'DE PARTİ KOLONİZASYONU VE PARTİ PROLİFERASYONU	Dr. Düzgün ARSLANTAŞ
		9	COVID-19'UN ETKİLERİ VE SONUÇLARI, KÜRESEL ARENADA ULUSLARARASI İLİŞKİLER VE POLİTİKA OLUŞTURMA ÜZERİNE NİHÂİ ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	Dr. Bedri ŞAHİN
		10	SOKAKLARDA YAŞAYAN SALDIRGAN KÖPEKLERİN EĞİTİMİNİN ÖNEMİNE İDARE HUKUKU AÇISINDAN BİR BAKIŞ	Doç. Dr. Sezin ÖZTOPRAK
		11	İSTİKLAL YOLUNDA KADIN İZLERİ: KADIN MİTİNGLERİ	Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI Dr. Abdülbeşir CEYLAN
		12	TOPLUMSAL KİMLİK VE KÜLTÜR GÖSTERGELERİ BAĞLAMINDA KAMU SPOTLARI	Dr. Abdülbeşir CEYLAN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 2	**Arş. Gör. Dr. R. Burçin YAVUZ**	1	REFLECTİONS OF MOSSADEGH'S ATTEMPT TO NATİONALİZE IRANİAN PETROLEUM İN THE TURKİSH PRESS	Dr., İsmail Hakkı Elçi
		2	ULUSLARARASI ÇEVRE DÜZENLEMELERİNİN ETKİNLİĞİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ	Dr. Öğr. Üyesi Kıvanç DEMİRCİ
		3	THE EURASIAN POLICY OF THE UNITED STATES AFTER THE COLD WAR	Besra TOKTAŞ
		4	20. YÜZYIL LİBERALİZMİNDE SOSYAL HAKLARIN GELİŞİMİNİN KADINLAR ÜZERİNDEKİ ETKİSİ VE ERKEN CUMHURİYET DÖNEMİNE YANSIMALARI	Arş. Gör. Dr. R. Burçin YAVUZ
		5	DİFFERENT TYPES OF TRUST İN TURKEY: INSİGHTS FROM THE WORLD VALUES SURVEY	Dr. Deena Saleh
		6	PERIODICALLY EMPIRICAL ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN EXCHANGE RATE AND INDUSTRIAL PRODUCTION	Dr. Öğr. Üyesi, Süleyman ÇELİK Öğr. Gör. Dr., Soner KÜNÇ
		7	THE RELATIONSHIP BETWEEN CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABILITY LIERATURE REVIEW	Prof. Dr, Yüksel Akay UNVAN PhD Program, Sinem UZ
		8	THE RELATIONSHIP BETWEEN DIGITAL FINANCIAL LITERACY, DIGITAL BEHAVIOR AND FINANCIAL SATISFACTION: A LITERATURE REVIEW AND EVALUATION	Prof. Dr, Yüksel Akay ÜNVAN PhD Program, Sinem UZ

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 3	**Dr. Öğr. Üyesi Harun KARAKAVUZ**	1	KENTSEL HAVA HAREKETLİLİĞİ ARAÇLARINA YÖNELİK GERÇEKLEŞTİRİLMİŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİOMETRİK ANALİZİ	Dr. Öğr. Üyesi Harun KARAKAVUZ
		2	EVALUATION OF SPORTS MANAGEMENT SERVICES ON THE INTERNET PAGES OF METROPOLITAN MUNICIPALITIES IN TÜRKİYE	Dr. Öğretim Üyesi, Ömer SİVRİKAYA
		3	EXAMINATION OF THE OPINIONS OF THE PUBLIC'S REPRESENTATIVES, MAHTARS, ON ISTANBUL MUNICIPAL SPORTS SERVICES	Dr. Öğretim Üyesi, Ömer SİVRİKAYA Araştırmacı, Ahmet GÜLÜMSEYEN
		4	COVID-19 PANDEMİSİ İLE MÜCADELEDE İL BELEDİYELERİNİN GERÇEKLEŞTİRDİĞİ FAALİYETLER: BİR HİZMET HARİTASI OLUŞTURMA ÇABASI	Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TEKDERE
		5	AFETLERDE SORUMLU KURULUŞLARIN STRATEJİLERİ ve İŞ BİRLİKLERİ ÜZERİNE NİTEL BİR ARAŞTIRMA: İZMİR ÖRNEĞİ	Öğr. Gör. Dr., Yakup ÖZKAYA
		6	RECOMMENDATIONS ON MUSIC PRACTICES BASED ON VOLUNTEERING IN COMMUNITY SERVICE	Doç. Dr., Gülden Filiz ÖNAL Zeynep Buse AKYOL
		7	TECHNOLOGICAL TRANSFORMATION IN SOCIAL WORK FIELDS: THE INTERNET OF THINGS (IoT)	Dr. Öğr. Üyesi, Semih SÜTÇÜ
		8	TABLET OYUNLARINDAKİ TEHLİKE: REKLAMLAR ÜZERİNDEN ÇOCUĞUN İSTİSMARI	Dr. Aykut Can DEMİREL
		9	SOSYAL HİZMET UYGULAMALARINDA VE EĞİTİMİNDE ÖNEMLİ BİR ARAÇ OLARAK SİNEMA	Dr. Öğr. Üyesi, Esra KILIÇ CEYHAN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 4	**Asst.Prof. Mazhar OZKAN**	1	OMICRON VARIANT PATHOGENCITY AND ITS THERAPY: HOW TO CONTROL UNPREDICTABLE OUTBREAK	Assistant prof. K.R.Padma K.R.Don
		2	EXERCISE IN MULTIPLE SCLEROSIS	PhD, Pt. ZEKİYE İPEK KATIRCI KIRMACI,
		3	KLİNİK ÖNCESİ ÇALIŞMALARDA YENİDEN-BÜTÜNLEŞTİRME SÜRECİNE MÜDAHALELER	Çınar Furkan İlhan Dr. Kışlal Sezen
		4	ZAYIF DÜZENLİ YEREL FONKSİYONLAR ÜZERİNE	Dr. Öğr. Üyesi Arife ATAY
		5	BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF MULTIPLE SCLEROSIS STUDIES IN PHARMACOLOGY JOURNALS	Asst.Prof. Mazhar OZKAN Asst.Prof. Tugba Nurcan YUKSEL
		6	DİJİTAL NESLİN SORUNU: PROBLEMLİ İNTERNET KULLANIMI	Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI
		7	SAĞLIK BİLİMLERİ ALANINDA ÖLÇEK UYARLAMA SÜRECİ: BİR LİTERATÜR DERLEMESİ	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		8	ŞİZOFRENİLİ BİREYLERE YÖNELİK KAMUSAL DAMGALAMA VE GÜNCEL PSİKOSOSYAL MÜDAHALELER	Ezo ÖZBUCAK Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		9	KANSER HASTALIĞI VE PSİKO-ONKOLOJİ KAVRAMINA KONSÜLTASYON LİYEZON PSİKİYATRİSİ HEMŞİRELİĞİ YAKLAŞIMI: UYGULAMALAR VE STANDARTLAR	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Ezo ÖZBUCAK Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 5	**Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI**	1	AFETLERDE KRİZ DURUMU VE AFET YARDIM ÇALIŞANLARINDA STRESLE BAŞA ÇIKMA	Uzman Hemşire Esra YURT Prof.Dr.Gülseren KESKİN
		2	BİR AFET DURUMU : DEPREM SONRASI ÇOCUK SAĞLIĞI	Uzman Hemşire Esra YURT
		3	GELECEĞİN HEMŞİRELERİ VE PSİKOSOYAL BAKIM: NEDİR? NASIL OLMALIDIR?	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Dilara TANRIVERDİ Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		4	BİLİŞSEL DUYUŞSAL EMPATİ VE HEMŞİRELİK ÖĞRENCİLERİ	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Dilara TANRIVERDİ Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		5	EXAMİNİNG THE KNOWLEDGE AND ATTİTUDES OF THE MEDİCAL PERSONNEL WORKİNG İN A PUBLİC HOSPİTAL REGARDİNG PRESSURE ULCER PREVENTİON	Burak Çağrı AĞÇAY Dr. Öğr. Üyesi Nurhan ÖZPANCAR ŞOLPAN
		6	PSİKİYATRİ HEMŞİRELİĞİ BAKIŞ AÇISIYLA DİKKAT EKSİKLİĞİ VE HİPERAKTİVİTE BOZUKLUĞU	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Hilal BULUT Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		7	PSİKİYATRİ HEMŞİRLİĞİ BAKIŞ AÇISIYLA OTİZM SPEKTRUM BOZUKLUĞU	Arş. Gör. Beyzanur TOPALLI Hilal BULUT Doç. Dr. Nevin GÜNAYDIN
		8	IMPACT OF DIURNAL RHYTHMS ON SWIMMING PERFORMANCE: A REVIEW	Mertkan ÖNCÜ Doç. Dr. Özgür EKEN
		9		

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 6	**Dr. Meltem KOŞAN**	1	BORONIZATION OF X210Cr12 COLD WORK TOOL STEEL USED IN WIRE DRAWING JAWS BY THERMOCHEMICAL DIFFUSION METHOD	İbrahim KARAARSLAN Dr. Serkan DAL Prof. Dr. Bülent KURT
		2	A Comparator Design for 2 MSPS and 16 bits SAR ADC using Fully Differential Amplifiers	Dr. Deniz Özenli
		3	LİTYUM ALÜMİNAT İLAVESİNİN TAVUK HİDROKSİAPATİT-%0.5TİTANYUM OKSİT KOMPOZİTİNE ETKİSİ	Dr. Öğr. Üyesi Süleyman Serdar PAZARLIOĞLU Dr. Hasan GÖKÇE
		4	FARMAKOLOJİK ÖZELLİK GÖSTEREBİLECEK AKRİDİN-TRİON BİLEŞİKLERİNİN TEK KAP –DÖRT BİLEŞENLİ SENTEZLERİ	Prof. Dr. Zühal TURGUT Elif GÜNEŞ
		5	INVESTIGATION OF THE REPLACEMENT OF R134A WITH R1234YF AND R540A REFRIGERANTS	Dr. Meltem KOŞAN
		6	INVESTIGATING THE SUPERCAPACITOR PERFORMANCE OF PEROVSKITE OXIDES Ba0.2 Sr0.8 CoO3 AND Ba0.2 Sr0.8 FeO3	Fatemeh ASADI Nagihan DELİBAS Mohammad AHANGARI Jafar MOSTAFAEI Ali CORUH Elnaz ASGHARI Aligholi NIAEI

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 7	**Öğr. Gör., Muhammet DEMİRBAŞ**	1	Enhancing IoT System Manageability for Efficient Building Construction Projects	Sameer Jain Prof. Dr Gustavo Sanchez Assoc.Prof. Dr S. Taruna Prof. Dr D.K. Sharma
		2	SOLVING THE ECONOMIC EMISSION LOAD DISPATCH PROBLEM USING FDB-AEO ALGORITHM	Öğr. Gör., Muhammet DEMİRBAŞ Arş. Gör., Yunus BALCI Doç. Dr., Serhat DUMAN Doç. Dr., M. Kenan DÖŞOĞLU
		3	FABRİKALARDA İŞ GÜCÜ KAYIPLARININ ÖNÜNE GEÇMEK İÇİN ÇALIŞAN TAKİP SİSTEMİ TASARIMI	Dr. Öğr. Üyesi Fırat AYDEMİR Arş. Gör. Seyfullah ARSLAN Arş. Gör. Gülistan ÇOLAK
		4	AKILLI KAVŞAK YÖNETİMİ VE TRAFİK YOĞUNLUK TAHMİN SİSTEMİ	Dr. Öğr. Üyesi Fırat AYDEMİR Arş. Gör. Gülistan ÇOLAK Arş. Gör. Seyfullah ARSLAN
		5	BATARYA TEKNOLOJİLERİNİN TEKNİK, EKONOMİK VE ÇEVRESEL PERFORMANSLARININ HİBRİT GÜÇ SİSTEMLERİNDE KARŞILAŞTIRILMASI	Res. Asst., Musa Terkes Lect. Dr., Alpaslan Demirci
		6		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:00 – 19:00 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 8	**Dr. Öğr. Üyesi, Nuri ORHAN**	1	INTERSPECIFIC HYBRIDIZATION AND C-BANDING OF VIGNA UNGUICULATA SSP.UNGUICULATA AND VIGNA VEXILLATA	Assoc. Prof. OLAGORITE ADETULA
		2	KESME ÇİÇEK YETİŞTİRİCİLİĞİNDE SULAMA UYGULAMALARI ve KARŞILAN PROBLEMLERE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	Dr. Öğr. Üyesi, Özlem AKAT SARAÇOĞLU
		3	IRRIGATION APPLICATIONS OF CUT FLOWERS GROWING, IRRIGATION PROBLEMS AND SOLVING	Dr. Öğr. Üyesi, Nuri ORHAN
		3	AHŞAP ESASLI TABAKALI KOMPOZİT MALZEMELERİN MEKANİK VE TEKNOLOJİK ÖZELLİKLERİNİ ETKİLEYEN BAZI FAKTÖRLER	Musa KAYA
		4	THE POROSITY EFFECT ON THE LATERAL TORSIONAL BUCKLING RESPONSE OF CANTILEVER BEAM	Master Student, Yavuz DEMİR Assist. Prof. Dr., Ferruh TURAN
		5	RECOMMENDATIONS ON THE MANAGEMENT OF CONSTRUCTION DEMOLITION WASTE GENERATED AFTER THE DISASTER IN TURKEY	Dr. Öğr. Üyesi Ugur Emre TEMELLI
		6	TELEVİZYON EKRANLARININ GERİ DÖNÜŞÜMÜ VE TiO 2 KATKISI İLE MEKANİK ÖZELLİKLERİNİN GELİŞTRİLMESİ	Yüksek Metalurji ve Malzeme Mühendisi, Mine KIRKBINAR Araştırma Görevlisi, Erhan İBRAHİMOĞLU Profesör Doktor, Fatih ÇALIŞKAN
		7	SİNTERLEME YÖNTEMİYLE FARKLI ORANLARDA YİTRİYA (Y 2 O 3) KATKILI BOROSİLİKAT CAM SERAMİKLERİN ÜRETİMİ VE KARAKTERİZASYONU	Araştırma Görevlisi, Erhan İBRAHİMOĞLU Yüksek Metalurji ve Malzeme Mühendisi, Mine KIRKBINAR Profesör Doktor, Fatih ÇALIŞKAN
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 9	**Subramaniam Chandran**	1	VIRTUAL LEARNING ENVIRONMENTS IN SPANISH TRADITIONAL UNIVERSITIES	Leire Urcola, Amaia Altuzarra
		2	WEB-GIS BASED OUTDOOR EDUCATION PROGRAM FOR ELEMENTARY SCHOOLS	Noriyoshi Hosoya, Kayoko Yamamoto
		3	A CASE STUDY OF REACTIVE FOCUS ON FORM THROUGH NEGOTIATION ON SPOKEN ERRORS: DOES IT WORK FOR ALL LEARNERS?	Vahid Parvaresh, Zohre Kassaian, Saeed Ketabi, Masoud Saeedi
		4	EFFECTS OF COMPUTER–BASED INSTRUCTIONAL DESIGNS AMONG PUPILS OF DIFFERENT MUSIC INTELLIGENCE LEVELS	Aldalalah, M. Osamah, Soon Fook Fong
		5	INTEGRATING COMPUTER GAMES WITH MATHEMATICS INSTRUCTION IN ELEMENTARY SCHOOL- AN ANALYSIS OF MOTIVATION, ACHIEVEMENT, AND PUPIL-TEACHER INTERACTIONS	Kuo Hung Huang, Chong-Ji Ke
		6	VIRTUAL LABORATORY FOR LEARNING BIOLOGY – A PRELIMINARY INVESTIGATION	Murniza Muhamad, Halimah Badioze Zaman, Azlina Ahmad
		7	AN E-LEARNING TOOL FOR THE SELF-STUDY OF MATHEMATICS FOR THE CPE EXAMINATION	Sameerchand Pudaruth, Nawsheen Bibi Jannnoo
		8	AN INTERACTIVE TOOL FOR TEACHING AND LEARNING ENGLISH AT UPPER PRIMARY LEVEL FOR MAURITIUS	Sameerchand Pudaruth, Avinash Mantaye
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 10	**Kumiko Aoki**	1	FROM I.A RICHARDS TO WEB 3.0: PREPARING OUR STUDENTS FOR TOMORROW'S WORLD	Karen Armstrong
		2	THE EFFECTS OF VISUAL ELEMENTS AND COGNITIVE STYLES ON STUDENTS LEARNING IN HYPERMEDIA ENVIRONMENT	Rishi Ruttun
		3	ARE LECTURERS- READY FOR USAGE OF MOBILE TECHNOLOGY FOR TEACHING?	Norazah Mohd Suki, Norbayah Mohd Suki
		4	BETWEEN POLICY OPTIONS AND TECHNOLOGY APPLICATIONS: MEASURING THE SUSTAINABLE IMPACTS ON DISTANCE LEARNING	Subramaniam Chandran
		5	STUDENTS' PERCEPTIONS OF THE VALUE OF THE ELEMENTS OF AN ONLINE LEARNING ENVIRONMENT: AN INVESTIGATION OF DISCIPLINE DIFFERENCES	Stuart Palmer, Dale Holt
		6	THE EFFECT OF COOPERATION TEACHING METHOD ON LEARNING OF STUDENTS IN PRIMARY SCHOOLS	Fereshteh Afkari, Davood Bagheri
		7	THE USE OF ICT AND E-LEARNING IN HIGHER EDUCATION IN JAPAN	Kumiko Aoki
		8	M-LEARNING CURRICULUM DESIGN FOR SECONDARY SCHOOL: A NEEDS ANALYSIS	Muhammad Ridhuan Tony Lim Abdullah, Saedah Siraj
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 11	**Rui Antunes**	1	COLLABORATIVE PROFESSIONAL EDUCATION FOR E-TEACHING IN NETWORKED SCHOOLS	Ken Stevens
		2	VIRTUALIZATION TECHNOLOGY AS A TOOL FOR TEACHING COMPUTER NETWORKS	Dalibor Dobrilovic, Borislav Odadžic
		3	"A CALL FOR SCHOOL DIVERSITY": A PRACTICAL RESPONSE TO THE SUPREME COURT DECISION ON RACE AND AMERICAN SCHOOLS	Nathaniel Bryan
		4	A PROPOSED FRAMEWORK FOR VISUALIZATION TO TEACH COMPUTER SCIENCE	Muhammed Yousoof, Mohd Sapiyan, Khaja Kamaluddin
		5	USING WEBLOG TO PROMOTE CRITICAL THINKING – AN EXPLORATORY STUDY	Huay Lit Woo, Qiyun Wang
		6	E/B-LEARNING ACTIVITIES AND HIGH SCHOOL PEDAGOGY	Rui Antunes
		7	USING MULTIMEDIA IN COMPUTER BASED LEARNING (CBL) A CASE STUDY: TEACHING SCIENCE TO STUDENT	Maryam Honarmand
		8	DEVELOPING THE PERSONAL, DISSOLVING THE POLITICAL	James Moir
		9	DESIGN AND DEVELOPMENT OF AN MPH PROGRAM FOR DISTANCE EDUCATION DELIVERY	Steven R. Hawks

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 12	**Nancy Jennings**	1	DESIGN OF AN INTELLIGENT TUTOR USING A MULTIAGENT APPROACH	Kamel Khoualdi, Radia Benghezal
		2	USING VISUAL TECHNOLOGIES TO PROMOTE EXCELLENCE IN COMPUTER SCIENCE EDUCATION	Carol B. Collins, M. H. N Tabrizi
		3	EDULOGIC+ - KNOWLEDGE MANAGEMENT THROUGH DATA ANALYSIS IN EDUCATION	Alok Sharma, Dr. Harvinder S. Saini, Raviteja Tiruvury
		4	UTILIZING VIRTUAL WORLDS IN EDUCATION: THE IMPLICATIONS FOR PRACTICE	Teresa Coffman, Mary Beth Klinger
		5	VIRTUAL OR VIRTUALLY U: EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN SECOND LIFE	Nancy Jennings, Chris Collins
		6	THE EFFECTS OF THE IMPACT OF INSTRUCTIONAL IMMEDIACY ON COGNITION AND LEARNING IN ONLINE CLASSES	Glenda A. Gunter
		7	THE ROLE OF FAITH-BASED ORGANIZATIONS IN BUILDING DEMOCRATIC PROCESS: ACHIEVING UNIVERSAL PRIMARY EDUCATION IN SIERRA LEONE	Mikako Nishimuko
		8	ITALIANS- SOCIAL AND EMOTIONAL LONELINESS: THE RESULTS OF FIVE STUDIES	Vanda Lucia Zammuner
		9	CREATIVE THINKING SKILL APPROACH THROUGH PROBLEM-BASED LEARNING: PEDAGOGY AND PRACTICE IN THE ENGINEERING CLASSROOM	Halizah Awang, Ishak Ramly
		10	PRINCIPAL ROLE AND SCHOOL STRUCTURE	Behnaz Mohajeran, Alireza Ghaleei

CUMHURIYET 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES 9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456				
30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)				
Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 13	**Hani M. Aburas**	1	PROTEIN-PROTEIN INTERACTION DETECTION BASED ON SUBSTRING SENSITIVITY MEASURE	Nazar Zaki, Safaai Deris, Hany Alashwal
		2	A MAXIMUM PARSIMONY MODEL TO RECONSTRUCT PHYLOGENETIC NETWORK IN HONEY BEE EVOLUTION	Usha Chouhan, K. R. Pardasani
		3	FIRST STUDIES OF THE INFLUENCE OF SINGLE GENE PERTURBATIONS ON THE INFERENCE OF GENETIC NETWORKS	Frank Emmert-Streib, Matthias Dehmer
		4	ATTRIBUTE SELECTION METHODS COMPARISON FOR CLASSIFICATION OF DIFFUSE LARGE B-CELL LYMPHOMA	Helyane Bronoski Borges, Júlio Cesar Nievola
		5	THE EFFECT OF GUANIDINE HYDROCHLORIDE ON PHASE DIAGRAM OF PEG- PHOSPHATE AQUEOUS TWO-PHASE SYSTEM	Farshad Rahimpour, Mohsen Pirdashti
		6	ERROR-ROBUST NATURE OF GENOME PROFILING APPLIED FOR CLUSTERING OF SPECIES DEMONSTRATED BY COMPUTER SIMULATION	Shamim Ahmed Koichi Nishigaki
		7	ABURAS INDEX: A STATISTICALLY DEVELOPED INDEX FOR DENGUE-TRANSMITTING VECTOR POPULATION PREDICTION	Hani M. Aburas
		8	EEG WAVES CLASSIFIER USING WAVELET TRANSFORM AND FOURIER TRANSFORM	Maan M. Shaker
		9		

*

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 14	**Sasho Guergov**	1	CONVENTIONAL DESIGN AND SIMULATION OF AN URBAN HYBRID BUS	A. Khanipour, K. M. Ebrahimi, W. J. Seale
		2	AN EXPERT SYSTEM FOR CAR FAILURE DIAGNOSIS	Ahmad T. Al-Taani
		3	LIMIT CYCLE BEHAVIOUR OF A NEURAL CONTROLLER WITH DELAYED BANG-BANG FEEDBACK	Travis Wiens, Greg Schoenau, Rich Burton
		4	INTER-PHASE MAGNETIC COUPLING EFFECTS ON SENSORLESS SR MOTOR CONTROL	N. H. Mvungi
		5	T-DOF PI CONTROLLER DESIGN FOR A SPEED CONTROL OF INDUCTION MOTOR	Tianchai Suksri, Satean Tunyasrirut
		6	USING FUZZY CONTROLLER IN INDUCTION MOTOR SPEED CONTROL WITH CONSTANT FLUX	Hassan Baghgar Bostan Abad, Ali Yazdian Varjani, Taheri Asghar
		7	A METHOD FOR QUALITY INSPECTION OF MOTORS BY DETECTING ABNORMAL SOUND	Tadatsugu Kitamoto
		8	INDUSTRIAL COMPRESSOR ANTI-SURGE COMPUTER CONTROL	Ventzas Dimitrios, Petropoulos George
		9	DESIGN OF MOVING SLIDING SURFACES IN A VARIABLE STRUCTURE PLANT AND CHATTERING PHENOMENA	T.C. Manjunath
		10	INFORMATION SYSTEM FOR DATA SELECTION AND NEW INFORMATION ACQUISITION FOR RECONFIGURABLE MULTIFUNCTIONAL MACHINE TOOLS	Sasho Guergov

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 15	**Miloš Šeda**	1	OPTIMIZING OF GAS CONSUMPTION IN GAS-BURNER SPACE HEATER	Saead Negahdari, Davood Jalali Vahid
		2	DEVELOPMENT OF AUTOMATIC GUIDED MOBILE ROBOT USING MAGNETIC POSITION METER	Geun-Mo Kim, Young-Jae Ryoo
		3	A SUPERVISORY SCHEME FOR STEP-WISE SAFE SWITCHING CONTROLLERS	Fotis N. Koumboulis, Maria P. Tzamtzi
		4	GEOMETRY DESIGN SUPPORTED BY MINIMIZING AND VISUALIZING COLLISION IN DYNAMIC PACKING	Johan Segeborn, Johan S. Carlson, Robert Bohlin, Rikard Söderberg
		5	FLEXIBLE HEURISTICS FOR PROJECT SCHEDULING WITH LIMITED RESOURCES	Miloš Šeda
		6	CLASSIC AND HEURISTIC APPROACHES IN ROBOT MOTION PLANNING A CHRONOLOGICAL REVIEW	Ellips Masehian, Davoud Sedighizadeh
		7	STABILIZER FILLET WELD STRENGTH UNDER MULTIAXIAL LOADING (EFFECT OF FORCE, SIZE AND RESIDUAL STRESS)	Iman Hadipour, Javad Marzbanrad
		8	INTELLIGENT ABS FUZZY CONTROLLER FOR DIVERSE ROADSURFACES	Roozbeh Keshmiri, Alireza Mohamad Shahri
		9	A VARIABLE STRUCTURE MRAC FOR A CLASS OF MIMO SYSTEMS	Ardeshir Karami Mohammadi

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 16	**Claire Gaiani**	1	COMPARISON OF PHYSICO-CHEMICAL PROPERTIES AND FATTY ACID COMPOSTION OF ELATERIOSPERMUM TAPOS (BUAH PERAH), PALM OIL AND SOYBEAN OIL	Siti Hamidah, Lee Nian Yian, Azizi Mohd
		2	PHYSICAL PROPERTIES AND STABILITY OF EMULSIONS AS AFFECTED BY NATIVE AND MODIFIED YAM STARCHES	Nor Hayati Ibrahim, Shamini Nair Achudan
		3	OPTIMIZATION OF EXTRACTION OF PHENOLIC COMPOUNDS FROM AVICENNIA MARINA (FORSSK.)VIERH USING RESPONSE SURFACE METHODOLOGY	V.Bharathi, Jamila Patterson, R.Rajendiran
		4	CHEMICAL AND BIOLOGICAL PROPERTIES OF LOCAL COWPEA SEED PROTEIN GROWN IN GIZAN REGION	Abdelatief S. H. El-Jasser
		5	INTERACTION EFFECT OF DGAT1 AND COMPOSITE GENOTYPE OF BETA-KAPPA CASEIN ON ECONOMIC MILK PRODUCTION TRAITS IN CROSSBRED HOLSTEIN	A. Molee, N. Duanghaklang, P. Mernkrathoke
		6	REVEA LING CASEIN MICELLE DISPERSION UNDER VARIOUS RANGES OF NACL: EVOLUTION OF PARTICLES SIZE AND STRUCTURE	Raza Hussain, Claire Gaiani, Joël Scher
		7	PROCESS DEVELOPMENT OF SAFE AND READY-TO-EAT RAW OYSTER MEAT BY IRRADIATION TECHNOLOGY	Pattama Ratana-Arporn, Pongtep Wilaipun
		8	EFFECT OF PRETREATMENT METHOD ON THE CONTENT OF PHENOLIC COMPOUNDS, VITAMIN C AND ANTIOXIDANT ACTIVITY OF DRIED DILL	Ruta Galoburda, Zanda Kruma, Karina Ruse
		9	VISUALIZED CHARACTERIZATION OF MOLECULAR MOBILITY FOR WATER SPECIES IN FOODS	Yasuyuki Konishi, Masayoshi Kobayashi

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 17	**Amin Akhnoukh**	1	ASSESSİNG THE EFFECTS OF EXPLOSİON WAVES ON OFFİCE AND RESİDENTİAL BUİLDİNGS	Mehran Pourgholi , Amin Lotfi Eghlim
		2	MULTİPATH ROUTİNG SENSOR NETWORK FOR FİNDİNG CRACK İN METALLİC STRUCTURE USİNG FUZZY LOGİC	Dulal Acharjee, Punyaban Patel
		3	POWER AND DELAY OPTİMİZED GRAPH REPRESENTATİON FOR COMBİNATİONAL LOGİC CİRCUİTS	Padmanabhan Balasubramanian, Karthik Anantha
		4	LATERAL-TORSİONAL BUCKLİNG OF STEEL GİRDER SYSTEMS BRACED BY SOLİD WEB CROSSBEAMS	Ruoyang Tang, Jianguo Nie
		5	ADVANTAGES OF LARGE STRANDS İN PRECAST/PRESTRESSED CONCRETE HİGHWAY APPLİCATİON	Amin Akhnoukh
		6	EVALUATİON OF SHEAR STRENGTH PARAMETERS OF AMENDED LOESS THROUGH USİNG COMMON ADMİXTURES İN GORGAN, IRAN	Seyed Erfan Hosseini, Mohammad K. Alizadeh, Amir Mesbah
		7	A STUDY ON THE DEVELOPİNG METHOD OF THE BIM (BUİLDİNG INFORMATİON MODELİNG) SOFTWARE BASED ON CLOUD COMPUTİNG ENVİRONMENT	Byung-Kon Kim
		9		

CUMHURIYET
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON SOCIAL SCIENCES
9th INTERNATIONAL CONFERENCE ON APPLIED SCIENCES
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR
Meeting ID: 881 9370 7664 Passcode: 123456

30 Ağustos/ August 30, 2023 / 17:30 – 19:30 Time zone in Turkey (GMT+3)

Salon	Moderator		Bildiri No ve Başlığı / Paper ID and Title	Authors
SALON 18	**Marzieh Moosavi**	1	PERFORMANCE ENHANCEMENT OF MEMBRANE DİSTİLLATİON PROCESS İN FRUİT JUİCE CONCENTRATİON BY MEMBRANE SURFACE MODİFİCATİON	Samir K. Deshmukh, Mayur M. Tajane
		2	PRODUCTİON OF APRİCOT VİNEGAR USİNG AN ISOLATED ACETOBACTER STRAİN FROM IRANİAN APRİCOT	Keivan Beheshti Maal, Rasoul Shafiei, Noushin Kabiri
		3	EFFECT OF FERMENTATİON TİME ON XANTHAN GUM PRODUCTİON FROM SUGAR BEET MOLASSES	Marzieh Moosavi-Nasab, Safoora Pashangeh, Maryam Rafsanjani
		4	UTİLİZATİON JUİCE WASTES AS CORN REPLACEMENT İN THE BROİLER DİET	Yose Rizal, Maria Endo Mahata, Mira Andriani, Guoyao Wu
		5	SURVEY OF IMPACT OF PRODUCTİON AND ADOPTİON OF NANOCROPS ON FOOD SECURİTY	Sahar Dehyouri, Seyed Jamal Farajollah Hosseini
		6	SOUS VİDE PACKAGİNG TECHNOLOGY APPLİCATİON FOR SALAD WİTH MEAT İN MAYONNAİSE SHELF LİFE EXTENSİON	Vita Levkane, Sandra Muizniece-Brasava, Lija Dukalska
		7	INVESTİGATİON OF PHYSİCOCHEMİCAL PROPERTİES OF THE BACTERİAL CELLULOSE PRODUCED BY GLUCONACETOBACTER XYLİNUS FROM DATE SYRUP	Marzieh Moosavi-Nasab, Ali R. Yousefi
		9		

23. Uluslararası Gelenekselden çağdaşa sanat serüveni Karma Sergi
August 30, 2023 - AFYONKARAHISAR

	2	ATATÜRK	ŞEMA PERK
	3	Woman	Selma KARAAHMET BALCI
	4	Gülünce	Hatice Nilüfer Süzen
	5	Mustafa Kemal 1926	İbrahim Halil TÜRKER
	6	Arkeolojik Buluntular	Ayşegül Türk
	7	Holl'de	Ahmet Göktuğ KILIÇ
	8	Anadolu'da Atan Yürek	Nermin ÖZCAN ÖZER
	9	Kadim Anadolu	Nermin ÖZCAN ÖZER
	10	Sanguine	Zeynep Asena ÖZER
	11	Equilibrium	Zeynep Asena ÖZER
	12	Çarpışma/ Clash	H.Aylin SEÇKİN
	13	Yüzleşme-IX-	Mustafa BULAT
	14	Yüzleşme-XI	Mustafa BULAT
	15	Selçuklu Kapısı,	Serap BULAT

Contents

5. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN GÖRSEL SANATLAR DERSİNDE GÖRSEL İMGE ÇİZİMLERİNİN İNCELENMESİ . 1

FARKLI ALANLARDA GÖREV YAPAN ÇOCUK GELİŞİMCİ VE ÖĞRENCİ BULUŞMALARIYLA ÇOCUK GELİŞİMİ SON SINIF ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET ÖNCESİ DESTEKLENMESİ..... 14

ÇOCUKGELİŞİMİ MESLEK ELEMANLARININ EĞİTİM VE ÇALIŞMA YAŞAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ..... 22

WHAT CAUSES STUDENTS TO FALL BEHIND IN ONLINE COURSES? 31

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SÖZSÜZ İLETİŞİM BECERİ DÜZEYLERİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA. 40

EĞİTİMDE PROGRAM DEĞERLENDİRME ALANINDA HAZIRLANAN TEZLERİN İNCELENMESİ 52

TÜRKİYEDE OKUMA GÜÇLÜĞÜ ALANINDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALARDAKİ EĞİLİMLER..... 61

BİR HABER KOLEKSİYONCUSU OLARAK GOOGLE HABERLER..... 80

YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN YEREL MEDYAYA ETKİLERİ ÜZERİNE İYİMSER BİR DEĞERLENDİRME 91

GENEL HATLARIYLA TÜRKİYE'DE YEREL RADYO YAYINCILIĞININ SORUNLARI..... 97

DİJİTAL TELEVİZYON PLATFORMLARININ GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞINA YANSIMALARI .. 108

THE EPHESUS LOVE HOUSE ADVERTISING BOARD IS A PRIMARY EXAMPLE OF OUTDOOR ADVERTISING..... 121

POLİTİK YETİ ALANINDAKİ ÇALIŞMALARIN WEB OF SCİENCE VERİ TABANINA DAYALI BİBLİYOMETRİK İNCELEMESİ 128

SOSYAL MEDYA REKLAMLARI VE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ 136

TR83 BÖLGESİNDE KADIN İSTİHDAMINA YÖNELİK PROJELER ÜZERİNE BİR İNCELEME 162

BİM VE A101 ZİNCİR MARKETLERİN YOUTUBE REKLAMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 175

KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNDE DUYGUSAL EMEĞİN ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI: SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI 201

SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ETKİLEŞİMSEL ADALET İLE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE, DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ..... 212

HÜMANİZM ve MODERN BİLİM 221

İBN SÎNÂ'NIN RUH ANLAYIŞININ "RUH KASİDESİ" ÜZERİNDEN İNCELENMESİ..... 228

RAWLS'UN ADALET İLKELERİ BAĞLAMINDA AİLE KURUMU ve KADINLARIN EŞİTLİĞİ 238

JEAN BAUDRILLARD FELSEFESİNDE TÜKETİM KAVRAMI 249

JOSE ORTEGA GASSET'İN FELSEFESİ'NDE "İNSAN VE ÖTEKİ"PROBLEMİ 257

FREE ZONES IN TERMS OF TAX ADVANTAGES: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF LOGISTICS SECTOR 270

CUSTOMS UNION AND GREEN LOGISTICS: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF CLIMATE CHANGE 277

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ VE MÜŞTERİ SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN ARACI ETKİSİ..... 284

YEŞİL AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA İLE YEŞİL MARKA DEĞERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ VE ÖNEMİ 293
KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖRGÜT YARARINA YÖNELİK ETİK DIŞI DAVRANIŞ İLİŞKİSİ 301
ONLINE PURCHASE BEHAVIOR OF GEN Z CUSTOMERS IN VIETNAM 314
TÜRKİYE'DE YEŞİL PAZARLAMA ALANINDA YAZILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİNİN İNCELENMESİ 324
TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK İLE BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN YÖNETİM YAZINDAKİ YANSIMALARI 337
TÜRKİYE'DE FİNANSAL GELİŞME VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN VAR ANALİZİ İLE İNCELENMESİ 351
BİREYLERİN MAKSİMİZE ETME EĞİLİMİ İLE PİŞMANLIK EĞİLİMİ VE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ 364
İŞ HUKUKUNDA YEŞİL İŞLERİN SÖZLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜ İLKESİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ . 375
HAVA YOLU ŞİRKETLERİNİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ENTROPİ TABANLI EDAS YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ 383
FAİZSİZ FİNANSTA DÜZENLEYİCİ KURUMLAR VE MUHASEBE STANDARTLARI 391
SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI KAPSAMINDA TÜKETİCİ-MARKA ETKİLEŞİMİNİN NETNOGRAFİK ANALİZİ: NETFLİX TÜRKİYE ÖRNEĞİ 405
ULUSLARARASI APİTURİZM ARAŞTIRMALARININ SİSTEMATİK LİTERATÜR ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ 420
CRITICAL RESOURCES IN THE MARBLE INDUSTRY, STRATEGIES TO CONTROL THESE RESOURCES AND INTER-ORGANIZATIONAL NETWORKS 435
MARKA DEĞERİ EN YÜKSEK 100 TÜRK MARKASININ MİSYON VE VİZYON İFADELERİNİN MÜŞTERİ ODAKLILIK YÖNÜNDEN İNCELENMESİ 447
ÇALIŞAN SERMAYE ORTAKLIĞI(ÇALIŞAN HİSSE SAHİPLİĞİ PLANLARI) VE ÇALIŞAN MÜLKİYETİ 458
DAVRANIŞSAL FİNANSTA YÖNETİCİLERİN SERMAYE BÜTÇELEME VE YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN EĞİLİMLER 463
BRAND PERSONALITIES OF EMERGING VIRTUAL INFLUENCERS AYPERA AND ALARA X IN TURKEY: AN ANALYSIS USING AAKER'S SCALE 468
ALGILANAN PAKET SERVIS HIZMETININ RESTORAN MARKA İMAJINA VE YENIDEN SATIN ALMA NIYETINE ETKILERI 476
ÖRGÜTSEL DAYANIKLILIK KAVRAMINA İLİŞKİN TÜRKİYE'DEKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ 491
AFYONKARAHİSAR İLİ TURİZMİ VE EKONOMİYE ETKİLERİ 504
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE ÖZNEL İYİ OLUŞ İLE BİLİŞSEL ESNEKLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ 514
HEMŞİRELERDE ETİK DAVRANIŞLAR VE PSİKOLOJİK ETMENLERİ 529
PLATON'UN MAĞARASINDAN TRUMAN'IN FANUSUNA: GERÇEKLİK 544
DON'T LOOK UP (2021) FİLMİNİN İKNA PSİKOLOJİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ 556
1974-CÜ İL KİPR BÖHRANI VƏ CENEVRƏ KONFRANSLARI 568
GİRESUN KAZASI HÜKÜMET KONAĞI 574
TRABZON VİLAYETİ SALNAMELERİNE GÖRE GİRESUN'UN COĞRAFİ VE FİZİKİ YAPISI 581

XIX. YÜZYILIN SONLARINDA OSMANLI'DA HAYVAN SALGINLARI VE ALINAN TEDBİRLERE BİR ÖRNEK: İZMİD'TE SIĞIR VEBASI (H.1306-1308/M.1888-1891) 591
Dr. Öğretim Üyesi, Habibe POLAT 591
BURSA ERKEN DEVİR OSMANLI MEZAR TAŞLARI DÖNEMSEL, TİPOLOJİK VE ÜSLUP AÇISINDAN ANALİZİ 602
MODA PAZARLAMADA İNOVASYON: META-FİJİTAL TANITIMLAR 626
MODA PAZARLAMASINDA META-FLUENCER DÖNEMİ 636
GESTALT KURAMI VE SANAT EĞİTİMİ PERSPEKTİFİ 643
ANADOLU MEDENİYETLERİNE AİT HEYKEL GÖRSELLERİNİN CUMHURİYET DÖNEMİ POSTA PULLARINDAKİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME 654
CUMHURİYET BAYRAMI KUTLAMALARI KAPSAMINDA DÜZENLENEN 669
EKİM GEÇİDİ ADLI DİSİPLİNLERARASI KARMA SERGİLER 669
SİNEMATİK ESTETİĞİN ANLATIYA KATKISI: TAVŞAN JOJO FİLMİNDE PRODÜKSİYON TASARIMININ ROLÜ 684
ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNDE LİRİK MANZARA YAKLAŞIMIYLA TURAN EROL 694
İHVÂN-I SAFÂ'NIN NEDENSELLİK HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ 706
MODERNİTE KISKACINDA İNANÇ DEĞERLERİMİZ 716
SON DÖNEM İSLAMCI ARAP ŞAİRLERİ: İNANÇ, DİL VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM 726
"ŞAMANİZM" VƏ "TANRIÇILIQ" – QƏDİM TÜRKLƏR YAŞADIQLARI DİNİ NECƏ ADLANDIRIRDILAR?! 739
DİJİTAL MEDYADA BİR GARİP AŞK: HİBROSTİFİLİ *"HANNIBAL", "BİR KATİLİN İFADELERİ: TED BUNDY"* VE "*CANAVAR: JEFFREY DAHMER'İN HİKÂYESİ*" DİZİLERİNE DAİR ELEŞTİREL BİR İNCELEME 752
SİNEMADA BİR TEMA OLARAK YAPAY ZEKÂ: MELEK Mİ ŞEYTAN MI? 762
HUSUSİ MEKTUPLARINA GÖRE BEHÇET NECATİGİL 771
FERİDUN CEMAL ERKİN'İN ABD BÜYÜKELÇİLİĞİ DÖNEMİ (1948-1955) 780
KORE'NİN BAĞIMSIZLIĞI MESELESİ VE ATATÜRK 784
DOĞU –BATI KENTLERİNE İKİ ÖRNEK: SEMERKANT-VENEDİK 789
CUMHURİYETİN İKİNCİ YÜZYILINDA DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ HALK OYUNLARI VE MÜZİKLERİNİN GELİŞİMİ 795
MESLEK YÜKSEKOKULLARINDA ÖĞRENCİLERİN İNGİLİZCEYİ YABANCI DİL OLARAK ÖĞRENME SORUNLARI VE BAZI ÇÖZÜM ÖNERİLERİ 802
KAHRAMANMARAŞ İKİZ DEPREMLERİ MÜDAHALE ÇALIŞMALARI 816
RAPORU 816
VAN TARİHİNİN EN BÜYÜK ÇIĞ ARAMA KURTARMA ÇALIŞMASI VE BU ÇIĞ FELAKETİNDEN ÇIKARILABİLECEK DERSLER 828
KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ VE DEZENFORMATİK ARTÇILAR 844
DİN-BİLİM-BÜYÜ TARTIŞMALARI EKSENİNDE GIORDANO BRUNO 855
ÇALIŞAN İŞİTME ENGELLİLERİN İŞ YAŞAMININ SOSYOLOJİK AÇIDAN YORUMLANMASI 867
ULUSLARARASI DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNDE ORGANİZASYONEL YAPI 878

KULAKTAN KULAĞA PAZARLAMANIN ELEKTRONİK TİCARETE ÜSTÜNLÜKLERİ 884

SAĞLIK KURUMLARINDA MODERN YÖNETİM TEKNİKLERİNE DAİR VERİMLİLİK ALGISI: NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM ve ARAŞTIRMA HASTANESİ ÖRNEĞİ 889

OSMANLI DEVLETİ'NDE KADILIK KURUMUNUN FONKSİYONEL DÖNÜŞÜMÜ 905

COVID-19'UN ETKİLERİ VE SONUÇLARI, KÜRESEL SİSTEMDE ULUSLARARASI İLİŞKİLER VE POLİTİKA OLUŞTURMA ÜZERİNE NİHÂİ ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 919

SOKAKLARDA YAŞAYAN SALDIRGAN KÖPEKLERİN EĞİTİMİNİN ÖNEMİNE İDARE HUKUKU AÇISINDAN BİR BAKIŞ 930

İSTİKLAL YOLUNDA KADIN İZLERİ: KADIN MİTİNGLERİ 941

TOPLUMSAL KİMLİK VE KÜLTÜR GÖSTERGELERİ BAĞLAMINDA KAMU SPOTLARI 951

THE RELATIONSHIP BETWEEN CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABILITY 992

LIERATURE REVIEW 992

KENTSEL HAVA HAREKETLİLİĞİ ARAÇLARINA YÖNELİK GERÇEKLEŞTİRİLMİŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİOMETRİK ANALİZİ 1006

TÜRKİYE'DEKİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN İNTERNET SAYFALARINDA SPOR YÖNETİMİ HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ 1019

HALKIN TEMSİLCİLERİ MUHTARLARIN İSTANBUL BELEDİYE SPOR HİZMETLERİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ 1033

MESNEVÎ'DE OLUMLU VE OLUMSUZ KİŞİLİK TİPLERİ 1048

OSMANLI'DA ÜRETİM ÖRGÜTLENMESİNDE ESNAF BİRLİKLERİ; DİKİCİ ESNAFI ÖRNEĞİ 1055

5. SINIF ÖĞRENCİLERİNİN GÖRSEL SANATLAR DERSİNDE GÖRSEL İMGE ÇİZİMLERİNİN İNCELENMESİ

Ercan ÇINAR

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Öğrencisi, -**ORCID:** 0009-0004-0160-5981

Prof. Dr. İbrahim Halil TÜRKER

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Güzel Sanatlar Eğitimi Bölümü, Resim-İş Eğitimi Ana Bilim Dalı, -**ORCID:** 0000-0001-6232-4404

ÖZET

Bu çalışmada, erken yaşlarda yeteri kadar sanatsal ve teknik bilgi edinemeyen çocukların ortaokul çağlarında daha çok ezberlenmiş kalıp çizimler ile yaratıcılıktan uzak bir sanat eğitimi süreci geçirdikleri varsayılarak, çocukların resimlerinde kalıp/şablon çizimlerin oluşmasındaki etkenlerin neler olduğunun araştırılması hedeflenmiştir. Öğrencilerin kalıplaşmış imge çizimlerinin neler olduğu ve bu çizimleri neden tercih ettiklerinin gözlemler sonucu belirlenmesi araştırmacı tarafından sağlanmıştır. Çocukların bu çizimlerinin izlenmesi ve geliştirilmesi amacıyla çeşitli uygulamalar yaptırılarak; onlara görme, algılama, biçimlendirme becerileri ile estetik beğeniler ve yaratıcı davranışlar kazandırılması bu çalışmanın amaçlarındandır. Ortaokul dönemindeki öğrencilerin temel biçimlendirme becerilerindeki yetersizliklerinden kaynaklanan öğrenilmiş çaresizliklerinden kurtularak özgün çizimler yapabildiklerini görmelerinde, başarma duygusunu yaşayabilmelerinde ve kalıplaşmış çizimlerinin değiştirilmesi ve geliştirilmesinde görsel sanatlar öğretmeninin etkisi gözlemlenmeye çalışılmıştır.

Bu çalışmada aynı zamanda görsel sanatlar öğretmeni olarak görev yapmakta olan araştırmacı tarafından öğrencilerin kendi problemlerinin farkına varabilmeleri ve eğitim öğretim sürecindeki eksikliklerinin fark edilip düzeltilebilmesi için sınıf içerisinde 25 öğrenciyle ve 10 hafta süreyle eylem araştırması yöntemi uygulanmıştır.

Araştırmacı tarafından öğrencilerin genel olarak kullandıkları kalıp imgelerin neler olduğu izlenmiş ve çalışma bu imgeler üzerinde odaklanılarak gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması, doküman analizi gibi yöntemlerle desteklenerek eylem araştırması tamamlanmıştır. Elde edilen bulguların değerlendirilip yorumlanması ile ortaokul çocuklarının daha özgün ve özgüvenli resim yapabilmeleri için önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İmge Çizim, Şablon Çizim, Kalıp İmge, Sanat Eğitimi, Görsel Sanatlar Eğitimi

GİRİŞ

Görsel Sanatlar dersi her kademede yerini almasına karşın ana sınıfında ve ilkokulda bu derse alanında uzman bir görsel sanatlar öğretmeni girmemektedir. Öğrencilerin okul öncesi ve ilkokul öğrenimleri sürecinde sanat eğitimini görsel sanatlar öğretmeninden almamış olmaları erken yaşlarda kazanabilecekleri görme ve biçimlendirme becerilerini yeteri kadar edinememelerine zemin oluşturabilmektedir.

Eğitim sisteminin her kademesinde sanat eğitiminin önemine yer verilse de eğitim sistemindeki sanat eğitiminin amacı herkesi sanatçı olarak yetiştirmek değil, bireyin sanat yoluyla estetik eğitimini sağlamaktır (Buyurgan ve Buyurgan, 2007: 22). Ancak gerekli bilgi ve birikimlerin de oluşturulması gerektiği genel bir görüştür.

Sanat eğitimi; bireylerin sanata duyarlı, sanat bilgisi olan, çevresine estetik ve sanatsal gözle bakabilen, yaratıcı düşünceye sahip, farklı bakış açıları geliştirebilen bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir.

Görsel Sanatlar eğitimi bireyin hayal gücü ve yaratıcı düşüncesinin gelişmesinde önemli yere sahiptir. Doğduğu andan itibaren öğrenmeye açık olan bireyin hayal dünyasının en geniş olduğu dönem ilköğretim çağıdır. Bireylerin bu yaşlarda yetkin kişiler tarafından verilen sanat eğitimine ve yaratıcı düşünce eğitimi yoluyla hayal güçlerinin geliştirilmesine ihtiyaçları vardır (Buyurgan ve Buyurgan, 2007: 23).

Bireyin hayal gücü ve yaratıcılığının gelişmesinde sanat eğitiminin rolü yadsınamaz. Bu bağlamda eğitim sistemi içerisinde "Sanat Eğitimi"; yaşadığı ortamlarda, yaptıkları işlerde, ortaya koydukları ürünlerde estetik kaygıları olan bireyler yetişmesini de hedeflemektedir.

"Bireylerin yeteneğinin geliştirilmesi, yaratıcı, kendine güveni olan, sanatsal okuryazarlığa sahip, estetik beğeni düzeyi yüksek gençler yetiştirilmesi de sanat eğitiminin önemli amaçları arasındadır." (Dikici, 2006 aktaran; Akkurt ve Boratav, 2018: 56).

Eğitim programlarının en önemli öğesinin öğrenme-öğretme süreci olduğu vurgulanır (Demirel ve Sönmez, 2007 aktaran; Duman, 2010: 17). Öğrenme-Öğretme sürecinde yaşanılan en büyük zorluklardan biri; yanlış öğrenilmiş bilginin yerine, doğru bilginin koyulması olduğu bilinir. "Sanatın okullara ders olarak girdiği ilerleyen yıllarda, doğru çizme, gördüğünü doğru yansıtma, resim ve çizim derslerinde amaçlanan bir davranıştır." (Karaca, 2011).

Görsel Sanatlar dersi her kademede yerini almasına karşın ortaokul 5. Sınıfa geçmiş öğrencilerin birçoğunun resimlerinde kalıplaşmış çizimlere rastlanmaktadır. Bu araştırmada öğrencileri kalıp çizimlere götüren nedenlerin neler olduğu, kalıp imgelerin belirlenmesi ve bu imgeler üzerinden uygulama çalışmaları yapılarak geliştirilmesi üzerinde durulacaktır.

Problem Durumu

Öğrencilerin ilkokuldaki sanat eğitimini Görsel Sanatlar öğretmeninden alamadıkları, yeterli teknik bilgi ve sanatsal bakış açılarını geliştiremedikleri ve bu nedenle ortaokula kalıplaşmış çizimlerle başladıkları gözlemlenmiştir. Anaokulu ve ilkokul eğitiminde kullanılan yöntem ve tekniklerin öğrencilerin sanat eğitimindeki olumsuz etkileri sonucu oluşan şablon çizimler bu araştırmanın problem durumunu oluşturur.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmada; "Ortaokul 5. Sınıfa geçmiş öğrencilerin resimlerinde kalıplaşmış çizimler var mı?", "Varsa bunlar nelerdir?", "Kalıp imgelerin değiştirilmesi ve geliştirilmesinde Görsel Sanatlar öğretmeninin etkisi nedir?" sorularına yanıt bulmak hedeflenmiştir.

Araştırmanın Önemi

Sanat eğitiminin temel taşı olan Görsel Sanatlar dersinde karşılaşılan sorunlardan biri de yaratıcılığın ve hayal gücünün sınırlandırılmasıyla ortaya çıkan kalıplaşmış çizimlerdir.

Bu araştırma öğrencilerin zihinlerinde oluşan kalıplaşmış imgeleri gerçek görüntü ve çizimlerine kavuşturmak, imgeler kalıplaşmadan müdahale edebilmek, hayal dünyalarını serbest bırakmak ve yaratıcı düşüncelerinin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir.

Sınırlılıklar

Araştırma, öğrencilerin imge çizimi yaparken görsel sanat ilkelerini öğrenip, farklı bakış açıları ve doğru oran orantılarda çizimler yapabilmeleri ve belirlenen "insan, ev, masa, ağaç, bulut, dağ" imge çizimleriyle sınırlıdır.

Varsayımlar

Veri toplama araçlarının, araştırmanın amacına uygun olduğu varsayılmaktadır.
Örneklem evreninin temsil edici olduğu varsayılmaktadır.
Araştırma için seçilen yöntemin araştırma konusu için uygun olduğu varsayılmaktadır.

Tanımlar

Görsel Sanatlar:

1. Ressamlık, oymacılık, heykelcilik, mimarlık vb. sanatlar, plastik sanatlar.

2. Desen, resim, özgün baskı, heykel; film, televizyon, grafik, üretim tasarımı gibi iletişim ve tasarım sanatları; kentsel tasarım, iç mimarlık ve manzara tasarımı gibi mimarlık ve çevresel sanatları; halk sanatlarını; seramik, elyaf, takı ve mücevher, ahşap eserler ve diğer malzemelerle yapılanları içeren geniş bir sınıf (Özsoy, 2007: 252).

İmge:

1. Zihinde tasarlanan ve gerçekleşmesi özlenen şey, hayal, hülya. (Türk Dil Kurumu)

2. Duygularla algılanan, bir uyaran söz konusu olmaksızın bilinçte beliren nesne ve olaylar, hayal, imaj. (Türk Dil Kurumu)

İmgesel: İmgeyle ilgili, hayali. (Türk Dil Kurumu)

Kalıp resim (Stereotip resim): Kalıp şekil ve klişe resim. Kalıplaşmış ve başkası tarafından yapılan çizimler (Karaca, 2011).

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli

Araştırma, ortaokul 5. Sınıf öğrencilerinin görsel sanatlar dersinde görsel imge çizimlerini geliştirmeye yönelik bir çalışmadır. Literatürde öğretmen araştırması olarak da bilinen eylem araştırması yöntemi, bu araştırmanın modelini oluşturmaktadır. Johnson (2003) eylem araştırmasını eğitim örgütlerinde eğitimin kalitesini arttırmak ve geliştirmeye yönelik bir araştırma türü olarak ele almaktadır. (Duran, 2019; 60) "Eylem araştırmasının en önemli amacı, eğitim öğretim sürecinde ortaya çıkan sorunların tespitini yapmak ve bu sorunlara yönelik sistematik bir biçimde müdahalelerde bulunarak çözüm yolları sunmaktır." (Yenen, 2019; 252)

Uygulama sürecinde öğrencilere ön test çalışması yaptırılarak hazırbulunuşluk düzeyleri belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında öğrencilerin konuyu öğrenebilmesi için uygulama 10 haftalık plan dâhilinde işlenmiştir. Uygulama; sunuş yoluyla anlatım, gösterip-yaptırma, beyin fırtınası tekniği, tartışma ve konu üzerine öğretmen öğrenci sohbetleri ile yapılarak, ders sürecinin işlenişinin daha verimli hale gelmesi sağlanmıştır. Çalışmalar plan doğrultusunda her hafta bir imge çizim olarak gerçekleştirilmiştir. Yeterli bilgi girdisi sağlanan öğrencilere son olarak 3 hafta süren son test uygulaması yaptırılmıştır. Araştırma haftalık değerlendirme formları, görsel kayıtlar, araştırmacı günlükleri ve saha notlarıyla kayıt altına alınmıştır. 10 hafta olarak uygulanan çalışma son test çalışması yapılarak sonlandırılmıştır. Ortaya çıkan veriler toplanıp karşılaştırılmış ve betimsel-analiz yöntemiyle değerlendirilerek yorumlanmıştır.

Evren ve Örneklem

Araştırmamın evreni Samsun ili Çarşamba ilçesindeki Şehit Ferhan Hasovalı Ortaokulu'dur. Örneklemi ise 2022-2023 eğitim öğretim yılı bahar döneminde Samsun ili Çarşamba ilçesindeki Şehit Ferhan Hasovalı Ortaokulu 5. Sınıf öğrencileri oluşturmaktadır.

Veri Toplama Teknikleri

Araştırma konusu kapsamında belgeler, tezler, makaleler, yayınlar, internet kaynakları, konu ile ilgili kitaplar vb. araştırılıp literatür taraması yapılmıştır. İncelenip değerlendirilen bu kaynaklar doğrultusunda araştırmanın ana hatları belirlenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden eylem araştırma uygulaması yapılmıştır. Araştırma haftalık değerlendirme formları, görsel kayıtlar, araştırmacı günlükleri ve saha notlarıyla kayıt altına alınmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma-uygulama sürecinde elde edilen veriler, nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan, temel analiz yöntemlerinden biri olan betimsel-yorumlayıcı analiz yöntemiyle çözümlenmiştir.

Elliot'a (1991) göre; taslağı belirlenen eylem, uygulamaya aktarılır ve uygulamanın etkileri gözlenir ve değerlendirilir. Eylemin beklenen ve beklenmeyen etkilerini ortaya çıkarmak, eylemin ne kadar başarılı olduğuna yönelik kanıtlar elde etmek için araştırmacı çeşitli gözlem tekniklerini kullanmalıdır (Aksoy, 2003: 484). Bu doğrultuda çalışma grubuna uygulanan nitel araştırma modellerinden biri olan; eylem araştırmalarında elde edilen sonuçlar yerel niteliğe sahiptir, genelleme amacı taşımazlar. Bu araştırmalar belli bir yer ve katılanlarla sınırlı ürünler verirler (Karasar, 2016).

Araştırmada ön test ve son test çalışmaları karşılaştırılmış; kayıt altına alınan haftalık değerlendirme formları, görsel kayıtlar, araştırmacı günlükleri ve saha notları incelenerek yorumlama yapılmıştır.

UYGULAMALAR VE BULGULAR

Çocuk Resimlerindeki Kalıp İmge Çizimleri (Stereotipler)

Kalıp imge çizimleri, çocukların farkında olmadan çevresinin ve çevresindekilerin etkisiyle oluşturdukları ve hafızalarında içselleştirdikleri tekdüze imgelerdir. "Aynı yaş grubundaki bazı çocukların resimlerinde, birbirleriyle ilgisi olmayan farklı karakterlerde önceden öğrenilmiş bazı figürler görülebilir." (Artut, 2009: 258). Çocuklar bu çizimleri çoğu zaman sorgulamadan olduğu gibi alıp kullanmaktadırlar. Kalıp imge çizim ya da diğer bir adıyla stereotipler, birçok çocuğun aynı ya da benzer şekillerde kullandıkları çizimlerdir. Çocukların en çok kullandığı kalıp imge çizimlerinin başında "insan, ev, ağaç, bulut, dağ, masa, vd." gelmektedir. Bu kalıp imge çizimlerinin oluşmasında farklı nedenler vardır. Bu nedenlerinden biri kopya ve taklit resim yapmaktır.

Kimi zaman arkadaşlarından, kimi zaman kitap resimlerinden, kimi zaman öğretmeninin veya bir büyüğünün çiziminden taklit ederek başlanan çizimler zamanla içselleştirilerek kalıp çizimler halini almaktadır. Bu taklit çizimler üzerine sanat eğitimcilerinin farklı görüşleri olduğu da araştırmalarda görülmüştür. Kimi sanat eğitimcileri kopya ve taklidin, resim eğitiminde kalıplaşmaya sürüklediğini düşünse de, kimi sanat eğitimcileri için kopya ve taklit bireyin gelişiminde görme, algılama ve yansıtma süreçlerini doğru yapabilmeleri açısından gerekli ve önemlidir (Karaca, 2011). Görmeyi ve algılamayı öğrenen bireyin, ussal dürtüleriyle temel sanat bilgilerinin ışığında ürünler ortaya koyabileceği düşünülmektedir.

Kalıp resimlerin oluşmasında bir başka etken de boyama kitaplarıdır. Okul öncesi ve ilköğretimin ilk yıllarında sıkça karşılaşılan boyama kitaplarındaki başkaları tarafından çizilmiş, sınırları belli olan hatta hangi renklere boyanacağı bir kenarda gösterimi olan bu boyama resimleri çocukların hayal güçlerini sınırlamaktadır. "Lowenfeld (1982), klişe resimler içeren boyama kitaplarının çocukların sanatsal yaratıcılıkları için zararlı olabileceğini belirtmiştir; çocuklar boyama faaliyetlerini yaparlarken eğleniyor gibi görünseler de, bu etkinliğin onların sanatsal yaratıcılık yeteneklerine zarar verebileceğini açıklamıştır." (Aktaran Karaca, 2011: 88). Bu yaşlarda kendi şemalarını oluşturmaya başlayan çocuklar, her gün karşılaştıkları boyama kitaplarındaki resimlerle kalıp şemalar oluşturmaktadırlar. Birçok araştırmacı bu kitapların yaratıcılığı engellediği görüşüne sahiptir. Ancak tamamıyla da karşı çıktıklarını söylemek yanlış olur. Çünkü kimi zaman yararının da olduğundan bahseden araştırmacı ve sanat eğitimcilerine rastlanmaktadır.

Sanat eğitiminin amaçlarından biri öznelliğin serbest bırakılması olsa da biçimleyici etkinliklerde eğitim ve öğretimin destekleyici unsur olarak bulunması gerekmektedir. Şema öncesi dönemde öznelliğin, hayal gücünün ön planda olduğu süreç, şematik döneme geldiğinde çocuğun kalıp imgelerle (şemalar-klişe) resimler yaptığı bir duruma dönüşmektedir. Bu kalıp imgeler gelişimin doğal akışında çocuğun kendi oluşturduğu kalıplar-şemalar olabileceği gibi çevrenin de etkisiyle oluşturduğu kalıplar-şemalar da olabilmektedir. Şematik dönem çocuğun net şemalar oluşturduğu dönemdir. Resimlerindeki temsili şekiller ('bu ağaç', 'bu bir adam'

şeklinde), oldukça net birer şema olduğu gözlemlenebilir. Bir obje hakkındaki bilgiler ve kavramlarla ulaştığı sonuçlarla şemayı oluşturur (Yavuzer, 1995: 55-56). "… klişe resimler, çocuğun kolay öğrenmesi ve hızlı resim yapması için yetişkinler tarafından öğretilmektedir." (Karaca, 2011: 87). Birçok yetişkin farkında olmadan kendisinde olan şemaları çocuklarına aktarmaktadır. Bu durum çocuğun çizgisel gelişimini olumsuz etkilemektedir.

Gombrich, günümüzün sanat anlayışı bu tür yöntemlere karşı çıkmaktadır demiştir. Bir sınıf fotoğrafını yorumlarken okulda çocukların oturdukları yerden görmedikleri ve gerçekte bambaşka bir görünümdeki yaprağın şemasını bir örneğe bakarak taş tahtalarına çizmek zorunda olduklarından bahsetmiştir. Bu durumun ruhu öldürdüğünden de bahseder (Gombrich, 1992: 154). Benmerkezci dönemde (2-6 yaş) sınırsız hayal gücüne sahip çocuk, somut işlem dönemiyle (7-12 yaş) onlarca kendi yaşıtının olduğu, kurallarla dolu eğitim sistemi içerisine düşmektedir. Kurallarla dolu yeni bir hayata adım atan çocuğun düşüncelerinde de sınırlanmalar olmaya başlamaktadır. Bu sürecin dikkatle ele alınması gerekmektedir. Aksi takdirde eğitim sistemimiz içerisinde yığın bilgilerle dolmuş ancak hayal gücü tükenmiş bireyler yetiştirmiş oluruz.

Amerika Kimya Derneği Patentler ve bağlı konular komitesi başkanı Rose Ann Dabek üç ila on altı yaş arasında bir yerde çocuklarımızın yaratıcılığını ve bilgiye karşı açlığını söndürdüğümüzü çocuklarımızı soru sormaktan ve aldığı cevabı sorgulamaktan vazgeçirdiğimizi ifade etmiştir (Aktaran Noyanalpan, 1993: 40). Bu ifadeyi kendi ülkemiz için de dikkate alarak eğitim sistemimizin eksiklikleri üzerinde durmamız önem arz etmektedir.

Çocukların gelişimin her döneminde kendini ifade edebilmesi, gelecek yıllarda özgür ve sanatsal düşünmesini de etkileyecektir. "Çocukların özellikle yaratıcılığın çıkış noktası olan merak, araştırma yapma duyguları köreltilmemeli, yaratıcı düşüncelerini geliştiren yaklaşımlar, bilgi birikimleri, ortamlar, eğitim sistemi içerisinde onlara sunulmalıdır." (Buyurgan ve Buyurgan, 2007: 28).

"İyi bir öğretmeni olmadıkça çocuk yıllarca çizgi, leke, renk, biçim gibi kompozisyon öğelerini aynı yönde tekrarlamaya koyulur, dolayısı ile bu tür davranış onu derin bir isteksizlik ve bunalıma doğru sürükler" (Kehnemuyi, 1995: 43). Sanat eğitimcisi, farklının da değerli oluğunu ve farklı arayışların sanatsal çalışmaları daha dikkat çekici kıldığını öğretmelidir. Düşüncelerini ve bakış açılarını çeşitlendirme yönünde eğitim vermeli ve her öğrencinin farklı kompozisyonlar farklı ifadeler ortaya koyabileceği konusunda da cesaretlendirmelidir.

"Çocuklara sadece çizdirip, boyatıp, kestirmek değil, onları görsel ve teorik olarak da bilgilendirmek önemlidir." (Buyurgan ve Buyurgan, 2007: 64). Öğrencilere verilen öğrenim, sanatsal ürün ortaya koyma sürecinde imgesel zenginliklerini ortaya çıkarmalarını sağlamalıdır. İmgesel zenginliğin sağlanabilmesi için sanat eğitimcisinin üzerine çok iş düşmektedir. Birkaç örnek çalışmayla yürütülen çalışmalar da kalıp-şablon çizimlere yol açabileceğinden derslerde çalışmalar çeşitlendirilmeli, öğrencinin çokça sanat eseriyle tanışması sağlanmalı ve sanat eseri incelemelerine önem verilmelidir. Öğrencilerin hayal güçlerini geliştirecek uygulamalara yer verilmelidir. Bir yazarın en önemli kaynağı nasıl ki kelime dağarcığıysa, bir ressamın da imge dağarcığıdır. İmge dağarcığı ne kadar genişse bireyin yaratıcı düşüncesiyle ortaya koyacağı ürün de o denli başarılı olacaktır.

Sanat eğitimi bireyi cesaretlendiren başarma duygusu yaşamasını sağlayan ve ileriki yıllarda girişeceği işlerin temellerinin atıldığı bir derstir. Bu derste çocukların kendi ifadelerine önem verilmeli, sanatsal çalışmalarına yansıtmaları teşvik edilmelidir.

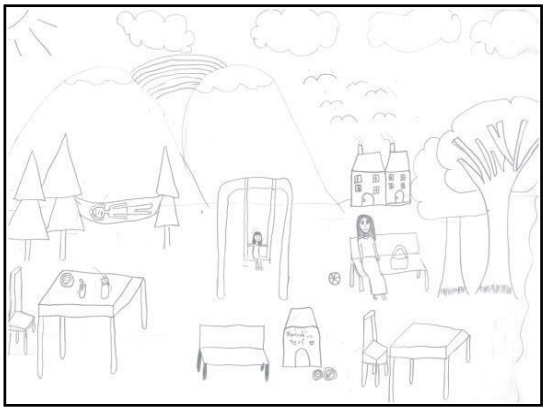
Uygulama

Öncelikle bu araştırmada; öğrencilerin resim çizimlerimde kullandıkları kalıp-stereotip çizimlerin olup olmadığı, varsa nasıl kullanıldığının gözlemlenebilmesi ve çizimlerinde gelişmelerin ve değişimlerin sağlanması hedeflenmiştir. Uygulamanın başında ön test çalışması yaptırılarak öğrencilerin hazırbulunuşluk seviyelerinin tespiti sağlanmıştır. Araştırmanın içeriğinde belirlenen imgelerin izlenip incelenebilmesi için piknik temalı resim çalışması ön test uygulaması olarak gerçekleştirilmiştir.

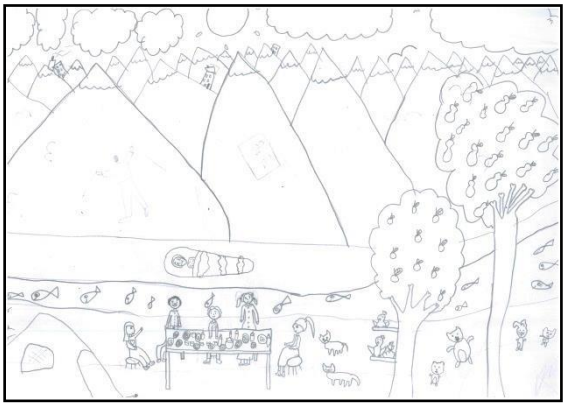
Ön Test Görselleri



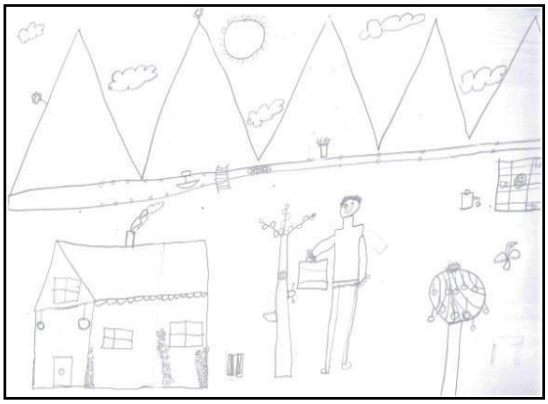
Görsel 1



Görsel 2



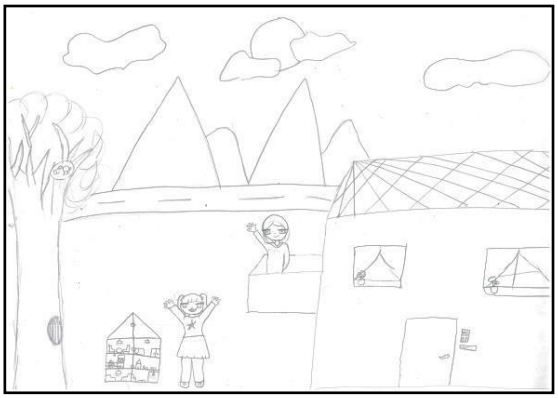
Görsel 3



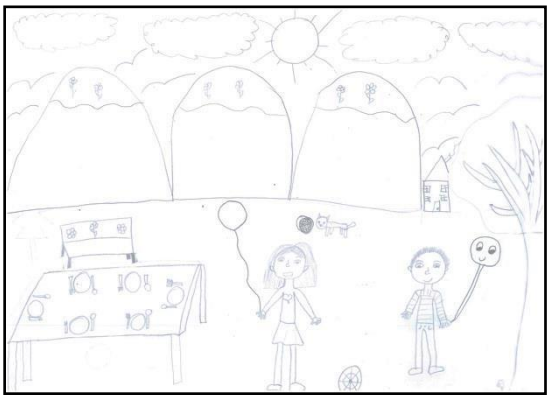
Görsel 4



Görsel 5



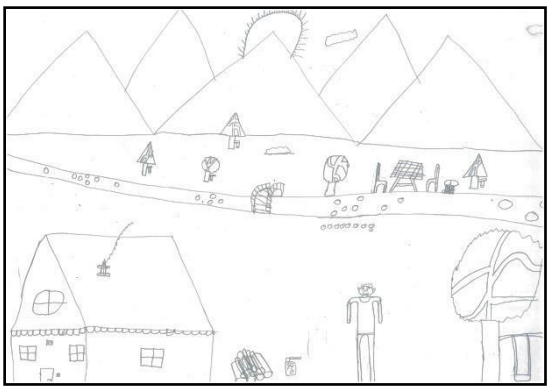
Görsel 6



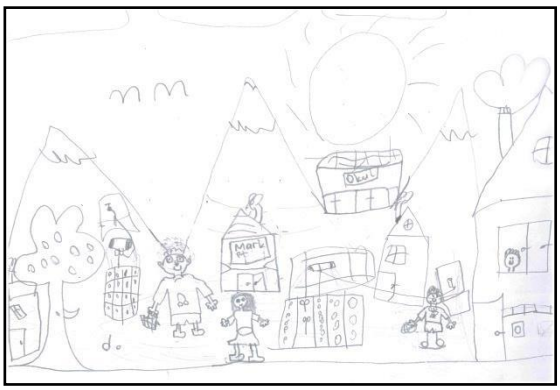
Görsel 7



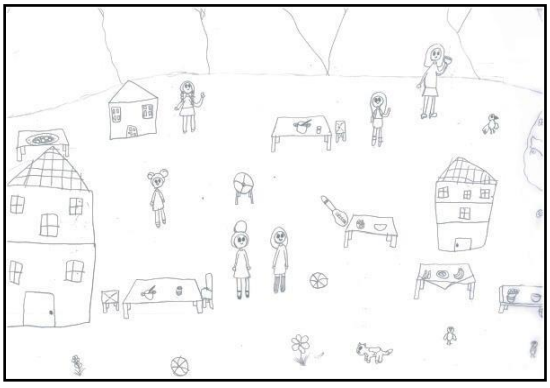
Görsel 8



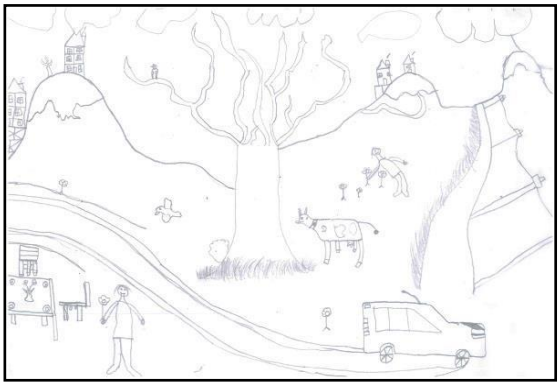
Görsel 9



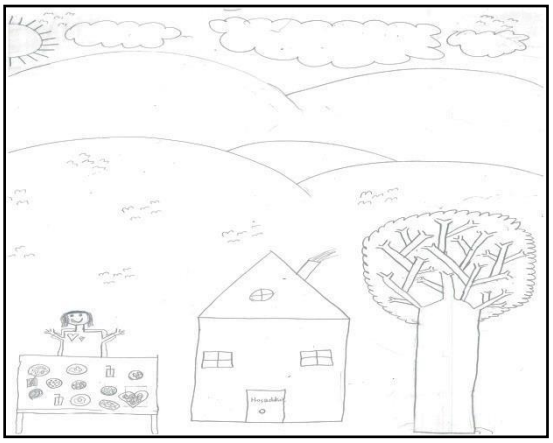
Görsel 10



Görsel 11



Görsel 12



Görsel 13



Görsel 14



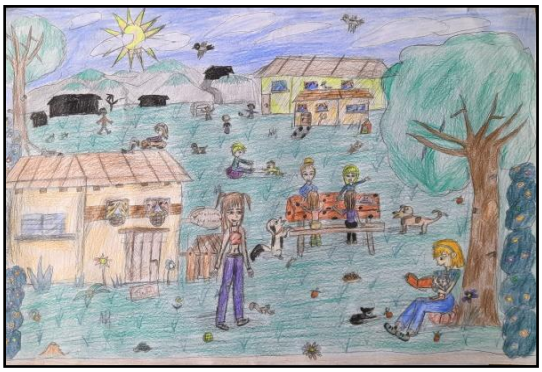
Görsel 15



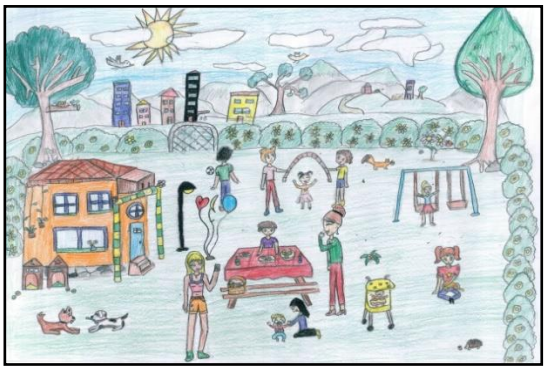
Görsel 16

Ön test çalışma uygulamasında kalıp çizimlere çokça başvurulduğu görülmüştür. Kullandıkları imgeleri birçoğunun aynı şekilde çizdiği de gözlemlenmiştir. Güneşi bir çoğunun kağıdın köşesinde konumlandırdığı, evlerin tek katlı üçgen çatılı iki pencere ve ortasında bir kapılı olarak çizildiği bazen tek cephesinin bazen de 2 cephesinin çizildiği gözlemlenmiştir. Yine birçok öğrencinin ağaçları (farklı çizenler olsa da) dikdörtgen gövde üzerine bir daire şeklinde çizdiği, insanları küçücük, kısa bacaklı kısa kollu çizdiği görülmüştür. Dağların sıra sıra sivri üçgenler gibi sıralandığı yine bulutlarında tek sıra halinde çizildiği gözlemlenmiştir. Bu uygulamada en çok kullanılan kalıp imge çizimlerin başında "insan, ev, ağaç, bulut, dağ, güneş, masa" geldiği belirlenmiş ve uygulama sürecinde bu imgeler üzerinde durulmuştur. Her hafta bir bazen de birkaç imgenin özellikleri ve çizimi örneklerle gösterilerek anlatılmış ve çizim uygulamaları yaptırılmıştır. Öğrenciler belirlenen imgelerin yapısı hakkında bilgiler edinip çizim çalışmaları yaparak deneyim kazanmışlardır. Uygulamanın son 3 haftasında piknik temalı resim çalışması yeniden yaptırılarak gelişim ve değişimlerin olup olmadığı, öğrenci yaklaşımları incelenip uygulama sonuçları değerlendirilmiştir.

Son Test Görselleri



Görsel 1



Görsel 2



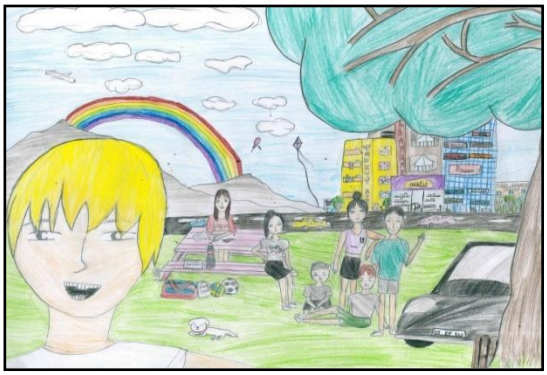
Görsel 3



Görsel 4



Görsel 5



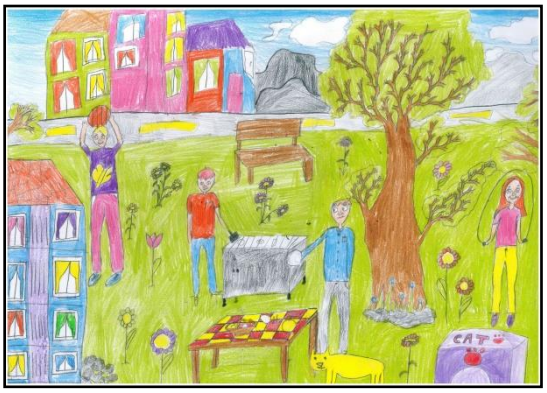
Görsel 6



Görsel 7



Görsel 8



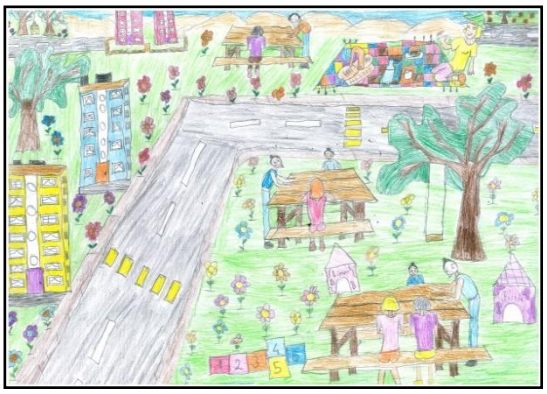
Görsel 9



Görsel 10



Görsel 11



Görsel 12

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmanın kapsamını oluşturan "Ortaokul 5. Sınıfa geçmiş öğrencilerin resimlerinde kalıplaşmış çizimler var mı?", "Varsa bunlar nelerdir?", "Kalıp imgelerin değiştirilmesi ve geliştirilmesinde Görsel Sanatlar öğretmeninin etkisi nedir?" sorularına yanıt aranmıştır. Uygulanmış olan araştırmanın sonuçları analiz edilmiş, problemin ne derece çözüldüğüne yönelik değerlendirmeler yapılıp belli bir sonuca varılmıştır.

Gelişim sürecinde bireysel farklılıklar vardır. 5 yaşında bir çocuğun ortaya koyduğu çalışmayı başka bir çocuk 7 yaşına hatta 8 yaşına geldiğinde yapabiliyor olması sunulan imkânlardan kaynaklı olabileceği gibi gelişimde bireysel farklılıklar ilkesinden kaynaklı olabileceği unutulmamalıdır. Bu araştırmada da bu kritere dikkat edilmiştir.

Okul Öncesi eğitimde öğrencilere yaptırılan çalışmaların başında hazır çizimleri boyama gelmektedir. Boyama kitaplarından etkinlik yapılması eğlenceli gözükse de bireyin resim eğitiminde kalıplaşmış çizimlere yönelmesine neden olduğu literatür taramalarında uzman kişilerin görüşlerinde rastlanmıştır. Bu uygulamanın ilkokul kademesinde de devam ettiği bilgilerine ulaşılmaktadır.

Görsel sanatlar dersi yetenek dersi olması sebebiyle birçok sınıf öğretmeninin görsel sanatlar dersini işlemekte zorlandığı genel bir görüştür. Öğretmenin tahtaya çizdiği bir resim zamanla öğrencilerde içselleşerek kalıp çizimler halini almaktadır.

Sanat, yetişkinler için olduğu kadar çocuklar için de bir ifade aracıdır. Duygularını düşüncelerini beden diliyle ortaya koydukları gibi resim yoluyla da ortaya koyarlar. Bu yüzdendir ki çocukların resimleri birbirinden farklılık gösterir. Ancak eğitim sürecinde Görsel Sanatlar dersi yetkin kişiler tarafından verilmediğinde yanlış öğrenmelere sebebiyet vermektedir. Bu yanlış öğrenmelerden biri kalıplaşmış imgelerin öğrenilmesidir. Bu yanlış öğrenme ilerleyen yaşlarda çocukların resimlerinin aynı olmasına neden olmaktadır.

Bu araştırma sonucunda genel değerlendirme sonucu; kalıplaşmış imgeler belirlenip, öğrencilerin farklı bakış açıları, doğru orantı ve görünüşleriyle çizimler yapabilmeleri sağlanmış ve perspektif algılamalarının geliştiği gözlemlenmiştir.

Uygulama çalışması sonucunda öğrencilerin daha istekli çalışmalar yaptıkları, derse karşı öğrenilmiş çaresizliklerinden kurtulmaya başladıkları, kalıp çizimlerden sıyrılarak farklı bakış açılarıyla resim yaptıkları gözlemlenmiştir. Yapabildiklerini, çizebildiklerini görmeleri ve başarma duygusunu yaşayabilmelerinde Görsel Sanatlar öğretmeninin etkili olduğu gözlemlenmiştir.

ÖNERİLER

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular ve ulaşılan sonuçlar ışığında aşağıdaki önerilere yer verilebilir;

Okul öncesi eğitimde ve ilkokulda görsel sanat etkinliklerinde hazır çizim ve boyama kitapları kullanımı sanatsal gelişimi olumsuz etkilediği için kontrollü ve bilinçli bir sanat eğitiminin yapılması sağlanmalıdır.
Sanat eğitimi, eğitimin her alanında (okul öncesi ve ilkokulda dahil) uzman kişiler tarafından verilmesi gerekmektedir.
Sanat eğitimcileri, verilen imge örnekleri ve imgelerin görünüşlerini çeşitlendirerek anlatım yapmalıdır. Böylece kalıplaşmış imge çizimlerinin önüne geçebilir ve çocukların imge dağarcıklarını geliştirebilirler.
Akran öğrenmesinin olumlu ve olumsuz etkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Akran öğrenmesinin tek bir arkadaştan olmasını önlemek için sınıf içerisinde kısa süreli sergileme yapılarak öğrencilerin bütün resimleri görmeleri ve incelemeleri sağlanmalıdır.
Öğrenmenin kalıcılığını sağlamak için, yaptırılan çizimlerin çeşitlendirilmesi uygulamaların artırılması ve öğrencilerin çokça deneme yapması sağlanmalıdır.
Sanat eğitiminin bireye eğitim-öğretim sürecinin en başından beri sistematik olarak verilmesi gerekir. Ağaç yaşken eğilir mantığıyla bireyin yeteneği erken yaşlardan itibaren sanat eğitimiyle desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

Akkurt, S., ve Boratav, O., *Neden Sanat Eğitimi?* Uluslararası Eğitim Araştırmacıları Dergisi, 1(1), 54-60, 2018.

Aksoy, N., Eylem *Araştırması: Eğitimsel Uygulamaları İyileştirme ve Değiştirmede Kullanılacak Bir Yöntem . Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi* , 36 (36) , 474-489 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/kuey/issue/10361/126837, 2003.

Artut, K., *Sanat Eğitimi Kuramları ve Yöntemleri.* Ankara. Anı Yayıncılık, 2009.

Artut, K., *Okul Öncesinde Resim Eğitimi.* Ankara. Anı Yayıncılık, 2007.

Başbuğ, F. Başbuğ, Z., *Görsel Sanatlar Eğitimi Üzerine Notlar,* Akdeniz Sanat Dergisi, 2016, Cilt 9, Sayı 18, 2016.

Buyurgan S., Buyurgan, U., *Sanat Eğitimi ve Öğretimi*. Ankara: Pegem A Yayıncılık, 2007.

Duman, B., *Öğrenme-Öğretme Sürecindeki Hata, Yanılsama Ve Yanıltmacalara İlişkin Öğrenci Görüşleri.* Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Güz 2010 Sayı 25, 2010.

Duran, A., *"Öğretmenlerin Mesleki Gelişiminde Eylem Araştırması"* Nobel Yayınları

Görsel Sanatlar Dersi Öğretim Programı (2018). Ankara. Milli Eğitim Bakanlığı (MEB), 2019.

Gombrich, E. H., *Sanat Ve Yanılsama.* İstanbul: Remzi Kitabevi, 1992.

Karaca, G., 5-8 Yaş Aralığındaki Çocuklarda Stereotip (Klişe Resim) Kullanımı. *Mehmet Akif Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Y.3, S.4.(86-93), 2011.

Karasar, N., *Bilimsel Araştırma Yöntemi.* Ankara: Nobel Yayınları, 2016.

Kehnemuyi, Z., *Çocuğun Resim Eğitimi.* İstanbul: Redhouse Yayınevi, 1976.

Kehnemuyi, Z., *Çocuğun Görsel Sanat Eğitimi.* İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 1995.

Noyanalpan, N., "Eğitimde Yaratıcılığa Genel Bakış". *Yaratıcılık ve Eğitim. S. 39-46. Türk Eğitim Derneği Eğitim Dizisi No: 17*. Ankara, 1993.

San, İ., *Sanatsal Yaratma Ve Çocukta Yaratıcılık.* Ankara. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, 1977.

San, İ., *Sanat Eğitimi Kuramları.* Ankara: Tan Yayınları, 1983.

Yavuzer, H., *Resimleriyle Çocuk*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 1995.

Yenen, E. T., "*Eylem Araştırmasına Başlamak, Araştırma Konusu Ve Problemini Belirlemek"* Nobel Yayınları, 2019.

Not: Bu Çalışma Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Güzel Sanatlar Eğitimi Ana Bilim Dalı Resim-İş Eğitimi Yüksek Lisans Tez çalışmasından üretilmiştir.

FARKLI ALANLARDA GÖREV YAPAN ÇOCUK GELİŞİMCİ VE ÖĞRENCİ BULUŞMALARIYLA ÇOCUK GELİŞİMİ SON SINIF ÖĞRENCİLERİNİN HİZMET ÖNCESİ DESTEKLENMESİ*

Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-3083-7202

Anıl AVCI
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0003-7067-7025

Sıla AKSOYU
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0009-6148-6562

ÖZET

Çocuk gelişimi alanında öğrenim gören meslek elemanı adaylarının, üniversite eğitimi sürecinde edindikleri teorik bilgiler yanında deneyim edinmeye de gereksinimleri vardır. Lisans döneminde teorik ve uygulamalı dersleri yanında çocuklar, ebeveynler, iş arkadaşları ve yöneticilerle ilişkiler, yaşanabilecek olağan ve olağan dışı durumlar hakkında deneyimli kişilerden bilgi edinilebilir. Mezuniyet sonrası işe yerleşme ve bu aşamada neler yapılması gerektiği, farklı birimlerde çalışma ve buna ilişkin koşullar, beklenen hizmetler, karşılaşılan problemler, yaşanan durumlar, görev tanımları, maddi ve manevi koşullar hakkındaki bilgi eksiği ve endişelerini gidermek son sınıf öğrencilerinin mezuniyet öncesi desteklenmesi açısından önemlidir. Bu çalışmada farklı kurum ve kuruluşlarda görev yapan çocuk gelişimcilerle Karabük Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin buluşmaları sağlanarak öğrencilerin hizmet öncesinde desteklenmesi amaçlanmıştır. Öncelikle öğrencilerin konuyla ilgili gereksinimleri belirlenmiş ve daha sonra meslek elemanı-öğrenci buluşmaları gerçekleştirilmiştir. Çevrimiçi ve yüz yüze paneller düzenlenmiş ve yapılan etkinliklerin öğrencilerin meslek yaşamına ilişkin merak ve endişelerini gidermede ne derece etkili olduğu görüşmelerle belirlemiştir. Yapılan paneller öncesinde ve sonrasında gerçekleştirilen görüşmeler sonrasında, Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin mezun olduklarında farklı çalışma alanlarında kendilerini neler beklediğine ilişkin bilgilerinin arttığı ve bir nebze olsun çalışma hayatına ilişkin endişelerinin azaldığı belirlenmiştir. Yapılan meslek elemanı-öğrenci buluşması etkinliklerinin çocuk gelişimci olarak çalışma yaşamına başlayacak lisans öğrencilerinin hizmet öncesi desteklenmesine katkı sağlanmıştır. Bu çalışmada, yapılan uygulama tüm ayrıntılarıyla verilerek benzer çalışmalara rehber oluşturması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Gelişimi, Çocuk Gelişimci, Çocuk Gelişimci Çalışma Alanları, Mesleki Yeterlik, Hizmet Öncesi Eğitim.

--

* Bu çalışma, TÜBİTAK 2209-A kapsamında desteklenen 1919B012213689 no'lu projenin bir ürünüdür.

1.GİRİŞ

Türkiye'de farklı üniversiteler, çocuk gelişimi alanında ön lisans ve lisans düzeyinde mezun vermektedir. Bir toplumun gelişimi, çocukların nitelikli bir şekilde yetiştirilmesiyle

gerçekleştirilir. Nitelikli çocuk gelişimi elemanlarının yetişmesi de bu amaca hizmet edecektir. Çocuk gelişimi ve eğitimi bölümünde öğrenim gören meslek elemanı adaylarının üniversite eğitimi sürecinde edindikleri teorik bilgiler yanında deneyim edinmeye de gereksinimleri vardır. Lisans döneminde teorik ve uygulamalı dersleri almasına rağmen öğrenciler, mezuniyet sonrası mesleklerini nasıl icra edecekleri konusunda endişe duymaktadırlar. Çocuk gelişimci olarak atandıklarında çocuklar, ebeveynler, iş arkadaşları ve yöneticilerle ilişkiler, yaşanabilecek olağan ve olağan dışı durumlar hakkında bu konuda deneyimli kişilerden bilgi edinmeye gereksinimleri olduğu söylenebilir.

Lisans düzeyinde, Çocuk Gelişimi Bölüm derslerinden bazılarında teorik bilgi yanında uygulamalara da yer verilse (URL-1) de bunun tama olarak yeterli olmadığı söylenebilir. Çocuk Gelişimi mezunları özel ve kamu kurumlarında çocuk gelişimci, özel eğitim öğretmeni, okul öncesi öğretmeni, üniversitede öğretim elamanı vb. çeşitli alanlarda görev yapabilmektedirler (URL-2). Çocuk gelişimi alanı, birçok alandan farklı uzmanların ortak çabalarıyla büyüyen disiplinler arası bir alan olarak görülmektedir (Berk, 2013). Çocuk gelişimciler, sağlık kurumlarından eğitim kurumlarına, adli kurumlardan özel eğitim kurumlarına ve sosyal hizmet kurumlarına kadar birçok farklı kurum ve kuruluşlarda görev almaktadır. Görev aldıkları kurum ve kuruluşlarda ise normal gelişim gösteren çocuklardan özel gereksinimli çocuklara, suça sürüklenen çocuklardan dezavantajlı çocuklara kadar her özellikteki çocuklar ve aileleriyle birlikte çalışabilmektedirler. Bu çalışma sürecinde bazı kurumlarda görev tanımları açık ve net bir şekilde tanımlanmışken bazı kurumlarda bu konudaki süreç devam etmektedir (Kaçmaz vb., 2020). Görev tanımlarının net olmayışı hem meslek adayları hem de meslek çalışanlarını güç durumda bırakmaktadır. Mezuniyet sonrası işe yerleşme ve bu aşamada neler yapılması gerektiği, farklı birimlerde çalışma ve buna ilişkin koşullar, beklenen hizmetler, karşılaşılan problemler, yaşanan durumlar, görev tanımları, maddi ve manevi koşullar hakkındaki bilgi eksiği ve endişelerini gidermek son sınıf öğrencilerinin mezuniyet öncesi desteklenmesi açısından önemlidir.

Mesleki eğitim ve mesleğin icra edilmesi aşamaları farklılıklar gösterebilmektedir. Her meslek dalında olabileceği gibi çocuk gelişimcilerin görev yaptığı meslek alanlarında da iş hayatında karşılaşılan, arzu edilmeyen durumlar ortaya çıkabilmektedir. Örneğin; Ankara ilinde hastanelerde çalışan 16 çocuk gelişimcisinin katılımıyla yapılan bir çalışmada katılımcıların mesleklerine karşı olumlu düşüncelere sahip olmalarına karşın çalıştıkları iş ortamı ile ilgili düşüncelerinin olumsuz olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Taştepe ve Akyol, 2014). Yine başka bir çalışmada, Aile ve Sosyal Hizmetler Politikalar Bakanlığına bağlı kuruluşlarda çalışan çocuk gelişimcilerin iş hayatındaki memnuniyet durumları araştırılmış ve elde edilen sonuçlara göre çocuk gelişimciler iş tanımlarının dışında farklı görevleri de yerine getirmek durumunda kaldıkları için çalışma koşullarından memnun olmadıkları ortaya çıkmıştır (Cesur ve Köksal Akyol, 2018). Buna göre çocuk gelişimcilerin çalışma koşullarının farklı sorunları barındırdığı söylenebilir. Bu bağlamda, göreve yeni başlayacak çocuk gelişimcilerin iş hayatında ne gibi sorunlarla karşılaşabileceğini öğrenebilmeleri ve bu sorunların neler olabileceğini fiilen çalışma hayatındaki çocuk gelişimcilerden öğrenmelerinin anlamlı deneyimler sunacağı söylenebilir. Bu çalışmada farklı kurum ve kuruluşlarda görev yapan çocuk gelişimcilerle Karabük Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Çocuk Gelişimi Bölümü öğrencilerinin buluşmaları

sağlanarak öğrencilerin hizmet öncesinde desteklenmesi amaçlanmıştır. Aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:
Çocuk Gelişimi lisans öğrencilerinin mesleğe ilişkin beklentileri nasıldır?
Öğrencilerin kendilerini mesleği icra etme konusunda nasıl görmektedirler?
Meslek elemanı-öğrenci buluşmalarının öğrencilere katkısı olmuş mudur?

2. YÖNTEM

2.1. Model

Çalışma nitel olarak tasarlanmıştır. Görüşme yönteminden yararlanılmıştır.

2.2. Çalışma Grubu

İki farklı çalışma grubunun yer aldığı çalışmada, Karabük Üniversitesi Çocuk Gelişimi Bölümü çalışmaya katılmaya gönüllü öğrencilerinden veri toplanmıştır. Birinci çalışma grubunda 40 öğrenci, ikinci çalışma grubunda ise 30 öğrenci yer almıştır. Çalışma gruplarına ilişkin bazı bilgiler Çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1. Çalışma Grubuna İlişkin Bilgiler

	Cinsiyeti	**f**	**%**	**Yaşı**	**f**	**%**
Çalışma Grubu 1	Kadın	39	97,5	20-24 yaş	33	82,5
	Erkek	1	2,5	25 ve üzeri	7	17,5
	Akademik Başarı Düzeyi			**Mesleğe Kendini Hazır Hissetme Durumu**		
	Orta	16	40,0	Hiç hazır hissetmiyor	2	5,0
	İyi	20	50,0	Biraz hazır hissediyor	20	50,0
	Çok iyi	4	10,0	Hazır hissediyor	12	30,0
				Oldukça hazır hissediyor	6	15,0
Çalışma Grubu 2	**Cinsiyeti**			**Yaşı**		
	Kadın	29	96,7	20-23 yaş	22	73,3
	Erkek	1	3,3	24-30 yaş	8	26,7

Çizelge 1'de görüldüğü gibi birinci çalışma grubundaki öğrencilerin %97,5'i kadın ve %2,5'i erkek, %82,5'i 2024 yaş grubunda ve %17,5'i 25 yaş üzeridir. Akademik başarı düzeyini %40'ı orta, %50'si ve %10'u çok iyi olarak belirtirken %5'i kendini mesleğe hiç hazır hissetmediğini, %50'si biraz hazır hissettiğini, %30'u hazır hissettiğini ve %15'i oldukça hazır hissettiğini belirtmiştir. Buna göre öğrencilerin yarısından fazlasının akademik başarı olarak kendilerini iyi görmelerine rağmen mesleğe kendilerini hazır hissetme oranlarının düşük olduğu söylenebilir. İkinci çalışma grubundaki öğrencilerin de çoğunluğu kadın ve 20-23 yaş grubundadır.

2.3. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında iki farklı görüşme formu kullanılmıştır. İlk görüşme formu durum tespiti/ihtiyaç analizi amacıyla oluşturulmuştur. Bu formda öğrencilere mezuniyet sonrası çalışmak istediği alan ve nedeni, kendini hazır hissedip hissetmediği vb. sorular yer almıştır. İkinci görüşme formunda ise meslek elemanı-öğrenci buluşmalarının öğrencilere mesleki açıdan katkısı olup olmadığına ilişkin sorular yer almıştır.

2.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Çalışma için Karabük Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Araştırmalar Etik Kurulu izni alınmıştır (26.09.2022 tarih, 2022/7 toplantı no ve 8 no'lu karar). Ülke genelinde yaşanan 6 Şubat Kahramanmaraş depremi sonrası eğitimin uzaktan olması nedeniyle görüşme formları çevrimiçi olarak katılımcılara ulaştırılmış ve veriler toplanmıştır. Verilerin analizinde görüşme içeriğinin dökümü yapılmış ve elde edilen bilgiler Çizelgelar halinde sunulmuştur.

2.5. İşlem

Çalışmada aşağıdaki işlem basamakları uygulanmıştır:

Durum tespiti/ihtiyaç analizi: İlk aşamada durum tespiti/ihtiyaç analizi amacıyla öğrencilere görüşme formları sunulmuş ve mesleğe ilişkin beklentilerinin nasıl olduğu, kendilerini mesleği icra etme konusunda yeterli bulup bulmadıkları veya hangi alanlarda yeterli bulup bulmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

Meslek elemanı-öğrenci buluşmaları: Bu aşamada Çocuk Gelişimi mezunu olup farklı alanlarda görev yapan çocuk gelişimci meslek elemanlarıyla çevrimiçi ve yüz yüze paneller düzenlenerek öğrencilerin sorularına cevaplar bulmaları sağlanmıştır. Bu meslek elemanları anaokulu öğretmeni, çocuk gelişimci, okul öncesi öğretmeni, öğretim görevlisi ve meslek lisesi öğretmenliği yapmaktadırlar. Panellerin 5'i çevrimiçi, 4'ü yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Katılım sağlayamayan öğrencilerin yararlanabilmeleri için görüşmeler bölüm ve üniversite web sayfasından yayınlanmıştır.

Son görüşmelerin yapılarak etkinliğin değerlendirilmesi: Bu aşamada öğrencilerin panellerle ilgili görüşleri, meslek elemanları buluşmalarının mesleğe ilişkin görüşleri üzerinde etkili olup olmadığı ve ne yönde olduğuna ilişkin bilgi edinilmek amaçlanmıştır.

3. BULGULAR

Bu bölümde ön görüşme ve son görüşme bulguları verilmiştir. Ön görüşmelerden elde edilen bulgular Çizelge 2-5 arasında verilmiştir.

Çizelge 2'de birinci çalışma grubundaki öğrencilerin mezuniyet sonrası çalışmak istediği alan ve nedenlerine ilişkin bilgiler verilmiştir.

Çizelge 2. Çalışmak İstenilen Alan ve Nedenleri

Çalışmak İstenilen Alan	f	%	Neden Bu Alanda Çalışmak İstediği	f	%
Okul Öncesi Eğitim	17	42,5	Kendini bu alanda daha yeterli görmesi	22	55,0
Özel Eğitim	10	25,0	Çocukları sevdiği, onlarla çalışmak istediği için	7	17,5
Hastane	7	17,5	Çocuklara faydalı olmak için	6	15,0
Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı	2	5,0	İş imkanı daha iyi olduğu için	3	7,5
Meslek Lisesi	2	5,0	Yetişkinlerle çalışmak için	1	2,5
Bebek Kütüphanesi	1	2,5	Özel bir nedeni yok	1	2,5
Fark etmez	1	2,5			

Çizelge 2'ye göre öğrencilerin %42,5'i okul öncesi eğitim, %25'i özel eğitim, %17,5'i hastane, %5'i ASHB, %5'i Meslek Lisesi, %2,5'i bebek kütüphanesinde çalışmak istediğini; %55'i kendini bu alanda yeterli gördüğü için ilgili alanda çalışmak istediğini belirtmiştir.

Çizelge 3'te birinci çalışma grubundaki öğrencilerin meslek alanıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olma, kendini yeterli gördüğü ve güçlük yaşayabileceği konulara ilişkin bilgiler sunulmuştur.

Çizelge 3. Alanla İlgili Yeterlik

Alanla İlgili Bilgi Düzeyi	**f**	**%**	**Kendini Yeterli Gördüğü Alan**	**f**	**%**
Yeterli bilgiye sahibim	13	32,5	Aile ve çocukla iletişim	16	40,0
Kısmen yeterli bilgiye sahibim	27	67,5	Sınıf yönetimi/öğretmenlik	7	17,5
Güçlük Yaşayabileceğini Düşündüğü Konular			Gelişimsel destek sağlama	5	12,5
Teorik bilgileri uygulamaya aktarma	10	25,0	Okul öncesi eğitim	3	7,5
İletişim ve işbirliği	9	25,0	Özel Eğitim	3	7,5
Sınıf yönetimi	6	15,0	Çocuğu tanıma teknikleri	2	5,0
İş yaşamına uyum	5	12,5	İşbirliği/ekip çalışması	2	5,0
Özel eğitim	5	12,5	Fikrim yok	2	5,0
Güçlük yaşamam	4	10,0			

Çizelge 3'e göre öğrencilerin %32,5'i alanıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olduğunu ve %67,5'i kısmen yeterli bilgiye sahip olduğunu belirtmiştir. Kendini yeterli gördüğü konulara bakıldığında %40'ı aile ve çocukla iletişim, %17,5'i sınıf yönetimi/öğretmenlik, %12,5'i gelişimsel destek sağlama, %7,5'i okul öncesi eğitim, %7,5'i özel eğitim, %5'i çocuğu tanıma teknikleri ve %5'i işbirliği/ekip çalışması olarak belirtmiş; %25'i teorik bilgileri uygulamaya aktarma, %25'i iletişim ve işbirliği, %15'i sınıf yönetimi, %12,5'i iş yaşamına uyum, %12,5'i özel eğitim konularından güçlük yaşayabileceğini belirtmiş ve yalnızca %10'u güçlük yaşamayacağını belirtmiştir.

Çizelge 4'te birinci çalışma grubundaki öğrencilerin mesleğe daha iyi hazırlanma konusundaki önerileri verilmiştir.

Çizelge 4. Öğrencilerin Mesleğe Hazırlanmasına Yönelik Öneriler Düzeyi

Mesleğe Hazırlıkla İlgili Öneriler	**f**	**%**
Farklı çalışma alanlarında daha fazla staj/uygulama fırsatı sunulmalı	25	67,5
Seminer ve sertifika programları/eğitimler daha fazla uygulanmalı	6	15,0
Ders içerikleri geliştirilmeli	1	2,5
Öğrenciler yeterli hissettikleri alana yönlendirilmeli	1	2,5
Dersler yüz yüze yapılmalı/online değil	1	2,5
Sistemsel değişiklikler sık yapılmamalı	1	2,5
Önerim yok	5	7,5

Çizelge 4'e göre öğrencilerin meslek yaşamına daha iyi hazırlanabilmeleri konusunda önerileri %67,5 farklı çalışma alanlarında daha fazla uygulama fırsatı sunulması ve %15 seminer ve sertifika programlarına daha fazla yer verilmesi gerektiği yönündedir.

İkinci çalışma grubuyla meslek elemanı-öğrenci buluşmaları sonrası yapılan son görüşme sonuçlarından elde edilen bulgular Çizelge 5 ve 6'da verilmiştir. Çizelge 5'te ikinci çalışma grubundaki öğrencilerin etkinlikleri değerlendirmesine yönelik görüşleri yer almaktadır.

Çizelge 5. Projenin Değerlendirilmesine İlişkin Görüşler

İş yaşamına katkısı	**f**	**%**	**Sorularına Cevap Bulma Durumu**	**f**	**%**
Oldukça fazla katkı sağladı	20	66,7	Evet/tümüyle	22	73,3
Katkı sağladı	10	33,3	Evet/kısmen	8	26,7
Güçlük yaşanan/geliştirilmesi gereken konular			**Çalışmayı düşündüğünüz alanla ilgili fikir değişikliği**		
Meslek alanında yetersizlik	13	43,3	Olmadı	14	46,7
İletişimde güçlük	7	23,3	Kısmen oldu	13	43,3
İş yaşamına uyumda güçlük	3	10,0	Oldu/farklı bir alanda çalışmayı düşünmeye başladım	3	10,0
Deneyim yetersizliği	2	6,7			
Psikolojik hazırlık yetersizliği	2	6,7			
Atanmada güçlük	3	10,0			

Çizelge 5 incelendiğinde, öğrencilerin tümümün etkinliklerin gelecekteki iş yaşamlarına olum katkısı olduğu ve genel olarak sorularına cevap bulabildikleri yönünde görüşe sahip oldukları görülmektedir. Halen güçlük yaşanan/geliştirilmesi gereken durumlarla ilgili olarak öğrencilerin %43,3'ü mesleki alanda yetersizliklerinin bulunduğunu, %23,3'ü iletişim güçlüğü ve %10'u iş yaşamına uyum güçlüğü yaşayacaklarını düşündüklerini belirtmişlerdir. Etkinliklere katılım sonrasında öğrencilerin yaklaşık %53'ü önceki çalışma alanlarına göre farklı bir alanda çalışmayı düşünmeye başladıklarını belirtmişlerdir.

Çizelge 6'da ikinci çalışma grubundaki öğrencilerin mezun-öğrenci buluşmaları dışında öğrencileri mesleğe hazırlayıcı etkinlik önerilerine ilişkin görüşleri verilmiştir.

Çizelge 6. Öğrencileri Mesleğe Hazırlayıcı Etkinlik Önerileri

Öneriler	**f**	**%**
Seminer, mezun-öğrenci buluşması, projeler	15	50,0
Örnek uygulamalar/vak'a incelemeleri	5	16,6
Uygulama/staj süresinin artırılması	4	13,3
Farklı alanlarda uygulama/staj imkanı sunulması	2	6,7
Öğrencinin makale okuyarak vb. kendini geliştirmesi	2	6,7
Fikrim yok	2	6,7

Çizelge 6'ya göre öğrencilerin çoğunluğu öğrencileri mesleğe hazırlamada seminer öğrenci buluşması, projelere katılımın (%50) etkili olacağını, %16,6 örnek uygulamalar/vak'a incelemeleri, %13,3'ü staj süresinin artırılması, %6,7 farklı alanlarda staj imkanı

sunulması, %6.7 öğrencinin kendini gelişimi için çaba göstermesi gerektiğini belirtmişlerdir.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Çocuk Gelişimi lisans öğrencilerinin meslek öncesi hazır bulunuşlukları ve meslek elemanı-öğrenci buluşmaları sonrası yapılan etkinliğin katkılarının belirlenmesine dayalı bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Öğrencilerin çoğunluğu mezuniyet sonrası öncelikle okul öncesi eğitim öğretmenliği yapmayı düşünmektedirler. Bunu özel eğitim öğretmenliği, hastanede çocuk gelişimci olmak ve diğer alanlar izlemektedir. Öğrencilerin tercihlerini kendilerini daha çok yeterli gördükleri alana göre yaptığı görülmüştür. Çocuk gelişimi bölümü, doğumdan 18 yaşına kadar olan süreçte çocukların gereksinimlerinin saptanması, özel durumları olan çocukların gelişimine yardımcı olacak, çocukların fiziksel, psikolojik, zihinsel, sosyal ve duygusal gelişimini desteklemeyi amaçlayan, yetkin elemanların yetiştirilmesini sağlayan bir programdır (İŞKUR, 2020). Fakat Karabük'te Çocuk Gelişimci olarak sağlık birimlerinde staj/uygulama yapma imkanı oldukça kısıtlı olduğundan öğrenciler uygulamalarını okul öncesi eğitim kurumlarında yaparak okul öncesi çocuklarla daha fazla bir araya gelmektedirler. Alınan formasyon eğitimi sonrasında ise okul öncesi öğretmeni olarak atanmalara söz konusu olmaktadır. Bu nedenle öncelikle okul öncesi eğitim alanında çalışmak istemiş olabilirler.

Öğrencilerin çoğunluğu kısmen de olsa alanlarıyla ilgili yeterli bilgiye sahip olduğunu, özellikle aile ve çocukla iletişim konusunda yeterli hissettikleri ve bunu sınıf yönetimi/öğretmenlik, gelişimsel destek sağlamanın izlediği görülmüştür. Çocuk gelişimciler program eğitimleri sırasında sağlık, eğitim, adalet ve toplum hizmeti yapılarında çok alanlı ve disiplinler üstü yaklaşımın ehemmiyetine uygun eğitilmektedir (Yavuz ve Kahraman, 2022). Farklı disiplinlerle ortak bir yapıda birleşen çocuk gelişimi bölümünün, iş alanı olarak da birçok kurumda istihdam olanağı bulunmaktadır. Sağlık Bakanlığına bağlı 2. ve 3. basamak sağlık faaliyeti veren devlet ve şahsa ait hastaneler, vb. öteki sağlık kuruluşları, Aile Sağlık Merkezleri, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına bağlı başkent ve yerel teşkilattaki kuruluşlar, MEB' e bağlı Anadolu Meslek ve Kız Meslek Liseleri, ilköğretim okulları, kreş, çocuk yuvası, anaokulu, ana sınıfı gibi okul öncesi eğitim kurumları, özel eğitim kurumları ve rehabilitasyon merkezleri, çocuk kulüpleri gibi, özel sektör de dahil, pek çok ortamda, Çocuk Gelişimci adıyla iş olanakları bulunur (URL-3). Öğrencilerin mesleğe ilişkin kendilerini yeterli görme düzeylerinin teorik ve uygulamalı derslerle ilgili olduğu, akademik başarı düzeyleri ve öğretim hizmetinin niteliğiyle ilgili olduğu söylenebilir. Güçlük yaşayacakları konuların başında ise teorik bilgileri uygulamaya aktarmayı belirtmişlerdir. Öğrencilerin mesleğe hazırlamayla ilgili önerilerinin başında da farklı çalışma alanlarında daha fazla staj/uygulama imkanı sunulması yer almıştır. Bu projede öğrencilerin bu endişelerinden yola çıkarak meslek elemanı-öğrenci buluşmaları planlanmıştır. Kısmen de olsa meslek elemanlarının deneyimlerini paylaşmalarının öğrencilerin endişelerini gidermede etkili olacağı düşünülmüştür.

Yapılan paneller sonrasında, öğrencilerle yapılan görüşmelerde öğrencilerin tümümün etkinliklerin gelecekteki iş yaşamlarına olumlu katkısı olduğu ve genel olarak sorularına cevap bulabildikleri yönünde görüşe sahip oldukları, mesleğe hazırlanma konusunda benzer

uygulamaları önerdikleri belirlenmiştir. Halen güçlük yaşanan/geliştirilmesi gereken durumlarla ilgili olarak öğrencilerin %43,3'ünün mesleki alanda yetersizliklerinin bulunduğunu, etkinliklere katılım sonrasında öğrencilerin yaklaşık %53'ünün önceki çalışma alanlarına göre farklı bir alanda çalışmayı düşünmeye başladıklarını belirttikleri görülmüştür. Özetle yapılan panellerin öğrencileri mesleğe hazırlama konusunda oldukça verimli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

5. ÖNERİLER

Bu çalışma yalnızca Karabük Üniversitesi Çocuk Gelişimi öğrencileriyle yürütülmüştür. Gerek Çocuk Gelişimi ve gerekse diğer meslek elemanı yetiştiren farklı alanlardaki öğrencilerle benzer çalışmalar yapılabilir.

Eğitim kurumlarının öğrencileri mesleğe hazırlama misyonu önemlidir. Bu amaçla öğrencilerin olabildiğince uygulama yapmalarına fırsat verilmesi, meslek elemanlarıyla buluşturulması, mesleğe ilişkin karşılaşabilecekleri olumlu-olumsuz durumlar hakkında bilgilendirilmelerine yönelik çalışmalar yürütülmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

Berk, L. (2013). *Çocuk Gelişimi* (Çev.: Onur, B.) Ankara: İmge.

Cesur, E. ve Köksal Akyol, A. (2018). Aile ve sosyal politikalar bakanlığında çocuk gelişimci olmak. *Toplum ve Sosyal Hizmet Dergisi*, 29(2), 245-269.

İŞKUR (2020). Çocuk gelişimi bölümü nedir? Erişim: https://www.kariyer.net/bolumler/cocuk%2Bgelisimi/nedir 10.12.2022.

Kaçmaz, C., Kay, M.A., Boğa, E., Temiz, A., Ayanoğlu, M. ve Sağlam, M. (2020). Türkiye'de çocuk gelişimci olmak: çalışma alanları, görev ve yetkileri. *Çocuk Gelişimi Dergisi* (ÇG-D), 4(8), 117-133.

Taştepe, T. ve Köksal Akyol, A. (2014). Hastanelerde görev yapan çocuk gelişimcilerin çalışma ortamları ile mesleklerine ilişkin görüşlerinin incelenmesi, *Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (1-2-3), 29-54.

URL-1. https://sbf.karabuk.edu.tr/cocuk-gelisimi 17.08.2023.

URL-2. https://sbf.karabuk.edu.tr/icerikGoster.aspx?K=S&id=2083&BA=cocuk-gelisimi 17.08.2023.

URL-3. https://uskudar.edu.tr/sbf/cocuk-gelisimi 10.12.2022.

Yavuz, E. C. ve Kahraman, Ö. G. (2022). Özel eğitim ve rehabilitasyon merkezlerinde çocuk gelişimci olmak. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33 (3), 812.

ÇOCUKGELİŞİMİ MESLEK ELEMANLARININ EĞİTİM VE ÇALIŞMA YAŞAMINA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Prof. Dr. Arzu ÖZYÜREK
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0000-0002-3083-7202
Anıl AVCI
Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0003-7067-7025

Sıla AKSOYU

Karabük Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0009-6148-6562

ÖZET

Çocuk Gelişimi alanında ülkemizde lise, ön lisans, lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde eğitim imkanı bulunmaktadır. Mezuniyet sonrası ön lisans ve lisans mezunları, farklı alanlarda görev yapabilmektedirler. Hastane, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı, özel özel eğitim kurumları, okul öncesi eğitim kurumları ve meslek liseleri bunlardan bazılarıdır. Bu çalışmada Çocuk Gelişimi mezunu olup farklı alanlarda görev yapan meslek elemanlarının (n=40) çalışma yaşamı ve eğitim yıllarının onları çalışma yaşamına hazırlamasına yönelik görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada ayrıca, çocuk gelişimi meslek elemanlarının halen öğrenimine devam eden bölüm öğrencilerine yönelik önerilerini belirlemek amaçlanmıştır. Çalışma grubunu farklı alanlarda görev yapan Çocuk Gelişimi mezunu meslek elemanları oluşturmuştur. Veriler yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılarak toplanmıştır. Görüşmelerden elde edilen bilgilerin frekans ve yüzdeleri alınarak sunulmuştur. Sonuç olarak mezuniyet sonrası en fazla iki yıl içinde çalışma yaşamına başlayan çocuk gelişimi meslek elemanlarının, özel özel eğitim kurumlarında çalışma oranlarının daha fazla olduğu ve bunu okul öncesi öğretmenliği ile Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı biriminde çocuk gelişimci olarak çalışmanın izlediği görülmüştür. Öğrenci yıllarının çalışma yaşamına kısmen de olsa kendilerini hazırladığı, çoğunlukla teorik bilgilerin uygulamaya konmasında kendilerini yetersiz hissettikleri belirlenmiştir. Lisans öğrencilerine öğrencilik yıllarında olabildiğince kendilerini mesleğe hazırlayıcı staj, eğitim ve sertifika programlarına katılıma yönelik önerilerde bulunmuşlardır. Elde edilen bulguların, öğrencilerin kendilerine mesleğe hazırlamalarında rehber olacağı öngörülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Çocuk gelişimci, çocuk gelişimi, meslek edinme, çalışma yaşamı.

1.GİRİŞ

Türkiye'de çocuk gelişiminin tarihi, üniversitelerde aile ve çocukla ilgili bölümlerin kurulmasıyla başlamıştır. İlk defa 1955 yılında, Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Ev Ekonomisi kürsüsü; Aile İlişkileri ve Çocuk Psikolojisi gibi dallardan oluşmuştur (Ankara Üniversitesi, 2015). 1968 yılında Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Ev Ekonomisi Yüksekokulunda "Çocuk Gelişimi ve Eğitimi" adıyla lisans düzeyinde ilk bölüm kurulmuş ve bölüm 1972 yılında rektörlüğe bağlanmıştır. Bu bölüm, Türkiye'nin ilk çocuk

gelişim ve eğitimi anabilim dalı olmuştur. Aynı zamanda bölüm kurulduğu yıldan bu yana çocuğun sağlığı, eğitimi ve gelişimi ile ilgili çalışmalar yürütmüştür. 1978 yılında özel eğitim çalışmalarına başlamış ve 1982 yılında bölüm içerisinde "Özel Eğitim Anabilim Dalı" da kurulmuştur. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi bölümü Yükseköğretim Kurulu (YÖK) kararıyla 1987 yılında "Çocuk Sağlığı ve Eğitimi", 1996 yılında yine YÖK kararıyla "Çocuk Gelişimi ve Eğitimi" bölümü, 2007 yılında ise Sağlık Bilimleri Fakültesine bağlanarak "Çocuk Gelişimi" olarak yeniden yapılandırılmıştır. Çocuk Gelişimi lisans mezunları eğitim, sağlık, sosyal hizmetler ve çocuğu ilgilendiren konularla ilgili diğer tüm sektörlerde görev alabilmektedirler. Genel olarak 0-18 yaş grubu tüm çocuklar ve aileleriyle çalışmalar yapan çocuk gelişimciler, danışmanlık, yayın ve araştırma vb. görev alabilirler (URL-1, URL-2, URL-3).

Çocukların gelişimi, sıhhati ve eğitimi mevzularında ayrıntılı çalışmalar yürüten çocuk gelişimi bölüm lisansiyerleri sağlık, toplum hizmeti, eğitim, adalet ve diğer işletmelerde sorumluluk almaktadırlar (Doğan-Keskin ve Bayhan, 2020). Bu sebeple de çalıştıkları sektörlerde takımın parçası olma ve çocuğun yüksek faydası adına birlikte karar alma prosesinin ehemmiyetinin farkındalığıyla bölümden mezun olmaktadır (Yavuz ve Gözün Kahraman, 2022). Farklı disiplinlerle ortak bir yapıda birleşen çocuk gelişimi bölümünün, iş alanı olarak da birçok kurumda istihdam olanağı bulunmaktadır. Sağlık Bakanlığına bağlı ikinci ve üçüncü basamak sağlık faaliyeti veren devlet ve şahsa ait hastaneler, diğer sağlık kuruluşları, Aile Sağlık Merkezleri, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığına bağlı başkent ve yerel teşkilattaki kuruluşlar, MEB'e bağlı Anadolu Meslek ve Kız Meslek Liseleri, ilköğretim okulları, kreş, çocuk yuvası, anaokulu, ana sınıfı gibi okul öncesi eğitim kurumları, özel eğitim kurumları ve rehabilitasyon merkezleri, çocuk kulüpleri gibi, özel sektör de dahil pek çok ortamda Çocuk Gelişimci adıyla iş olanakları bulunmaktadır (URL-4).

Çocuk gelişimcilerin çalıştıkları birimlerdeki iş tanımlarında öncelikle sağlık kurumlarında, çocuk gelişimi bölümlerinde gelişimsel gözlem ve takip uygulamaları yaptıkları yer almaktadır. Eğitim kurumlarına bakılacak olursa, okul öncesi eğitim kurumlarında anaokulu öğretmeni ve meslek liselerinde çocuk gelişimi öğretmeni olarak çalıştıkları bilinmektedir. Çocuk adalet yönteminde ise "Sosyal Çalışmacı" adı altında görevlerini yapan çocuk gelişimciler ilgili kurumlarda çocukla alakalı sürdürülen yargılamalarda aktif olarak katkı sağlarlar. Başkaca özel eğitim kurumlarında da çalışan çocuk gelişimciler, o kurumlarda çocukların gelişimsel ölçümlemesi ve takibiyle alakalı etkinliklerde bulunmaktadır. Ayrıca toplum hizmeti kurumlarına bağlı olarak sosyal hizmet merkezi, çocuk evi, çocuk destek merkezi, misafir evi, engelli bakımı, rehabilitasyonu ve ebeveyn rehberliği ünitelerinde de çocuk gelişimciler çalıştırılmaktadır (Kaçmaz vd., 2021). Çocuk ve genç kişilere uygun dergi, kitap, afiş, broşür, oyun, oyuncak, şarkı ve müzik hazırlamasında, yazılan bu belgeler, araç ve gereçlerle programların değerlendirip hayata geçirilmesinde; çocuklara göre TV programı ve çocuk tiyatroları yapılmasında, hazırlanan tiyatro tekstlerinin ve program muhtevalarının tetkik edilip ölçümlemesinde sorumluluk almaktadırlar (Doğan-Keskin ve Bayhan, 2020). Dünya geneli ise UNICEF, ILO ve gönüllü kuruluşlardan sağlanan fonlarla proje sorumlusu, yazarı ve danışmanı olarak çeşitli projelerde görev almaktadır. Çocuk gelişimciler birçok birim (nöroloji, odyoloji, dil konuşma bozuklukları, FTR, çocuk ruh sağlığı vb.) uzmanlarıyla disiplinler üstü mesleğini gerçekleştirir (https://www.dilgem.com.tr/tr/makaleler/cocuk-gelisimi-uzmani-kimdir/).

Çocuk gelişimi alanı, birçok alandan farklı uzmanların ortak çabalarıyla büyüyen disiplinlerarası bir alan olarak görülmektedir (Berk, 2013). Çok disiplinli olan ve görece yeni bir kökene sahip olan Çocuk Gelişimi alanı; psikolojinin psikanalitik, deneysel ve klinik psikoloji alanlarından türemiştir. Büyük oranda eğitim, halk sağlığı, sosyal hizmetler, tıp, biyoloji ve antropoloji gibi çeşitli alanlardan gelen Çocuk Gelişimi çalışmaları; çocukların gelişimi hakkında gerçek bilgi sahibi olmak ve gerçekçi beklentiler oluşturmak, gelişim sürecinde nelere dikkat etmek ve nasıl davranmak gerektiği konusunda rehberlik yapmak, gelişim sapmalarının fark edilmesinde ve doğru yönlendirmelerin yapılmasında destek sunmak gibi detayları içermektedir (Gander ve Gardiner, 2015, Doğan ve Baykoç, 2015).

Bu çalışmada, Çocuk Gelişimi mezunu olup farklı alanlarda görev yapan meslek elemanlarının çalışma yaşamı ve eğitim yıllarının onları çalışma yaşamına hazırlamasına yönelik görüşlerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada ayrıca, çocuk gelişimi meslek elemanlarının halen öğrenimine devam eden bölüm öğrencilerine yönelik önerilerini belirlemek amaçlanmıştır. Elde edilen bulguların, öğrencilerin kendilerine mesleğe hazırlamalarında rehber olacağı öngörülmüştür.

2.YÖNTEM

2.1.Metot

Nitel olarak tasarlanan çalışmada, açık uçlu soruların yer aldığı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır.

2.2.Çalışma Grubu

Kolay ulaşılabilir ve amaçlı örnekleme yöntemiyle kendilerine ulaşılabilen Çocuk Gelişimi lisans mezunu meslek elemanları çalışma grubuna dahil edilmiştir. Çalışma grubuna ilişkin bazı kişisel bilgiler Çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1. Çalışma Grubuna İlişkin Bilgiler

Cinsiyeti	**f**	**%**
Kadın	39	97,5
Erkek	1	2,5
Yaşı		
22-26 yaş	22	55,0
27-31 yaş	8	20,0
32 ve üzeri	10	25,0
Çalışma Alanı		
Özel özel eğitim kurumunda Çocuk Gelişimci	9	22,5
Resmi okul öncesi eğitim kurumunda öğretmen	7	17,5
Özel anaokulunda öğretmen	6	15,0
Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı biriminde Çocuk Gelişimci	6	15,0
Meslek lisesinde Çocuk Gelişimi Öğretmeni	5	12,5
Hastanede Çocuk Gelişimci	5	12,5
Üniversitede öğretim elemanı	2	5,0

Çizelge 1'e göre çalışma grubundaki meslek elemanlarının %97,5'i kadın ve 2,5'i erkek; %55'i 22-26 yaş, %20'si 27-31 yaş, %25'i 32 yaş ve üzeri yaş grubundadır. Çalışma alanlarına bakıldığında %22,5'inin özel eğitim kurumunda, %17,5'inin resmi okul öncesi eğitim kurumunda ve %15'inin özel anaokulunda okul öncesi öğretmeni (%32,5); %15'inin Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı biriminde, %12,5'inin meslek liselerinde, %12,5'inin hastanelerde Çocuk Gelişimci, %5'inin ise üniversitede öğretim elemanı olarak görev yaptığı görülmektedir. Buna göre Çocuk Gelişimi lisans mezunlarının çoğunlukla özel özel eğitim kurumlarında ve okul öncesi eğitim kurumlarında görev yaptıkları söylenebilir. Bu durum özel eğitim kurumlarının yasal olarak Çocuk Gelişimci çalıştırma zorunluluğu ve Çocuk Gelişimi lisans öğrencilerinin formasyon eğitimi alarak okul öncesi öğretmenliğine veya meslek liselerine atanma fırsatlarının olmasından kaynaklanıyor olabilir. Ayrıca Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı birimleri ve hastanelere atanan Çocuk Gelişimci sayılarının daha az olması, bu birimlerdeki çocuk gelişimci olarak çalışan oranındaki düşüklüğü açıklayabilir.

2.3.Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında açık uçlu soruların yer aldığı yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme soruları çalışmanın amaçlarına uygun olarak araştırmacılar tarafından oluşturulmuştur. Formda, çalışma grubuna ait kişisel bazı bilgiler yanında mesleğe başlama ve mesleki deneyimleriyle öğrencilere önerilerine ilişkin sorulara yer verilmiştir.

2.4.Verilerin Toplanması ve Analizi

Meslek elemanlarıyla yarı yapılandırılmış görüşmeler yüz yüze, telefonla veya çevrimiçi olarak yapılmıştır. Görüşmelerden elde edilen bilgilerin dökümü yapıldıktan sonra sayısal verilere dönüştürülmüş ve çizgeler halinde sunulmuştur.

3.BULGULAR

Çalışmanın amaçları doğrultusunda, görüşmelerden elde edilen bulgular aşağıda sunularak yorumlanmıştır. Çizelge 2'de çalışma grubundaki meslek elemanlarının mezuniyet sonrası işe başlama zamanı ve çalışma alanına ilişkin görüşleri verilmiştir.

Çizelge 2. Çalışma Grubunun Mezuniyet Sonrası İşe Başlama Zamanı ve Çalışma Alanıyla İlgili Görüşleri

Mezuniyet Sonrası İşe Başlama Zamanı	**f**	**%**
İlk üç ayda	3	7,5
İlk altı ayda	5	12,5
Bir yıl sonra	9	22,5
İki yıl sonra	18	45,0
Üç yıl sonra	4	10,0
Beş yıl sonra	1	2,5
Çalışma Alanına İlişkin Görüşleri		
Çalışmayı düşündüğüm alanda görev yapıyorum	20	50,0
Kısmen olabilir diye düşündüğüm alanda görev yapıyorum	14	35,0
Hiç düşünmediğim bir alanda görev yapıyorum	6	15,0

Çizelge 2'ye göre çalışma grubundaki meslek elemanlarının %7,5'i mezuniyet sonrası ilk üç ayda, %12,5'i ilk altı ayda, %22,5'i bir yıl sonra, %45'i iki yıl sonra, %10'u üç yıl sonra ve %2,5'i beş yıl sonra çalışma yaşamına başlamışlardır. Şu an görev yaptıkları alanla ilgili olarak

meslek elemanlarının %50'si öğrencilik yıllarında çalışmayı düşündükleri alanda görev yaptıklarını, %35'i kısmen olabilir diye düşündükleri alanda görev yaptıklarını, %15'i ise hiç çalışmayı düşünmedikleri bir alanda görev yaptıklarını belirtmişlerdir. Buna göre meslek elemanlarının mezuniyet sonrası işe başlama zamanının ortalama iki yılı bulduğu ve kısmen de olsa genellikle düşündükleri alanda görev yapmaya başladıkları söylenebilir.

Çizelge 3'te meslek elemanlarının öğrencilik dönemini değerlendirmesine ilişkin görüşleri verilmiştir.

Çizge 3. Öğrencilik Döneminin Değerlendirmesine İlişkin Görüşler

Lisans eğitiminin çalışma yaşamına hazırlama düzeyi	**f**	**%**
Oldukça yeterli	16	40,0
Kısmen yeterli	23	57,5
Yetersiz	1	2,5

Çizelge 3'te görüldüğü gibi meslek elemanları öğrencilik yıllarındaki lisans eğitimlerinin %40 oldukça yeterli, %57,5 kısmen yeterli ve %2,5 yetersiz olarak değerlendirmişlerdir.

Çizelge 4'te meslek elemanlarının iş yaşamlarındaki görev ve sorumluklarına ilişkin görüşleri verilmiştir.

Çizelge 4. İş Yaşamındaki Görev ve Sorumluluklara İlişkin Görüşler

İş yaşamındaki görev ve sorumluluklar	**f**	**%**
Özel gereksinimli çocukların desteklenmesi	14	35,0
Tipik gelişim gösteren çocukların eğitim/öğretimi	15	37,5
Çocukların eğitim öğretimiyle birlikte rehberlik ve danışmanlık hizmeti	6	15,0
Rehberlik ve danışmanlık hizmeti	5	12,5

Çizelge 4'te görüldüğü gibi meslek elemanları mevcut iş yaşamlarında çalıştıkları alana göre özel gereksinimli çocukların desteklenmesi (%35), tipik gelişim gösteren çocukların eğitim öğretimi (%37,5), çocukların eğitim öğretimiyle birlikte rehberlik ve danışmanlık hizmeti (%15), rehberlik ve danışmanlık hizmeti (%12,5) yürütmektedirler. Meslek elemanlarının çalışma alanlarına göre değişmekle birlikte çocukların eğitimi ve gelişimini desteklemenin yanında ailelere rehberlik ve danışmanlık hizmeti yürüttükleri söylenebilir.

Çizelge 5'te meslek elemanlarının iş yaşamına başladıklarında kendilerini yetersiz hissetme durumlarına ilişkin görüşleri verilmiştir.

Çizelge 5. İşe Başlangıçta Yetersizlik Hissetme Durumuna İlişkin Görüşler

Yetersizlik Hissedilen Konu	**f**	**%**
Oldu	22	55,0
Olmadı	18	45,0
Yetersizlik Hissedilen Konular		
Teorik bilgiyi pratiğe dökmek	4	10,0
Ailelerle iletişim	3	7,5
Özel gereksinimli çocuklarla çalışma	3	7,5
Alan bilgisi	3	7,5

Diğer hizmet birimleri hakkında bilgi	3	7,5
Yönetmelikler, program uygulama ve rapor hazırlama	2	5,0
Çalışma arkadaşlarıyla iletişim	1	2,5
İdari personelle iletişim	1	2,5
Sınıf yönetimi	1	2,5
İş, işleyiş, işlerin yürütülmesi	1	2,5

Çizelge 5'te görüldüğü gibi meslek elemanlarının %55'i işe başladıklarında kendilerini yetersiz hissettikleri bir konu olduğunu, %45'i ise yetersizlik hissettikleri bir konu olmadığını belirtmiştir. Kendilerini yetersiz hissettiğini söyleyen meslek elemanlarının %10'u teorik bilgiyi uygulamaya aktarmak konusunda yetersizlik hissettiklerini belirtmişlerdir. Bunu sırasıyla özel gereksinimli çocuklarla çalışma, alan bilgisi, diğer hizmet birimleri hakkında bilgi konusunda yetersizlik izlemiştir. Genel anlamda değerlendirildiğinde meslek elemanlarının aile, çalışma arkadaşları, idari personel ve çocuklarla iletişimi kapsayan çevreyle iletişim/kişilerarası etkileşim konusunda kendilerini yetersiz hissettikleri söylenebilir.

Çizelge 6'da meslek elemanlarının iş yaşamındaki güçlüklerle baş edebilmeleri için öğrencilerin lisans döneminde desteklenmelerine ilişkin görüş önerileri verilmiştir.

Çizelge 6. İş Yaşamına Hazırlıkta Öğrencilerin Desteklenmesi Gereken Durumlara İlişkin Görüş ve Öneriler

İlaveten Desteklenmesi Gerektiği Düşünülen Durum	**f**	**%**
Yok, yeterliydi	20	50,0
Var, daha fazla destek sağlanabilirdi	20	50,0
Desteklenmesi Önerilen Konular		
Özel gereksinimli çocuklarla çalışma	6	14,5
Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı çalışma alanları	4	10,0
Mesleğe başlama, yasal haklar ve sorumluluklar	2	5,0
Çocuklarla ilk karşılaşma/ilk yaklaşım	2	5,0
Lise öğretmeninin görevleri	1	2,5
Örnek vakalarda krize müdahale	1	2,5
Polikliniğe gelen ailelere yönelik tutumlar	1	2,5
Aile-çocuk değerlendirmesi ve rapor hazırlama	1	2,5
Toplum hizmeti	1	2,5
Çocuk gelişimi çalışma alanları	1	2,5
İş Yaşamına Hazırlayıcı Etkinlik Önerileri		
Önerim yok	6	15,0
Staj programlarına katılım sağlanmalı (çeşitli vakalar görmek, gözlem ve analizler yapmak için)	18	45,0
Alanla ilgili sertifika, seminer, eğitimlere katılım sağlanmalı	11	27,5
Çevredeki aileler ve çocuklarla etkileşimde bulunulmalı	1	2,5
Farklı gelişim alanlarına yönelik etkinlik havuzu oluşturulmalı	1	2,5
Mesleğin çalışma alanları hakkında bilgi edinilmeli	1	2,5

Alanla ilgili farklı kurum ziyaretleri yapılmalı	1	2,5
Çalışma ortamı problemleri hakkında tartışılmalı	1	2,5

Çizelge 6'da görüldüğü gibi meslek elemanlarının %50'si iş yaşamına hazırlıkta öğrencilik dönemlerinde alınan eğitimi yeterli bulurken %50'si desteklenmeleri gereken bazı konular olduğunu belirtmişlerdir. Bu konuların başında özel gereksinimli çocuklarla çalışma (%14,5) gelmektedir. Bunu Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığında Çocuk Gelişimci olmak (%10), mesleğe başlama (%5), yasal hak ve sorumluluklar (%5), çocuklarla ilk karşılaşma/ilk yaklaşım (%5) konuları izlemiştir. Genel olarak değerlendirildiğinde meslek elemanlarının yarısının çalışma yaşamına başladıklarında eksikliklerini hissettikleri konulara yönelik lisans eğitimleri esnasında desteklenebileceklerine ilişkin görüşe sahip oldukları söylenebilir. Meslek elemanlarına lisans öğrencilerine mesleğe hazırlanmalarına yönelik ne gibi önerileri olduğu sorulduğunda ise öncelikle çeşitli vakalar görmek, gözlem ve analizler yapma fırsatı sunduğundan staj programlarına katılım sağlanması (%45), alanla ilgili sertifika, seminer, eğitimlere katılım sağlanması (%27,5), ayrıca öğrencilerin kendilerini geliştirmeye katkı sağlayabilecek ailelerle görüşme, kurum ziyaretleri vb. konularda bilgi edinmelerini önermişlerdir. Genel olarak meslek elemanları, Çocuk Gelişimi alan öğrencilerine kendilerini öğrencilik yıllarında meslek yaşamına hazırlayıcı çeşitli etkinliklere katılarak geliştirmelerini önerdikleri, bunların başında ise mevcut staj alanlarında tecrübe edinimi yanında eğitim, sertifika programlarına katılımı önerdikleri söylenebilir.

4.TARTIŞMA VE SONUÇ

Çocuk Gelişimi lisans mezunu meslek elemanlarının mesleki eğitim ve çalışma yaşamına ilişkin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bu çalışmada, meslek elemanlarının mezuniyet sonrası en fazla iki yıl içinde çalışma yaşamına başladıkları ve özel eğitim kurumlarında çalışma oranlarının daha fazla olduğu görülmüştür. Bunu okul öncesi öğretmenliği ile Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı biriminde çocuk gelişimci olarak çalışma izlemiştir. Çocuk Gelişimi lisans mezunları, çoğunlukla özel eğitim kurumlarında ve okul öncesi eğitim kurumlarında görev yaptıklarını belirtmişlerdir. Bu durum özel eğitim kurumlarının yasal olarak Çocuk Gelişimci çalıştırma zorunluluğu ve Çocuk Gelişimi lisans öğrencilerinin formasyon eğitimi alarak okul öncesi öğretmenliğine veya meslek liselerine atanma fırsatlarının olmasından kaynaklanmıştır. Ayrıca Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı birimleri ve hastanelere atanan Çocuk Gelişimci sayılarının daha az olması, bu birimlerdeki çocuk gelişimci olarak çalışan oranının düşüklüğü ile açıklanabilir.

Çocuk gelişimciler sağlık veya eğitim kurumlarına atamaların mezun sayısına oranla kısıtlı olmasından ve özel özel eğitim kurumlarında iş bulma imkanlarının daha fazla olmasından dolayı mezuniyet sonrası bu alanda çalışmayı tercih etmişlerdir. Çocuk gelişimciler, özel eğitim merkezlerinin çocuklarla birebir çalışma yapma, gelişimlerini değerlendirme ve aile görüşmesi yapma gibi fırsatlar sunmasından dolayı çalıştıklarını belirtmişlerdir. Çocuk gelişimciler özel eğitime ihtiyaç duyan bütün tanı grubuyla çalışabilmektedirler. Fakat Yavuz ve Gözün Kahraman (2022), özel eğitim ve rehabilitasyon merkezlerinde çalışan çocuk gelişimcilerle yaptıkları çalışmada, çocuk gelişimcilerin görev tanımlarına uygun olarak çalışamadıklarını ve pek çok sorun yaşadıklarını belirlemişlerdir. Çocuk gelişimcilerden beklenen çocuk ve aile merkezli çalışmalarla çalışma ekibinin önemli bir parçası olduğu da vurgulanmıştır.

Öğrencilik yıllarının çalışma yaşamına kısmen de olsa kendilerini hazırladığı, çoğunlukla teorik bilgilerin uygulamaya konmasında kendilerini yetersiz hissettikleri belirlenmiştir. Meslek elemanları Çocuk Gelişimi lisans öğrencilerine öğrencilik yıllarında olabildiğince kendilerini mesleğe hazırlayıcı staj, eğitim ve sertifika programlarına katılıma yönelik önerilerde bulunmuşlardır.

Çocuk gelişimi bölümü 2 yıllık ön lisans ve 4 yıllık lisans olmak üzere eğitim verilmektedir. Çocuk gelişimi bölümünde öğrenme ve öğretme teknikleri konuları birinci sınıfta işlenir. İkinci sınıfta çocukların fiziksel ve motor gelişimleriyle ilgili süreçler aktarılır. Ayrıca oyun ve oyun materyallerinin nasıl hazırlayacağı konusunda bilgiler verilir. Üçüncü sınıfta okul öncesi eğitim programları, çocuk hakları ve çocuk hukuku konularının üzerinde durulur. Son sınıfta ise risk altında bulunan çocukların eğitimi, gelişim kuramları ve ilkokula hazırlık konularında eğitim verilir (İŞKUR, 2020).

5.ÖNERİLER

Bu çalışma küçük bir çalışma grubuyla ve çoğunlukla mesleğe yeni başlamış meslek elemanlarıyla yapılmıştır. Benzer bir çalışma daha geniş bir örneklemle ve farklı kıdem derecesine sahip, ayrıca çocuk yayıncılığı, oyuncak tasarımı, çocuk animatörlüğü vb. alanlarda çalışan meslek elemanlarının katılımı sağlanarak yapılabilir.

Meslek elemanlarının çalışma yaşamına ilişkin bakış açılarıyla yaş, gelir durumu, çalışma koşulları vb. kişisel özellikleriyle mesleki doyum, sosyal yeterlik vb. değişkenler arası ilişkilerin incelendiği çalışmalar yapılabilir. Bireylere öğrencilik döneminde ve mesleği icra dönemlerinde ulaşılarak önceki görüşleriyle sonraki görüşlerinin karşılaştırıldığı çalışmalar yapılabilir.

Çocuk Gelişimi lisans mezunu meslek elemanları çok farklı alanlarda görev yapabilmektedirler. Üniversitelerin bulunduğu şehirlere bağlı olarak mesleki uygulama alanları sınırlı olabilmektedir. Çocuk Gelişimci olarak hastanede, Çocuk İzlem Merkezlerinde, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı birimlerinde, Emniyet Genel Müdürlüğüne bağlı çocuk şubelerinde yasal prosedürler nedeniyle uygulamalı eğitim görme fırsatları bulamamaktadırlar. Çocuk Gelişimi çocuk ve insana dair pek çok disiplinle yakından ilişkili bir alan olduğundan lisans döneminde öğrencilerin olabildiğince fazla deneyim elde edebilmeleri için yalnızca birimlerinin zorunlu uygulamalı derslerine katılımla yetinmeyip mesleki gelişimlerini destekleyecek etkinliklere katılmaları önerilebilir. Bu etkinlikler tiyatro, müzik ve drama gibi kulüp çalışmaları olabileceği gibi insan ilişkileri ve etkileşimi artırmaya yönelik çeşitli toplum hizmeti çalışmalarını kapsayabilir. Gönüllü katılımın sağlanacağı bu tür etkinlikler, öğrencilere alan bilgisini uygulamaya koyma konusunda önemli katkılar sunabilir.

KAYNAKÇA

Berk, L. (2013). Çocuk Gelişimi. Çev. Onur, B. Ankara: İmge Kitabevi.

Doğan, A. ve Baykoç, N. (2015). Türkiye'de bulunan üniversitelerin lisans programlarının çocuk gelişimi açısından incelenmesi. *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, Uluslararası Katılımlı 3. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongre Kitabı.

Doğan-Keskin, A. ve Bayhan, N. P., (2020). Çocuk gelişiminin dünü, bugünü ve yarını, *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*, 4 (3), 884-895.

Gander, J. M. ve Gardiner, W. H. (2004). *Child And Adolescent Development/Çocuk ve Ergen Gelişimi* (Çev. Ed.: Onur, B. (2015). Ankara: İmge.

https://www.dilgem.com.tr/tr/makaleler/cocuk-gelisimi-uzmani-kimdir/ Çocuk Gelişim Uzmanı Kimdir? 10 Aralık 2022 tarihinde adresinden erişim sağlandı.

İŞKUR (2020). Çocuk gelişimi bölümü nedir? https://www.kariyer.net/bolumler/cocuk%2Bgelisimi/nedir 10.12.2022.

Kaçmaz, C., Kay, M. A., Boğa, E., Temiz, A., Ayanoğlu, M., Sağlam, M. (2021). Türkiye'de çocuk gelişimci olmak: çalışma alanları, görev ve yetkileri. *Çocuk ve Gelişim Dergisi*, 4 (8), 117-133.

URL-1. https://bilsis.hacettepe.edu.tr/oibs/bologna/index.aspx?lang=tr&curOp=showPac&curUnit=529&curSunit=366 28.08.2023.

URL-2. http://child.health.ankara.edu.tr/bolum-tanitimi/ 28.08.2023.

URL-3. https://sbf.karabuk.edu.tr/icerikGoster.aspx?K=S&id=1070&BA=cocuk-gelisimi 28.08.2023.

URL-4. https://uskudar.edu.tr/sbf/cocuk-gelişimi 28.08.2023.

Yavuz, E. C. ve Gözün Kahraman, Ö. (2022). Özel eğitim ve rehabilitasyon merkezlerinde çocuk gelişimci olmak. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 33 (3), 811-840.

WHAT CAUSES STUDENTS TO FALL BEHIND IN ONLINE COURSES?

Doç. Dr., Sacide Güzin Mazman AKAR

Uşak Üniversitesi, guzin.mazman@usak.edu.tr - 0000-0003-2188-221X

Abstract

The increasing number of students taking online courses and the importance of online learning as a solution to challenges in education have necessitated an in-depth look at the factors that affect online learning success. Although it is increasing in popularity and necessity, there are still various unknown elements and factors affecting it. The purpose of this study is to investigate the elements that make online learning challenging in the eyes of students. Qualitative research design with illustrative case study technique was executed. The study group consisted of 25 undergraduates from a public university in Turkey. Data were collected with open-ended question. Following multiple iterations of reading the data, the researcher used content analysis to generate themes and codes. Findings showed that, factors that cause students' disengagement and preventing from actively participating in courses are categorized into four themes: a) individual factors; b) online tools and methods; c) distracting issues; and d) issues with off-classroom learning settings. "Individual factors" theme included three codes; "online tools and methods" included three codes; "distracting issues" included two codes; and "issues with off-classroom learning settings" theme included three codes. The main conclusion to be drawn from this study is that, even though we live in a digital age with easily accessible technologies, one of the major problems with online education continues to be associated with hardware and internet concerns. Moreover, students are still not mature enough to create a healthy learning environment and self-regulate their learning process, while teachers lack competence in applying interactive online education strategies.

Keywords: Online learning, Students' challenges, Disengagement

INTRODUCTION

The context of learning in education has transformed as a result of the development of online settings. New teaching and learning methods have come to emerge globally within online learning (Yusuf & Al-Banawi, 2013). Online learning is no longer a novel tool for educating students; rather, it is becoming more of a mainstream method of educating students all over the world (Ward-Jackson & Yu, 2023). The increasing number of students taking online courses and the importance of online learning as a solution to challenges in education have necessitated an in-depth look at the factors that affect online learning outcomes and success. Herewith, the factors affecting success in online education have become an essential question of research. A number of research studies have been conducted to examine the variables that influence the success of online learning (i.e., Regmi & Jones, 2020; Basar et al., 2021; Pham et al., 2021;

Akhter et al., 2022). Although it is increasing in popularity and necessity, there are still various unknown elements and factors affecting it.

Online learning is a complex process with multiple dynamics. In a word, the structure of the online learning process consists of multiple dimensions that interact with one another, including the learner at its center, the instructor, the content, the learning environment, the technical infrastructure, etc. Each component interacts with the others in a way that impacts the learning outcome, which is student success. Since online learning encourages self-disciplined learning, a variety of factors might influence students' success in an online setting where they are by themselves. Online learners are stated to be self-directed and capable of independently analyzing, planning, implementing, and assessing their own learning activities (Kohan et al., 2017). Even if an online course is well-designed and the instructor is qualified, students may eventually disengage cognitively (thinking about another course, focusing on a daily life event, etc.) or behaviorally (being online but leaving the computer, using the phone, eating, etc.). So, while some students flourish in this setting, others become unmotivated and disinterested (Ferrer et al. 2020). It is important to examine what motivates students to successfully progress in online learning and what drives them to disengage from the process. To sum up, e-learning has benefits, but there are also challenges that must be overcome before its full potential can be achieved (Yusuf & Al-Banawi, 2013).

From this point of view, the purpose of this study is to investigate the elements that make online learning challenging in the eyes of students. If instructors and other stakeholders can comprehend what students experience during online learning and what obstacles hinder them from successfully keeping up with the learning process, they can make provisions for the obstacles and devise alternative strategies.

METHOD

Qualitative research design was used in ths study. Qualitative studies reveal how people understand their experiences, how they construct their worlds, and what significance they assign to their experiences (Merriam & Tisdell, 2015). llusrative case study technique was executed. Illustrative case studies are used to describe a situation or a phenomenon, what is happening with it, and why it is happening with an in-depth information (Hayes, Kyer, and Weber, 2015).

Study Group and Data Collection

The study group consisted of 25 undergraduates from different departments of a public university in Turkey. The study was carried out within the "Technology Addiction" course, which is one of the elective courses offered to all university students and is completely online. During the relevant academic period, 54 students registered for the course, and 33 students from various departments were approved to take part in the research. Among participants, 54.5% were male (n = 18) and 45.5% were female (n = 15), aged between 18 and 23.

While participants receive face-to-face education, they also complete some courses online. Therefore, they have both online and face-to-face teaching experience. The researcher is also the course's instructor. At the end of the semester, participants were asked the following question via the course's learning management system: What are the reasons that cause you to disengage from online courses by losing interest and preventing you from actively engaging in the lesson?

The students typed and sent their responses into the system. The researcher took the responses of the participants from the system and transmitted them to a text file.

2.2 Data Analysis

Following multiple iterations of reading the data, the researcher used content analysis to generate themes and codes. After deciding on the main themes and sub-themes, data content analysis was used to evaluate how frequently each theme was mentioned by participants.

For the confirmability of the study, the researcher and another field expert coded the data separately. A member-checking technique was used for the validity of the study. The categories and themes derived from this study were presented to four participants for the member check, who then assessed and decided whether the results represented their experiences with online learning.

3. FINDINGS

The factors that cause students' disengagement by losing interest and preventing them from actively participating in courses are categorized into four themes based on content analysis of their responses: a) individual factors; b) online tools and methods; c) distracting issues; and d) issues with off-classroom learning settings. "Individual factors" theme included three codes; "online tools and methods" theme included three codes; "distracting issues" theme included two codes; and "issues with off-classroom learning settings" theme included three codes. The frequencies of extracted codes and their themes are presented in Table 1.

Table 1. Frequency table of Themes and Codes

Themes	Codes	f
Individual Factors	Personal concerns	9
	Working	6
	Lack of interest in the lesson	4
Online Tools and Methods	The teaching style of the course	3
	Access to the course record	11
	Technical problems	17
Distracting Issues	Phone notifications /Social media	15
	Desire to eat/sleep	4
Issues with Off-Classroom Learning Settings	Surrounding environmental (home/dormitory) issues	16
	Sense of invisibility	6
	Lack of classroom sense	4

Theme 1: Individual Factors

Three codes were extracted under the "Individual Factors" theme: *personal issues* (n = 9), *working* (n = 6), and *lack of interest in the lesson* (n = 4).

Personal issues included students's difficulties or problems with their own specific life situations. Examples of student statements are provided below:

"I sometimes disengage from the courses due to the struggle to earn a living. The most significant issue that could induce me to wander off from the course is my parental problems and also working for my future ambitions."

"Due to another project course and my part-time job, I was unable to allocate time for online course, and I also was unable to attend. I honestly can't find time for myself. I also have asthma and cardiovascular illness. Because I don't have much time to go to the hospital, I go to the emergency room every 2-3 nights and spend my day there."

Working in a job due to financial issues throughout the academic term period was one of the main drivers of problems such as not being able to focus on online classes, not engaging effectively, and not being able to continue. Examples of student statements regarding this code are provided below:

"I can't attend lessons or be engaged since I work due to financial constraints. My business had to add the hours of my online courses to my job schedule since my course calendar was so full. Because I work as a secretary in an institution, it is quite difficult for me to answer the phone and manage the course."

"I tried to attend as many online classes as I could. But I work in a hospital as a nurse. My shifts are adjusted based on my other face-to-face classes. However, on days when I have an online course, I am required to plan a shift. I set an alarm so that I don't miss the lesson time due to being distracted, and I open the lesson on the phone, listening to the lesson on one hand and doing my job on the other. Because I work in the intensive care unit, I was occasionally unable to attend the session owing to the high level of intensity. However, I viewed the courses that I was unable to attend afterwards."

"I should start by saying that on the day of the online course, I work a part-time job. Even though I was online in the system throughout the lesson, I was unable to participate actively because I had to work."

Lack of interest in the lesson is another specific factor that discourages students from adjusting to online classes.

"Since I'm a textile engineering student and this online course was a little outside of my department, it occasionally didn't hold my interest."

"In general, I am unable to engage with online classes for a variety of reasons, including my lack of interest in the lesson's topic, my failure to wake up during early class hours, or my inability to attend the class in the afternoon due to internet issues."

Theme 2: Online Tools and Methods

The Online Tools and Methods theme included three codes, namely: the *teaching style of the course (n= 3), access to the course record (n= 11), and technical problems (n = 17).*

Students stated that another factor affecting their desire to engage in online courses was the instructor's teaching style. Following are some examples of student statements about this code:

"One of the reasons I couldn't be more involved is because, as an engineering student, most of my classes are mathematical. I struggled to understand the lesson's progression because I was unable to participate in the teacher's pre-prepared presentations. In face-to-face instruction, I could accompany the teacher as s/he solved all of the process stages on the board and ask questions about the areas I didn't understand. In online courses, this was not possible."

"Furthermore, the fact that the teacher tells the lesson as if s/he is telling a story without changing the tone of voice is a significant aspect. In other words, the lesson can be delivered in a more enjoyable manner."

Another reasons for not actively engaging in online courses synchronously was the possibility of accessing the course record at any time later on. Examples of student comments regarding this code are provided below:

"Because online lessons are recorded, I can say that I don't miss anything because I plan to look at it later, but this is always postponed, and we can't find time to watch the lesson recordings."

"Since most of our classes are face-to-face, I occasionally forget about the online lesson and occasionally fall asleep before it. I attempted to follow the courses I was unable to attend using the online course recordings; I believe this is the best aspect of online education."

Technical problems were the most common problem for all students in online courses. Especially weak internet connections or disconnections and hardware problems (microphones, cameras, speakers, etc.) were the main obstructive factors. Following are some examples of student statements about code of technical problems:

"My internet problems usually make it difficult to focus throughout the course of the lecture. The sound is continuously interrupted, and I am getting logged out of the course. When I re-log the class, I find it difficult to concentrate. The face-to-face class is more efficient for me."

"My internet problem is the main reason I dropped out of class. I use my phone to join the class, but the microphone and speakers aren't working properly."

"In online classes, systemic elements such as audio problems and frozen sceens distract me."

Theme 3: Distracting Issues

Distracting issues theme exctracted from two codes namely: phone notifications / social media (n= 15), desire to eat/sleep (n= 4).

Phone notifications / social media were another common factor that distracted students in online courses. Especially when students join classes through mobile phones, this issue becomes inevitable. Some of the examples regarding students statements presented below:

"In general, when I receive notifications from social media or other applications during an online course and my mind begins to wander. Because of this, sometimes a desire emerges to leave the course and reply to messages and calls from other apps. Alternatively, the desire to eat or drink."

"The main reasons include messages from friends and groups, notifications from social networking apps, a web connection problem, and finally my being unavailable…"

"Because we use technological devices in all of our online classes, notifications from various platforms are among the most distracting factors."

The desire to eat or sleep during the online courses emerged as another factor that impeded students from concentrating on lectures. Following are some examples of student statements about this code:

"Because the lecture was not being attended to at a desk or table due to the online nature of the course, it was difficult to avoid falling asleep."

"At the beginning of the reasons that cause us to disengage in online lessons are issues such as becoming bored with looking at the screen too much, being unable to focus due to home environment, eating /drinking or doing other things during that time."

Theme 4 : Issues with Off-Classroom Learning Settings

Issues with off-classroom learning settings theme was included three codes: surrounding environmental (home/dormitory) issues (n= 16), sense of invisibility (n= 6), lack of classroom sense (n=4).

Surrounding environmental (home/dormitory) difficulties were one of the primary problems of students, which is about the place where students attend online courses. Examples of student statements are provided below:

"I'm more distracted in online classes than in face-to-face classes. This is due to the environment in which I attend the lesson. For example, when I take an online class from the library, I am not distracted. When I'm connected to class in my dorm room, however, my roommates and our classes overlap, causing me to become distracted."

"When I connect to an online class, the presence of other people in the home or dormitory, their discussions, in short, environmental noise makes comprehending the lesson challenging."

"During the class, I am in a dormitory or library, so my voice does not reach you, and the voices around me distract me. I could need to respond to someone or be distracted by anything going on around me."

Sense of invisibility was one of the off-classroom learning factors which is related to students' statements regarding how they are more comfortable in extracurricular activities because no one sees them and there is no authority in online setting. Some of the examples of statemens are presented below:

"We can't readily be distracted by our phones in a face-to-face classroom, so we listen to the lecture out of necessity. In this regard, having a controlled stress mechanism is advantageous. However, this is not possible online courses."

"The main disadvantage of taking online classes is that you must feel comfortable. By being comfortable, I mean being busy with other things because no one can see you while listening to the lecture. For instance, the online environment can make us disengage from the lesson because it offers alternatives such as going out, taking the bus, or doing anything else."

Lack of classroom sense is another concern that students mentioned, since they feel alienated from their peers or teachers in contrast to face-to-face classrooms. Examples of student statements regarding this code are provided below:

"When I'm online in classes, I get easily sidetracked. That is why I feel like face-to-face classes are preferable for me. I believe that establishing eye contact has a positive effect on the student's performance in class. This, however, is not possible with online classes."

"The lack of face-to-face interaction with the teachers, as well as communication via messaging, resulted in feedback delays. Because the classmates didn't know each other, class cohesiveness was challenging to achieve."

CONCLUSION

In this study, the factors that cause students to lose interest in online classes, become disengaged, and prevent active participation in the class were investigated. Data were collected through open-ended question and content analysis was executed. Results indicated that "individual factors", "online tools and methods", "distracting issues," and "issues with off-classroom learning settings" were the main causes of students losing interest in online courses and disengaging them through distraction. Personal concerns, working, lack of interest in the lesson, the teaching style of the course, access to the course record, technical problems, phone notifications /social media, desire to eat/sleep, surrounding environmental (home/dormitory) issues, sense of invisibility, and lack of classroom sense were sub-factors of the main reason. Students stated that techniqual problems, phone notifications/social media, and environmental issues were the most common problems that distract from online courses. This finding is in parallel with the related literature. Özaydın Ozkara & Cakir (2018) found that students in online classes had internet troubles due to a lack of bandwidth because the majority of them were living in dorms or apartments. Similar findings were made by Cowit & Barker (2022), who found that students were more likely to become distracted when they used the same internet-connected device for both class and outside-of-class work and when there were other outside-of-class distractions such as food and drink. In another study, Coman et al. (2020) revealed that environmental disruptors like noise from family members or neighbors, as well as a lack of adequate learning space, influence the amount of time students can concentrate while learning online and that students feel isolated due to a lack of interaction.
The main conclusion to be drawn from this study is that, even though we live in a digital age with easily accessible technologies, one of the major problems with online education continues to be associated with hardware and internet concerns. In addition, students are still not mature enough to create a healthy learning environment and self-regulate the learning process, while teachers lack competence in applying interactive online education strategies.

REFERENCES

Akhter, H., Abdul Rahman, A. A., Jafrin, N., Mohammad Saif, A. N., Esha, B. H., & Mostafa, R. (2022). Investigating the barriers that intensify undergraduates' unwillingness to online learning during COVID-19: A study on public universities in a developing country. *Cogent Education*, 9(1), 2028342.

Basar, Z. M., Mansor, A. N., Jamaludin, K. A., & Alias, B. S. (2021). The effectiveness and challenges of online learning for secondary school students–A case study. *Asian Journal of University Education*, 17(3), 119-129.

Coman, C., Țîru, L. G., Meseșan-Schmitz, L., Stanciu, C., & Bularca, M. C. (2020). Online teaching and learning in higher education during the coronavirus pandemic: Students' perspective. *Sustainability*, 12(24), 10367.

Cowit, N. Q., & Barker, L. J. (2022). Student Perspectives on Distraction and Engagement in the Synchronous Remote Classroom. In Digital Distractions in the College Classroom (pp. 243-266). IGI Global.

Ferrer, J., Ringer, A., Saville, K., A Parris, M., & Kashi, K. (2020). Students' motivation and engagement in higher education: The importance of attitude to online learning. Higher Education, 1-22.

Hayes, R., Kyer, B., & Weber, E. (2015). The case study cookbook. Worcester Polytechnic Institute, 1(2), 18.

Hollis, R. B., & Was, C. A. (2016). Mind wandering, control failures, and social media distractions in online learning. *Learning and Instruction*, 42, 104-112.

Kohan, N., Arabshahi, K. S., Mojtahedzadeh, R., Abbaszadeh, A., Rakhshani, T., & Emami, A. (2017). Self-directed learning barriers in a virtual environment: a qualitative study. *Journal of Advances in Medical Education & Professionalism*, 5(3), 116.

Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2015). Qualitative research: A guide to design and implementation. John Wiley & Sons.

Özaydın Özkara, B., & Çakır, H. (2018). Participation in online courses from the students' perspective. *Interactive Learning Environments*, 26(7), 924-942.

Pham, T. T. T., Le, H. A., & Do, D. T. (2021). The factors affecting students' online learning outcomes during the COVID-19 pandemic: a Bayesian exploratory factor analysis. *Education Research International*, 2021, 1-13.

Regmi, K., & Jones, L. (2020). A systematic review of the factors–enablers and barriers–affecting e-learning in health sciences education. *BMC Medical Education*, 20(1), 1-18.

Ward-Jackson, J., & Yu, C. (2023). Impact of online learning in K-12: Effectiveness, challenges, and limitations for online instruction. In Research *Anthology on Remote Teaching and Learning and the Future of Online Education* (pp. 60-78). IGI Global.

Wood, E., Zivcakova, L., Gentile, P., Archer, K., De Pasquale, D., & Nosko, A. (2012). Examining the impact of off-task multi-tasking with technology on real-time classroom learning. Computers & Education, 58(1), 365-374.

Yusuf, N., & Al-Banawi, N. (2013). The impact of changing technology: The case of e-learning. *Contemporary Issues in Education Research (CIER)*, 6(2), 173-180.

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN SÖZSÜZ İLETİŞİM BECERİ DÜZEYLERİNE YÖNELİK NİTEL BİR ÇALIŞMA

***Dr. Yeşim ARGIN**

yesim.argin@ozal.edu.tr ORCİD: 0000-0002-8899-6775

ÖZET

Bu çalışma, üniversite öğrencilerinin sözsüz iletişim becerileri düzeylerinin anlaşılmasına yöneliktir. Bu amaçla üniversite öğrencilerinin sözsüz iletişim ve beden dili kullanım alışkanlıklarının ne düzeyde olduğu ve kişilerarası iletişim kurma sürecinde sözsüz iletişime ne düzeyde önem verdiklerinin anlaşılması hedefiyle nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu doğrultuda veri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır. Bununla birlikte katılımcılara ulaşmak amacıyla kartopu örneklem yöntemine başvurulmuştur. Böylece iletişimsel anlamda üniversitede en popüler olduğu düşünülen Fırat Üniversitesi'nde okuyan ve farklı fakülteden belirlenen on kişiyle yüz yüze görüşme sağlanmıştır. Elde edilen verilerle, katılımcıların üniversite ortamından dolayı geniş kitlelerle karşı karşıya kalması bakımından kişilerarası iletişim imkânlarının fazla olduğu; ancak buna rağmen iletişim sürecinde genellikle kullanılan kelimelere odaklanıldığı, sözsüz iletişim ve beden dili konusundaki beceri düzeylerinin ise oldukça eksik olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Beden Dili, Sözsüz İletişim, Üniversite Öğrencileri

GİRİŞ

Toplumsal bir varlık olan insanoğlu hayatına ruhsal ve zihinsel açıdan sağlıklı bir şekilde devam etmesi için sosyalleşme temelli bir iletişim ihtiyacının olduğunu belirtmek gerekmektedir. Dolayısıyla gündelik yaşam pratikleri içerisinde bireyler, duygu, düşünce, istek ve beklentilerini iletmek amacıyla iletişim kurmaktadırlar. Bu fikir alışverişi süresince bireyler birbirlerine dil aracılığıyla sözlü bir şekilde mesajlar iletseler de sözsüz iletiler de oldukça önemlidir. Bu doğrultuda sözsüz iletişim ve beden dili iletişim becerilerinin araştırılması önem arz etmektedir. Zira iletişim kurma sürecinde önemi kişilerarasında çoğu kez odaklanılmasa da sözsüz iletişim içerisinde yer alan beden dilinin şifrelerinin bir anlam ifade ettiği bilinen bir gerçektir.

Yüz yüze iletişim sürecinde kullanılan ses, tonlama, vurgu gibi unsurların yanı sıra jest ve mimikler gibi sözel olmayan beden dili davranışları da kişilerarası iletişim sürecinin de önemli bir parçasıdır. Ancak sözel olmayan beden dili davranışları kişilerarası iletişimde ikinci plana atıldığı, bazı kişiler tarafından ise bu beden dilindeki şifrelerin yeterince anlaşılmadığını söylemek mümkündür. Bu noktadan hareketle, bireylerin iletişim kurma sürecinde sözsüz iletişim becerilerinin yeteri düzeyde olmadığı düşüncesi araştırmanın temel sorununu oluşturmaktadır.

Üniversite okuyan bireylerin kişilerarası iletişim kurma şansının oldukça fazla olduğu söylenebilir. Zira üniversite ortamı bireylerin hem sosyal aktiviteleri yerine getirmesi hem de gençliğin en heyecanlı ve hareketli dönemi olması üniversite okuyan gençlerin birbirleriyle iletişim kurma sürecini oldukça manidar kılmaktadır. Bu doğrultuda araştırmanın temel amacı üniversite öğrencilerinin sözsüz iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesidir. Belirlenen temel amaç doğrultusunda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

Üniversite öğrencileri kişilerarası iletişim sürecinde sözsüz iletişimin öneminin farkında mıdır?
Üniversite öğrencileri kişilerarası iletişim sürecinde sözsüz iletişimin şifrelerini anlayacak donanımda mıdır?
Üniversite öğrencileri kişilerarası iletişim kurma sürecinde sözsüz iletişim ve beden dilini ne düzeyde kullanmaktadırlar?
Bu araştırma sorularına yanıt bulmak amacıyla nitel araştırma yönteminden yararlanılmıştır. Bu doğrultuda nitel araştırma yaklaşımları içerisinden fenomenolojik model kullanılmış ve verileri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden hareketle araştırma sorularına cevap aranmıştır. Görüşmelerde veri kaybının olmaması amacıyla ses kayıt cihazı kullanılmış ve katılımcıların kişisel kimliğini belirtecek ifadelere yer verilmemiştir. Elde edilen veriler daha sonra ise betimsel analiz tekniğiyle yorumlanmış ve objektif bir biçimde sunulmuştur.

İletişim ve Kişilerarası İletişime Genel Bir Yaklaşım

İletişim toplumsal bir sürecin varlığı için zorunludur (Williams, 1979: 294). İnsanoğlu varlığını sürdürebilmesi için iletişime sürekli ihtiyaç duyduğundan (Erdoğan, 1999: 5) iletişim; insanoğlunun yaşamında önemli bir yere sahiptir (Ertürk 2010: 42). İletişim kelimesinin kökenine bakıldığında Latincedeki "*communis"* ifadesinden geldiği görülmektedir. Buradaki *"Communis''* teriminin içerisinde common (ortak) sözcüğü dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda iletişimin temelinde ortak anlamlı semboller yer almaktadır (Deniz, 2007: 6).

İletişim, iki birim arasında mesaj alışverişidir (Cüceloğlu, 1987: 77). Zıllıoğlu'na (1996) göre ise iletişim; *"insanlar arasında simgeler aracılığı ile duygu, düşünce, bilgi biriktirilip aktarılma süreci"*(s. 21) şeklinde tanımlanırken bir diğer tanıma göre ise iletişim, insanlar arasında veya grup arasındaki toplumsal bir düzeyde etkileşimdir (Ertürk, 2010: 47).

İnsanoğlu, bilindiği üzere yaşamı boyunca farklı yöntemlerle iletişim kurmuştur (Önür, 2002: 64-65). İlk çağlarda dumanla haberleşmenin yerini teknolojinin gelişmesi sonucunda sosyal medya, internet, telefon vb. gibi araçlar almıştır. Dolayısıyla bu araçların ya da ortamların ortaya çıkması sonucunda iletişimde bir takım değişiklikler de meydana gelmiştir. Her ne kadar teknolojinin gelişmesiyle iletişimde bir takım yenilikler ve değişiklikler meydana getirse de yüz yüze iletişim insanoğlunun hayatın hemen hemen her alanında kullanıldığı gerçeğini asla ortadan kaldırmamaktadır (Ertürk, 2010: 43). Dolayısıyla ilk çağlardan beri kullanılan yüz yüze iletişim, teknoloji karşısında önemini halen korumaya devam etmektedir (Akgül, 2006: 11). Bu bakımdan iletişimin genellikle kişiler arasında gerçekleştiği söylenebilir. Çünkü iletişimde bir taraf göndericiyken diğer taraf ise alıcı konumundadır ve iletişimin birçok öğesi birbirini tamamlamaktadır.

İletişim süreci, en basit düzeyde kaynak (gönderici), ileti (mesaj) ve alıcı (hedef) olmak üzere üç öğeye dayanmaktadır (Yılmaz, 2003: 19). Bu öğelerden kaynak, iletiyi gönderen yani iletişim sürecini başlatan kişidir. İleti (mesaj), kaynaktan alıcıya gönderilen duygu, düşünce, bilgi ya da herhangi bir kanının kaynak tarafından kodlanmış olan halidir. Alıcı (hedef) ise kaynağın gönderdiği mesaja hedef olan kişidir (Yüksel, 1989: 27-29-37).

Bir iletişimin kişilerarası iletişim sayılması için asgari şartların varlığı gerekmektedir. Bu şartlardan ilki iletişime katılanlar arasında çift yönlü bir mesaj alışverişinin olması, ikincisi ise iletilen mesajların sözlü ya da sözsüz olmasıdır (Yağbasan ve Çakar, 2006: 612). Dolayısıyla kişilerarası iletişim sürecinin gerçekleşmesi için en önemli aracın dil olduğu ileri sürülebilir. Bu dil hem sözlü hem de sözsüz bir dil olarak kullanılmaktadır. İnsanoğlu bütün duyularını kullanarak iletişimde bulunsa da dil ve kulak kullanılarak ses aracılığıyla iletişim diğer duygular yanında daha baskındır. Sesin dile (kelimeleri kullanarak söyleme) dönüşümü dil ve kulağın kullanımını gerektiren sözlü iletişimin temelini oluşturmaktadır (Erdoğan, 1999: 25). Bununla birlikte işaretler ve göstergeler dil aracılığıyla ortaya çıkmakta ve bu durum sözlü iletişimin varlığının yanı sıra sözsüz iletişime de dikkat çekmektedir.

Sözsüz İletişim ve Beden Dili

İnsanoğlu henüz yeryüzüne geldiği ilk andan itibaren doğaya karşı bir mücadele içine girmiştir. Bu mücadele temel yaşamını idame etmesi için avcılık ve toplayıcılıkla başlayan bir hayat standardı günümüzde enformasyon çağına kadar ilerlemiş ve teknolojinin gelişmesiyle beraber hayat standartlarının değişmesi bireylerin iletişim kurma şeklini de değiştirmiştir. Ancak tarih boyunca yaşanan her türlü gelişmeler ve değişmeler, sözsüz iletişim ve beden dilinin önemini asla ortadan kaldırmamıştır. Dolayısıyla tarih boyunca sözsüz iletişim ve beden dilinin ilkel çağdan günümüze kadar insanoğlunun toplumsallaşma yani diğer insanlarla bir araya gelmesinin temelinde varlığını sürdürmeye devam ettiği söylenebilir.

Sözsüz iletişimde, mimik ve jestler kullanılarak çeşitli mesajlar iletilmektedir. Mimik denince ilk olarak akla "yüz" gelmektedir. Sözsüz iletişimde kimi zaman sadece mimiklere bakarak bireyin ne anlatmak istediği anlaşılabilmektedir. Bundan dolayıdır ki mimikler, bireylerin duygu ve düşüncelerini yansıtmaktadır. Her ne kadar kelimeler ile istendik bir biçimde oynansa da mimiklerle istendik bir biçimde oynamak kolay değildir. Çünkü cümlelerle bazı durumlar saklanmak istense bile bir mimiklerle birtakım sızıntıların ortaya çıkması söz konusudur (Doğan, 2010: 26).

Bilindiği üzere jest ve mimiklerle insan bedeni binlerce sözlü olmayan "işaret" veya "mesaj" iletecek bir yapıya sahiptir (Navarro ve Karlıns, 2009: 38). İnsanoğlunun bedeniyle iletiği bu işaret veya mesajlar sözlü kaynaklardan daha güvenilirdir. Bunun nedeni ise bazı durumlarda bireyler gerçek duygu ve düşüncelerini açıkça dile getirmemesidir (Altıntaş ve Çamur, 2005: 71). Zira bireyler bir eliyle desteklediklerini diğer eliyle itmekte veya ağızlarından yumuşak sözler çıkarken bile sessizce içten nefret duyabilmektedirler (Turchet, 2005: 13). Bu durum sözlü iletiler ile sözsüz iletiler arasındaki paradoksa dikkat çekmektedir.

Jest ve mimiklerle meydana gelen tüm bu bedensel hareketlere kesin kanaatin getirmesi ise yanlıştır. Örneğin gözlerle oynamak şüphe, yalan bazen de yorgunluk durumunda görülebilmektedir (Kaşıkçı, 2006: 45-156). Genel bir anlatımla genellikle sözsüz iletişim ve bilinçsizce ortaya çıkan beden dili, evrenseldir ve hemen her insan için benzerdir. Ancak kişiye özel olan sözsüz iletişim ve beden dili de söz konusudur. Bireylerin kendilerine özgü olan işaretleri ifade eden sözel olmayan idyosenkratik (özel durumlarla ilgili) davranışlar da görmezden gelinmemelidir (Navarro ve Karlins, 2009: 30). Bu doğrultuda evrensel olan veya özel durumlarla ilgili olan sözsüz iletişim ve beden dilinin şifrelerini kesin bir biçimde anlamak kolay değildir. Bununla birlikte sözsüz iletişimin ve beden dilinin şifrelerini bilmek ve bunları hayatın bir parçası haline getirmenin etkili iletişim kurmak ve karşı tarafın iletmek istediği mesajları daha sağlıklı bir biçimde algılamak açısından oldukça önemli olduğu ileri sürülebilir.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Araştırma nitel araştırma desenlerinden biri olan fenomenolojik (olgubilim) modele uygun bir şekilde tasarlanmıştır. Fenomenolojik model, bireylerin bir olaya, olguya veya deneyimine yönelik bakış açısını anlamak için yapılan nitel araştırma modellerindendir (Patton, 2014).

Çalışma Kümesi

Araştırma Fırat üniversitesinde okuyan öğrencileri kapsamaktadır. Ancak zaman ve maliyet göz önünde bulundurulduğunda örneklem sayısının oldukça fazla olamayacağı dolayısıyla kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kartopu örnekleme, herhangi bir konuya ilişkin aşırı davranış gösteren durumun değerlendirmeye alınmasıdır. Söz konusu kişiyi bulmak amacıyla biriyle bağlantı kurulmakta ve en iyi veri sağlayacağı düşünülen kişiye bu yolla ulaşılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu bakımdan farklı fakültelerden iletişim becerisi en yüksek ve en popüler olduğu düşünülen öğrenciler çalışma kapsamına alınarak araştırma on kişi ile sınırlandırılmıştır. Çünkü on kişiyle yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen veriler araştırma soruları için yeterli olduğu düşünülmüştür.

Genel bir anlatımla çalışma kümesi Fırat üniversitesinde belirlenen beş fakülte içerisinden on ayrı kişiden oluşmaktadır. Bu doğrultuda çalışma kümesini oluşturan katılımcılar ile ilgili bilgiler Tablo 1'de sunulmaktadır.[1]

Tablo 1: Görüşülen Katılımcılara İlişkin Genel Bilgiler

Görüşmeci Adı	Cinsiyet	Görüşme Süresi
K1	Kadın	25 dakika
K2	Kadın	47 Dakika
E1	Erkek	32 Dakika
E2	Erkek	35 Dakika
E3	Erkek	38 Dakika
E4	Erkek	26 Dakika
E5	Erkek	52 Dakika
K3	Kadın	33 Dakika
K4	Kadın	45 Dakika
E6	Erkek	28 Dakika

[1] Katılımcıların gerçek kişisel bilgilerine yer verilmeyerek verilen isimler araştırmacı tarafından kodlanmıştır.

Katılımcılarla, 1 Aralık - 8 Aralık 2022 tarihleri arasında görüşme sağlanmıştır. Çevresel etkenlerin görüşme sürecine etkisini en aza indirmek amacıyla bulunulan ortamlar mümkün olduğunca sessiz ve yalnız olunmasına dikkat edilmiştir.

Veri Toplama Tekniği

Verileri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinden yararlanılmıştır. Görüşme gerçekleşmeden önce katılımcıların kendini daha rahat hissetmesi, zengin ve dürüst cevaplar vermesi için görüşmenin bilimsel veri elde etmek amacıyla yapılacağı, kişisel bilgilere kesinlikle yer verilmeyeceği ve görüşmede ses kayıt cihazının kullanılacağına yönelik bir protokol yapılmıştır. Görüşmecilere nasıl ve neden seçildiğine dair bilgiler de sunulmuştur. Ardından görüşmeyi kabul eden kişilerle görüşme sağlanmıştır. Katılımcıların gerçek kimlikleri gizli tutulmuştur. Görüşmeler minimum 25 maksimum 52 dakika sürmüştür.

Verilerin Analizi

Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle analiz edilmiştir. Bu analiz türünde araştırmacı görüştüğü veya gözlemlemiş olduğu bireylerin görüşlerini yansıtabilmek amacıyla doğrudan alıntılara sıkça yer verebilmektedir. Bu analiz türünün temel amacı elde edilen bulguların özetlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde sunulmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Verilerin incelenmesi sonucunda elde edilen betimsel analiz temaları ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 2: Betimsel Analiz Temaları

1	Sözsüz İletişimin Önemine İlişkin Görüşler
2	Sözsüz İletişimin Günlük Hayatta Kullanımına İlişkin Genel Görüşler
3	Kişilerarası İletişim Sürecinde Jest ve Mimikleri Kontrol Edebilme Becerisine İlişkin Görüşler
4	Kılık Kıyafetin Görünümüne İlişkin Görüşler
5	Kişilerarası İletişim Kurma Sürecinde Ses, Vurgu, Tonlamanın Önemine ve Kullanımına İlişkin Görüşler
6	Kişilerarası İletişim Sürecinde Karşı Tarafın Beden Dili Şifrelerini Anlayıp/Anlamamaya İlişkin Görüşler

BULGULAR ve YORUM

Katılımcılarla yapılan görüşme sonucunda altı temel kategori ortaya çıkarılmıştır. Bu kategoriler ve elde edilen bulgular aşağıdaki bölümlerde açıklanmaktadır.

Sözsüz İletişimin Önemine İlişkin Görüşler

Katılımcılar, sözsüz iletişimin önemine ilişkin çeşitli görüşlerde bulunmuşlardır. Görüşmelerde, katılımcıları tamamı sözsüz iletişimin oldukça önemli olduğunu ve iletişim kurma davranışıyla kişilerarası ilişkilerin önem kazandığını ve daha da başarılı olabileceğinin bilincinde olduklarını ifade etmişlerdir. Sözsüz iletişimin, iletişim kurma sürecinin hayatın her alanında önemli bir unsur olduğunun bilincinde olan katılımcılardan bazılarının görüşleri şu şekildedir:

"*Kişilerarası iletişim kurma sürecinde –her ne kadar bu konuda başarısız olsam da- sözsüz iletişimsiz bir iletişimin sağlıklı olduğu düşünemem." (K2)*

"...sözsüz iletişime destek amacıyla beden dilinin yeterince kullanan kişilerin oldukça sınırlı olduğunu görüyorum. Elbette ki bende beden dili konusunda kendimi yeterince ifade etmede çok başarılı değilim, ancak beden dili ve sözsüz iletişim önemlidir" (E4)

Benzer bir şekilde sözsüz iletişimin hayatın bir parçası olduğunu ifade eden K2: *"... Sözsüz iletişim ve beden dili olmadan kurulan bir iletişim tek başına yeterli olduğunu düşünemiyorum."* E5 ve E4 da benzer bir biçimde günlük hayatta sözsüz iletişimin oldukça önemli olduğunu ve buna uygun davranılması gerektiği yoksa sağlıklı iletişimin olamayacağını ifade eden cümleler kurmuşlardır. Genel bir anlatımla katılımcıların tamamının sözsüz iletişimin hayatın önemli bir parçası olduğunu yönündeki düşüncede birleştikleri görülmüştür.

Sözsüz İletişimin Günlük Hayatta Kullanımına İlişkin Görüşler

Katılımcılara "*Sözsüz iletişimi günlük hayatınızda ne şekilde önemsiyor ya da kullanıyorsunuz?"* sorusu yöneltilmiştir. Bu soru ile ilk soru arasında çelişkili bir durumun ortaya çıktığı görülmüştür. Zira katılımcıların tamamı önceki bölümde sözsüz iletişimin oldukça önemli olduğu ve hayatın olmazsa olmaz parçası olduğunu belirtseler de katılımcıların büyük bir çoğunluğunun sözsüz iletişimi günlük hayatlarında önemsemediklerini ifade etmişlerdir. Bununla ilgili en dikkat edici görüşlerden biri şu şekildedir:

"*… sözsüz iletişim evet oldukça önemlidir. Ancak bunu hayatımın bir parçası yapmakta zorlanıyorum. Her ne kadar sözlü iletişimin, sözsüz iletişimle bir bütünlük oluşturduğu ve ancak birlikteyken bir anlam ifade ettiğini düşünsem de sözsüz iletişim ve beden dilini doğru kullanmam konusunda yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünmüyorum." (K3)*

E6 da benzer görüşlerde bulunarak sözsüz iletişimin ve beden dilinin her ne kadar önemli olduğunu vurgulasalar da günlük hayatta sürekli kullanılmasına gerek olmadığını belirtmişlerdir. E4 ise bu soruya yönelik şu şekilde açıklamada bulunmuştur: "… *Beden dili davranışlarını yeteri düzeyde kullanma yeteneğine sahip olsaydım kişilerle iletişim kurma sürecinde her zaman başarılı olurdum ancak bazen karşı tarafı anlamıyor, bazen söylemek istediğimi anlatamıyorum çünkü beden dilini günlük hayatımda yeterince kullanmıyorum ya da kullanamıyorum*." E1, E3 ve K4'te E4'ün düşüncesine benzer bir biçimde açıklamada bulunmuşlardır. Zira bu dört katılımcı sözsüz iletişim ve beden dili davranışlarının önemli olduğu ancak bunu günlük hayatta ilgi çekici düzeyde kullanamadıkları yönünde görüşlerde bulunmuşlardır.

Kişilerarası İletişim Sürecinde Jest ve Mimikleri Kontrol Edebilme Yeteneğine İlişkin Görüşler

Katılımcılara "*Biriyle iletişim kurduğunuzda jest ve mimiklerinizi kontrol edip planlı bir şekilde kullanıyor musunuz?"* sorusu yöneltilmiştir. Bu sorunun yöneltilmesi ardından katılımcıların çoğu yani sekiz kişi jest ve mimiklerini kontrol edebilme yeteneğine sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir. Bu görüşlerden bazıları şu şekildedir:

"(…) beden dili yani el ve kol hareketleri iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır. Ancak hangi durumda el ve kol hareketlerini ne biçimde kullanacağıma dair ne bir bilgim olmadığından dolayı jest ve mimiklerimi de kontrol edemem. Ancak farkında olmadan el ve kol hareketlerinde bulunurum. Bu hareketlerin sözlü iletişim kurma sürecime ne şekilde katkı sunduğu ise net bir fikrim yok. Açıkçası jest ve mimik davranışları hakkında hiç bir fikrim yok." (K4)

E4 ve E1 dışındaki diğer katılımcıların düşüncesine genel bir şekilde yer verilirse jest ve mimikler kontrol edilmesi imkânsız olduğu zaten yeterince jest ve mimikleri de kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. Ancak E4 ve E1 günlük hayatta sözsüz iletişim ve beden dili davranışlarını yeterince kullanıp pratiğe dökmediklerini ifade etse de özellikle kız arkadaşlarıyla buluştuklarında jest ve mimiklerine dikkat etmeye çalıştıklarını bu şekilde karşı tarafta olumlu bir izlenim yaratabilecekleri görüşünde bulunmuşlardır.

4.4. Kılık Kıyafetin Görünümüne İlişkin Görüşler

Kadın katılımcıların hepsi hemen her gün kılık kıyafette renk uyumu, temiz ve düzenli olmasına dikkat ettiklerini belirtmişlerdir. Erkek katılımcılar ise bu durumu iletişim kurma sürecinde

oldukça etkili olduğunu belirtmesine rağmen özel günler dışında kılık kıyafetlerinde renk uyumuna, temiz ve düzenli olması her gün dikkat etmediklerini ifade etmişlerdir. Bu unsur çerçevesinde en dikkat çekici yorum ise şu şekildedir: *"hayatta öyle sıkıntılarımız var ki kim kıyafetin renk uyumuna dikkat edecek ki" (E5)*

Kılık kıyafet, takı vs. gibi dış görünüşü oluşturan unsurların karşı tarafla iletişim kurma sürecini de olumlu etkileyeceğini belirtmişlerdir. E1, E2, E3, E4 ve E5 ise kızların verdikleri cevabın kısmen dışına çıkarak kılık kıyafetin renk uyumu, temiz ve düzenli olmasının karşı tarafla etkili iletişim kurma sürecine çokta bir etki etmediği bunun önemsendiği ortamların düğün, mezuniyet vs. gibi özel günlerde olması gerektiğini belirterek kadın ve erkekler farklı görüşlerde bulunmuşlardır.

4.5. Kişilerarası İletişim Kurma Sürecinde Ses, Vurgu, Tonlamanın Önemine ve Kullanımına İlişkin Görüşler

Katılımcılara "*Biriyle iletişim kurduğunuzda ses, vurgu ve tonlamaları dikkatli bir biçimde kullanıyor musunuz? Kullanıyorsanız buna ne şekilde ve ne ölçüde dikkat edersiniz?"* sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu sorunun ardından katılımcıların büyük bir kısmı konuşurken ses, vurgu ve tonlamaları yeterince önemsemediklerini ifade etmişlerdir. Görüşmecilerden K2 bu soruyla ilgili görüşlerini şu şekilde açıklamıştır:

"... Ses, vurgu ve tonlama kişinin genel yapısında var olan bir güçtür. Dolayısıyla daha iyi bir diksiyona sahip olmak için bireyler asla kendini yormamalıdırlar. Bireylerin ses, vurgu ve tonlama gibi etkili iletişim kurma sürecinin unsurları herkeste yoktur..." (K2). Diğer bir katılımcı ise *"... Sesim çok kısık zorlasam da istediğim şekilde gür bir ses çıkaramıyorum, vurgu ve tonlama biçimi ise karşıdaki kişi her kim olursa olsun değişmiyor (...) etkili bir hitabete sahip olmadığım için bazen okulda sunum yapmam gerektiğinde günler öncesinden strese giriyorum." (E4)* şeklinde görüşlerde bulunmuştur.

E1, E3, E5 ise ses, vurgu ve tonlamanın iletişim kurma sürecinde oldukça önemli olduğunu ve buna özen gösterdiklerini bu doğrultuda başarılı olduklarını belirten cümleler kullanmışlardır. K3 ise ses, vurgu ve tonlama kişilerarası iletişim kurma sürecinde önemli olduğunu ve bu konuda oldukça fazla başarılı olduğunu, karşıda her kim olursa olsun rahat bir şekilde sözlü iletişim kurabileceğini ifade ederken sözsüz iletişim ve beden dili davranışlarında ise yeterince başarı gösteremediğini belirtmiştir. E1, E3, E5, K2 ve K4, de kişilerarası iletişim kurma sürecinde ses, vurgu ve tonlama gibi özellikleri önemseyerek günlük hayatlarında dikkat edecek biçimde kullandıklarını ifade etmişlerdir.

4.6. Kişilerarası İletişim Sürecinde Karşı Tarafın Beden Dili Şifrelerini Anlayıp/Anlamamaya İlişkin Görüşler

Katılımcılara "*Herhangi biriyle iletişim kurduğunuzda karşıdaki bireyin jest/ mimik gibi beden dili davranışlarının şifrelerini anladığınızı düşünüyor musunuz?"* sorusu yöneltilmiştir. Yöneltilen bu sorunun ardından katılımcıların büyük bir çoğunluğu yani dokuz kişi iletişim kurma sürecinde karşı tarafın beden dili davranışlarını yeterince anlamadıklarını ifade etmişlerdir. Bu soruya dikkat çekici yorumlardan bazıları şu şekildedir:

"*…İletişim kurduğum kişi el ve vücut hareketlerini kullansa da bu hareketler bana anlamsız gelir, çünkü ne ifade ettiğini yeterince anlamam." (E2)*

"…karşı tarafla iletişim kurarken beden dilinin şifrelerini anlamak için kendimi zorlamam. Sadece karşıdaki kişinin ne söylediğine bakarım, çünkü nasıl söylediğinin bir anlamı olsa da ben anlamam (…)" (E6)

Katılımcıların büyük bir çoğunluğu, önceki bölümlerde sözsüz iletişimin önemli olduğunu vurgulamasına rağmen bu konuda yeterli bilgi ve donanıma sahip olmadıkları yönünde ortak görüşte bulunarak sözsüz iletişim ve beden dili şifrelerini kesin ve net bir şekilde anlamadıklarını belirtmişlerdir.

SONUÇ

İnsan, toplumsal bir varlıktır ve her türlü imkâna sahip olsa da iletişim kurmadan yaşaması neredeyse mümkün değildir. Dolayısıyla insanoğlunun yaratılış doğasında birbiriyle iletişim kurma ihtiyacı vardır. Bu ihtiyaç giderilmesi için başkalarının varlığına duygu ve düşüncelerin karşılıklı bir şekilde aktarılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Bireyler diğer bireylerle iletişime geçerek belirli ihtiyaçlarını gidermesi, duygu ve düşüncelerini aktarması vb. gibi davranışlarını yerine getirmesi sürecinde kullandıkları en önemli araçlardan biri dildir. Bu dil hem sözlü hem de sözsüz olabilmektedir. Bilindiği üzere dil, insanoğlunun kendini kolayca ifade etmesini sağlayan en güçlü araçlardan biridir. Bireyler dili kullanarak sözlü bir şekilde kendini ifade etse de sözsüz iletişim içerisinde yer alan beden dilinin önemi hiçbir zaman yadsınamaz bir gerçektir. Bununla birlikte evrensel olan veya kültüre özgü anlamları taşıyan beden dili kişilerarası iletişim sürecinin önemli bir parçasıdır.

Bu çalışmada kişilerarası iletişim sürecinde üniversite öğrencilerinin beden dili ve sözsüz iletişim becerilerinin ne düzeyde olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır. Böylece veri elde etmek amacıyla yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmış ve belirlenen on katılımcıyla yapılan

görüşmeler sonucunda veriler elde edilmiştir. Elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle incelenmiş ve herhangi bir anlam değişikliğine gidilmeden katılımcıların görüşleri objektif bir biçimde gerektiğinde doğrudan alıntılarla aktarılmıştır. Katılımcılar, sözsüz iletişim ve beden dilinin önemi hakkında çeşitli görüşlerde bulunsa da bu beceri düzeylerinin yetersiz olduğu ya da gündelik yaşamlarında sözsüz iletişimi ve beden dilini ikinci plana attıkları ve kullanılan sözcüklere daha çok önem verdikleri ortaya çıkarılmıştır.

Katılımcıların kişilerarası iletişim sürecinde sözsüz iletişim ve beden dili davranışlarını yeterince anlamaması ya da kullanmaması doğrultusunda verilerin elde edilmesiyle birlikte aşağıdaki öneriler sunulmaktadır:

Gençlerin daha sağlıklı iletişim kurması için güzel konuşma, diksiyon, hitabet ve beden dili konularında uygun bir eğitim verilebilir.
Üniversite öğrencilerine sözsüz iletişim/beden dili konulu seminerler verilebilir.
Araştırmanın farklı teknik ve daha geniş bir örneklemle birlikte tekrarlanarak üniversite öğrencilerinin sözsüz iletişim ve beden dilini kullanma konusundaki yetersizlikleri daha detaylı bir şekilde ele alınabilir.

KAYNAKÇALAR

Akgül, K.P. (2006). Kişilerarası İletişimde Dans Ve Beden Dili İşlevini Etkileyen Etmenler Ve Bir Alan Araştırması. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Altıntaş E. ve Çamur., (2005) *Beden Dili Sözsüz İletişim*. İstanbul: Motif Matbaacılık.

Cüceloğlu, D. (1987). *İnsan İnsana*. Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Deniz, K. (2007), *İlköğretim İkinci Kademede Konuşma Ve Dinleme Yoluyla Öğrencileri İkna Üzerine Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Ankara.

Doğan, R. İ. (2010). Bedenin Dili. İstanbul: Sistem Yayıncılık

Erdoğan, İ. (1999). İlk Çağlardaki Egemen İletişim Biçimleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür Ve İletişim*, 2 (2), S. 15-47.

Ertürk, K. Ö. (2010). Küreselleşme Ekseninde Halkla İlişkiler. Ankara: Birleşik Yayınevi

Kaşıkçı, E. (2006). *İmaj İletişim ve Beden Dili*. İstanbul: Hayat Yayınları.

Navarro, J. ve Karlins, M. (2009). *Beden Dili,* Alfa Yayıncılık.

Önür, N. (2002), Küreselleşen Dünyada İletişim Ve Toplum, Alp Yayınları, Ankara.

Patton, M. Q. (2014). *Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri* (M. Bütün ve S. B. Demir, Çev. Ed.). Ankara: Pegem.

Turhcet (2005). *Bedenin İnce Dili Sinergoloji*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Williams, Roger E.(1979). Genel İletişim Kavram Ve Modelleri. Çev. Akın Ergüden Dergipark.Gov.T: 12.10.2022

Yağbasan, M., ve Çakar, F. (2006). Doktor-Hasta İlişkisinde Dile Ve Davranışa Dayalı İletişimsel Sorunları Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (15), 609-629.

Yıldırım, A. & Şimşek, H.(2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, B. (2003). Toplumsal İletişim Ve Kütüphane. *Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* 20 (2), 11-29.

Yüksel, A. H. (1989), İletişim süreci ve sistem yaklaşımı açısından iletişim sürecinin incelenmesi.

Zıllıoğlu, M. (1992). İletişime Giriş. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

EĞİTİMDE PROGRAM DEĞERLENDİRME ALANINDA HAZIRLANAN TEZLERİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr. Akın KARAKUYU

Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi, - 0000-0001-7370-5464

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Türkiye'de program değerlendirme alanında üniversitelerde hazırlanan lisansüstü tezleri yıl, öğretim programı, değerlendirme modeli, tez türü, çalışma grubu, yöntem, veri toplama aracı ve sonuçları bakımından incelemektir. Bu kapsamda, hazırlanan 26 lisansüstü tez doküman incelemesi yöntemi ile incelenip içerik analizi tekniği ile analiz edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre tezlerin çoğunluğu; 2019 ile 2023 yılında yapılmış ve yüksek lisans düzeyindedir. Tezlerde veri toplama aracı olarak çoğunlukla görüşme formu, yöntem olarak karma yöntem ve program değerlendirme modeli olarak ise Stufflebeam CIPP modeli kullanılmıştır. Öğretim programı olarak ise İngilizce öğretim programları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler : Eğitim, Öğretim programı, Program değerlendirme

EXAMINATION OF THESIS PREPARED IN THE FIELD OF CURRICULUM EVALUATION IN EDUCATION

ABSTRACT

The aim of this study is to examine the postgraduate theses prepared at universities in the field of curriculum evaluation in Turkey in terms of year, curriculum, evaluation model, type of thesis, study group, method, data collection tool and results. In this context, the prepared 26 postgraduate theses were examined with the document analysis method and analyzed with the content analysis technique. According to the results of the research, the majority of theses; It was made in 2019 and 2023 and is at the master's level. In the theses, mostly interview form was used as data collection tool, mixed method was used as method and Stufflebeam CIPP model was used as curriculum evaluation model. English curriculum were evaluated the most.

Key Words: Education, Curriculum, Curriculum evaluation

1. GİRİŞ

Eğitim ve öğretimin bireyleri belirlenen hedeflere ulaştırabilmesi, ancak bu faaliyetlerin bir plan ve sistematik içerisinde yürütülmesi ile gerçekleşebilmektedir. Bu sistematiğin işleyebilmesi için eğitim-öğretim faaliyetlerinin izlenmesi ve geri dönütler verilmesi gerekmektedir. Geri dönütler yoluyla öğretim programlarının işlerliği hakkında karara varmak programların değerlendirilmesi ile mümkündür.

Program değerlendirme de tıpkı program geliştirme gibi bir süreçtir. Program değerlendirme, öğretim programını değerlendirmede kullanılacak standartların belirlenerek programın bu standartlara uygunluğunun ortaya konması sürecidir (Fitzpatrick, Sanders ve Worthen, 2004). Program değerlendirme, geliştirme sürecinin son halkası olup öğretim programındaki hedeflerin ne derece gerçekleştirildiğini belirler (Ertürk, 1997). Program değerlendirme ile ilgili geniş tanımlardan biri de Worthen ve Sanders'e (1987) aittir. Onlara göre program değerlendirme; değerlendirme politikaları oluşturma, öğrenci ve öğretmen performanslarını inceleme, okulun fiziki yapısı, bütçesi, toplumla ve aileyle ilişkisi ve okul iklimi gibi çok yönlü analiz etme amacını gerçekleştiren süreçtir.

Eğitimin bireyin, toplumun ve ilgili konu alanının ihtiyaçlarını karşılama gibi bir görevi de vardır. Eğitimin uygulama aracı olan programların, bireylerin ve toplumun ilgi, ihtiyaç ve beklentilerine, bilim, teknoloji ve konu alanındaki gelişmelere uygun olup olmaması bakımından değerlendirilmesini de gerektirmektedir (Özdemir, 2009). Eğitim, bireylerde istendik yönde davranış değişikliği meydana getirme amacı güder. Bu kapsamda davranış kazandırma sürecinde programın başında belirlenen hedeflerin ne kadarına ulaşılabildiğini belirlemek, uygulama sürecinde yaşanan aksaklıkları belirleyip giderebilmek için programların değerlendirilmesi gereklidir (Güven ve İleri, 2006). Ayrıca program değerlendirme, programın uygulama sürecine de odaklanarak uygulamanın nasıl geliştirilebileceğine yönelik veri elde etme ve karar vermeyi de sağlar (Klenowski, 2010). Program değerlendirmenin bir diğer amacı da eğitmenlere, öğrencilere ve program geliştirme uzmanlarına bilgi vermektir. Değerlendirmenin bütün halinde yapılabilmesi için iki türde veri toplanması gerekir. Birincisi, programın amaçları, öğrenme ortamı, içerik, eğitim durumları, çıktılar ikincisi ise bu amaç, öğrenme ortamı ve kullanılan araçların uygulanabilirliği ve kalitesi hakkında ilgili kişilerin görüşlerinin alınması şeklindedir (Demirtaş, 2017). Program değerlendirme bu bağlamda hem uygulama süreci hem de uygulama sonunda programın tamamına yönelik veriler elde edilmesini sağlayarak süreç ve sonuç odaklı karar verilmesini sağlar.

Stufflebeam, Madaus ve Kellaghan (2002) biçimlendirici ve toplam değerlendirme olarak iki tür değerlendirmeden bahsetmişlerdir. Biçimlendirici değerlendirmede, programın niteliğinin ve kalitesinin artırılması için programın uygulanması sürecinde gerekli verilerin sağlanarak gerekli önlemlerin alınması fırsatını verir. Toplam değerlendirme ise programın uygulanması bittikten sonra geriye dönük değerlendirmelerin yapıldığı ve elde edilen verilerle program hakkında ileriye dönük kararların alındığı değerlendirme türüdür (Stufflebeam, Madaus ve Kellaghan, 2002).

Eğitimde program değerlendirme, eğitim sürecinin son ve tamamlayıcı bir başka ifadeyle geri dönütün verildiği aşamasıdır. Bu açıdan öğretim programlarının işlevselliğinin belirlenmesi açısından programların değerlendirilmesi önemlidir. Eğitim programlarının değerlendirildiği tezlerin incelenmesi, çalışmalar hakkındaki avantaj ve sınırlılıkların ortaya konulması ve araştırmacılara yeni çalışma konuları belirlenmesi açısından değerlidir. Bu kapsamda çalışmada eğitimde program değerlendirme ile ilgili hazırlanmış tezler incelenmiştir. Çalışma bir genel araştırma problemi ve yedi alt problemden oluşmaktadır.

Problem Cümlesi:

Eğitimde program değerlendirme ile ilgili hazırlanan tezlerin sonuçları nasıldır?

Alt Problemler:

Tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

Tezlerin türlerine göre dağılımı nasıldır?

Tezlerde kullanılan yöntemlere göre dağılımı nasıldır?

Tezlerin veri toplama araçlarına göre dağılımı nasıldır?

Tezlerde kullanılan veri analizi tekniklerine göre dağılımı nasıldır?

Kullanılan değerlendirme modellerine göre dağılımı nasıldır?

Değerlendirilen öğretim programına göre dağılımı nasıldır?

2. YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, eğitimde program değerlendirme ile ilgili hazırlanan tezlere yöktez veri tabanından ulaşılarak incelenmiştir. Bu nedenle çalışmada, nitel araştırma türlerinden doküman incelemesi yöntemi kullanılmıştır. Doküman incelemesi yöntemi, birincil kaynaklara ulaşarak elde edilen yazılı metinlerin toplanması, incelenmesi, sorgulanması ve belli kriterlere göre analiz edilmesidir (O'Leary, 2017).

2.2. Evren – Örneklem

Çalışma kapsamında eğitimde program değerlendirme alanında hazırlanan 26 adet lisansüstü tez ele alınmıştır. Örneklem olarak, ölçüt örnekleme tekniği kullanılmıştır. Ölçüt örnekleme, önceden belirlenen ölçütlerin uygunluğuna göre örneklemin oluşturulduğu örnekleme tekniğidir. Bu sebeple örnekleme katılacak kişi veya nesneler belli kriterlere göre oluşturulur (Yıldırım ve Şimşek, 2018). Bu araştırmada, kriter olarak tezlerin program değerlendirme alanında hazırlanmış ve erişime açık olması belirlenmiştir.

2.3. Verilerin Toplanması

Veriler, yöktez üzerinden program değerlendirme konulu çalışmalar incelenerek belirlenen alt problemlere göre toplanmıştır. Tezler incelenirken tezlerin yılı, türü, yöntem, veri toplama araçları, verilerin analizi, kullanılan değerlendirme modelleri ve değerlendirilen öğretim programı ölçütleri dikkate alınarak elde edilmiştir. Çalışmaya konu olan tezlere, yöktez veri tabanına program değerlendirme anahtar kelimesi yazarak ulaşılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi

Doküman olarak elde edilen veriler belirlenen alt problemler çerçevesinde içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, verilerin belirli kriterlere göre daha küçük kod ve kategoriler halinde özetlendiği sistematik ve yinelenebilir bir tekniktir (Büyüköztürk vd., 2011).

3. BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgulara araştırma problemleri çerçevesinde bu kısımda yer verilmiştir.

Araştırmanın birinci alt problemi kapsamında tezlerin yıllara göre dağılımına çizelge 1'de yer verilmiştir.

Çizelge 1. Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı (%)

Yıl	f	%
1998 – 2008	2	7,6
2009 – 2018	7	26,9
2019 – 2023	17	65,5
Toplam	26	100

Çizelge 1'de ki verilere göre eğitimde program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin % 7,6'sı 1998 – 2008 yılları arasında, % 26,9'u 2009 – 2018 yılları arasında ve % 65,5'i son beş yıl içerisinde hazırlanmıştır.

Tezlerin türlerine göre dağılımına ait bulgulara çizelge 2'de yer verilmiştir.

Çizelge 2. Tezlerin Türlerine Göre Dağılımı (%)

Tez Türü	f	%
Yüksek Lisans	14	53,8
Doktora	12	46,2
Toplam	26	100

Çizelge 2'de ki verilere göre program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin %53,8'i yüksek lisans düzeyinde %46,2'si ise doktora düzeyindedir.

Tezlerde kullanılan yöntemlere göre elde edilen bulgulara çizelge 3'de yer verilmiştir.

Çizelge 3. Tezlerde Kullanılan Yöntemlere Göre Dağılımı (%)

Tezlerin Yöntemi	f	%
Karma	16	61,5
Tarama	5	19,3
Durum	4	15,4
Fenemoloji	1	3,8
Toplam	26	100

Çizelge 3'de ki verilere göre program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin %61,5'i karma yöntemlere göre, %19,3'ü tarama, %15,4'ü durum çalışması ve %3,8'i fenemoloji yöntemine göre düzenlenmiştir.

Tezlerde kullanılan veri toplama araçlarına göre elde edilen bulgulara çizelge 4'de yer verilmiştir.

Çizelge 4. Tezlerde Kullanılan Veri Toplama Araçlarına Göre Dağılımı (%)

Veri Toplama Araçları	f	%
Görüşme formu	20	32,2
Ölçek	14	22,5
Anket	10	16,1
Gözlem formu	9	14,5
Başarı testi	7	11,3
Öz-değerlendirme formu	2	3,4
Toplam	62	100

Çizelge 4'de ki verilere göre program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin %32,2'sinde görüşme formu, %22,5'inde ölçek, %16,1'inde anket, %14,5'inde gözlem formu, %11,3'ünde başarı testi ve %3,4'ünde öz-değerlendirme formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Tezlerde kullanılan veri analizlerine göre elde edilen bulgulara çizelge 5'de yer verilmiştir.

Çizelge 5. Tezlerde Kullanılan Veri Analizlerine Göre Dağılımı (%)

Verilerin Analizi	f	%
İçerik analizi	22	46,8
Betimsel analiz	19	40,4
Kestirimsel analiz	6	12,8
Toplam	47	100

Çizelge 5'de ki verilere göre program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin %32,2'sinde görüşme formu, %22,5'inde ölçek, %16,1'inde anket, %14,5'inde gözlem formu, %11,3'ünde başarı testi ve %3,4'ünde öz-değerlendirme formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır.

Tezlerde kullanılan program değerlendirme modellerine göre elde edilen bulgulara çizelge 6'da yer verilmiştir.

Çizelge 6. Tezlerde Kullanılan Değerlendirme Modellerine Göre Dağılımı (%)

Değerlendirme Modeli	f	%
Stufflebeam CIPP Modeli	8	30,8
Aydınlatıcı Değerlendirme Modeli	7	27,4
Kirkpatrick Değerlendirme Modeli	2	7,6
Değer Tabanlı Değerlendirme Modeli	1	3,8
Stake Uygunluk Olasılık Modeli	1	3,8
Stake İhtiyaca Cevap Verici Modeli	1	3,8
Hammond'un Küp Değerlendirme Modeli	1	3,8
Alkin'in UCLA Değerlendirme Modeli	1	3,8
Scriven'ın Değerlendirme Modeli	1	3,8
Metfessel – Michael Değerlendirme Modeli	1	3,8

Analitik Değerlendirme Modeli	1	3,8
Tez Kapsamında Geliştirilen Model	1	3,8
Toplam	26	100

Çizelge 6'da ki verilere göre program değerlendirme konusunda hazırlanan tezlerin %30,8'i Stufflebeam'in CIPP modeline göre, % 27,4'ü aydınlatıcı değerlendirme modeline göre, %7,6'sı Kirkpatrick dört düzeyli değerlendirme modeline göre ve diğer modeller %3,8 şeklinde sıralanmıştır.

Tezlerde değerlendirilen öğretim programına göre elde edilen bulgulara çizelge 7'de yer verilmiştir.

Çizelge 7. Tezlerde Değerlendirilen Öğretim Programlarına Göre Dağılımı (%)

Değerlendirilen Öğretim Programı	**f**	**%**
İngilizce öğretim programı	7	27,4
Matematik öğretim programı	6	23,2
Okul öncesi öğretim programı	2	7,6
Türkçe öğretim programı	1	3,8
Sosyal bilgiler öğretim programı	1	3,8
Fen bilimleri öğretim programı	1	3,8
Özel eğitim öğretmenliği programı	1	3,8
Eğitim koçluğu programı	1	3,8
Mobilya dekarasyon programı	1	3,8
Açık lise programı	1	3,8
Hizmet içi eğitim programı	1	3,8
Teknik eğitim programı	1	3,8
Sürücü kursu programı	1	3,8
Spor yöneticiliği programı	1	3,8
Toplam	26	100

Çizelge 7'de ki verilere göre %27,4 ile en çok değerlendirilen öğretim programı İngilizce olmuştur. %23,2 ile matematik en çok değerlendirilen ikinci öğretim programı olurken anaokulu programlarının oranı %7,6 dır. Diğer değerlendirilen programların ise oranı %3,8 olmuştur.

4. TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Türkiye'de ki üniversitelerde eğitimde program değerlendirme alanında yapılan lisansüstü tezler bazı ölçütlere göre incelenmiştir. Bu kapsamda doküman incelemesi yöntemiyle yürütülen çalışmada ölçüt örnekle tekniği ile belirlenen 26 tez incelenerek içerik analizi ile veriler çözümlenmiştir.

Tezler, yıllara göre incelendiğinde özellikle son 5 yılda oldukça fazla bir artış olduğu söylenebilir. Son 5 yılda program değerlendirme ile ilgili hazırlanan tezlerin oranı %65,5 dir. Türkiye'de ki öğretim programlarının en son 2018 yılında revize edilmesi, özellikle bilim ve teknolojide yaşanan gelişmelere bağlı olarak bireyin ve toplumun ihtiyaçlarının değişmesi

programların değerlendirilmesini zorunlu kılmıştır denilebilir. Program değerlendirme, program geliştirme sürecinin kalitesini sorgulama, program geliştirme için bir başlangıç noktası ve programa süreklilik kazandırmayı sağlar (Gözütok, 2006). Program değerlendirme ile programın amacı, içeriği, yöntem, etkinlikler ile öğrencilerdeki eksiklikler belirlenirken bir diğer yandan yeni bir program geliştirmeye yönelik etkilerde belirlenmiş olur (Marsh ve Willis, 2007). Bu açıdan program değerlendirme çalışmalarının sayısının son zamanlarda artması, programların işlevselliği hakkında bilgi edinmeyi ve gerekli geri dönütlerin verilmesini sağlayacaktır.

Hazırlanan tezlerde yüksek lisans ve doktora tezlerinin oranı birbirine oldukça yakındır. Program değerlendirme, kapsamlı veri toplama süreci ve analizini gerektirdiği için doktora tezi oranının fazla olduğu söylenebilir. Program değerlendirme, veri toplama ve analizi gibi bilimsel temellere dayanan bir süreçtir (Melrose, 2006; Olivia, 2005). Bu nedenle program değerlendirme konusunun tezlerde gözlem, görüşme, başarı testi ve ölçek gibi farklı katılımcılardan farklı veri toplama araçları kullanarak derinlemesine incelenmesi önerilebilir.

Tezlerde yöntem olarak en fazla karma yöntem kullanılmıştır. Karma araştırmalar hem nicel hem de nitel yöntemlerin üstün yönlerini birleştirme fırsatı sağlaması açısından araştırmacılar tarafından daha fazla tercih edildiği söylenebilir. Brandon (1998), program değerlendirme çalışmalarında farklı paydaş ve farklı veri toplama yöntem ve tekniklerinin kullanılmasının araştırmaların geçerliliğini artırdığına dikkat çekmektedir. Buna bağlı olarak tezlerde veri toplama aracı en çok görüşme formu ve ölçek kullanılmıştır. Aslan ve Sağlam (2015) program değerlendirme çalışmalarının %52,9'unda veri toplama aracı olarak anket kullanıldığını ifade etmişlerdir. Bu çalışmada da anket ve ölçek kullanılan araştırmalar toplandığında %38,6 olarak belirlenmiştir. Gökmenoğlu (2014) program değerlendirme çalışmalarında bu çalışmadaki sonuçlara benzer olarak en çok kullanılan veri toplama aracının görüşme formu ve dokümanların, Kurt ve Erdoğan (2015) ise anket, ölçek ve görüşme formu olduğunu belirlemişlerdir. Değerlendirme çalışmalarında kullanılabilecek bir başka veri toplama aracıda gözlem formudur. Fakat çalışmaların sadece %14,5'inde gözlem formu kullanılmıştır. Tez gibi kapsamlı çalışmalarda gözlem formu kullanılması araştırmacılara bir öneri olarak sunulabilir.

İncelenen tezlerde veri toplama aracı olarak çoğunlukla görüşme formu kullanıldığı için veri analizi olarak içerik analizi kullanılmıştır. Ayrıca değerlendirmesi yapılan öğretim programlarının hedefleri, kazanımları, içeriği ve program hakkında öğretmen, öğrenci ve uzman görüşleri alındığı için veri analizinde çoğunlukla içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Kurt ve Erdoğan (2015) 2004 – 2013 yılları arasındaki program değerlendirme alanında yapılan çalışmaları inceledikleri çalışmada, en çok kullanılan veri analizi tekniğinin betimsel analiz olduğunu ortaya koymuşlardır. Bu çalışmadaki sonuçla farklılık göstermesinin sebebi, incelenen çalışmaların yıllarının farklı olması ve ayrıca bahse konu çalışmada makale çalışmalarına da yer verilmiş olması olabilir.

Türkiye'de hazırlanan program değerlendirme tezlerinde değerlendirme modeli olarak en çok Stufflebeam'ın CIPP modeli ikinci sırada ise Aydınlatıcı değerlendirme modeli kullanılmıştır. Gökmenoğlu (2014) yaptığı çalışmada bu çalışmadaki sonuca benzer olarak en çok kullanılan program değerlendirme modelinin CIPP modeli olduğunu ifade etmiştir. CIPP modeli,

araştırmacılara programın bağlamı, girdileri, süreç ve ürünleri hakkında geri bildirimde bulunur (Eviren, 2017). Kapsamlı bir değerlendirme fırsatı sunması nedeniyle model diğer modellere göre bir adım daha öne çıkmakta ve araştırmalarda çoğunlukla kullanılmaktadır. Doğru kararlar almak ve değerlendirme yapabilmek için birden fazla model kullanılabilir (Kürüm Yapıcıoğlu, Atik Kara ve Sever, 2016). Tezlerde en çok değerlendirilmesi yapılan öğretim programı ise İngilizce ve ardından ikinci sırada ise matematik öğretim programlarıdır.

KAYNAKÇA

[1] Aslan, M. ve Sağlam, M. (2015). *Türkiye'de 2005-2014 Yılları Arasında Yapılan Program Değerlendirme Tezlerinin Metodolojik Açıdan İncelenmesi.* Üçüncü Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Kongresi Bildiri Özeti Kitabı. Adana: Çukurova Üniversitesi.

[2] Brandon, P. R. (1998). Stakeholder participation for he purpose of helping ensure evaluation validity: Bridging the gap between collaborative and non-collaborative evaluations. *American Journal of Evaluation*, 19, 325-337.

[3] Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. & Demirel, F. (2011), *Bilimsel araştırma yöntemleri,* Pegem A Yayınları, 10.Baskı

[4] Demirtaş, Z. (2017). Eğitimde program değerlendirme yaklaşımlarına genel bir bakış. *Sakarya University Journal of Education*, 7(4) (Special Issue), 756 – 768. https://doi.org./10.19126/suje.388616

[5] Ertürk, S. (1997). *Eğitimde program geliştirme*. Meteksan yay. 10. baskı.

[6] Eviren, Ö. (2017). Eğitim değerlendirme modelleri. *Sınırsız Eğitim ve Araştırma Dergisi 2(* 3), 57- 76.

[7] Fitzpatrick, J.L, Sanders, J.R., & Worthen, B.R. (2004). *Program evaluation: Alternative approaches and practical guidelines*. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

[8] Gökmenoğlu, T. (2014). Geniş açı: modeller ve yaklaşımlar açısından Türkiye'de program değerlendirme çalışmaları. *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi 4*(7), 55-70.

[9] Gözütok, D. (2006). *Program değerlendirme*. Gültekin, M (Ed.), Öğretimde planlama ve değerlendirme (ss. 175-190). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

[10] Güven, B., & İleri, S. (2006). Program değerlendirme kavramı ve ilköğretimde program değerlendirme çalışmalarına kuramsal bir bakış. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1-2), 141-163.

[11] Klenowski, V. (2010). Curriculum evaluation: Approaches and methodologies. International Encyclopedia of Education. Elsevier Ltd. http://eprints.qut.edu.au/26163/1/Klenowski_curriculum_evaluation.pdf

[12] Kurt, A. & Erdoğan, M. (2015). Program değerlendirme araştırmalarının içerik analizi ve eğilimleri; 2004-2013 yılları arası *Education and Science, 40*(178), 199-224.

[13] Kürüm Yapıcıoğlu, D., Atik Kara, D. & Sever, D. (2016). Türkiye'de program değerlendirme çalışmalarında eğilimler ve sorunlar: alan uzmanlarının gözüyle. *Uluslararası Eğitim Programları ve Öğretim Çalışmaları Dergisi, 6*(12), 91 – 113.

[14] Marsh, C.J., & Willis, G. (2007). Curriculum: Alternative approaches, ongoing issues. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

[15] Melrose, M. (2006). Exploring paradigms of curriculum evaluation and concepts of quality. *Quality in Higher Education, 4*(1), 37-43.

[16] O'Leary, Z. (2017). *The essential guide to doing your research project. SAGE* Publications Inc

[17] Oliva, P. F. (2005). *Developing the curriculum*. Pearson/Allyn and Bacon.

[18] Özdemir, S.M. (2009). Eğitimde program değerlendirme ve Türkiye'de eğitim programlarını değerlendirme çalışmalarının incelenmesi *Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi, 6*(2), 26-149. http://efdergi.yyu.edu.tr

[19] Stufflebeam, D.L., Madaus, G.F. & Kellaghan, T. (2002). *Evaluation models: Viewpoints on educational and human services evaluation.* Springer.

[20] Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı). Seçkin Yayıncılık.

[21] Worthen B. R. & Sanders. (1987). *Educational evaluation alternative approaches and practical guidelines.* Langman.

TÜRKİYEDE OKUMA GÜÇLÜĞÜ ALANINDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALARDAKİ EĞİLİMLER

Dr, Emine SUR

MEB,– 0000 0002 6594 8885

ÖZET

Türkiye'de okuma güçlüğü alanında hazırlanmış bilimsel araştırmaların analizinin yapıldığı çalışma nitel araştırma yöntemine uygun hazırlanmış ve doküman incelemesine göre desenlenmiştir. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi, Google Akademi ve Researchgate veri tabanlarından "okuma güçlüğü" anahtar kelimesiyle araştırma yapılmıştır. Araştırma kapsamında 28 makale, 7 doktora tezi, 14 yüksek lisans tezi olmak üzere toplam 49 çalışmaya ulaşılmıştır. Mevcut çalışma kapsamında sınıflama formunda araştırmaların yıllara, amaca, sonuca, anahtar kelimeye, veri toplama aracına, veri analiz yöntemine, örneklem türüne, sayısına ve okuma güçlüğünün nedenlerine göre dağılımı alt tema olarak belirlenmiştir. İnceleme sonunda okuma güçlüğü araştırmalarının en fazla 2019 ve 2020 yıllarında yapıldığı, amaç olarak çeşitli uygulamalarla okuma güçlüğünün giderilmeye çalışıldığı (ses, hece, kelime tanıma çalışmaları, zenginleştirilmiş okuma, akıcı okuma programı birlikte okuma-tekrarlayıcı okuma, tekrarlı okuma, model okuma, hata düzeltme ve kendini izleme stratejisi sağaltım paketi, prozodi okuma, öğrenme stilleri, çoklu duygusal yaklaşım, rehberli okuma ve "Okuma Gelişim Programı" (SESFAR), duyuşsal yaklaşım destekli, video teknoloji ve bilgisayar destekli uygulamaların akran öğretimi), sonuçta bu uygulamaların okuma becerisini geliştirdiği görülmüştür Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılmış araştırmaların 23 tanesinin 1-5, 6 tanesinin 6-10, 4 tanesinin 11-20, 6 tanesinin 21-50, 4 tanesinin 51-100, 5 tanesinin 101 ve daha fazla kişiyi örneklem olarak aldığı; 28'inin nitel, 17'sinin nicel ve 4'ünün karma araştırma yöntemine uygun olarak hazırlandığı araştırma kapsamında ulaşılmış diğer bulgulardır.

Anahtar Kelimeler: okuma, okuma güçlüğü, eğilim.

1. GİRİŞ

Okuma, metnin kodunu çözmenin görsel düzeydeki sürecinden başlayarak sözdizimi, anlambilim ve söylemi analiz eden daha derin düzeylerdeki süreçlere, okuyucunun geçmiş bilgilerinden hareketle anlam oluşturmanın son düzeyine kadar çeşitli alt becerileri içeren karmaşık bir bilişsel beceridir (Rafatbakhsh & Ahmadi, 2022). Bir düşünme süreci olan okuma; kelime tanıma, harfi harfine anlama, yorumlama, eleştirel okuma ve yaratıcı anlamayı

kapsamaktadır (Rahim, 2011 Akt. Nabela, Mustadi, Hendrik & Romadon, 2022). Okuduğunu anlamanın okuyucu, metin ve etkinlik olmak üzere üç temel unsuru bulunmaktadır:
1. Okuyucu: Metinden anlam çıkaran okuyucudur. Okuduğunu anlayabilmek için okuyucu kapasiteye ve iyi bir okuma becerisine sahip olmalıdır. Ayrıca okuyucunun anlam kurabilmesi için motivasyonu, ilgisi, kelime bilgisi, dil bilimi, anlama stratejileri vb. bilgilere de sahip olması gerekmektedir.
2. Metin: Okuyucunun anlam kurmasının beklendiği dokümandır. Metnin özelliklerinin anlama üzerinde büyük etkisi bulunmaktadır. Bir metnin zorluk düzeyi; metin ile okuyucunun bilgi ve becerileri arasındaki ilişki ve okuyucunun gerçekleştirdiği etkinlikler gibi metindeki faktörlere bağlıdır.
3. Etkinlik: Anlamanın bir diğer parçası da okuma etkinliğidir. Okuduğunu anlayabilmek için etkili okuma etkinliklerinin yapılması gerekmektedir (Fauzia, Rianti & Asilestari, 2023). Okuma; okuyucu, metin ve etkinlik değişkenleri arasındaki etkileşim sonucunda gerçekleşmektedir. Okuyucu, okuma etkinliği boyunca metinden anlam çıkardığı için bu sürecin en önemli faktörü konumundadır. Anlam çıkarma sürecini fizyolojik (fiziksel sağlık, nörolojik hususlar ve cinsiyet), entelektüel (zeka), çevresel (öğrencilerin geçmişi ve deneyimleri), sosyoekonomik, psikolojik faktörler (motivasyon, ilgi ve sosyal, duygusal ve uyum olgunluğu) etkilemektedir (Aziza, 2023).

Beş faktörün işleyişinde herhangi bir aksaklık söz konusu olduğunda birey okuma güçlüğü ile karşı karşıya kalmaktadır. Okuma güçlüğü, öğrencinin gerekli okuma becerilerinden herhangi birisini kazanamaması durumunda herhangi bir metnin okunmasında sözcük ya da söz öbeklerinin anlamını kavramak, cümle yapısını çözümlemek bakımından karşılaştı zorluklardır (Kuruoğlu ve Şen, 2018). Okuma güçlüğü, okumayla ilgili sorunu ifade eden bir kavramdır. Bu sorunların başında doğru veya akıcı kelime tanıma, yetersiz heceleme ve çözümleme becerilerinde yaşanan aksaklıklar gelmektedir (Kodan, 2020). Ayrıca okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerde "okuma çalışmalarından hoşlanmama, sesli okuma yapmaktan çekinme, okuma becerisinde yavaş gelişme, anlama becerisinde zayıflık" gibi sorunlar görülmektedir (Cain 2010 Akt. Doğuyurt ve Doğuyurt, 2016). Bu sorun öğrencilerin özellikle okuma becerilerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Alqahtani, 2015). Okuma güçlüğü olan öğrenciler okumaya karşı güvensizlik, isteksizlik hissetmekte ve buna bağlı olarak çaresizlik gibi olumsuz duygular yaşamaktadır (Altun, Ekiz ve Odabaşı, 2011).

Okuma yeterliliği, çocukların gelecekteki akademik, ekonomik ve sosyal başarıları için gerekli olan temel becerilerden bir tanesidir (Norton ve Wolf, 2012, aktaran Al Dahhan, Kirby ve Munoz, 2016). Okuma güçlüğü yaşayan bir öğrencinin akademik, ekonomik ve sosyal yaşamda zorluklarla karşılaşacağı inkâr edilemez bir gerçektir. Bu bağlamda hayata hazırlamak için öğrencilerin okuma güçlüğü konusunda yaşadıkları problemleri gidermek son derece kritiktir. Bu nedenle okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalar önem arz etmektedir. Bu araştırma ile Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların genel bir değerlendirmesini yapmak amaçlanmıştır. Araştırmanın temel amacına bağlı olarak alt amaçlar aşağıdaki şekilde belirlenmiştir:
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların yıllara göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların amaçlara göre dağılımı nasıldır?

Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların sonuçlarına göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalarda en çok yer verilen anahtar kelimeler nelerdir?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların araştırma yöntemlerine göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalarda kullanılan veri analiz yöntemleri nelerdir?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların örneklem türüne göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan araştırmaların örneklem/katılımcı sayısına göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan araştırmaların veri toplama araçlarına göre dağılımı nasıldır?
Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan araştırmalarda tespit edilen okuma güçlüğü nedenleri nelerdir?

2.YÖNTEM

Çalışma nitel araştırma yöntemine uygun olarak hazırlanmıştır, doküman incelemesine göre desenlenmiştir. Nitel araştırma, nitel bilgi toplama yöntemlerinin kullanıldığı durumlarda, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırmadır (Yıldırım, 1999). Doküman incelemesi özellikle doğrudan görüşme ve gözlem yapmanın mümkün olmadığı durumlarda tek başına bir araştırma yöntemi olarak kullanılmaktadır. Bu yöntemde, araştırılması planlanan konu, olay ve olgulara ilişkin belgeler bulunmakta, incelenmekte ve belli durum ya da görüşleri ortaya çıkartacak bir senteze varılabilmesi için yazılı materyallerin analizi yapılmaktadır (Karasar, 2012; Yıldırım ve Şimşek, 2016). Ulaşılan çalışmalar araştırmacı tarafından hazırlanan "Sınıflama Formuna" girilmiştir. Çalışmaların analiz edilmesinde betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Betimsel analiz yönteminde veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016).

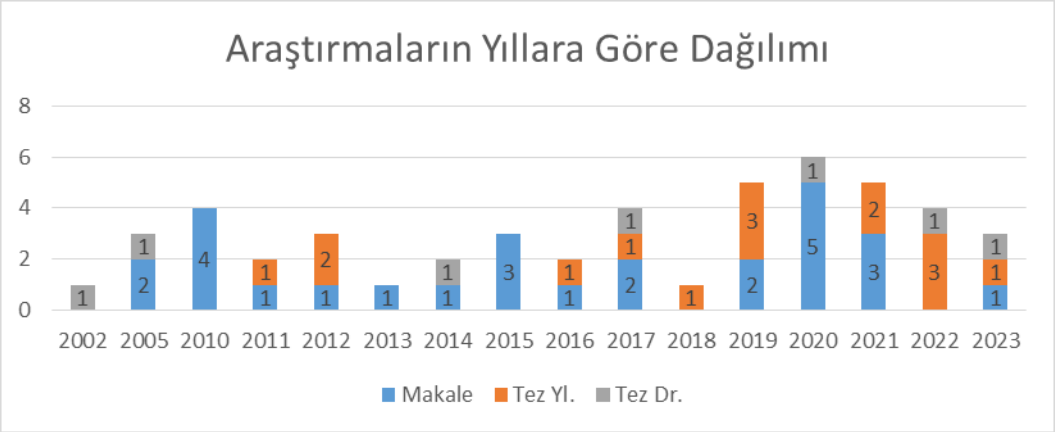
2.1. Verilerin Analizi

Türkiye'de okuma güçlüğü alanında hazırlanmış 49 çalışmanın incelendiği araştırmada betimsel analiz yöntemi kullanılmıştır. Betimsel analiz yönteminde veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenmekte ve yorumlanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Mevcut çalışma kapsamında sınıflama formunda araştırmaların yıllara, amaca, sonuca, anahtar kelimeye, veri toplama aracına, veri analiz yöntemine, örneklem türüne, sayısına ve okuma güçlüğünün nedenlerine göre dağılımı alt tema olarak belirlenmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde Türkiye'de okuma güçlüğü alanında gerçekleştirilen çalışmaların araştırma türü, amacı, sonucu, anahtar kelimeleri, veri toplama aracı, veri analiz yöntemi, örneklem türü ve sayısına ilişkin bulgulara yer verilmiştir:
Araştırmanın Birinci Alt Amacına İlişkin Bulgu

Çizelge 1. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Çizelge 1 incelendiğinde; okuma güçlüğü alanında 2002 yılında bir doktora tezi; 2005 yılında 2 makale 1 doktora tezi; 2010 yılında 4 makale; 2011 yılında 1 makale, 1 yüksek lisans tezi; 2012 yılında 1 makale, 2 yüksek lisans tezi; 2013 yılında 1 makale; 2014 yılında 1 makale, 1 doktora tezi; 2015 yılında 3 makale; 2016 yılında 1 makale, 1 yüksek lisans tezi; 2017 yılında 2 makale, 1 doktora tezi, 1 yüksek lisans tezi; 2018 yılında 1 yüksek lisans tezi; 2019 yılında 2 makale, 3 yüksek lisans tezi; 2020 yılında 5 makale, 1 doktora tezi; 2021 yılında 3 makale, 2 yüksek lisans tezi; 2022 yılında 3 yüksek lisans tezi, 1 doktora tezi; 2023 yılında 1 makale, 1 doktora tezi, 1 yüksek lisans tezi kaleme alındığı görülmektedir.

Araştırmanın İkinci Alt Amacına İlişkin Bulgu

Çizelge 2. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmaların Amaçlara Göre Dağılımı

Amaç	f	%
Ses, hece, kelime tanıma çalışmaları, zenginleştirilmiş okuma, akıcı okuma programı birlikte okuma-tekrarlayıcı okuma, tekrarlı okuma, model okuma, hata düzeltme ve kendini izleme stratejisi sağaltım paketi, prozodi okuma, öğrenme stilleri, çoklu duygusal yaklaşım, rehberli okuma ve "Okuma Gelişim Programı" (SESFAR), duyuşsal yaklaşım destekli, video teknoloji ve bilgisayar destekli uygulamalar, akran öğretimi ile okuma güçlüklerinin giderilmesi,	23	48

Okuma güçlüğü olan ve olmayan öğrencilerin okuma hızlarını, doğruluklarını, hata sıklıklarını, sesbilgisel farkındalık, hızlı isimlendirme ve çalışma belleği becerilerini incelemek	9	19
Sınıf ve Türkçe öğretmenlerinin okuma güçlüğüne ilişkin bilgi ve okuma güçlüğü olan öğrencileri belirleme düzeylerini; sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları okuma güçlüklerini ve bu güçlükleri gidermek için yaptıkları uygulamaları tespit etmek	4	8.5
Okuma becerilerine göre problem çözme başarılarını ve problem çözme sürecinde yaşadıkları güçlükleri incelemek	2	4.25
Disleksi tanısı olan öğrencilerin (müzik eğitimi, rehabilitasyon müdahale programı) okuma güçlüğünü gidermek	2	4.25
Okuma güçlüğü yaşayan ilkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin akademik başarılarını ve okul davranışlarını incelemek.	2	4.25
Okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin Covid-19 sürecindeki uzaktan eğitim deneyimlerini incelemek, öğrenci ve velilerin görüşleri doğrultusunda çözüm önerileri geliştirmek	1	2.12
Öğretmenlerin okuma güçlüğü olan öğrencilerin okuma akıcılığı sorunlarına ve bu sorunlara yönelik yaptığı uygulamalara ilişkin görüşlerini belirlemek	1	2.12
Sınıf ve özel eğitim öğretmenlerinin sınıflarındaki öğrencilerin okuma başarılarını artırmaya yönelik yaptıkları etkinliklerin türünü, sıklığını ve bu öğretmenlerin öğrencilerinin okuma performanslarına yönelik görüşlerini belirlemek	1	2.12
Okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin okuma performanslarını öğrenme güçlüğü riski açısından değerlendirmek	1	2.12
Akıcı Okumayı Geliştirme Müdahale Programı'nın özel öğrenme güçlüğü tanısı olan ve olmayan okumada güçlük yaşayan öğrencilerin akıcı okuma becerileri üzerindeki etkisini incelemek	1	2.12
Toplam	**47**	**100**

Çizelge 2'de görüldüğü gibi Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların %47sinin çeşitli uygulamalar ile okuma güçlüğünü gidermeyi amaçladığı; %19'unun okuma güçlüğü olan ve olmayan öğrencileri karşılaştırdığı; %8.5'i öğretmenlerin okuma güçlüğüne ilişkin bilgi ve okuma güçlüğü olan öğrencileri belirleme düzeylerini; sınıf öğretmenlerinin karşılaştıkları okuma güçlüklerini ve bu güçlükleri gidermek için yaptıkları uygulamaları tespit etmeyi; %4.25'inin okuma becerilerine göre problem çözme başarılarını, disleksi tanısı olan öğrencilerin (müzik eğitimi, rehabilitasyon müdahale programı) okuma güçlüğünü gidermeyi, okuma güçlüğü yaşayan ilkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin akademik başarılarını ve okul davranışlarını incelemeyi; %2.12'sinin okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin Covid-19 sürecindeki uzaktan eğitim deneyimlerini incelemeyi, öğretmenlerin sınıflarındaki öğrencilerin okuma başarılarını artırmaya yönelik yaptıkları etkinliklerin türünü, sıklığını ve bu öğretmenlerin öğrencilerinin okuma performanslarına yönelik görüşlerini belirlemeyi, okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin okuma performanslarını öğrenme güçlüğü riski açısından değerlendirmeyi, Akıcı Okumayı Geliştirme Müdahale Programı'nın özel öğrenme güçlüğü tanısı olan ve olmayan okumada güçlük yaşayan öğrencilerin akıcı okuma becerileri üzerindeki etkisini incelemeyi amaçladığı görülmektedir.

Araştırmanın Üçüncü Alt Amacına İlişkin Bulgu

Çizelge 2. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmalarda Elde Edilen Sonuçların Dağılımı

Sonuç	f	%
Ses, hece, kelime tanıma çalışmaları, zenginleştirilmiş okuma programı, çeşitli uygulamalar, birlikte okuma uygulamaları, tekrarlı okuma, akıcı okuma, eğitim programı uygulamaları, çoklu duygusal yaklaşım, rehberli okuma, SESFAR, 3P ve boşluk tamamlama, prozodi öğretimi, öğrenme stilleri okuma becerisinin gelişmesinde etkili bir yöntemdir.	18	52
Okuma güçlüğü olmayan öğrenciler akıcı okumanın bütün boyutlarında daha başarılı olmuştur. Okuma güçlüğü olan çocukların ise fonolojik stratejiye hâkim olmadıkları ve bütünsel olarak okudukları sözcük sayısının sınırlı olduğu sonucuna varmıştır	2	5.8
Okuma güçlüğü olan öğrenciler; okuma güçlüğü olmayan öğrencilere göre cümle anlama becerilerinde, fonolojik bellek alanlarında daha düşük performans sergilemektedir.	2	5.8
Okuma güçlüğü yaşayan çocukların akademik başarıları düşüktür. Ayrıca öğrenciler sınıf içi ve sınıf dışı davranışlarında, okul ortamında, öğrenme etkinliklerinde sorunlar yaşamakta, sınıf içinde istenmeyen davranışlar sergilemektedir.	2	5.8
İlköğretim birinci kademede okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin öz saygı puanları ikinci kademde okuma güçlüğü yaşayan öğrencilere göre anlamlı derecede yüksektir.	1	2.9
Okuduğunu anlama seviyesi düştükçe öğrencilerin problem çözme becerisi de düşmektedir.	1	2.9
AGEP uygulaması özel güçlüğü olan ve olmayan çocukların okuma becerisini geliştirmiştir.	1	2.9
Covid 19 sürecinde öğrenciler ve veliler okumanın hayatımızda önemli bir yere sahip olduğunu ve bunun devamlı olarak geliştirilmesi gerektiğini düşünmektedir.	1	2.9
Okuma destek programı okuma becerisini ve okuma tutumunu olumlu yönde etkilemektedir.	1	2.9
Okuma güçlüğü olan öğrencileri için öğretmenler, prozodik okumaya model olmakta, tekrarlı okuma ve fonik analiz tekniklerini kullanmaktadır.	1	2.9
Okuma güçlüğü olan çocukların sözcük okuma, sesbilgisel farkındalık, hızlı isimlendirme ve çalışma belleği becerilerinin normal gelişim gösteren akranlarından önemli düzeyde farklılaşmaktadır.	1	2.9

Türkçe ve sınıf öğretmenleri okuma güçlüğü olan öğrencileri belirlemede yetersiz kalmaktadır.	1	2.9
Sınıf öğretmenlerinin okuma güçlüğüne ilişkin bilgi düzeyleri yüksektir.	1	2.9
Okuma güçlüğü tanısı konulan çocuklar okuma güçlüğü olamayan çocuklara göre daha çok okuma hataları yapmaktadır. Okuma hızları ve okuduğunu anlama becerileri düşüktür.	1	2.9
Toplam		**100**

Çizelge 2'de görüldüğü gibi Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan araştırmaların %52'si ses, hece, kelime tanıma çalışmaları, zenginleştirilmiş okuma programı, çeşitli uygulamalar, birlikte okuma uygulamaları, tekrarlı okuma, akıcı okuma, eğitim programı uygulamaları, çoklu duygusal yaklaşım, rehberli okuma, SESFAR, 3P ve boşluk tamamlama, prozodi öğretimi, öğrenme stilleri okuma becerisinin gelişmesinde etkili bir uygulama olduğunu göstermiştir.

Çizelge 3. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmalarda En Çok Yer Verilen Anahtar Kelimeler

ARAŞTIRMALARDA EN ÇOK YER ALAN ANAHTAR KELİMELER	
Okuma (51)	Tekrarlı okuma (4)
Okuma güçlükleri (25)	Kelime tekrar tekniği (3)
Anlama (13)	Strateji (4)
Akıcı okuma (13)	Prozodi (3)
Öğrenme güçlüğü (6)	Strateji (3)
Öğretmen (8)	Yöntem (3)
Disleksi (5)	

Çizelge 3'te görüldüğü gibi Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalarda en çok yer verilen anahtar kelimeler okuma, okuma güçlüğü, anlama, akıcı okuma, öğrenme güçlüğü, öğretmen, disleksi, tekrarlı okuma, kelime tekrar tekniği, strateji, prozodi, yöntem, fonoloji ve özel eğitim olarak belirlenmiştir.

Grup Okuma (akıcı okuma, okuma akıcılığı problemleri, tekrarlı okuma, eko okuma, okuma güçlüğü, okuma becerisi, zenginleştirilmiş okuma programı, birlikte okuma, okuma problemi, okuma etkinlikleri, sesli okuma, okuma hataları, okuma başarısı, okuma hızı, okuma tutumu, okuma motivasyonu, zayıf okuyucu, okuma stilleri, cümle anlama, sözdizimsel bilgi ve beceriler, kelime işlemleme, prozodik okuma, okuma stili, hata düzeltme)

Grup Strateji (akıcı okuma stratejisi, paragrafın önceden dinlenilmesi stratejisi, tekrarlı okuma stratejisi, kendini izleme stratejisi, Kelime Kutusu Stratejisi)

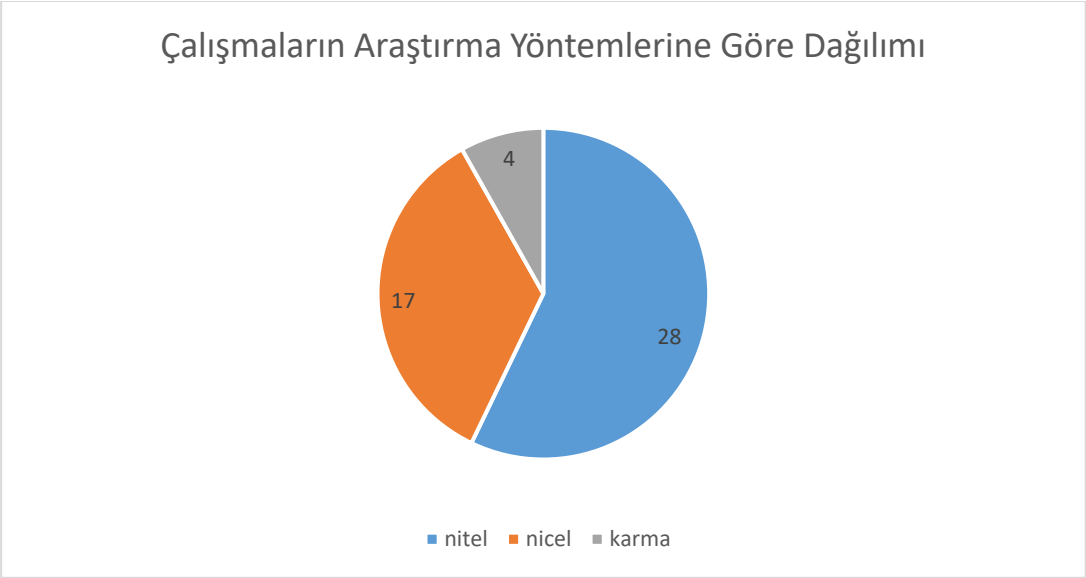
Grup Okul (ilkokul, okul davranışları, Türkçe öğretmeni, sınıf öğretmeni, sınıf öğretmeni görüşleri, sınıf öğretmeni görüşleri)

Grup Eğitim (uzaktan eğitim, okuma-yazma öğretimi, Covid 19, AGEP)

Grup Yöntem-teknik (nitel araştırma, eylem araştırması, durum çalışması, 3P metodu, hikaye haritası yöntemi, boşluk tamamlama tekniği, kelime tekrar tekniği)

Grup Öğrenme Güçlüğü (disleksi, özel eğitim, özel öğrenme güçlüğü, gelişimsel disleksi)

Araştırmanın Dördüncü Alt Amacına İlişkin Bulgu



Görsel 1. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmaların Araştırma Yöntemlerine Göre Dağılımı

Görsel 1. incelendiğinde Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların 28'inin nitel (%57), 17'sinin nicel (%34) ve 4'ünün (%8) karma araştırma yöntemine uygun olarak hazırlandığı görülmektedir.

Araştırmanın Beşinci Alt Amacına İlişkin Bulgu

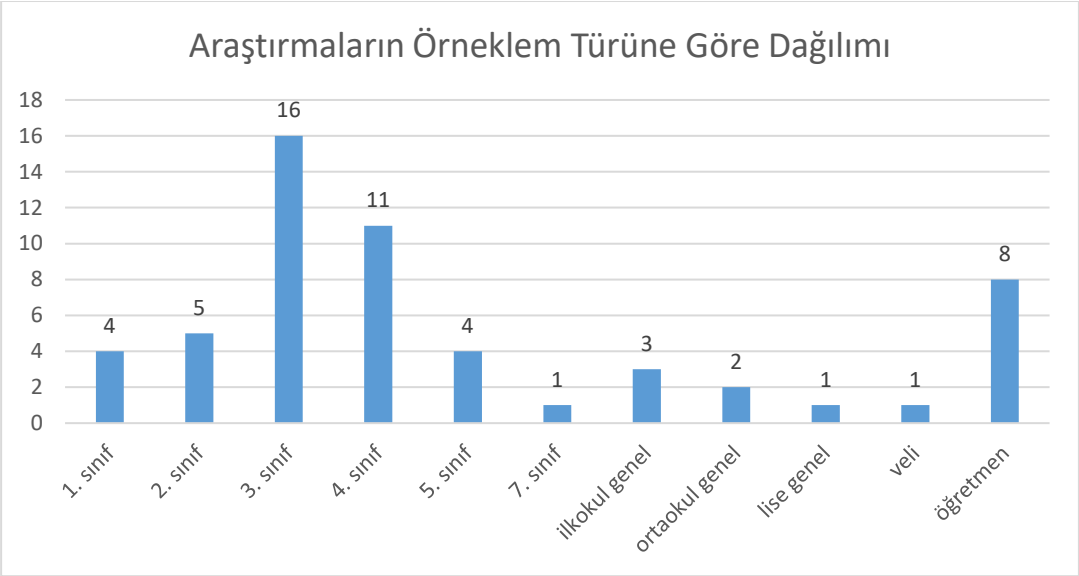
Çizelge 4. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Analiz Yöntemleri

	Veri Analiz Yöntemleri		**f**	**%**
Nicel Araştırmalar	Betimsel	Frekans, Yüzde, Aritmetik Ortalama, Standart Sapma, Mod, Ortanca, Çarpıklık, Basıklık	23	%36
		Parametrik Testler (Anova, T Testi, Pearson Korelasyon, Regresyon, Manova, Ancova)	7	%11
	Kestirimsel	Nonparametrik Testler (Ki-Kare, Wilcoxon, Mann-Whitney U, Spearman Korelasyon, Friedman, Kruskal Wallis)	10	%15
Nitel Araştırmalar		İçerik Analizi	10	%15
		Betimsel Analizi	12	%19
		Belirtilmemiş	1	%1.5

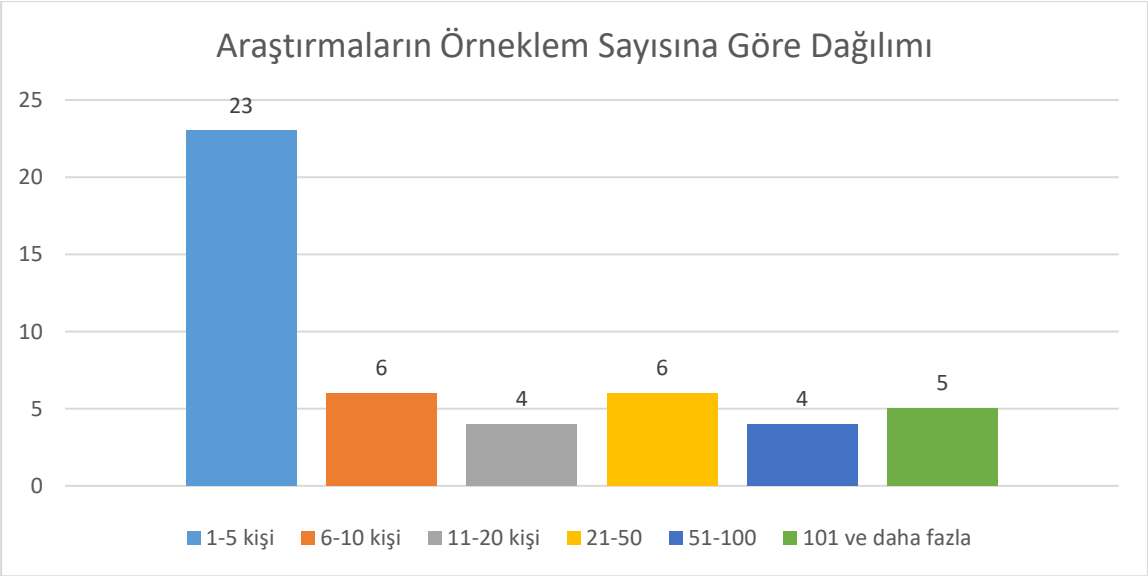
Çizelge 4 incelendiğinde %36'sının betimsel, %26'sının nicel ve %35.5'inin nitel veri analiz yöntemine uygun olarak hazırlandığı görülmektedir.

Araştırmanın Altıncı Alt Amacına İlişkin Bulgu

Çizelge 5. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmaların Örneklem Türüne Göre Dağılımı



Çizelge 5 incelendiğinde Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılmış araştırmaların 4 tanesi 1. sınıf öğrencilerini, 5 tanesi 2. sınıf öğrencilerini, 16 tanesi 3. sınıf öğrencilerini, 11 tanesi 4. sınıf öğrencilerini, 4 tanesi 5. Sınıf öğrencilerini örneklem almıştır. İlkokul düzeyinde 3, ortaokul düzeyinde 2, lise düzeyinde 1 araştırmanın hangi sınıf düzeyinde gerçekleştirildiği belirtilmemiştir. 1 araştırmada veli ve 8 araştırmada öğretmen örneklem olarak alınmıştır.



Görsel 2. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Araştırmaların Örneklem/Katılımcı Sayısına Göre Dağılımı

Görsel 2 incelendiğinde Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılmış araştırmaların 23 tanesi 1-5 kişi, 6 tanesi 6-10 kişi aralığında, 4 tanesi 11-20 kişi aralığında, 6 tanesi 21-50 kişi aralığında, 4 tanesi 51-100 kişi aralığında, 5 tanesi 101 ve daha fazla kişiyi örneklem olarak almıştır.

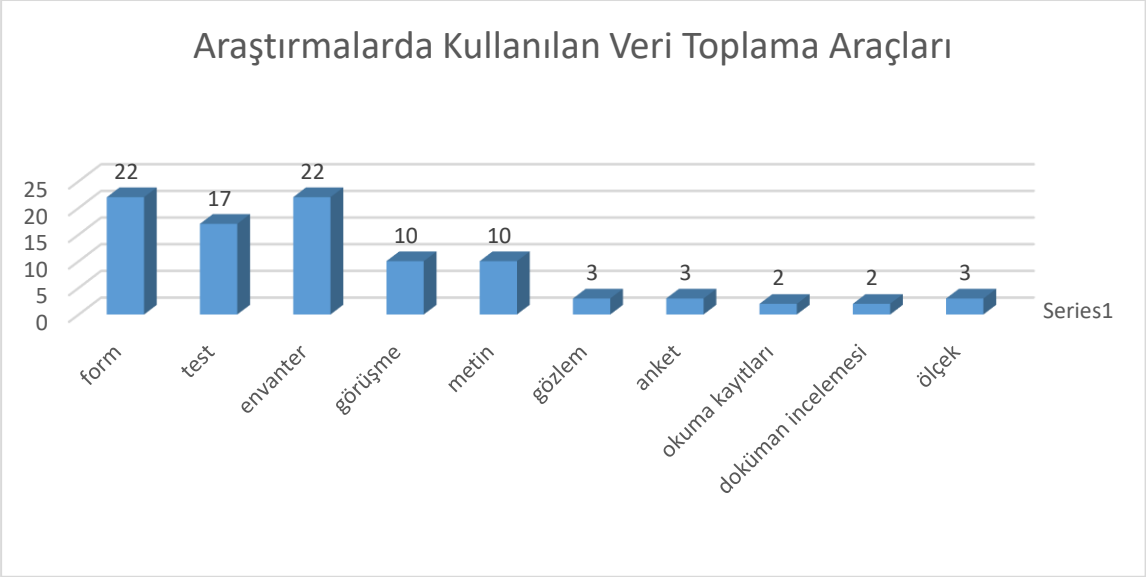
Çizelge 6. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçları

Araştırmacı(lar)	**Veri Toplama Araçları**
Akyol ve Boyaci-Altınay, 2019	hata analiz envanteri, ses kaydı, görüşme formu
Kuruyer, 2014	okuma motivasyon profili-türkçe formu, okuma motivasyon ölçeği, stroop testi tbag formu, görsel işitsel sayı dizileri testi-b formu, işaretleme testi, sayı dizileri öğrenme testi, okuduğunu anlama envanteri
Küçükcaymaz, 2011	kişisel bilgi formu, coppersmith benlik saygısı ölçeği,
Sezgin Memnun ve Kanbur, 2020	okuduğunu anlama testi, problem çözme testi
Öncü, 2023	program tabanlı ölçme, fonolojik farkındalık ölçeği, türkçede kelime okuma bilgisi testi, prozodik okuma ölçeği
Özkara, 2010	kelime anlama düzey, yüzdeliğini belirleme kılavuzu" kişisel bilgi formu
Peksoy, 2018	hata analiz envanteri, prozodik okuma ölçeği
Polat, 2022	vaka formu, bütünleştirilmiş dil ve okuryazarlık testi- tılls (tests of integrated language and literacy skills)
Pürsün ve Koçak, 2023	fonolojik farkındalık ölçeği, formel olmayan okuma envanteri, yanlış analizi envanteri, okuma metinleri, araştırmacının gözlem ve notları ile görüşme
Pürsün, 2022	öz yeterlik değerlendirme ölçeği, görüşme formu, başarı testi ve okuma becerisi geliştirme öğretim etkinliği
Satılmış, 2021	yanlış analiz envanteri, okuma metni
Seçkin, 2012	öyküleyici bir metin, sesli okuma kayıt çizelgesi, çok boyutlu okuma akıcılığı puanlama anahtarı ve prozodik okuma kontrol listesi
Sert, 2019	prozodik okuma ölçeği, okuma metni, sosyal geçerlik formları
Çeliktürk Sezgin ve Akyol, 2015	yanlış analizi envanteri, okuma metni, sosyal geçerlik formları
Sidekli ve Yangın, 2005	kişisel değerlendirme formu, ortam ve seslendirme ölçeği
Sidekli, 2010	okuma hatasını tespit rubriği, okuma metni
Sirem ve Baş, 2020	yarı yapılandırılmış görüşme formu
Sirem, 2020	yanlış analiz envanter, okuma motivasyonu ölçeği, okumaya yönelik tutum ölçeği
Sözen, 2017	yanlış analiz envanteri, video kayıtları, yansıtıcı günlük, sağlık kontrol testleri, öğrenci ürünleri ve yarı yapılandırılmış görüşme formu okuduğunu anlama testi

Akyol vd., 2014	envanter, kelime tanıma listesi, anlama testi
Arık, 2021	kişisel bilgi formu, veli bilgi formu, okuduğunu anlama metinleri ve anlama soruları,okuma prozodisi rubriği, formel olmayan okuma envanteri ve okuma motivasyonu profili
Avci, 2023	yanlış analizi envanteri", "fonolojik farkındalık ölçeği", "özel öğrenme güçlüğü gözlem formu" ve "görüşme formu"
Baydık vd., 2012	anket (öğretmenlerin okuma güçlüğü olan öğrencileri belirleme ve öğretim uygulamaları)
Baydık, 2002	okuma metni
Bozdağ, 2022	ses bilgisi farkındalık ölçeği
Çakıroğlu, 2015	anket (düşük okuma başarısının nedenleri ve öğretmenlerin kullandıkları etkinlikler)
Dağ, 2010	okuma becerisini geliştiren etkinlikler, okuma metni
Demirtaş, 2016	gözlem, görüşme, doküman incelemesi, envanter
Demirtaş, 2017	kelime okuma testi (kobit), erken okuryazarlık testi (erot), çalışma belleği ölçeği
Demirtaş, 2022	okuma metinleri, sesli okuma kayıtları, yanlış analiz envanteri
Doğan, 2013	bilgi testi, görüşme formu
Ege, 2019	yanlış analiz envanteri, okuma sorusu
Ergül, 2012	öğretmen görüşme formu, okuma akıcılığı ölçü aracı
Gökçe Sarıpınar ve Erden, 2010	okuma metni, wechsler çocuklar için zeka ölçeği - gözden geçirilmiş formu (wçzö)
Gül, 2019	yanlış analiz envanteri ,ders kitapları
Güldenoğlu vd., 2015	çoktan seçmeli bir cümle anlama işlemi
Kesikçi ve Amado, 2005	fonolojik bellek ölçümleri, görsel ‹flitsel say› dizileri testi-g‹sd-a, wechsler çocuklar için zeka ölçeği
Kodan, 2020	okuma güçlüğüne ilişkin bilgi ölçeği
Yüksel, 2010	envanter, okuma metni
Doğuyurt ve Doğuyurt, 2016	yanlış analizi envanteri
Türkmenoğlu ve Baştuğ, 2017	alan notları, araştırma günlüğü, görüşme formları, ses kayıtları, yanlış analiz envanteri, prozodik okuma ölçeği
Arslan, 2005	öğrenci gözlem formu, öğretmen anketi, veli anketi, öğrenci görüşme formu, okuma gözlem formu, okuma metni, çalışma metni, okuma kitabı
Kanık Uysal ve Akyol, 2019	yanlış analiz envanteri, okuma metni
Demirtaş Şenel ve Baştuğ, 2020	gözlem, görüşme, doküman incelemesi, yanlış analiz envanteri

Şahin, 2021	kitap okuma motivasyonu ölçeği (komö), okumaya yönelik tutum ölçeği
Gökalp ve Bağlama, 2021	görüşme formu

Çizelge 6'da Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan araştırmalarda kullanılan veri toplama araçlarına yer verilmiştir.



Görsel 3. Türkiye'de Okuma Güçlüğü Alanında Yapılan Çalışmalarda Kullanılan Veri Toplama Araçlarının Dağılımı

Görsel 3 incelendiğinde Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılmış araştırmalarda veri toplama aracı olarak form, test, envanter, görüşme, metin, gözlem, anket, okuma kayıtları ve doküman incelemesinin kullanıldığı görülmektedir.

Çizelge 7. İncelenen Araştırmalarda Okuma Güçlüğünün Nedenlerine İlişkin Bulgular

Çalışmanın Adı	Faktörler
Altun vd., 2011	Yeterli Okumama Ailenin İlgisizliği Çoğu Kelimeyi Bilmeme veya Karşılaşmama Kekemelik Zihinsel Gerilik Heyecan Yavaş Okuma Okumayı Sevmeme Hızlı Okuma İsteği Yanlış Yönlendirme Uzun Süre Dikkatlerini Verememe
Çakıroğlu, 2015	Ailenin İlgisiz Tutumları Öğrencinin Kendisi Öğrencinin Özür/Engel Durumu Öğrencinin Sınıf Kurallarını Bilmemesi Öğretmenin Kendisi

Doğan, 2013	Ailesel Faktörler Fiziksel Nedenler Öğrenme Güçlüğünden Kaynaklı Nedenler Öğrencinin İlgisizliği
Kodan, 2020	Aile Ortamı, Arkadaş Çevresi Öğretmenin Yapamadıkları Olmaması Gereken Devamsızlıklar
Gökalp ve Bağlama, 2021	Hazırbulunuşluluk Zeka Geriliği Kalıcılık Disleksi Heceleme Aileden Kaynaklı Özgüven Eksikliği İletişim Sorunu

Çizelge 7'de görüldüğü gibi Türkiye'de gerçekleştirilen okuma güçlüğü araştırmalarında okuma güçlüğünün nedenleri yeterli okumama, ailenin ilgisizliği, öğrenme güçlüğü, iletişim sorunu, okumayı sevmeme olarak belirlenmiştir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Araştırmadan elde edilen ilk bulguya göre Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalar 2002 yılında başlamış ve 2023 yılına kadar da devam etmiştir. Bu alandaki araştırmalar 2019, 2020 ve 2021 yıllarında yoğunlaşmıştır. Alanyazın incelendiğinde Yıldız ve Aydoğmuş (2021), yaptığı araştırma dışında Türkiye'de okuma güçlüğü araştırmalarını topluca değerlendiren bir çalışmaya rastlanılamamıştır. Yıldız ve Aydoğmuş'un (2021), araştırmasında ise ilkokul düzeyi örneklem olarak alınmıştır. Araştırmanın bu bulgusu son dönemlerde okuma güçlüğü araştırmalarına önem verildiğini göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen ikinci bulguya göre, Türkiye'de okuma güçlüğü alanındaki araştırmaların önemli bir kısmında ses, hece, kelime tanıma çalışmaları, zenginleştirilmiş okuma, akıcı okuma programı birlikte okuma-tekrarlayıcı okuma, tekrarlı okuma, model okuma, hata düzeltme ve kendini izleme stratejisi sağaltım paketi, prozodi okuma, öğrenme stilleri, çoklu duygusal yaklaşım, rehberli okuma ve "Okuma Gelişim Programı" (SESFAR), duyuşsal yaklaşım destekli, video teknoloji ve bilgisayar destekli uygulamaların akran öğretimi ile okuma güçlüklerinin giderilmesi amaçlanmıştır. Okuma güçlüğü bireyin okuduğu metni anlamasında önemli bir problemdir. Gerçekleştirilen çalışmalar ile bu problemin ortadan kaldırılması araştırmacıların temel amacı durumundadır. Türkiye'de okuma güçlüğü alanındaki araştırmaların incelenmesi ile tespit edilen bir diğer amaç, okuma güçlüğü olan ve olmayan öğrencilerin okuma hızlarını, doğruluklarını, hata sıklıklarını, sesbilgisel farkındalık, hızlı isimlendirme ve çalışma belleği becerilerini incelemektir.

Araştırmadan elde edilen üçüncü bulguya göre, okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalarda en çok yer verilen anahtar kelimeler okuma, okuma güçlüğü, anlama, akıcı okuma, öğrenme güçlüğü, öğretmen, disleksi, tekrarlı okuma, kelime tekrar tekniği, strateji, prozodi, yöntem, fonoloji ve özel eğitim olarak belirlenmiştir. Araştırmanın bu bulgusu okuma güçlüğü araştırmalarındaki amaçların tespit edildiği ikinci bulguyla tutarlılık göstermektedir. Araştırmaların anahtar kelimeleri amaçları ile tutarlılık göstermektedir.

Araştırmadan elde edilen dördüncü bulguya göre, Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmaların %57'si nitel, %34'ü nicel ve %8'i karma araştırma yöntemine uygun olarak hazırlanmıştır. Okuma güçlüğü araştırmalarının önemli bir kısmı nitel araştırma yöntemine uygun olarak hazırlanmıştır. Yıldız ve Aydoğmuş (2021), ilkokul düzeyindeki okuma güçlüğü çalışmalarını incelemiş ve bu araştırmaların %70.7'sinin nitel, %29.3'ünün nicel yaklaşımlarla gerçekleştirildiği sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmanın bu bulgusu alanyazındaki diğer araştırmayla tutarlılık göstermektedir. Araştırmadan elde edilen beşinci bulguya göre ise okuma güçlüğü araştırmalarında veri analiz yöntemi olarak %36'sı betimsel, %26'sı nicel ve %35.5'i nitel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Okuma güçlüğü araştırmalarında araştırma yöntemi olarak da nitel yöntemlerin kullanılması veri analiz yöntemi olarak nitel yöntemlerin kullanılmasını zorunlu kılmıştır. Nitel yöntemlerde örneklemlere zaman ve maliyet bakımından daha kolay ulaşabilmesi ve genelleme amacının öncelik olarak görülmemesi bu yöntemi diğerlerinden daha avantajlı kılmaktadır (Yavuzaslan ve Düzkantar, 2019). Bu durum araştırma yöntemi olarak nitel yöntemlerin kullanılmasını sağlamaktadır. Göktaş vd. (2012) yapmış olduğu araştırmada örneklem sayılarının nicel ve karma yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarda en fazla 31-100, nitel yöntemlerin kullanıldığı araştırmalarda ise en fazla 11-30 aralığında seçildiğini tespit etmiştir. Okuma güçlüğü alanındaki araştırmalarda nitel yöntemlerin kullanılması örneklem sayısı bakımından küçük örneklemlere yer verilmesini sağlamıştır. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre, Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılan çalışmalarda örneklem türü olarak her düzeyden katılımcının yer aldığı çalışmaya rastlanmaktadır. Bu durum olumlu bir bulgu olarak değerlendirilmektedir çünkü her düzeydeki öğrencide okuma güçlüğü problemi görülebilmektedir. Araştırmadan elde edilen bir diğer bulguya göre, Türkiye'de okuma güçlüğü alanında yapılmış araştırmalarda veri toplama aracı olarak form, test, envanter, görüşme, metin, gözlem, anket, okuma kayıtları ve doküman incelemesinin kullanıldığı görülmektedir. Okuma güçlüğü araştırmalarında nitel yöntemlerin kullanılması seçilen veri toplama araçlarının da nitel yaklaşımın doğasına uygun araçlardan seçilmesini sağlamıştır. Okuma güçlüğü araştırmalarının nitel yöntemlere uygun olarak hazırlanması araştırmanın diğer bulgularını (örneklem sayısı, veri toplama aracı, veri analiz yöntemi) önemli ölçüde etkilemektedir.

Türkiye'de gerçekleştirilen okuma güçlüğü araştırmalarında okuma güçlüğünün nedenleri öğrenci, aile, çevre ve öğretmen değişkenlerinden kaynaklandığı tespit edilmiştir. Öğrenciden kaynaklanan nedenler öğrencinin sınıf kurallarını bilmemesi, kekemelik, zihinsel gerilik, heyecan, yavaş okuma, okumayı sevmeme, hızlı okuma isteği, zekâ geriliği; aileden kaynaklanan nedenler ailenin ilgisiz tutumları; çevreden kaynaklanan nedenler aile ortamı ve arkadaş çevresi olarak tespit edilmiştir. Araştırmanın bu bulgusu okuma güçlüğünün en önemli faktörünün öğrenci olduğunu göstermektedir.

KAYNAKÇA

Akyol, H. ve Boyaci-Altinay, Y. (2019). Reading difficulty and its remediation: a case study. European Journal of Educational Research, 8(4), 1269 – 1286.

Akyol, H., Çakıroğlu, A. ve Kuruyer, H. G. (2014). A Study on the development of reading skills of the students having difficulty in reading: Enrichment reading program. International Electronic Journal of Elementary Education, 6(2), 199-212.

Al Dahhan, N., Kirby, J., & Munoz, D. (2016). Understanding reading and reading difficulties through naming speed tasks: Bridging the gaps among neuroscience, cognition, and education. https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2332858416675346

Alqahtani, M. (2015). The importance of vocabulary in language learning and how to be taught. International Journal of Teaching and Education, 3(3), 21–34.

Arık, F. H. (2021). Okuma gelişim programının okuma güçlüğü üzerindeki etkisi: biçimlendirici deneme araştırması. Yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Arslan, D. (2005). İlkokuma öğretiminde karşılaşılan güçlükler ve okumayı geliştirici duyuşsal yaklaşımlar. Doktora tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Altun, T., Ekiz, D., ve Odabaşı, M. (2011). Sınıf öğretmenlerinin sınıflarında karşılaştıkları okuma güçlüklerine ilişkin nitel bir araştırma. Dicle Üniversitesi Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi, 17, 80-101.

Avci, B. N. (2023). Okuma güçlüğü olan öğrencilerin fonolojik farkındalık ve okuma düzeylerinin gelişmesinde müzik eğitimi. Yüksek Lisans Tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.

Aziza, F. A. (2023). Analysis of beginning reading ability and difficulties faced 4th grade elementary students at MI Tarbiyatul Falah. LADU: Journal of Languages and Education, 3(4), 161-170. DOI: https://doi.org/10.56724/ladu.v3i4.220

Baydık, B. (2002). Okuma güçlüğü olan ve olmayan çocukların sözcük okuma becerilerinin karşılaştırılması. Doktora tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, 2002.

Baydık, B., Ergül, C. ve Bahap Kudret, Z. (2012). Reading fluency problems of students with reading difficulties and their teachers' instructional practices towards these problems. Elementary Education Online, 11(3), 778-789.

Bozdağ, T. (2022). Sesbilgisel farkındalık becerilerini destekleme müdahale programının okuma güçlüğü yaşayan öğrencilerin sesbilgisel farkındalık becerilerine etkisi. Yüksek lisans tezi, Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırşehir.

Çakıroğlu, O. (2015). Evaluating the readability levels of elementary school textbooks regarding students with learning disabilities. Elementary Education Online, 14(2), 671-681. http://dx.doi.org/10.17051/io.2015.31984

Çeliktürk Sezgin, Z. ve Akyol, H. (2018). Kavram odaklı okuma öğretiminin ilkokul dördüncü sınıf öğrencilerinin okuma motivasyonuna ve okuduklarını anlamaya etkisi. Elementary Education Online, 17(2), 546-561.

Dağ, N. (2010). Okuma güçlüğünün giderilmesinde 3p metodu ile boşluk tamamlama (cloze) tekniğinin kullanımı üzerine bir çalışma. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Özel Eğitim Dergisi, 11 (01), 63-77. DOI: 10.1501/Ozlegt_0000000146

Demirtaş, Ç. P. (2017). Okuma güçlüğü olan öğrencilerde okuma, sesbilgisel farkindalik, hizli isimlendirme ve çalışma belleği becerilerinin incelenmesi. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Demirtaş, E. (2022). Prozodi öğretiminin okuma güçlüğü olan bir ilkokul üçüncü sınıf öğrencisinin okuma akıcılığı ve okuduğunu anlama becerileri üzerindeki etkisi. Yüksek lisans tezi, Bartın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bartın.

Demirtaş, G. (2016). Okuma güçlüğü yaşayan dördüncü sınıf öğrencileri üzerine bir durum çalışması. Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Niğde.

Demirtaş Şenel, G. ve Baştuğ, M. (2020). An ın-depth ınvestigation of primary school students with reading difficulty: a case study. Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları, 8(1), 68-88.

Doğan, B. (2013). Türkçe ve sınıf öğretmenlerinin okuma güçlüğüne ilişkin bilgileri ve okuma güçlüğü olan öğrencileri belirleyebilme düzeyleri. Okuma Yazma Eğitimi Araştırmaları, 1 (1), 20-33

Doğuyurt, M. F. ve Doğuyurt, S. B. (2016). Okuma güçlüğü çeken öğrencilerin okuma becerisinin geliştirilmesine yönelik bir çalışma: bir eylem araştırması. 21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum, 5(14), 275-286.

Ege, B. (2019). Okuma güçlüğünün giderilmesinde akıcı okuma stratejilerinin etkisi. Yüksek lisans tezi, Bayburt Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Bayburt.

Ergül, C. (2012). Okumada güçlük yaşayan öğrencilerin okuma performanslarının öğrenme güçlüğü riski açısından değerlendirilmesi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 12(3), 2033-2057.

Fauzia, Y., Rianti, W. & Asilestari, P. (2023). An analysis on students' reading comprehension difficulties in narrative text at Sma Muhammadiyah Bangkinang. Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan, 2(1), 121-126.

Gökalp, T. ve Bağlama, B. (2021). Kaynaştırma öğrencisi olan sınıf öğretmenlerinin okuma güçlüğü ile ilgili görüşlerinin incelenmesi. Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi, 6(1), 128-136.

Gökçe-Sarıpınar, E., & Erden, G. (2010). Okuma güçlüğünde akademik beceri ve duyusal-motor işlevleri değerlendirme testlerinin kullanılabilirliği [Usability of tests measuring academic skills and sensorymotor functions in reading disability]. Türk Psikoloji Dergisi, 25(65), 56-66.

Göktaş, Y. , Küçük, S., Aydemir, M., Telli, E., Arpacık, Ö., Yıldırım, G. & Reisoğlu, İ. (2012). Türkiye'de eğitim teknolojileri araştırmalarındaki eğilimler: 2000-2009 dönemi makalelerinin içerik analizi. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi, 12(1), 177-199.

Gül, M. (2019). Okuma güçlüğü yaşayan ilkokul 4.sınıf öğrencisinin öğrenme stiline uygun zenginleştirilmiş öğretim yöntemleriyle okuma güçlüğünün giderilmesi. Yüksek lisans tezi, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak.

Güldenoğlu, B., Kargın, T. ve Miller, P. (2015). Okuma güçlüğü olan ve olmayan öğrencilerin cümle anlama becerilerinin incelenmesi. Türk Psikoloji Dergisi, 30 (76), 82-96.

Kanık Uysal, P. ve Akyol, H. (2019). Okuma güçlüğü ve giderilmesi: bir eylem araştırması, Eğitim ve Bilim, 44(198), 17-35.

Karasar, N. (2012). *Bilimsel araştırma yöntemleri.* Ankara: Nobel Yayınevi.

Kesikçi, H. ve Amado, S. (2005). Okuma güçlüğü olan çocukların fonolojik bellek, kısa süreli bellek ve wısc-r testi puanlarına ait bir inceleme. Türk Psikoloji Dergisi, 20 (55), 99-110.

Kodan, H. (2020). Okuma Güçlüğüne İlişkin Öğretmen Görüşleri. Bayburt Eğitim Fakültesi Dergisi, 15(29), 204-222. DOI: 10.35675/befdergi.644534

Kuruoğlu, G. ve Şen, N. (2018). Okuma güçlüğü yaşayan ortaokul öğrencilerine uygulanan hızlandırılmış okuma eğitiminin etkisi. Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, 47, 36-45.

Kuruyer, H., G. (2014). Zenginleştirilmiş okuma programının okuma güçlüğü olan öğrencilerin bilişsel süreç ve nöral yapılarına etkisi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Küçükcaymaz, S. (2011). Okuma güçlüğü olan ilköğretim birinci ve ikinci kademe öğrencilerinin benlik saygı düzeylerinin karşılaştırılması. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Nabela, S. J., Mustadi, A. Hendrik, M. & Romadon (2022). Implementating 'Calistung' Clinic Program to Overcome Students' Reading Difficulty. Al-Ishlah: Jurnal Pendidikan, 14(3), 3135-3148.

Öncü, B. (2023). Okuma güçlüğünün giderilmesinde akıcı okumayı geliştirme (AGEP) müdahale programının etkililiği. Doktora tezi, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.

Özkara, Y. (2010). Okuma güçlüğü olan öğrencilerin okuma düzeylerinin geliştirilmesine yönelik bir uygulama. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5, 109-119.

Peksoy, M. (2018). Okuma güçlüğü çeken öğrencilerin okuma becerilerini geliştirmede tekrarlı okuma tekniğinin kullanımı üzerine bir durum çalışması. Yüksek lisans tezi, Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Temel Eğitim Ana Bilim Dalı, Gaziantep.

Polat, B. (2022). Disleksi / okuma güçlüğü yaşayan ortaöğretim öğrencilerine tele–rehabilitasyon yöntemiyle müdahalenin etkileri: olgu serisi sunumu. Yüksek lisans tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Pürsün, T., ve Koçak, F. (2023). Okuma güçlüğü olan ikinci sınıf öğrencisinin okuma becerisinin geliştirilmesi: Eylem araştırması. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi 13(1), 220-238.

Pürsün, T. (2021). Okuma güçlüğü olan öğrencilerle çalışan öğretmenler için geliştirilen eğitim programının öğretmen yeterliğine etkisinin incelenmesi. Doktora tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Rafatbakhsh, E. & Ahmadi, A. (2022). Predicting the difficulty of efl reading comprehension tests based on linguistic ındices. Asian-Pacific Journal of Second and Foreign Language Education, 1-20. DOI: https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2166992/v1

Satılmış, A. (2021). Okuma güçlüğü olan öğrencilerde akıcı okuma stratejilerinin etkisi. Yüksek lisans tezi, Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzincan.

Seçkin, Ş. (2012). Okuma güçlüğü olan ve olmayan ilköğretim öğrencilerinin okuma akıcılıkları. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sert, C. (2019). Okuma güçlüğü olan öğrencilerin okuma akıcılığının arttırılmasında model okuma, tekrarlı okuma, hata düzeltme ve kendini izleme stratejisi sağaltım paketinin etkisi. Yüksek lisans tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sezgin Memnun, D. ve İlksen Kanbur, N. (2020). Üçüncü sınıf öğrencilerinin okuma becerilerine göre problem çözme başarıları ve çözüm sürecinde karşılaştıkları güçlükler. Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 15(22), 927-965. DOI: 10.26466/opus. 639152

Sidekli, S. (2010). Eylem araştırması: ilköğretim dördüncü sınıf öğrencilerinin okuma ve anlama güçlüklerinin giderilmesi. TÜBAR-XXVII, 564-580.

Sidekli, S. ve Yangın, S. (2005). Okuma güçlüğü olan öğrencilerin okuma becerilerinin geliştirilmesine yönelik bir uygulama. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi, 11, 394-413.

Sirem, Ö. (2020). Okuma destek programının ilkokul öğrencilerinin okuma güçlüğü sağaltımına etkisi. Doktora tezi, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Sirem, Ö., Baş, Ö. (2020). Okuma güçlüğü olan ilkokul öğrencilerinin Covid-19 sürecinde uzaktan eğitim deneyimleri. Turkish Studies, 15(4), 993-1009. https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.43346

Sözen, N. (2017). Okuma güçlüğü olan öğrencilerin anlama becerilerinin geliştirilmesinde rehberli okuma yöntemi'nin etkisi. Doktora tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Şahin, K. (2019). Okuma güçlüğü çeken ortaokul öğrencileri üzerine bir eylem araştırması. Yüksek lisans tezi, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Türkmenoğlu, M., & Baştuğ, M. (2017). İlkokulda akran öğretimi aracılığıyla okuma güçlüğünün giderilmesi. Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi, 5(3), 36-66.

Yıldırım, A. (1999). Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve araştırmalarındaki yeri ve önemi. Eğitim ve Bilim, 23, 7-17.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin.

Yıldız, M. ve Aydoğmuş, M. (2021). Türkiye'de okuma güçlüğünü gidermeye odaklanan ilkokul düzeyindeki araştırmaların incelenmesi: 2000-2020 dönemi. Ana Dili Eğitimi Dergisi, 9(4), 1188-1225.

Yüksel, A. (2010). Okuma güçlüğü çeken bir öğrencinin okuma becerisinin geliştirilmesine yönelik bir çalışma. Kuramsal Eğitimbilim Dergisi, 3(1), 124-134.

BİR HABER KOLEKSİYONCUSU OLARAK GOOGLE HABERLER

Arş. Gör. Dr, Emrah BUDAK

Mersin Üniversitesi, - 0000-0001-6896-7558

ÖZET

Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte günlük gelişmeler zaman ve mekân fark etmeksizin dijital araçlar üzerinden kullanıcılara sunulmaya başlanmıştır. Dijitalleşme birçok farklı özelliği beraberinde getirmiş, haber üretimi, tüketimi, okurun habere dahli, örgütsel yapı gibi birçok dinamiği değiştirmiştir. Bunun yanı sıra dijital teknoloji, haberin yayımlanma mecralarını da değiştirirken büyük şirketlerin de bu alana girmesini sağlamıştır. Dünyanın arama motoru devi Google, haberleri bünyesinde topladığı Google News'i (Google Haberler) hayata geçirmiş, ulusal, yerel ve uluslararası gelişmeleri farklı medya kuruluşlarından alarak topluma sunmuş, bir "haber toplayıcısı" olarak işlev görmüştür. Bu çalışmada Türkiye'de yoğun bir araştırma öznesi olmayan Google Haberler'in yapısı alanyazın taraması ele alınmakta, haberciliğe ilişkin katkıları ve olumsuz etkileri aktarılmaktadır. Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde; bir haber koleksiyoncusu olarak Google Haberler'in sık ziyaret edilmeyen yerel ve alternatif medya kuruluşlarını daha görünür kılma, trafik oranlarını artırma ve zengin haber pazarı oluşturma konusunda katkı sağladığı görülmektedir. Bu katkıların daha nitelikli ve uzmanlaşmış haber üretimini sağlayacak bir potansiyeli içerisinden barındırdığı düşünülmektedir. Buna karşılık kişiselleştirilmiş içeriklerin bir yankı odası etkisi yaratabileceği, haber kaynağı olarak Batı merkezli medya kuruluşlarının seçilmesinin kapitalist medya anlayışı pekiştirebileceği öngörülmektedir. Ayrıca içeriklerin Google Haberler bünyesinde yer alması telif hakkı konusunda yoğun tartışmalara sebep olmakta, içerik sağlayıcılar ile Google arasında bir sürtüşme yaratmaktadır. Google Haberler'in küresel haber atmosferinde önemli bir yeri temsil ettiği düşünülürken yaşanan tartışmalar Google Haberler ekseninde haber toplayıcıların gölgede kalmasına neden olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gazetecilik, Haber koleksiyoncuları, Google Haberler

GOOGLE NEWS AS A NEWS AGGREGATOR

ABSTRACT

With the development of new communication technologies, daily developments have started to be presented to users through digital tools regardless of time and place. Digitalization has brought along many different features and changed many dynamics such as news production, consumption, participation of the reader in the news, and organizational structure. In addition to this, digital technology has also changed the channels of publishing the news and enabled large companies to enter this field. Google, the world's search engine leader, launched Google News, which collects news from different media outlets and presents national, local and international developments to the public, functioning as a "news aggregator". In this study, the structure of Google News, which has not been the subject of intensive research in Turkey, is

discussed through a literature review, and its contributions and negative effects on journalism are presented. When the findings of the study are considered, it is seen that Google News, as a news collector, contributes to making infrequently visited local and alternative media organizations more visible, increasing their traffic rates and creating a rich news market. It is thought that these contributions have the potential to ensure more qualified and specialized news production. On the other hand, it is predicted that personalized content may create an echo chamber effect, and the selection of Western-based media outlets as news sources may reinforce the capitalist media approach. In addition, the inclusion of content on Google News causes intense debates on copyright, and creates a friction between content providers and Google. While Google News is considered to represent an important place in the global news atmosphere, the debates that are taking place cause news aggregators to be overshadowed in the Google News axis.

Keywords: Journalism, News aggregator, Google News

1. GİRİŞ

2000'li yıllarda yaşanan teknolojik gelişmeler yaşamın birçok alanını etkilediği gibi haberciliğin de dönüşmesini sağlamıştır. Bu noktada haberler geleneksel medya araçlarından zamanla dijital mecralara kaymıştır. Gazeteler, televizyon ve radyo kanalları dijital alanda da faaliyet göstermeye başlamış, sosyal medya uygulamaları haber sirkülasyonunun yoğun yaşandığı mecralar haline gelmiştir. Bunların yanı sıra Google, Yahoo!, Bing, Yandex gibi küresel arama motorları kendi bünyesinde haber ağı kurmuşlardır. Bu ağlarda küresel, yerel ve uluslararası gelişmeler harmanlanmış, birçok olay "depolanarak" okura sunulmuştur. Google News, Yahoo! News, Bing News, Yandex News olarak adlandırılan birçok küresel haber koleksiyoncusu (haber toplayıcı) her gün binlerce haberi bölge ve tema filtrelemesi seçeneği ile bireylere aktarmaktadır. Bunlar sundukları haber içeriklerini yerel ulusal ve uluslararası kaynaklardan almakta, haberi okumak isteyen kullanıcıyı ana kaynağın sayfasına yönlendirmektedir. Esasında bu haber ağları yüzlerce haber kaynağından topladıkları binlerce içeriğin bir seçkisini sunmaktadır. Isbell, haber toplayıcıların, kaynak, konu ve hikâyeye göre düzenlenmiş web sayfasından bir dizi içerik aktaran bir yapı olduğunu dile getirmektedir. İçeriklerde genellikle haberin başlığı ya da birkaç satırına yer verilmekte, kalan içerik için ana kaynağa bağlantı sunulmaktadır (2010: 2). Arama motoru şirketlerinin haber toplayıcı ağları, kullanıcıları haberlerin ana kaynağına ulaştıran bir başlangıç noktasını temsil etmektedir (Segev, 2008: 2). Google Haberler, bir teknoloji devi ve yeni medya aktörlerinin temsilcisi olan Google ile geleneksel medyanın ürettiği haberin bir melezi olarak görülmektedir (Wang, 2020: 1). Esasında hem geleneksel hem de yeni medya araçlarından haber toplamakta, her ikisini de aynı mecrada bir araya getirmektedir.

Popüler olmalarına rağmen haber toplayıcıları akademik alanda -özellikle Türkiye'de- çok sık araştırılan bir konu olmamıştır. Haber toplayıcıların orijinal içerik üretmemesi sebebiyle haber medyası olarak algılanmaması onların göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Ancak haber toplayıcıların haber kuruluşu üzerindeki etkisi oldukça önemlidir (Lee ve Chyi, 2015: 4). Nitekim haber koleksiyoncuları ile medya kuruluşları arasında sürtüşmeler yaşanmaktadır. Bir yandan ulusal ve yerel medya kuruluşlarının görünürlüğü artarken, diğer yönden bu içeriklerin telif ödemesi yapılmadan yayımlanması önemli bir tartışmayı beraberinde getirmektedir.

Calzada ve Gill, haber toplayıcıların medya kuruluşlarına ziyaretçi getirdiğini aktarırken bazı okurların da medya kuruluşlarından haber toplayıcılarına geçtiğini ifade etmektedir (2020: 134). Esasında haber toplayıcılarını savunanlar onların kullanıcıyı ana kaynağa yönlendirerek haber içeriğini daha erişilebilir bir konuma getirdiğini ileri sürmektedir (Lee ve Chyi, 2015: 4). Ancak haber toplayıcıların telif ücreti ödemeden içerik yayımladığı ve kullanıcıları çaldığı da düşünülmektedir (BBC, 2012; Fraga, 2012).

Görüldüğü üzere arama motorlarının kurduğu haber ağlarının olumlu ve olumsuz yanları üzerine tartışmalar devam etmekte, bu konunun detaylı bir biçimde incelenmesi önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda çalışma, Türkiye'de sınırlı bir çalışma alanı olan arama motorları haber ağları üzerine bir tartışma açmayı amaçlamakta, bu ağlardan biri olan Google Haberler'in haber sektöründeki yeri, alana olan etkileri alanyazın taraması ile ele alınmaktadır. Çalışma şu sorulara yanıt aramaktadır:

Bir haber koleksiyoncusu olarak Google Haberler'in yapısı nasıldır?
Google Haberler'in küresel alana ait haber sirkülasyonundaki yeri nedir?
Google Haberler'in haberciliğe olumlu etkileri nelerdir?
Google Haberler'in haberciliğe olumsuz etkileri nelerdir?
Söz konusu sorulara alanda yapılmış çalışmalardan, Google Haberler'in kendi verilerinden elde edilen bilgiler eşliğinde cevap verilmeye çalışılmakta, haber koleksiyoncularına yönelik bir profil çıkarmak hedeflenmektedir.

2. GOOGLE HABERLER

2.1. Google Haberler'in Yapısı

Haber toplayıcıları, her gün oldukça yüksek bir sayıdaki haberi ana kaynağından alarak bünyesinde toplamakta, bir köprü görevi ile küresel alana aktarmakta, bölgelere özel yerel gelişmeleri de içeren çok dilli bir hizmeti temsil etmektedir. Küresel alanda Google, Yahoo, Bing ve Yandex Haberler gibi haber koleksiyoncularının faaliyet gösterdiğini söylemek mümkündür. Ancak ABD merkezli olan Google Haberler'in daha bilinir ve güçlü olduğunu, habercilik alanındaki tartışmalarda kendisine daha çok yer bulduğunu dile getirmek yanlış olmayacaktır. Google Haberler, ABD'nin popüler haber kaynaklarında baskın bir rol oynamaktadır (Segev, 2008: 1). Google Haberler, 2001 yılında yayın hayatına başlamış, küresel alanda 20 binden fazla yayıncıdan içerik toplayan bir haber ağı sunmaktadır (Alevras vd, 2022: 26). Google Haberler, 125'ten fazla ülkede 40 dilde hizmet vermekte, 50 binden fazla küresel, ulusal ve yerel kaynaktan derlenen güncel haber kapsamı sağlamakta, bireyleri çeşitli bakış açılarını kapsayan kaliteli haberlerle buluşturarak dünyayı anlamasına yardımcı olmayı amaçlamaktadır (Bender ve Ma, 2022). Esasında haber toplayıcıların özgün bir haber içeriği üretmediği, var olan haberleri bünyesinde toplayan bir yapıda olduğunu söylemek mümkündür (Watanabe, 2013: 141; Athey ve Mobius, 2021: 1). Genellikle gazetecilik yapan gazete, televizyon, haber ajansı ve dijital medya kanallarının ürettiği hazır içeriklerin küratörlüğünü yapmaktadır.

Google Haberler, kendi bünyesinde dizinlemek istediği yayıncılardan bazı kriterleri yerine getirmesi gerektiğini belirtmektedir. Terörle ilişkili, manipüle edilmiş, nefret suçları ve cinsellik, şiddet ve argo içeren haberleri yayımlamamaktadır. Ayrıca sponsorlu içeriklerin

sponsorluk vurgusunun haberin özünü aşacak dozda olmaması, şeffaf bir biçimde okurla paylaşılması gerekmektedir (Google News, t.y.b). Kısaca Google Haberler, doğruluk, şeffaflık, olumsuz etkiler yaratabilecek söylemlerden kaçınmak gibi haberciliğin temel prensiplerini göz önünde bulundurmaktadır.

Haber toplayıcıları esasında toplayıcılığın yanı sıra ayrıştırmayı içerisinde barındırmaktadır. Öyle ki Trilling haber toplayıcılarını, bir gazetenin tamamını okumak ya da bir haber bülteninin tamamını izlemek yerine içerisinden seçilmiş içeriklerin tüketilmesini temel alan bir haber ayrışması olarak tanımlamaktadır (2019: 297). Google Haberler, algoritmik bir sistemle web sitelerini önem ve haber sıklığı açısından sıralamakta, temaları kategorize etmektedir (Schroeder ve Kralemann, 2005: 245; Carlson, 2007: 1020). Çünkü bu haber ağlarındaki temel sorunlardan biri haber hacminin oldukça yüksek ve bunaltıcı olmasıdır. Bu denli yüksek orandaki bir enformasyon akışı ile başa çıkabilmek adına kişiselleştirilmiş, kronolojik ve tematik bir sıralama yapılmaktadır. Google Haberler, bireylere ilgi alanlarına göre filtreleme ve haber öneri sistemiyle yardımcı olmaktadır (Liu vd, 2010: 31; Sundar vd, 2007: 366). Kümeleme (clustering) adı verilen bu sistemde birden çok kaynaktan alınan haberler gruplandırılarak bütüncül bir görünüm sağlanmakta, farklı bağlamların da vurgulandığı bir öyküleme sistemi oluşturulmaktadır (Fayaza ve Ranathunga, 2020: 277; Khurdiya vd, 2011: 2281; Liu vd, 2010: 31). Google Haberler'de çalışan mühendis Tyrstan Upstill, bireylere özel kişiselleştirilmiş haber içeriklerini yapay zekâ yöntemiyle sunan bir sistemi hayata geçirdiklerini duyurmuştur (Upstill, 2018). Bu sistem, okurların ilgi alanları, tema, olay, coğrafi konum gibi özellikler çerçevesinde otomatik bir gruplama yapmakta (Google News, t.y.b; Mahkovec, 2004: 371; Cobos, 2022: 36; Eckroth vd, 2012: 43; Liu vd, 2010: 31; Leporini, 2011: 244; Carlson, 2007: 1021; Datta vd, 2015), söz konusu nitelik içeriklerin sürekli ve otomatik olarak güncellenmesi ile mümkün olmaktadır (Van Asbroeck ve Cock, 2007: 463). Google Haberler algoritması, ne denli kaliteli içeriğin seçildiğini ve sıralandığını ölçmek için insan değerlendiriciler kullanmaktadır. Bu değerlendiriciler arama ve filtreleme kalitesini test etmekte, elde edilen sonuçlar algoritmanın eğitilmesi için sürece dahil edilmektedir (Stvilia, 2021).

Google Haberler, yüksek sayıda haber kaynağını kullanan, kullanıcıların haber içerikleri ile bağlantı kurmasını sağlayan bir yapıyı temsil etmektedir. Haber kuruluşlarını bünyesinde dizinleyerek bu kuruluşların görünür olmasını sağlayabilmekte, kişiselleştirilmiş filtreleme yoluyla kitlenin habere erişimini kolaylaştırmaktadır.

2.2. Google Haberlerin Gazetecilik Alanına Etkileri

2.2.1. Google Haberler'in Habercilik Alanına Olumlu Etkileri

Çevrim içi platformlar ve haber toplayıcıları kullanıcıların enformasyona erişimini ve etkileşim biçimlerini değiştirmiştir. Haber toplayıcıları, haber hikayelerinin bulunmasını kolaylaştırarak zaman tasarrufu sağlamakta, medya kuruluşlarının ürettiği içeriğe doğrudan bağlantı sunmaktadır (Calzada ve Gill, 2020: 134). Google Haberler, aynı tema üzerinde çeşitli kaynakların haber içeriklerini yayımlayarak konu üzerinde farklı görüşleri aktarmaktadır (Carlson, 2007: 1027; Weaver ve Bimber, 2008: 518). Bu doğrultuda haber toplayıcıları, haber arama ve keşfi için etkili bir mekanizma potansiyeline sahiptir. Her türlü haber kuruluşunun

ürettiği içeriğe doğrudan bağlantı sağlayarak haber kaynaklarının tamamlayıcısı işlevi görmektedir (Athey ve Mobius, 2021: 1, 4).

Google Haberler, birçok haber kuruluşunu bünyesinde toplama niteliği ile medya kuruluşları daha fazla görünür olma ve trafik alma olasılığına sahiptir (Cobos, 2022: 28; Calzada ve Gill, 2020: 134). Ziyaretçi, trafik sayılarının artması özellikle yerel ve niş habercilik yapan, fazla dikkat çekmeyen medya kuruluşlarına avantaj sağlamakta, bu haber organlarının toplumdaki temsil gücünü yükseltmektedir. Yapılan araştırmalarda Google Haberler'in kullanımı arttıkça yerel haberlerin tüketilme ve trafik oranlarının da yükseldiği saptanmaktadır (Athey ve Mobius, 2012: 1; George ve Hogendorn, 2014: 1). Google Haberler ile yaşadığı anlaşmazlık sonucu içeriklerini platformdan kaldıran AP'nin, bu adımından sonra ziyaretçi sayısında azalma yaşanmıştır (Chiou ve Tucker, 2017: 782). Aynı şekilde Google Haberler'in İspanya'da kapatılmasının ardından haber kuruluşlarının ziyaretçi sayılarında düşüş görülmüştür (Calzada ve Gill, 2020: 134; Athey ve Mobius, 2021: 1). Olmstead ve diğerleri, haber toplayıcıları gibi yönlendirme araçlarının haber sitelerinin trafiğinin %35-40'ını oluşturduğunu ifade etmektedir (2011: 6).

Google Haberler'de yerel gelişmelerin yer almaya başlamasıyla yerel haber tüketimlerinde %25'lik bir artış yaşanmıştır (George ve Hogendorn, 2013: 780). Trafik ve ziyaretçi sayılarındaki artış haber kuruluşlarının reklam ve abonelik gelirlerine olumlu yansımakta, etki gücünü desteklemektedir. Ayrıca bu trafik ve ziyaretçi sayılarını kaybetmek istemeyen yayıncıların daha nitelikli içerikler hazırlayabileceği düşüncesi de haberciliğe olumlu katkılar sağlayabilmektedir. Bu noktada Dellarocas ve diğerleri, haber toplayıcıların getirdiği trafik oranlarını elde etmek isteyen haber kuruluşlarının haberlerin kalitesini yükselttiğini, bu durumun da içerik üretenler arasındaki rekabeti desteklediğini dile getirmektedir (2013: 2362). Dahası Google Haberler'in sağladığı bu avantajlar, içerik sağlayıcıları daha yüksek trafik çekebilmek için belirli konularda uzmanlaşmaya teşvik edebilmektedir (Jeon ve Nasr, 2016: 104). Gazeteciliğin temel problemlerinden biri olan uzmanlaşma sorununun da çözülmesine katkı sağlayabilmektedir.

2.2.2. Google Haberler'in Habercilik Alanına Getirdiği Tartışmalar

Medya kuruluşları, haber toplayıcılarına karşı ziyaretçi sayıları, reklam gelirleri gibi durumlar sebebiyle sessiz kalırken bir yandan da haber içerikleri için telif ücreti talep etmektedir. Bu tür durumlar haber toplayıcıları ile içerik sağlayıcılar arasında bir sürtüşmeye yol açmış, birçok ülkede telif hakları konusunda yasal değişikliklere neden olmuştur (Calzada ve Gill, 2020: 134). Avrupa ülkeleri, ABD, Avustralya, Brezilya'da medya kuruluşları telif hakkı ödemesi konusunda Google Haberler ekibiyle birçok kez karşı karşıya gelmiştir (Xalabarder, 2012: 118-119; Ors, 2021: 3; Chiou ve Tucker, 2017: 782; Calzada ve Gill, 2020: 134, 137-138; Cobos, 2022: 29-30; Moreno, 2012; Galbraith, 2008: 194; Chyi vd, 2016: 789; Czeladzka, 2013: 6; Athey ve Mobius, 2021: 1; Van Asbroeck ve Cock. 2007: 463). Bazı haber kuruluşları, ekonomik zorluklar yaşarken haber toplayıcılarını içeriklerini ve kullanıcılarını çalmakla suçlamıştır (Lee ve Chyi, 2015: 3). Belçika'da 2006-2007 yıllarında yayıncılar Google Haberler'in herhangi bir telif ücreti ödemeden haberlerini yayımlamalarına karşı çıkarak hukuki girişimlerde bulunduktan sonra yapılan yasal düzenlemelerle Google Haberler, bu haber kuruluşlarının ürettiği içeriklere bağlantı verememiştir. Ancak bir süre sonra yayıncılar, Google

Haberler'in yeniden bağlantı vermesine onay vermiş, Google Haberler bu bağlantıyı "herhangi bir telif ücreti talebinde bulunulmama ya da yasal işlem başlatmama" şartıyla sağlamıştır. Fransa'da da yayıncılar bağlantı ücreti almayı talep edince Google Haberler Fransa'daki operasyonlarını durdurma adımı atmıştır. Bunun üzerine Fransız yayıncılar, telif ücreti ödenmemesini kabul ederken Google Haberler de dijital yayıncılığın gelişimi için 60 milyon Euro destek vereceğini açıklamasıyla sorun çözülmüştür (Calzada ve Gill, 2020: 137-138). Bunun yanı sıra ücretli içerik üreten haber kuruluşlarının yayımladığı haberlere de erişim sağlayan Google, kullanıcıları ana kaynağın sayfası yerine Google Haberler'de saklı olan kopyasına yönlendirmektedir. Bu durum, medya kuruluşlarının ziyaretçi ve ücretli abonelik gelirlerinin düşmesine, telif hakkı eleştirisine neden olmaktadır (Van Asbroeck ve Cock, 2007: 463).

Haber toplayıcıların yönlendirme sitelerine bakıldığında ziyaretçilerin yaklaşık %70'inin New York Times, CNN, ABC gibi büyük kuruluşlara gittiği tespit edilmiştir (Olmstead vd, 2011: 22). Söz konusu veriler birçok olumsuz duruma işaret edebilmektedir. En temelde haber toplayıcıların haber dağıtımı konusunda Batılı ülkelerin hakimiyetine yönelik eleştirileri beraberinde getirmektedir (Trilling, 2019: 297). Google Haberler'in de küresel alanda var olan medya emperyalizmi ve dijital bölünmeyi pekiştiren bir yapıda olduğu düşüncesi söz konusudur. Bansi'nin yaptığı araştırmalarda Google Haberler'de yer alan içeriklerin büyük ağırlığının Batı merkezli olduğu AP, Reuters ve AFP gibi büyük medya kuruluşları tarafından oluşturulduğu ve tema olarak siyasi gelişmelerin baskınlığı dikkat çekmektedir (2019a: 826; 2019b: 791). Almanya'da yapılan bir incelemede de Google Haberler'in yer verdiği medya kuruluşlarının toplumsal bakımdan ve medya açısından doğru temsiliyet sağlamadığı belirtilmektedir (Haim vd, 2018: 335). Esasında haber toplayıcıların mevcut medya düzeninde yer alan hâkim kapitalist anlayışı güçlendirdiğini dile getirmek yanlış olmayacaktır. Nitekim Segev'e göre Google Haberler'in haber toplama araçları açısından çoğulculuğu artırmamakta, ABD'nin hâkim görüşünü pekiştirmekte, ulusların haber alma hakkına meydan okumaktadır (Segev, 2008: 23-24). Google Haberler'in belirli haber kuruluşları ve temalara yoğunlaşması, toplumun dikkatini dar bir alana, popüler medya kuruluşları ekseninde sıkıştırabilir ve bu sebeple kaynak ve tema çeşitliliği açısından sorun yaratabilmektedir (Trielli ve Diakopoulos, 2019: 3). Google Haberler'in sıklıkla ulusal haberlere yer vererek yerel gelişmelerden uzaklaştığı bunun da yerel bilgi ortamını daraltabileceği yönündeki endişeler hakimdir (Fischer vd, 2020: 1243).

Google Haberler'in kişiselleştirme özelliği farklı bakış açılarını göz ardı eden bir filtre balonu veya yankı odaları oluşturduğu yönündeki eleştiriler söz konusudur. Kişiselleştirilmiş içerikler toplumda var olan politik yanlılığı güçlendirecek, çeşitliliği kısıtladığı için bilgi körlüğüne yol açacak bir nitelikte olabileceğinin altı çizilmektedir (Le vd, 2019: 2957; Cozzaa vd, 2016: 93-95; Haim vd, 2018: 330; Coşkun, 2022: 208). Google Haberler, bazı haberleri ve gündemleri öne çıkarırken diğer konular ihmal edilebilmektedir (Chyi vd, 2016: 0804). Google Haberler'in algoritmik bir sistemle haber önerisi ve önceliğini oluşturması, gazeteciliğin önemsediği kriterlerin göz ardı edilmesine neden olmaktadır. Haber seçiminin gazeteciler yerine yapay zekâ tarafından belirlenmesi (Carlson, 2007: 1022), gazetecilerin neyin haber değeri olduğuna karar verme sürecinden kademeli olarak uzaklaşmasına neden olabilmektedir (Edo vd, 2018: 29). Ayrıca haber servisleri gazetecilik yaparak haber üretirken haber toplayıcıları hazır metinleri

yayımlarlar. Esasında haber servisleri yerine kullanıcıların haber toplayıcıların sayfasını sürekli ziyaret etmesi reklam gelirlerini azaltabilmekte, daha da önemlisi medyanın toplumsal kontrol işlevini zayıflatabilmektedir (Galbraith, 2008: 192). Jeon ve Nasr, haber toplayıcıların haber kalitesini ve tüketimi artırdığını saptamış; ancak gazetelerin karlarını artırma konusundaki etkisinin belirsiz olduğunu tespit etmiştir (2016: 91). Jeon, haber toplayıcıların tek tek haberler özelinde ziyaretçi sayısını artırdığını dile getirirken genel olarak haber kuruluşlarının ziyaretçi sayısını düşürdüğünü aktarmaktadır (2018: 4).

3. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Teknolojik gelişmeler habercilik alanında önemli dönüşümleri beraberinde getirmiş, haberin üretim ve tüketim sürecini değiştirmiştir. Yaşanan gelişmeler dijitalleşme haberciliğin aktörlerini, etki alanını genişletmiş, küresel yapılanmaların, teknoloji devlerinin habercilik alanına dahil olmasını sağlamıştır. Küresel alanda faaliyet gösteren birçok arama motoru şirketi habercilik alanına dahil olmuş, haber medyasının ürettiği içerikleri kendi bünyesinde toplayarak geniş bir haber havuzu ve pazarı oluşturmuştur. Küresel arama motoru devi Google, 2000'li yıllardan itibaren Google Haberler'i hayata geçirmiş, binlerce haber kaynağından on binlerce haberi küresel alana aktarmıştır. Haber koleksiyoncusu ya da haber toplayıcısı olarak adlandırılan bu uygulama habercilik alanına olumlu ve olumsuz etkilerde bulunmuş, birçok tartışmayı beraberinde getirmiştir. Bu çalışmada önemli bir haber koleksiyoncusu olan Google Haberlerin yapısı incelenmiş, haberciliğe olumlu etkileri ve yarattığı tartışmalar alanyazın taraması ile ele alınmıştır. Yapılan incelemelerde Google Haberler'in okurlar için kullanıcı dostu algoritmaları devreye soktuğu, haber karmaşasını giderebilmek için kişiselleştirilmiş içerikler hazırladığı görülmüştür. Bu anlamda okurun istediği habere hızlı ve kolay bir şekilde erişme açısından katkı sunduğu saptanmıştır. Ayrıca Google Haberler'in birçok medya kuruluşunun ziyaretçi ve trafik sayılarını artırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Esasında kullanıcılar ve içerik sağlayıcılar açısından bazı avantajlar getirdiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Bunun yanı sıra Google Haberler'in haber üretmeyip hazır içeriği yayımlaması telif hakları tartışmasına neden olmuştur. Google Haberler özelinde tartışmaların büyük kısmının telif ücreti ve ziyaretçilerin çalınması ekseninde geliştiğini söylemek mümkündür. Çünkü birçok ülkede Google Haberler ve haber kaynakları arasında anlaşmazlıklar yaşanmış, süreç yasal davalara kadar gitmiştir. Bu sebeple Google Haberler'in telif konusundaki sürtüşmeler sebebiyle habercilik alanında olumsuz bir izlenim bıraktığı tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra kişileştirilmiş içeriklerin bir yankı odası etkisi yaratabileceği de göz ardı edilmemelidir. Ayrıca haber toplayıcıların genellikle Batı kaynaklı olması haber dağıtımındaki eşitsizlikleri de körükleyebilmektedir.

Genel bir değerlendirme yapıldığında; Google Haberler ekseninde haber toplayıcıların haberciliğe dost mu düşman mı olduğu sorusu tazeliğini korumaktadır. Çünkü Google Haberler içerik sağlayıcılara reklam ve trafik açısından getiriler sağlasa da herhangi bir ücret ödemeden içerik paylaşımı yapması durumu belirsizleştirmektedir. Ayrıca somut getiriler konusunda da bir netlik bulunmamaktadır. Google Haberler'i ziyaret eden kullanıcıların ana kaynağa yönlenmeden yalnızca başlıkları okuyarak tatmin olması içerik sağlayıcıların ziyaretçi sayılarını da düşürebilmektedir. Dahası tüm gelişmelerin tek bir bünye altında birleşmesi haber kuruluşlarını tek tek ziyaret eden kullanıcıları da içerik sağlayıcılardan uzaklaştırabilmektedir.

Bu sebeple Google Haberler'in özellikle yerel ve alternatif haber kuruluşlarına finansal katkılar ve habercilik desteği verebilecek bir sistemi gündemine alması gazetecilik için yararlı olacaktır. Google Haberler bünyesinde indekslenen yayın organlarının okunma sayılarına paralel olarak bir destek sağlanması adil bir dağılımı beraberinde getirecektir.

KAYNAKÇA

Alevras, A. J. vd., Boxing-related fatalities in Australia: a retrospective analysis of news media reports. Journal of science and medicine in sport, 25 (1), 25-30, 2022.

Athey S. ve Mobius, M., *The impact of news aggregators on internet news consumption: The case of localization,* Working paper, Stanford University and Stanford, 2012.

Bansi, L., In the world system, unequal cultivation of news on international media landscape: A content analysis of international news on Google News. International Journal of Research in Social Sciences, 9 (3), 791-80, 2019b.

Bansi, L., News and news agencies: An analysis of international news on Google News. International Journal of Research in Social Sciences, 9(4), 826-839, 2019a.

BBC., Websites "need to pay for news, 2012. https://www.bbc.com/news/world-latin-america-20018221 (Erişim Tarihi: 1.7.2023).

Bender, B. ve Ma, O. (2022). Read all about it: A new look for Google News, 2022. https://blog.google/products/news/google-news-anniversary-local-reporting-funding/ (Erişim Tarihi: 1.7.2023)

Calzada, J. ve Gil, R., What do news aggregators do? Evidence from Google News in Spain and Germany, Marketing Science, 39 (1), 134-167, 2020.

Carlson, M., Order versus Access: News Search Engines and the Challenge to Traditional Journalistic Roles. Media, Culture & Society 29 (6), 1014-1030, 2007.

Chiou, L. ve Tucker, C., Content aggregation by platforms: The case of the news media. J. Econom. Management Strategy, 26 (4), 782-805, 2017.

Chyi, H.I. vd., Parasite or Partner? Coverage of Google News in an Era of News Aggregation. Journalism & Mass Communication Quarterly, 93, 789-815, 2016.

Cobos, T. L. Origin and weight of news media outlets indexed on Google news: An exploration of the editions from Brazil, Colombia, and Mexico, Brazilian journalism research, 17, 28-63, 2022.

Coşkun, O., Arama motorlarında öneri algoritması ve filtre balonu etkisi: Google haberler sekmesi örneği, Etkileşim, 10, 208-234, 2022.

Cozza, V. vd., Experi-mental Measures of News Personalization in Google News. In Current Trends in Web Engineering. In S. Casteleyn, P. Dolog ve C. Pautasso (Eds.), *Proceedings of the 2nd International Workshop on Mining the Social Web,* 93-104, Springer International Publishing and Cham, 2016.

Czeladzka, M. J., *News aggregators and copyright-from litigation to agreement? An example of Google News,* European University Institute Department of Law, Master Thesis, Florence, 2013.

Datta, A. vd., *Poster: information flow experiments to study news personalization,* IEEE 28th Computer Security Foundations Symposium (CSF), Verona, Italy, 2015.

Dellarocas, C. vd., Media, aggregators, and the link economy: Strategic hyperlink formation in content networks, Management Science, 59 (10), 2360–2379, 2013.

Eckroth, J. vd., NewsFinder: Automating an AI news service, AI Magazine, 33(2), 43-43, 2014.

Edo, C. vd., La sindicación de contenidos en los agregadores de noticias: hacia la devaluación de los criterios profesionales periodísticos, Comunicar, 59 (27), 29-38, 2018.

Fayaza, M. F. ve Ranathunga, S., *Tamil News Clustering Using Word Embeddings*, 2020 Moratuwa Engineering Research Conference (MERCon), 277-282, Sri Lanka, 2020.

Fischer, S. vd., Auditing local news presence on Google News. Nature Human Behaviour, 4 (12), 1236-1244, 2020.

Fraga, I., Brazilian newspapers leave Google News en masse, 2015. https://latamjournalismreview.org/articles/brazilian-newspapers-leave-google-news-en-masse/ (Erişim Tarihi: 1.7.2023)

Galbraith, J., A Squatter on the Fourth Estate: Google News, Journal of Library Administration, 46 (3-4), 191-206, 2008.

George, L. M., ve Hogendorn, C., Local News Online: Aggregators, Geo-Targeting and the Market for Local News, The Journal of Industrial Economics, LXVIII (4), 780-818, 2013.

George, L. ve Hogendorn, C., *Local news online: Aggregators, geotargeting and the market for local news,* Hunter College Department of Economics Working Paper 443, Hunter College and New York, 2014.

Google News., Google News policies. Publisher Center Help. t.y. https://support.google.com/news/publisher-center/answer/6204050?hl=en (Erişim Tarihi: 1.7.2023)

Haim, M. vd., Burst of the Filter Bubble?, Digital Journalism, 6 (3), 330-343, 2018.

Isbell, K. A., The Rise of the News Aggregator: Legal Implications and Best Practices. Social Science Research Network 2010, https://doi.org/10.2139/ssrn.1670339

Jeon, D. S. ve Nasr, N., News aggregators and competition among newspapers on the internet. American Economic Journal: Microeconomics, 8 (4), 91-114, 2016.

Jeon, D. S., Economics of news aggregators. TSE Working Paper, 18-912, Toulouse, 2018.

Khurdiya, A. vd., *Multi-perspective linking of news articles within a repository,* Proceedings of the Twenty-Second International Joint Conference on Artificial Intelligence. 2281-2288, Barcelona, 2011.

Le, H. vd., *Measuring political personalization of Google news search*, The World Wide Web Conference, 2957-2963, New York, 2019.

Lee, A. M. ve Chyi, H. I., The Rise of Online News Aggregators: Consumption and Competition, International Journal on Media Management, 17(1), 3-24, 2015.

Leporini, B., *Google news: how user-friendly is it for the blind?* Proceedings of the 29th ACM international conference on Design of communication, 241-248, Pisa Italy, 2011.

Liu, J. vd., Personalized news recommendation based on click behavior. In Proceedings of the 15th international conference on Intelligent user interfaces, 31-40. Hong Kong, 2010.

Mahkovec, Z., An Agent for Categorizing and Geolocating News Articles. Informatica (Slovenia), 28 (4), 371-374, 2004.

Moreno, J. B. Jornais brasileiros pedem para sair do Google News, 2012. https://tecnoblog.net/noticias/2012/10/19/jornais-brasileiros-google-news/ (Erişim Tarihi: 1.7.2023)

Olmstead, K. vd., *Navigating news online: Where people go, how they get there and what lures them away,* PEW Research Center's project for Excellence in Journalism, 9, 1-30, 2011.

Ors, S., *The Power of the Pen, the Press, and the Algorithm: Evaluating the Framing of Google News Regulatory Efforts in the European Union and Australia,* Doctoral dissertation, University of Michigan Ross, Michigan, 2021.

Schroeder, R. ve Kralemann, M., Journalism ex machina-Google News Germany and its news selection processes. Journalism studies, 6 (2), 245-247, 2005.

Segev, E., The imagined international community: dominant American priorities and agendas in Google News, Global Media Journal, 7 (13), 1-30, 2008.

Stvilia, B., An integrated framework for online news quality assurance. First Monday, 2021.

Sundar, S. vd., News cues: Information scent and cognitive heuristics, Journal of the American society for information science and technology, 58 (3), 366-378, 2007.

Trielli, D., ve Diakopoulos, N., *Search as news curator: The role of Google in shaping attention to news informatio,* Proceedings of the 2019 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, Glasgow, UK, 2019.

Trilling, D., Conceptualizing and Measuring News Exposure as Network of Users and News Items. In C. Peter, T. Naab, & R. Kühne (Eds.), *Measuring Media Use and Exposure: Recent Developments and Challenges* (pp. 297-317). (Methoden und Forschungslogik der Kommunikationswissenschaft; Vol. 14). Herbert von Halem and Verlag, 2019.

Upstill, T., The new Google News: AI meets human intelligence, 2018. https://blog.google/products/news/new-google-news-ai-meets-human-intelligence/ (Erişim Tarihi: 1.7.2023)

Van Asbroeck, B. ve Cock, M., Belgian newspapers v Google News: 2-0, Journal of Intellectual Property Law & Practice, 2 (7), 463-466, 2007.

Wang, Q., *Normalization and differentiation in Google News: A multi-method analysis of the world's largest news aggregator*, Doctoral dissertation, Rutgers The State University of New Jersey, School of Graduate Studies, New Jersey, 2020.

Watanabe, K., The Western perspective in Yahoo! News and Google News: Quantitative analysis of geographic coverage of online news. International Communication Gazette, 75 (2), 141-156, 2013.

Weaver, D. A. ve Bimber, B., Finding news stories: Acomparison of searches using LexisNexis and Google News. Journalism & Mass Communication Quarterly, 85(3), 515-530, 2008.

Xalabarder, R., Google News and Copyright. In A. Lopez-Tarruella, (Ed.), *Google and the Law: Empirical Approaches to Legal Aspects of Knowledge Economy Business Models* (pp. 113-167). The Hague Netherlands and TMC Asser Press, 2012.

YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİNİN YEREL MEDYAYA ETKİLERİ ÜZERİNE İYİMSER BİR DEĞERLENDİRME

Dr. Öğr. Üyesi, Mehmet Ferhat SÖNMEZ

Dicle Üniversitesi, , ORCID ID: 0000-0002-9965-3591

ÖZET

Teknolojideki baş döndürücü gelişmeler, toplumsal yapının bütün öğelerinde değişime neden olmuştur. Medyanın işleyiş biçimi de bu değişim ve dönüşüm sürecinden etkilenmiştir. Dijitalleşme; gazetecilik eğitimlerinden mesleki uygulamalara, kullanılan cihazlardan habercilik pratiklerine kadar medyayı ilgilendiren pek çok alanda köklü değişimlerin önünü açmıştır. Üstelik bu değişimden sadece uluslararası ve ulusal medya etkilenmemiş, yerel medya da söz konusu değişimlerden payını almıştır. Üstelik bütün bu değişimler mekanik düzeyde kalmamış, medya profesyonellerini de psikolojik ve sosyolojik bakımdan etkisi altına almıştır.

Her yeni teknolojinin, gerek ulusal gerekse yerel medyanın işleyiş pratiklerine ve taraflarına hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu unutulmamalıdır. Bununla birlikte dijitalleşmenin, medya sektörüne azımsanmayacak ölçüde avantajlar getirdiği de gözden kaçmamalıdır. Özellikle yerel medya, dijitalleşmenin getirdiği bu fırsatlardan azami düzeyde istifade etmektedir. Çünkü yerel medya, ulusal medyaya kıyasla daha kısıtlı olanaklara sahiptir. Dijital teknolojiler, nitelik ve profesyonellik gibi konularda ulusal medyayla rekabet edemeyen yerel medya aktörleri için çeşitli fırsatlar sunmaktadır.

Bu çalışma, dijitalleşmenin yerel basına etkileri konusunda iyimser bir bakış açısı geliştirmeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijitalleşme, dijital teknolojiler, yeni medya, yerel medya.

AN OPTIMISTIC REVIEW ON THE IMPACT OF NEW MEDIA TECHNOLOGIES ON LOCAL MEDIA

Abstract

Developments in technology have caused changes in all elements of the social structure. The way the media functions has also been affected by this process of change and transformation. Digitalization has led to radical changes in many areas related to the media, from journalism education to professional practices, from the devices used to journalistic practices. Not only international and national media have been affected by this change. Local media have also been affected by these changes. Moreover, all these changes have not remained at the mechanical level, but have also affected media professionals psychologically and sociologically.

It should not be forgotten that every new technology has both positive and negative effects on the functioning practices and parties of both national and local media. However, it should not

be overlooked that digitalization has brought considerable advantages to the media sector. Local media, in particular, are making maximum use of these opportunities brought about by digitalization. Because local media has more limited opportunities compared to national media. Digital technologies offer various opportunities for local media actors that cannot compete with national media.

This study aims to develop an optimistic perspective on the effects of digitalization on the local press.

Keywords: Digitalization, digital technologies, new media, local media

1. GİRİŞ

Ülkemizdeki yerel yayıncılık sektörü, son dönemlerde ciddi mesafeler kat etmiştir. Yeni iletişim teknolojileri, teşvik edici politikalar ve ulusal medyanın desteği gibi faktörler yerel medyanın gelişmesinde tetikleyici roller üstlenmiştir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, uzmanlaşma ve kurumsallaşma noktasında yerel medyayı daha nitelikli bir kimliğe kavuşturmuştur. Bu durum; haber alma ihtiyacı, kamu gözcülüğü, yerel değerlerin aktarılması gibi konularda hayati önemli olan yerel medya için ciddi bir kazanımdır. Çünkü güçlü bir yerel medya, demokrasinin özümsenebilmesi, vatandaşların demokratik olgunluğa erişebilmesi için gereklidir. Endişelerden ve baskılardan kurtulmuş, tarafsız ve gücünü özgürlüğünden alarak asli görevini ifa eden yerel medya, toplumsal gelişmişlik düzeyinin artmasına da katkı sağlayacaktır.

2. YEREL MEDYANIN İŞLEVLERİ VE ÖNEMİ

Yerel medya; belirli bir coğrafi bölgede yayıncılık faaliyetleri yürüten, ulusal haberlerden farklı olarak yerel haberlere ve konulara ağırlık veren, toplumsal etki alanı sınırlı medyalar olarak tanımlanmaktadır (Girgin, 2001: 160). Yerel ölçekte yayın hizmeti sundukları için kentin/bölgenin sorunları, bölgenin öncelik ve beklentileri, belediyecilik faaliyetleri, trafik kazaları, asayiş olayları, iş ilanları gibi günlük yaşamın rutinlerine odaklanırlar. Bu yönüyle yerel medya ulusal medya için bir depodur ve yerel medyada yer bulan haberler, ulusal medya için çeşitliliği ve zenginliği arttırmaktadır (Ilgaz, 2003: 179).

Yerel halkın demokrasiyi özümsemesi ve demokratik süreçlere katılabilmesi için kamuoyu, sivil toplum ve demokratik seçimler gibi birtakım unsurlara gereksinim duyulmaktadır. Yerel medya da bu unsurlar arasındadır. Vatandaşların haber alma ihtiyacını karşılamak ve kamuyu ilgilendiren konularda kamu adına gözcülük yapmak gibi vazifeleriyle yerel medya, demokrasi için yaşamsal öneme sahiptir. Bunun yanı sıra yerel bürokrasinin ve yerel yöneticilerin halk adına denetlenmesi, ulusal iradenin toplum geneline yansıması için vatandaşlara eğitim verilmesi de yerel medyanın işlevleri arasındadır (Atabek, 2012: 70; Gezgin, 2007: 177).

Yerel medya, iki temel görevi yapmakla yükümlüdür. Birincisi, yerelde ve ülkede gelişen olaylar hakkında yöre halkını bilgilendirmektir. İkincisi de, yereli ilgilendiren konularda siyasal iradenin eylem ve kararlarını kontrol etmek ve aksayan konularda yöneticileri uyarmaktadır. Bu yönüyle yerel medya, yurttaş gazeteciliği anlayışının yerleşebilmesi adına yaygın medyadan daha uygun bir zemine sahiptir (Mora, 2008: 36).

3. YEREL MEDYANIN SORUNLARI

Ülkemizdeki yerel medya, uzun yıllardan beri kronik hale gelen ve bir türlü çözüme kavuşturulamayan sorunlarla boğuşmaya devam etmektedir. Bunların başında ekonomik darboğaz gelmektedir. Yerel medyada faaliyet gösteren kuruluşlar, kısıtlı reklam gelirleri ve düşük abonelik sayıları nedeniyle ekonomik yönden zorluklar yaşamaktadır. Bu durum, yerel medyada görev yapan personellerin ücretlerine de yansımaktadır ve yerel medyada çalışanlar çok düşük ücretlerle çalışmaya mecbur kalmaktadır. Bu ise, yerel medyada çalışanları ikinci bir iş bulmaya mahkûm etmiştir. Nitelikli eleman eksikliği de süregelen bir sorundur. Yerel medyada çalışanlar, çoğunlukla mesleki uzmanlaşma açısından yeterli düzeye ulaşamamaktadır. Bu durum, teknolojik imkânların yetersizliği, tatmin edici olmayan ücretler ve istihdam politikasındaki yanlışlıktan kaynaklanmaktadır. Bir başka kronik sorun ise mesleki saygınlığın olmamasıdır. Ulusal medyada çalışan gazeteciler ekonomik yönden daha rahat olduğu gibi saygınlık açısından da toplumda itibar gören kişilerdir. Ancak, ulusal medyada çalışanlarla aynı işi yapan yerel medya mensupları aynı saygınlığı görememektedir. Daha da kötüsü yerel gazeteciler, meslek sahibi olarak bile görülmemektedir (Nalcıoğlu, 2007: 198).

4. DİJİTALLEŞME, İNTERNET VE YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİ

Dijitalleşme, bilgiyi bilgisayar diline çevirerek dönüştürme sürecidir ve asıl şöhretini, internetin doğuşuyla birlikte kazanmıştır. Çünkü internet; etkileşimli yapısı ile hükümetlerin, şirketlerin, üniversitelerin ilgi alanına girmiştir (Maigret, 2014: 335). İnternet ve internet uygulamalarını kapsayan, bilgisayar ve iletişim teknolojileri ile desteklenen, mobilizasyon ile sürekli dolaşımda kalan yeni medya; etkileşimli, iletişimin geleneksel dikey yapısını yıkıp "indirme kültürü"nü yaratmıştır (Watson & Hill, 2012: 196). 21. yüzyılın ilk dönemlerinden itibaren internet ve yeni medya, çok yönlü iletişim sağlayan bir araç olarak evrensel bir nitelik kazanırken aynı zamanda pratiklerin, hiyerarşilerin ve yapıların görünüşüne uyum sağlayarak kendi tarihsel içeriğini oluşturmuştur (Papacharissi, 2015: 7). Richard Rogers'e göre yeni medya, üç temel özelliğe sahiptir. Birincisi *etkileşim* özelliğidir çünkü yeni medyada bütün taraflar birbirinden etkilenmektedir ve katılımcı, iletişim sürecinde pasif durumda olmayıp kendi içeriklerini oluşturabilmektedir. İkincisi *kitlesizleştirme* özelliğidir. Geleneksel medyadan farklı olarak yeni medya, büyük bir kullanıcı kitlesi arasında her birey için özel mesaj değişimi yapabilme olanağı sunmaktadır. Üçüncüsü ise *eşzamansızlık* olup yeni medya sayesinde kullanıcılar, zamana bağımlı olmaktan kurtulmuş ve istedikleri herhangi bir zamanda içerik üretme/paylaşma imkânı yakalamışlardır (Geray, 2003: 18).

Yeni medya teknolojileri, yayıncılık alanındaki yerleşik alışkanlıkları yerinden etmiştir. Bu durum, yalnızca mekanik bir değişim ve dönüşüm süreci değil, sosyolojik bakımdan değerlendirilmesi gereken bir olgu olarak görülmelidir. Çünkü bu teknolojiler sayesinde medya alanına yeni aktörler ve yeni yapılar dâhil olmuştur. Böylelikle farklı toplumsal kesimlerin görüşleri küresel ölçekte dolaşıma girmiştir. Bu yönüyle yeni medya teknolojileri, geleneksel medyada söz hakkı bulamayan kişiler, gruplar ve örgütlenmeler için alternatif bir medya ortamı sağlamıştır.

Alternatif medya kavramı, küçük azınlıkların ve merkezden uzak kesimlerin görüşlerini aktaran medyaya işaret etmektedir. Alternatif medyada, geleneksel medya karşısında alternatif içerikler üretilmektedir. Radikal siyasi partiler tarafından dağıtılan gazeteler, düşük bütçeli edebiyat

dergileri, marjinal müzik yayını yapan radyolar gibi örnekler alternatif medyanın ilk örnekleridir. Görüldüğü gibi alternatif medya, toplumsal kabullerin uzağında olan kesimler için oldukça işlevseldir. Bu yönüyle çoğulculuğun gelişimine katkı sunarak farklı toplumsal seslerin duyulmasına olanak tanımaktadır. Mikro ve makro katılımlara imkân vererek kamusal tartışmaların paydaşlarını genişletmektedir. Bastırılmış gruplar için iletişim olanağı sunarak sivil toplum ve demokrasinin gelişimi için alan açmaktadır. Farklı toplumsal gruplar için aidiyet bilincini güçlendirerek grup üyelerinin özgüvenini pekiştirmektedir. Dahası, geleneksel medyanın yerleşik düzenine karşı bir kaçış yolu olduğunu göstererek örgütlenmenin alternatif biçimlerine işaret etmektedir (Boschele & Kırık, 2012: 9).

5. YENİ MEDYA TEKNOLOJİLERİ VE YEREL MEDYAYA YANSIMALARI: HANDİKAPLAR VE AVANTAJLAR

Teknolojinin gelişmesiyle yayıncılık faaliyetlerini yürütme biçimleri de değişmiştir. Habercilik, internet alanına taşınmış, yeni nesil cihazlar kullanılmaya başlanmıştır. Ulusal medya, faaliyetlerini internet ortamına taşımıştır. Ayrıca çok sayıda yeni aktör ve yapı habercilik alanına girmiştir. Üstelik bu aktörler, mesleki gereklilikleri taşımayan kişilerden de oluşabilmektedir. Dahası yeni teknolojilere ulaşmak, ekonomik açıdan güçlü ulusal medya tekelleri için daha kolay olmaktadır. Bu durum, rekabet koşullarını iyiden iyiye zorlaştırdığı gibi zaten teknik altyapı yetersizliğiyle mücadele eden yerel medyayı bütünüyle köşeye sıkıştırmıştır.

İlk bakışta, yerel medya için aşılması güç problemler olarak görülen bu sıkıntılar, pek çok fırsatı da içinde gizlemektedir. Yeni medya teknolojileri; yerel medya-siyaset, yerel medya-uzmanlaşma, yerel medya-örgütlenme yerel medya-kamuoyu gibi konularda çeşitli imkânlar sunmaktadır. Şöyle ki;

Medya ve siyaset arasındaki ilişki her zaman tartışılan bir konu olmuştur. Bu konuya ilişkin yaklaşımlar iki ana perspektif üzerinden şekillenmektedir. Otoriter yaklaşımlara göre medya, siyasi iradenin buyruğu altındadır ve yönetenin belirlediği buyurgan bir iletişim akışı söz konusudur. Siyasal erkin ideolojisini meşrulaştıran bir araçtır ve tümüyle otoritenin güdümünde hareket etmektedir. Politik elitlerin gerçekliğini topluma kabul ettirmek için sözcülük yapmaktadır (Mora, 2008: 9). Liberal yaklaşımlara göre ise medya, demokratik geleneğin yerleşik hale gelmesinin en önemli mekanizmasıdır. Bu mekanizmanın işlevsel olabilmesi için de, kamu adına devlet denetleyecek, farklı görüşleri yansıtabilecek bir medya yapısı ile mümkün olacaktır. Özetle medya, kamu için gözcülük yapacak, halkı temsil edecek ve vatandaşlar için bilgi verici olacaktır (Uzun, 2007: 26).

Yerel medya ve siyaset ilişkisinde siyasal beklentiler ve siyasal baskılar belirleyici faktörler arasındadır. Özellikle yerel siyasal aktörler, bu ilişkinin belirleyicisi durumundadır ve yerel medyada çalışanlar, yerel siyasal aktörler tarafından sürekli baskıya maruz kalmaktadır. Yereli ilgilendiren bir haber veya köşe yazısı, siyaset ve bürokrasi tarafından engellenebilmektedir. Daha da kötüsü, yazarlar veya muhabirler patrona şikâyet etme veya işten çıkarılma gibi tehditlerle sindirilmeye çalışılmaktadır. Ancak bu durumun, yeni medya sayesinde -kısmen de olsa- değiştiğini söylememiz mümkündür. Yerel medyada çalışanlar, söz konusu baskı ve tehditlere karşı sosyal medyada kendi kamuoylarını oluşturma ve toplumdan destek alma noktasında cesaretli davranabilmektedir. Baskı ve tehditleri deşifre etme, yetkili makamlara

şikâyet etme, yereli ilgilendiren konularda alınan yanlış kararları ulusal boyutta gündeme getirme gibi durumlarda yeni medyanın işlevselliğinden faydalanmaktadır.

Yeni medya, yerel medya çalışanlarına kendilerini gerçekleştirme imkânı da sunmaktadır. Nitelikli bir köşe yazısı, özgün bir fotoğraf ya da dikkat çekici bir haber yerel medyada sınırlı bir kitleye ulaşabiliyorken sosyal medyada geniş kitlelerin beğenisine sunulmaktadır. Örneğin bir yerel medya çalışanının yaptığı haberi kendine ait sosyal medya hesaplarında paylaşması, bilinirlik ve tanınma düzeyini de artıracak, bu ise özgüveninin pekişmesine katkı sunacaktır. Farklı mecralarda gazetecilik yapma olanağı elde ettikleri için de yerel halkın talep ve beklentilerini daha güçlü biçimde dile getirebileceklerdir. Bu ise, deprem ve yangın gibi doğal felaketlerde ya da yerel ilişkin alınacak kararlarda toplumun harekete geçirilmesi ve daha güçlü bir kamuoyu oluşmasını anlamına gelecektir.

Yeni medya teknolojilerinin yerel medyaya bir diğer katkısı ise uzmanlaşma alanında görülmektedir. Yerel medyada görev yapanlar, farklı sosyal medya platformlarında yer alan mesleki eğitimi içeriklerine hızlı ve ucuz biçimde ulaşabilmektedir. Bu avantaj, habercilik mesleği için gerekli olan kurgu, montaj, çekim açıları gibi teknik konulardaki eksiklikleri gidermek adına önemlidir.

Yeni medya, yerel medya aktörlerinin örgütlenme ve hak arama taleplerini gerçekleştirme noktasında da önemli bir rol oynamaktadır. Yerel medya çalışanları; mesleki kaygılar, beklentiler, sıkıntılar ve baskı gibi olumsuz durumlarda belirli organizasyonlara mecburiyetten kurtulmuşlardır. Yerel düzeyle sınırlı olmayan kuruluşlardan haberdar olarak bu organizasyonlara dâhil olma olanağı yakalamışlardır.

SONUÇ

Her yeni teknoloji, toplumsal yapıyı ilgilendiren alanlarda fırsatlar ve engelleri de beraberinde getirmiştir. Bu durum, medyanın işleyişi için de geçerlidir. Dijitalleşme ve yeni medya teknolojileri, habercilikteki yerleşik yapıyı yerinden etmiştir. Yeni yapılar, yeni aktörler ve yeni uygulamalar sürece dâhil olmuştur.

Yeni medya teknolojileri, yerel yayıncılık alanında da çeşitli etkilere sebep olmuştur. Ulusal medyanın ekonomik ve teknolojik üstünlüğü, yeni aktörlerin girmesi sonucu zorlaşan rekabet koşulları, yeni teknolojilerin benimsenme süreci ve yasal boşlukları olumsuz etkiler olarak değerlendirmek mümkündür. Bununla birlikte yeni medya, yerel medya için çeşitli fırsatlar da sunmaktadır. Bu fırsatların başında yerel medya çalışanlarının siyasi otoriteye daha güçlü bir direnç göstermesi gelmektedir. Çünkü yeni medya, kamu gözcülüğü yapmak adına yerel gazetecilere daha cesur tutum takınma imkânı sunmaktadır. Bu sayede yerel medya çalışanları, milletvekili, belediye başkanı ya da yerel bürokrasinin baskısına karşı kendilerini savunmak için gerekli olan dijital kamusal alana kavuşmuşlardır. Yerel siyasetin baskılarına karşı kamuoyu oluşturma ve halkın desteğini alma noktasında yeni medyanın sınırsızlığı önemli bir avantaj olup yerel medya çalışanlarının özgüvenlerini güçlendirecektir.

Yeni medya platformları, habercilik için gerekli olan teknik ve kuramsal bilgileri barındırmaktadır. Kolay ve ucuz bir şekilde ulaşılabilen bu bilgiler, yerel medya çalışanlarının mesleki yeterliliklerini pekiştirmesi adına önemlidir. Ayrıca yeni medya, habercilik için alternatif ortamlar sağlamaktadır. Çok düşük bütçelerle haber sitesi kurma olanağı, hem yerel

medya patronlarına bağımlılığı azaltacak hem de reklam ve abonelik gelirleri konusunda yeni kaynaklar oluşturacaktır. Üstelik yeni medya ortamlarında üretilen içerikler, baskı ve dağıtım gibi maliyet kalemlerini de ortadan kaldırmaktadır. Hepsinden önemlisi yeni medya, yerel medyada görev yapanların kaygılarını, beklentilerini ve habercilik yapmaktan kaynaklı haklarını dile getirmesi için oldukça işlevsel bir nitelik taşımaktadır.

KAYNAKÇA

Atabek, N. (2012). Tarihsel Süreçte Türkiye'de Yerel Basın ve Yerel Yönetimler. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(22), 63-74.

Boschele, F. A., & Kırık, A. M. (2012). Alternatif Medya Olarak Yeni Medya. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(18), 58-69.

Geray, H. (2003). *İletişim ve Teknoloji Uluslararası Birikim Düzeninde Yeni Medya Politikaları.* Ankara: Ütopya Yayınları.

Gezgin, S. (2007). Türkiye'de Yerel Basın. S. Gezgin içinde, *Türkiye'de Yerel Basın* (s. 177-196). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Girgin, A. (2001). *Türk Basın Tarihinde Yerel Gazetecilik,.* Ankara: İnkilap Kitabevi.

Ilgaz, C. (2003). Türkiye"de Yerel Gazetecilik. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(16), 177-184.

Maigret, E. (2014). *Medya ve İletişim Sosyolojisi.* (H. Yücel, Çev.) İstanbul: İletişim Yayınları.

Mora, N. (2008). Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim. Altkitap.

Mora, N. (2008). Medya, Toplum ve Haber Kaynağı Olarak Sembolik Seçkinler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5*(1), 1-25.

Nalcıoğlu, B. U. (2007). Türkiye'de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri. S. Gezgin içinde, *Türkiye'de Yerel Basın* (s. 197-210). İstanbul: İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics.* New York: Oxford University Press.

Uzun, R. (2007). *İletişim Etiği Sorunlar ve Sorumluluklar.* Ankara: Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kırkıncı Yıl Kitaplığı.

Watson, J., & Hill, A. (2012). *Dictionary of Media and Communication Studies.* London: Bloomsbury Publishing.

GENEL HATLARIYLA TÜRKİYE'DE YEREL RADYO YAYINCILIĞININ SORUNLARI

Doç. Dr. Hakan YÜKSEL
Kafkas Üniversitesi - ORCID: 0000-0002-4560-6685

ÖZET

Geleneksel medyanın işitsel aracı olarak öne çıkan ve gazete yayıncılığının ardından en köklü geçmişe sahip medya alanı olarak dikkate çeken radyo yayıncılığı, gerek karasal frekanslar üzerinden gerekse dijital bağlantı aracılığıyla insan hayatında yer almaya devam etmektedir. Yerel radyo yayıncılığı ise daha kısıtlı bir hareket alanı içerisinde belli bir bölgesel kitleye hitap etmektedir. Bunun yanı sıra, sayıca çok fazla yerel radyolar olmasına rağmen bu radyo kanallarında birtakım problemler yaşanabilmektedir. Bu çalışmada Türkiye'deki yerel radyo yayıncılığına değinilmektedir ve bu bağlamda söz konusu yayıncılık sürecinde yaşanan problemler ortaya konulmaya çalışılmaktadır. Doküman analiziyle ortaya konulan bulgular doğrultusunda; yerel radyo yayıncılığının bilhassa ekonomik anlamda sorunlar yaşadığı sonucu ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Radyo, Radyo Yayıncılığı, Yerel Radyo Yayıncılığı

THE PROBLEMS OF LOCAL RADIO BROADCASTING IN TURKEY IN GENERAL

ABSTRACT

Radio broadcasting, which stands out as the audio tool of the traditional media and draws attention as the media field with the most rooted history after newspaper publishing, continues to take place in human life both over terrestrial frequencies and through digital connection. Local radio broadcasting, on the other hand, appeals to a certain regional audience within a more restricted range of motion. In addition, although there are many local radios in number, some problems can be experienced in these radio channels. In this study, local radio broadcasting in Turkey is mentioned and in this context, the problems experienced in the broadcasting process are tried to be revealed. In line with the findings revealed by document analysis; As a result, local radio broadcasting has problems especially in economic terms.

Keywords: Radio, Radio Broadcasting, Local Radio Broadcasting

1. GİRİŞ

Radyo; medyanın ana dinamiklerinden birisidir ve kimine göre artık nostaljik bir medya aracı iken kimine göre de bir tutkudur ve güçlü bir iletişim aracıdır. Ama kabul etmek gerek ki artık dijital teknolojilerin yaygın etki uyandırdığı bir küresel toplumda yaşamaktayız ve radyo yayınları diğer geleneksel medya araçları gibi giderek potansiyel kitlenin ilgisinden

uzaklaşmaktadır. Buna karşın özellikle ulusal radyolarda reklam gelirleriyle ayakta durabilen güçlü kurumlar mevcuttur. Ama yerel radyolar için aynı şeyi söylemek zor olabilir. Zira yalnızca ekonomik sorunlar değil yerel halkın ilgisizliği de bu radyoların güçlü kalabilmesini zorlaştırmaktadır. Böylece ardı ardına kapanan yerel radyoları görmek mümkün olabilmektedir. Nihayetinde başka birtakım sorunların da mevcut olduğu bir yerel radyo gerçekliği dikkat çekmektedir.

Bu çalışmada da söz konusu sorunlar özelinde yerel radyo yayıncılığı ele alınmaktadır ve Türkiye'deki durum üzerinden hareket edilmektedir. Çalışmanın ana çerçevesinde doküman analiziyle yola çıkılarak alan yazın verilerine ulaşılmaktadır. Nitekim bilimsel alanda literatür taraması yapıldığında nitel analiz yöntemleri arasında en çok kullanılan yöntemlerden biri olarak doküman analizi öne çıkmaktadır. Bu yöntem; dokümana ulaşma, orijinal olup olmadığını teyit etme ve dokümanı anlama üzerine kurulmuş durumdadır. Aynı zamanda bu yöntemde analiz etme ve elde edilen veriyi kullanma süreci mevcuttur (Kıral, 2020: 1). Çalışmanın çerçevesi bu yöntem ekseninde kurulmaktadır ve ana başlıklar belirlenmektedir.

2. RADYO VE RADYO YAYINCILIĞI

Geleneksel medyanın hedef kitle üzerinde etki uyandıran birçok aracı bulunmaktadır ve bu araçlar görsel olduğu gibi işitsel özellikleriyle de ön plana çıkmaktadır. Tarihsel süreçte medyanın gelişimi dikkate alındığında matbaa ile birlikte hareket alanı bulan gazete yayıncılığının en eski medya aracı olduğu görülmektedir. İşitsel nitelik kazanarak dinleyici kitleye ulaşan medya aracı ise radyo yayıncılığı olarak kabul görmektedir. Bu yayıncılığın gerek dünya genelinde gerekse Türkiye'de dinleyicilere ulaşmasını sağlayan teknolojik unsur ise radyo aygıtıdır. Dolayısıyla radyo aygıtı aracılığıyla ve teknolojik altyapıdaki gelişmeler doğrultusunda dinleyici kitleye içerik sunan ve işitsel yönüyle nitelik teşkil eden yayıncılık türüne radyo yayıncılığı adı verilmektedir.

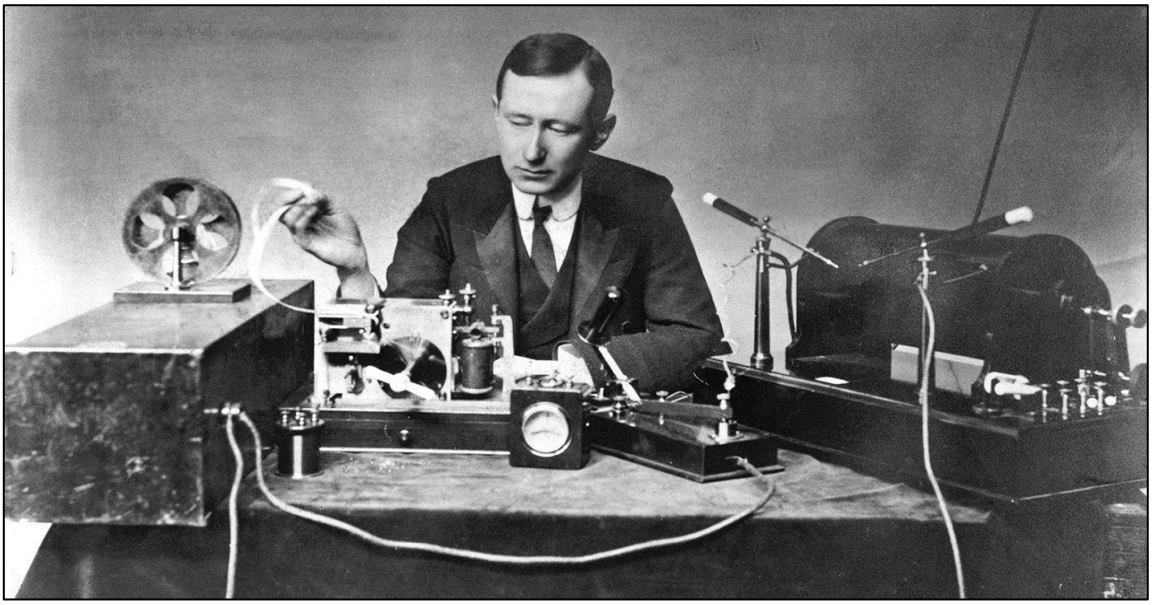
Radyo yayıncılığının sağlıklı bir şekilde yürütülmesini sağlayan radyo aygıtı, elektromanyetik radyo dalgalarını sese dönüştüren elektronik bir araç olarak dikkat çekmektedir. Radyo aygıtının tarihsel sürecine ilişkin birçok isim öne çıkmaktadır ve bu isimler radyonun icadına dair sunmuş olduğu katkılarla literatürde yer bulmaktadır. Bu isimler arasında yer alan Marconi, radyonun insan hayatında yer edinmesinde önemli bir mucit olarak değer görmektedir. Edison'un da radyo sistemine dair yürüttüğü çalışmaların var olması, radyonun icat ve sonrası sürecinde Edison ismini ayrıca öne çıkarmaktadır. Bu icat süreçlerinin ardından radyo yayıncılığına geçilmesi ise belirli bir süre almıştır ve nitekim 1921 yılı itibariyle ABD'de ilk radyo yayınları ortaya konulmuştur. Daha sonra Avrupa ülkeleri ve Türkiye olmak üzere dünya genelinde radyo yayıncılığı dinleyici kitleye ulaşabilmiştir (Karaca, 2019).

Bununla birlikte radyo yayıncılığı, günümüze dek birçok mucidin buluşları ve aynı zamanda bilim adamlarının çeşitli araştırmaları neticesinde birtakım teoriler ve revize edilen çalışmalar eşliğinde ortaya konulmuştur. Örneğin öncelikle telsiz telgraf olarak kullanılan radyo, daha sonra ses faktörünün eklenmesi ile birlikte telsiz telefona çevrilmiştir. Mors alfabesi ve ses desteğiyle iki nokta arasındaki etkileşimi sağlayan bu evrelerin bir sonraki safhası ise, tek noktadan birçok noktaya erişimin olağan olduğu ve günümüzdeki bilinen tanımlamasıyla radyo

yayıncılığı olmuştur. Teorik ve teknik süreçlerin neticesi radyo yayıncılığı bağlamında bu sıralamayla gerçekleşmiştir (Öztürk, 2017: 14).

Her ne kadar radyonun ve radyo yayıncılığının gelişim sürecinde Marconi ve Edison isimleri öne çıksa da, esasen 1860'larda fizikçi James Maxwell radyo dalgaları üzerinde çalışmalar yürütmüştür. Ardından 1880'li yıllarda bilim adamı Heinrich Hertz, Maxwell'in çalışmalarını geliştirmiştir ve yapmış olduğu deneylerle sürece katkı sağlamıştır. 1890'larda ilk telsiz radyo sistemi Marconi tarafından geliştirilmiştir ve sürecin devamında mesaj iletimi sağlanmıştır. Lee de Forest ise, icadını yaptığı "*boşluk tüpü*" ile radyoların sesinin çok daha nitelikli ve kesintisiz olabilmesini sağlamıştır. İlerleyen süreçte deneme radyo yayınları yapılmıştır. 1900'lü yılların başında Reginald Fessenden konuşma ve müzik içerikli ilk radyo yayınını gerçekleştirerek radyo yayıncılığı tarihine adını yazdırmayı başarmıştır (Cobuloğlu, 2021).

Radyo yayıncılığında ses ve sesin kalitesi oldukça önemlidir. Zira radyonun gelişim sürecinde bu duruma dair birçok çalışma yürütülmüştür ve sesin kalitesini arttırmak adına atılımlar gerçekleştirilmiştir. Bu atılımlar arasında "*boşluk tüpü*" ayrı bir önem arz etmektedir. Dolayısıyla sesin kalitesine doğrudan katkı sağlayan bu icadın sahibi olan Lee de Forest, bu anlamda radyo ve radyo yayıncılığı için oldukça önemli olan ve kazanım sunan bir mucit olarak değerlendirilmektedir (Fang, 1997: 93). Literatür incelendiğinde hem Lee de Forest hem de aşağıdaki görselde yer alan Guglielmo Marconi, sunmuş oldukları katkılar nedeniyle radyonun babası olarak tanımlanmaktadır ve bu tanımlama onları radyo yayıncılığı açısından ayrı bir noktada konumlandırmaktadır.



Görsel 1: Marconi ve Radyo Yayıncılığı (Yakar, 2022)

Öte yandan tarihteki ilk radyo istasyonun temeli, Frank Conrad adlı bir mühendis tarafından atılmıştır ve Conrad, evinin garajında inşa etmiş olduğu vericiden düzenli şekilde yayınlar gerçekleştirmiştir. Bu yayınlar arasında müzik, spor ve müzikal içerikler bilhassa öne çıkmıştır ve söz konusu yayınlar neticesinde belli bir dinleyici kitlesi oluşmuştur. Conrad tarafından basit mantıkta kurulan bu radyo, zaman içerisinde büyük bir radyo istasyonuna dönüşmüştür ve ilgili

süreçte Westinghouse adlı şirketin katkılarıyla etkin bir hareket alanı elde edilmiştir. Öyle ki halen yayınlarına devam eden ve KDKA olarak adlandırılan bu radyo istasyonu, 1920 yılı itibariyle dinleyicilere mevcut istasyon üzerinden içerik aktarmayı sürdürebilmiştir (Dominick, 1996: 171).

Gelişim süreci bağlamında öncelikle ABD'de hareket alanı bulan ve ardından Avrupa ülkelerinde faaliyetlerini sürdüren radyo yayıncılığı, Yaklaşık 10 yıllık bir periyot içerisinde Türkiye'de de gelişim göstermeye bağlamıştır. Deneme yayınları ve ardından düzenli yayınların ortaya konulduğu radyo yayıncılığı, Türk medya tarihi açısından da ayrı bir önem teşkil etmiştir. Zira okuyucu kitlenin aynı zamanda dinleyici kitleye dönüştüğü bir kitle iletişim aracının etkinliği söz konusu olmaya bağlamıştır. Bu süreçte devletin doğrudan sunmuş olduğu da katkılar önemlidir ve nitekim vatandaşların gazeteler dışında daha güncel olarak radyolardan haberleri, gelişmeleri vb. takip edebilmesinin zeminini hazırlamak; etkin iletişim sağlanması açısından hedef edinilmiştir.

Bu bağlamda Nursel Cobuloğlu, Türkiye'deki radyo yayıncılığı sürecine dair şu ifadeleri kullanmaktadır (Cobuloğlu, 2021):

"*Türkiye'nin radyo yayıncılığı serüveni 1927'de başladı. Takvimler 6 Mayıs'ı gösteriyordu ve İstanbul Radyosu'ndan o tanıdık ses geldi. Eşref Şefik'in anonsuyla başlayan serüven hız kesmeden devam etti. Aradan bir yıl geçtikten sonra Ankara Radyosu da ilk yayını yaptı. Radyolar, 8 Eylül 1936'da PTT'ye devredildi. PTT'ye devredildikten sonra vericisi güçlendirilen Ankara Radyosu, 28 Ekim 1938'de resmen işletmeye açıldı. Yayınlarına bir süre ara veren İstanbul Radyosu'nun Sirkeci'de başlayan hikâyesi, 1949'da Harbiye'de devam etti. 1960'tan sonra 8 ilde "İl Radyoları" kuruldu. Radyo yayınları, 1964 yılından itibaren TRT bünyesinde devam etti. 1974 yılında, TRT'nin merkez ve bölge radyolarının birleştirilmesiyle TRT-1, TRT-2 ve TRT-3 radyo yayınları oluşturuldu. Yıllar ilerledikçe, radyo yayınları daha geniş kitlelere ve alana ulaştı*".

TRT öncülüğünde başlayan ve uzun yıllar yine TRT adı altında dinleyiciye ulaşan Türkiye radyo yayıncılığı, özellikle 1990'lı yıllarla birlikte özel radyo kanallarıyla bütünleşmeye başlamıştır. Öyle ki bu yıllarda özel televizyon kanallarının kurulmuş olması, özel radyo istasyonlarının birbiri ardına açılmasına ortam hazırlamıştır. İçerik olarak da gerek karma yayınlar gerekse ekonomi, siyaset, kültür, sanat, spor ve müzik gibi spesifik temalı yayınlar öne çıkmıştır. Günümüzde ise hem radyo istasyonları üzerinden hem de internet destekli olarak karasal ve dijital radyolar dinleyici ile buluşmayı sürdürmektedir. Akıllı televizyonların (IPTV, Smart TV vb.) internet dışında doğrudan radyo kanallarını da barındırdığı dikkate alındığında; günümüz radyo yayınlarının televizyonlar aracılığıyla erişimi kolaylaştırdığı ayrıca gözlemlenmektedir.

3. TÜRKİYE'DE YEREL RADYO YAYINCILIĞI

Yerel radyo yayıncılığı, verici istasyonlar üzerinden belli bir frekans aralığında yayın yapılan ve bu bağlamda yerel/bölgesel düzeyde dinleyici kitleye içerik ulaştırılan bir yayıncılık türü olarak kabul görmektedir. Yerel radyo yayıncılığında yerel medyanın dinamikleri öne çıkmaktadır ve bu bağlamda yerel sorunları dile getirdiği gibi yerel konular hususunda halkı

bilgilendiren yerel medya faktörü (Girgin, 2007: 244) önem teşkil etmektedir. Dolayısıyla yerel gazeteler ve yerel televizyonlarda olduğu gibi yerel radyo yayınlarında da ulusal konulardan ziyade yerel ve bölgesel haberlere değinilmektedir.

Yerel radyo yayıncılığında temsil faktörü de önemlidir ve demokrasinin sesi olma noktasında yerel medyanın güçlü bir öğesi olarak radyo yayınları dikkat çekmektedir. Zira yaşanan problemlere yer verme ve toplumun sesi olma bağlamında, bireylerin kendilerini daha net ifade edebilmesine ortam hazırlama noktasında yerel medya mühim bir rol oynamaktadır (Nalcıoğlu, 2007: 202). Bu minvalde yalnızca müzik, haber ve aktüel gibi rutin içerikler değil yerel sorunlara vurgu yapan çeşitli programlar da yerel radyo yayıncılığında güçlü bir şekilde yer edinebilmektedir.

Yerel radyo yayıncılığından bahsederken yerel medyanın Türkiye özelindeki ana dinamiklerine temas etmek de gerekmektedir. Bu çerçevede yerel medya faktörüne eğilen Nuray Sarı şu tespitleriyle bilgilendirme yapmaktadır (Sarı, 2019: 148):

"*Yerel medyanın ülkemizde demokratik unsurlar noktasında önemi oldukça fazladır. Demokratik çok sesliliğin gelişiminde ve kamuoyunun serbestçe oluşumunda birincil önem taşıyan yerel medya aynı zamanda kültürel ve yerel mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılmasında da oldukça önemlidir. Yerel medya, bireyin ihtiyaç duyduğunda ilk başvurduğu kaynaklardan biri olma özelliği taşımaktadır. Çünkü yerel medya, yayın yaptığı halkı bilgilendirmesiyle, kişinin yaşadığı toplumdaki sorunları gündeme getirmesiyle, kentin ihtiyaçlarını gün yüzüne çıkarması ve kentteki sosyal ve kültürel etkinliklerle ilgili bilgileri aktarması ile bireye " yaşanan yer" duygusunu kazandırmaktadır. Birey bu sayede yaşadığı topluma ait olma düşüncesini benimsemektedir. Bulunduğu yörede demokrasiyi sağlamak ve yönetimi denetlemek gibi bir şansı elinde bulunduran yerel medya, yönetenler ile yönetilenler arasında bir köprü oluşturmaktadır. Kamuoyunun düşüncelerini ve eleştirilerini yöneticilere ulaştıran yerel medya, yöneticilerin de geri dönüşlerini kamuoyuna ileterek demokratik sistemin düzgün bir şekilde işlemesinde önemli bir aktör konumundadır*".

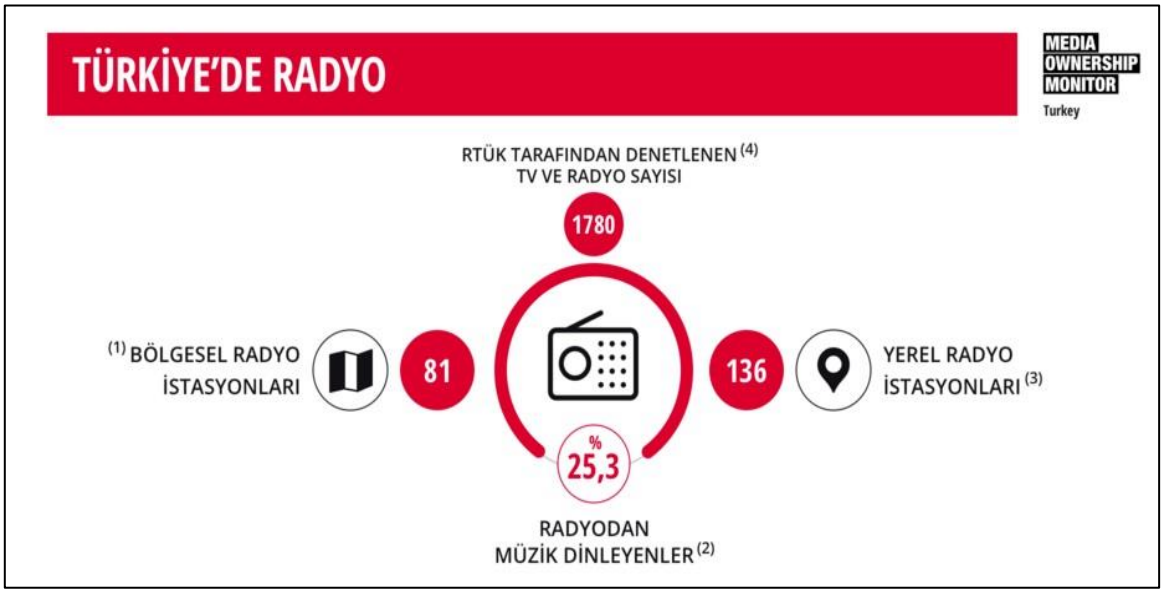
Kendine özgü dinamikleriyle medya alanında yer edinen yerel radyo yayıncılığında, genel olarak öne çıkan hususlara ise şu başlıklar altında değinmek mümkündür:

Yayıncılık bağlamında konu olarak yerel sorunlara daha fazla yer verilmektedir.
Reklam ve sponsorluk noktasında sorunlar yaşansa da genel olarak yerel kurumlar ve markalar üzerinden tanıtımlar gerçekleştirilmektedir.
Konuklu programlar yapılırken yerel düzeyde öne çıkan isimler ağırlanmaktadır.
Özellikle yerel seçim süreçlerinde yerel radyolar güçlü bir propaganda aracı olarak tercih edilmektedir ve farklı görüşlerden sesler dinleyiciyle buluşturulmaktadır.
Canlı yayınlardan ziyade daha çok müzik içerikli tekrar yayınlar öne çıkmaktadır.
Ulusal radyolara nazaran çalışan sayısı daha azdır ve bu durumun nedeni mali konulardır.

Virgin Radyo	Kent FM
İmbat FM	Şirinnar FM
Karadeniz FM	Kordon FM
Radyo Alaturka	Radyo ODTÜ
Joy FM	Radyo Vizyon
İstanbul FM	Bilkent Radyo
Pal FM	38 Kent FM
Radyo Kordelya	Sakarya Radyo Mega

Çizelge 1: Türkiye'nin En Çok Dinlenen Yerel Radyoları (Kaya, 2019)

Türkiye'de 81 ilde yayın yapan 750 radyo bulunmaktadır ve bu radyoların sayısı arttığı gibi azalma da gösterebilmektedir. Nitekim ekonomik gerekçeler ve RTÜK denetimleri neticeleri başta olmak üzere birçok nedenden ötürü sıklıkla radyo sayılarında değişiklik yaşanabilmektedir. Bu radyolar arasında bilhassa İstanbul ve Ankara'da yayın yapan yerel radyolar dinleyiciler tarafından daha fazla ilgi görmektedir. Yukarıda yer alan çizelge içerisinde de görüldüğü gibi RİAK ve Nielsen ortaklığıyla düzenli olarak yapılan araştırma sonucunda Türkiye'de en çok dinlenen 50 radyo arasına 16 yerel radyo girmiştir. Oran olarak bu rakam iyi bir görünüm sunmaktadır. Söz konusu yerel radyolar arasında üniversite radyolarının da yer alması nitelik bağlamında ayrıca önem teşkil etmektedir ve üniversitelerin aynı zamanda yerel dinamikler açısından önemli bir unsur olduğunu göstermektedir.



Görsel 2: Türkiye'de Radyo Yayıncılığı Verileri (turkey.mom-rsf.org, 2021)

İkinci görselde yer alan veriler ise kurumsal anlamda öne çıkan yerel ve bölgesel radyoları ortaya koymak açısından önem teşkil etmektedir. Öyle ki Türkiye genelinde 750 yerel radyo bulunmasına rağmen yalnızca 136 yerel radyo istasyonu bulunmaktadır ve bu durum diğer radyoların daha çok frekanslar üzerinden ve dijital ortamlarda yayın ürettiğini göstermektedir. Bölgesel radyo istasyonlarının sayısı da 81 olarak dikkat çekmektedir ve bu sayı genel verilere oranla az kalmaktadır. Netice olarak ana akım radyo kanallarının öne çıktığı bir Türkiye radyo yayıncılığı mevcuttur ve bu yapı içerisinde güçlü şekilde yer alan yerel radyoların var olması "*yerel medya*" açısından ayrıca umut vericidir. Dolayısıyla denilebilir ki; her ne kadar ekonomik anlamda zorluklar yaşansa da birtakım reklam ve tanıtım gelirleriyle ayakta durmaya çalışan bir yerel radyo yayıncılığı realitesi söz konusudur.

4. YEREL RADYO YAYINCILIĞININ PROBLEMLERİ

Medya alanında gelişen teknolojiler doğrultusunda dijital platformların öne çıktığı bir durum yaşanmaktadır. Bu durum haliyle geleneksel medya araçlarını etkilemektedir ve gerek gazeteler gerekse televizyon yayınları giderek ikinci planda kalmaktadır. Bir diğer geleneksel medya aracı olan radyolar ise gazete ve televizyonlardan daha çok göz ardı edilmektedir ve dinleyici kitlenin artık internet kullanıcısına dönüştüğü bir süreç dikkat çekmektedir. Üstelik bu durum ulusal radyo yayıncılığı için geçerlidir ve bu ortamda yerel radyolar çok daha geri planda kaldığından ötürü önemli sorunlarla baş etmek durumunda kalmaktadır. Bu doğrultuda yerel radyo yayıncılığının öne çıkan başlıca sorunlarına şu hususlar üzerinden değinebiliriz:

Yerel radyo yayıncılığında reklam gelirleri oldukça kısıtlı olduğu için ve bu gelirler özellikle kırsal bölgelerde yok denecek kadar az olduğundan dolayı önemli ekonomik problemler yaşanabilmektedir.

Nitelikli personel sıkıntısı da yerel radyoların sorunları arasındadır ve bu durum profesyonel yayıncılığın önüne geçmektedir. Öyle ki bazı yerel radyolarda radyonun sahibi olan kişi aynı zamanda radyo sunucusu ve teknik masa görevini tek başına idare etmektedir. Böylece tek kişiyle kontrol edilen ve mesleki becerilerin yeterli olmadığı yerel radyo yayınları dinleyicilere sunulmaktadır.

Yerel radyolarda bürokratik ve siyasi engeller de söz konusu olabilmektedir ve görüş ayrılıklarının olduğu bu gibi durumlarda reklam destekleri daha da düşük kalabilmektedir.

İnternet teknolojisinin yaygınlaşması geleneksel medyanın diğer araçlarına olduğu gibi yerel radyolara olan ilgiyi de oldukça azalttığı için yerel radyoların güçlü bir şekilde ayakta kalması zorlaşmaktadır ve bu sürecin neticesinde kapanan, kapanmak zorunda kalan yerel radyolar dikkat çekmektedir.

Bu unsurlar dışında da yerel radyo yayıncılığının çeşitli problemleri bulunmaktadır. Söz konusu sorunlara dair en güncel röportajları ise Kadir Cesur gerçekleştirmiştir ve 2022 yılında yapılan bu röportajlarda aşağıda yer alan tespitler karşımıza çıkmaktadır. Bu çerçevede ilk olarak Aksaray'da yayın yapan yerel radyolardan birisi olan Mavi Radyo ele alınmaktadır. Mavi Radyo'dan Kaan Kaynak şu görüşlerini paylaşarak yerel radyo yayıncılığının öne çıkan çeşitli sorunlarını paylaşmaktadır (Cesur, 2022):

"*Yerel radyoların yaşadığı sıkıntıların Türkiye'nin her yerinde ortak olduğunu düşünüyorum. En büyük sorun, insanların radyolara bakış açısıdır. Görsel basın hem halk hem de siyasetçiler*

tarafından daha çok ciddiye alınıyor. Radyo işitsel olduğu için biraz daha geri plana itiliyor. Ama radyo hem gazeteye hem de televizyona göre daha çok kitleye ulaşıyor. İnsanlar bunun farkında değil. Radyoların en büyük sıkıntısı budur. Radyolar geri plana itiliyor. Bir diğer problemimiz de maddi sorunlarımızdır. Yayın yaptığımız şehirde insanlar halen 15-20 yıl önceki fiyatlarla reklamlarını yayımlatmamızı istiyorlar. Oysa radyonun nasıl yaşamaya çalıştığını bilmiyorlar. Zannediyorlar ki radyonun hiçbir gideri yok. Bir diğer konu da ilan... Gazetelere ve televizyonlara çok fazla reklam çalışması yapıyorlar ama radyoları görmezden geliyorlar. Gazetelere nasıl ki resmi ilanlar verilebiliyor, bu şekilde yerel radyolara da verilmelidir. Gazeteler de zaten bu şekilde ayakta durabiliyor. Bir de telif konusu var. Çaldığımız şarkılardan dolayı dört farklı kuruma telif ödüyoruz. Bence otellerden telif alınabilir, kafelerden telif alınabilir ama yerel radyolardan telif alınmaması lazım. Bazı şarkıcılar şu anda şarkıları yayımlansın diye radyolara para ödüyor. Bizim çaldığımız şarkılar o şarkıcıların reklamı oluyor zaten".

Mevcut tespitler göstermektedir ki; hem ekonomik sorunlar hem de diğer etmenler yerel radyo yayıncılığını ciddi anlamda etkilemektedir. Görsel medyaya olan ilgili de bir diğer faktör olarak değerlendirilmektedir ve radyoların eski popülerliğinden uzak kaldığına vurgu yapılmaktadır. Bölgesel anlamda esnafların ve diğer kurumların radyoya reklam verirken çekimser kalması ve fiyat olarak oldukça düşük fiyatlar teklif etmesi mevcut sorunlardan biri olarak kabul edilmektedir. Ayrıca telif problemi de yerel radyo yayıncılığının sorunları arasında gösterilmektedir.

Güncel olarak yapılan röportajlarda bir diğer yerel radyo olarak Adana ilinde dinleyicilerine ulaşan Lokum FM öne çıkmaktadır ve yerel radyo yayıncılığının mevcut durumuna dair Özkan Ürkmez tarafından şu hususlara dikkat çekilmektedir (Cesur, 2022):

"*Genel sorunlarımız her bölgede aynı fakat bazı bölgelerde gerek teknik gerekse şehirdeki radyo sayısının yüksek olması ve birlikte hareket edememekten kaynaklı reklam gelirleriyle ilgili sıkıntılar yaşanıyor. Adana yerel radyo sayısının yüksek olduğu şehirlerin başında geliyor ve maalesef kısır çekişmelerden dolayı yıllardır radyolar birlikte hareket edemiyor. Birliktelik adına birçok girişim de başarısızlıkla sonuçlandı. Yerel radyoların yaşamış olduğu bir diğer sorun da kaçak olarak yapılan radyo yayınlarıdır. Bizler tüm sorunlara rağmen yayınlarımızı sürdürmeye devam ediyoruz. Fakat yerel radyoların korunması için birtakım yasal düzenlemelere ihtiyaç vardır. Öncelikle şu anda kullandığımız frekansların tahsislerinin bir an önce yapılması gerekiyor. Bu düzenleme kaçak radyo yayınlarının da önüne geçecektir. Telifle ilgili yaşanan sorunların giderilmesi için de acil düzenleme şart*".

İlgili değerlendirmelerde bu defa daha farklı sorunlara temas edildiği gözlemlenmektedir ve yerel radyolar açısından ortak problem olan ekonomik meseleler dışında kaçak yayıncılığa vurgu yapılmaktadır. Böylece frekans düzenlemesinin önemine değinilmektedir ve aynı zamanda yerel radyoların birlikte hareket etmesinin önem teşkil ettiğine dikkat çekilerek mevcut problemlere karşı ortak duruş sergilenmesi beklenmektedir. Adana gibi büyük şehirlerde söz konusu ortak hareket etme durumu, en azından yerel radyoların ayakta kalabilmesi açısından mühim olarak görülmektedir.

Bir diğer röportaj Balıkesir Körfez FM'den Emre Burak Uçar ile yapılmıştır ve siyasi etkilerin önemine dikkat çekilmiştir. Bununla birlikte yayın masraflarının çokluğuna yer verilmiştir ve

dolayısıyla reklam gelirlerinin önemi belirtilmiştir. Reklam gelirleri beklenen düzeyden az olduğu için resmi ilanlarının yerel radyolarda yayınlanmasının önünün açılması beklenmiştir. Bu bağlamda mevcut yorumlar aşağıdaki gibi dile getirilmiştir (Cesur, 2022):

"*Yerel radyolar çaldıkları müzikten, yer verdikleri yayına kadar o bölgenin birebir etkisini yansıtırlar. Bu yerellik bazı noktalarda yayın akışının baskıyla değiştirilmesinden, zorla siyasi bir etkinin altında bırakılmanıza kadar birçok soruna sebep olabiliyor. Yerel radyoların tek gelir kaynağı reklamdır. Yerel radyolar artan elektrik, yayın masrafları ve personel giderleri yüzünden oldukça zor durumda. Yerel radyoların yaşatılması zorunludur. Her şeye rağmen radyodan daha kolay ulaşılabilen bir yayın servisi bulunmuyor. Bu yüzden en azından resmi ilan yayınlarının radyolara da verilmesi gerekiyor. Tüm bu sorunlardan dolayı yerel radyolar ya belirli sermaye gruplarının eline terk edilmiş ya borç batağında ya da yerel siyasilere yaranmak zorunda kalıyor*".

Son olarak da Kadir Cesur tarafından Van ilinde yapılan röportaja yer verebiliriz. Bu minvalde yerel radyo yayıncılığının maddi sorunları bir kez daha öne çıkmış durumdadır ve Van İlaç Radyo'dan Özkan Altınkaynak şu yorumlarda bulunmaktadır (Cesur, 2022):

"*Sorunların çok büyük bir kısmı maddi problemlere dayanıyor. Yaşamış olduğumuz bir problemi teknik olarak açıklamak isterim. Yerel radyoların, emisyon noktasıyla yayın yapmış olduğu stüdyo arasındaki bağlantıyı sağlayabilmesi için bir linke ihtiyaç var. Yerel radyolar ulusal radyolar gibi maddi olarak güçlü bir konumda olmadığı için bu linki temin edemiyor. Bundan dolayı da emisyon noktasına yayınını ulaştıramıyor. Bu sebeple çatıdan yayını vermeye çalışıyor. Bu da yayının daha uzağa aktarılabilmesini zorlaştırıyor. Bu yüzden sadece şehir merkezindeki noktalara sağlıklı bir şekilde yayınımızı ulaştırabiliyoruz. Yerel radyoların ayakta durması her geçen yıl daha da zorlaşıyor. Radyoları ayakta tutan tek unsur reklamdır. Fakat yerel esnaf, yaşanan ekonomik krizden dolayı bazı kalemlerde kısmaya gidiyor. Bunlar arasında ilk kısılan ise "reklam" oluyor. Oysa tam tersi olması gerekiyor. Ekonomik olarak yeterli güce sahip olmadığımız zaman kalifiye eleman da yetiştiremiyoruz. Çok daha kaliteli yayınlar yapamıyoruz. Ulusal radyolarla hem yayın olarak hem de maddi olarak rekabet edemiyoruz. Maddi olarak devletin de yerel radyoları desteklemesi gerekiyor. Radyolar, anonim şirketlerdir. Reklam aldığımız zaman esnafa faturalar kesiyoruz ve ciddi vergiler ödüyoruz. Anonim şirket olduğumuz için muhasebe ve resmi giderlerimiz de çok yüksek. Devletin desteğine ihtiyacımız var. Kamu spotlarını ücretsiz yayınlıyoruz. Bu tüm yerel radyo ve televizyonlar için geçerli. Bakanlıkların göndermiş olduğu zorunlu kamu spotlarını, tıpkı Basın İlan Kurumu'nun yerel gazetelerde yayınlamış oldukları ilanlar gibi, biz de ücret karşılığında yayımlamak istiyoruz. Ekonomik olarak devlet en azından bu kamu spotları konusunda destek verirse ayakta durmamız daha mümkün olacaktır*".

Görüldüğü üzere; yerel radyo yayıncılığının birçok problemi bizzat yerel radyo yayıncıları tarafından dile getirilmektedir. Devlet desteğinin önemine değinilmektedir, kamu spotları için devletten mali destek beklendiği görülmektedir, maddi anlamda ayakta kalabilmenin önemine temas edilmektedir ve bu anlamda link bağlantıları gibi teknik problemlerin de çözülmesinin beklendiği görülmektedir.

5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Medya alanında kurumların ayakta kalabilmesi için mali faktörler doğrudan önem teşkil etmektedir ve bu çerçevede reklam gelirleri büyük değer taşımaktadır. Zira günümüzde güçlü televizyon kanallarının, gazete kurumlarının ve internet medyalarının ayakta durmasının temel etmeni mali yapılarıdır. Her ne kadar birçok kurum holdingler bünyesinde güçlerini muhafaza etse de, kendi çatısı altında var olan medya kurumları da mevcuttur ve bu kurumlar reklam gelirleriyle gelişimini sürdürmektedir. Radyo yayıncılığında ise İstanbul merkezli ana akım radyo kanalları ve devlet destekli TRT radyoları güçlü bir şekilde öne çıkmaktadır. Diğer ulusal radyolar birtakım problemlerle baş etmek durumdadır. Durum böyleyken yerel radyo yayınlarında problemler had safhadadır ve çözüm elde edilemeyen süreçler neticesinde yerel radyoların kapılarına kilit vurulmak zorunda kalınmaktadır.

Mevcut çalışmada ise yerel radyo yayıncılığının sorunlarına değinilirken birçok farklı açıdan değerlendirme yapılmış durumdadır ve sorunların yalnızca ekonomik düzeyde olmadığı görülmektedir. Öyle ki Türkiye'de yüzlerce yerel radyo bulunmaktadır ve bu radyoların sayıları sıklıkla değişmektedir, bu değişim artık yukarı değil aşağı yönlüdür ve dijital radyoları bir kenara bıraktığımızda köklü yerel radyoların dahi mevcut şartlarda zorluk yaşadığı anlaşılmaktadır. Bu şartlara, zorluklara ve problemlere karşı yapılması gerekenlere dair birtakım önerilerde bulunarak bildiri çalışmasını sonlandırabiliriz:

Türkiye'de yerel radyo kanallarının kendi imkânları doğrultusunda güçlü kalabilmesi artık mümkün değildir ve televizyon kanallarında olduğu gibi kamu spotlarının sunumları için yerel radyolara maddi destek verilmesi elzemdir.
Yerel radyoların güçlü kalabilmesi için yerel halkın desteği de önemlidir ve artık sosyal medya üzerinden görünürlük elde etmeye çalışan yerel radyolara halkın olumlu dönüt vermesi beklenmektedir.
Yerel halkın dışında yerel kurum ve kuruluşlar, şirketler ve diğer özel teşebbüsler yerel radyolara reklam, tanıtım, destek vb. vermek noktasında çekimser kalmamalıdır. Bu doğrultuda verilecek maddi desteklerle güçlü bir bütünlük sağlanmalıdır.
Sadece yerel seçim süreçlerinde değil diğer zamanlarda da bilhassa siyasi mekanizmalar ve bürokrasi temsilcileri yerel radyoların sorunlarına kulak vermelidir. Bu anlamda resmi ilanların verilmesi adına adımlar atılabilmeli ve maddi destek alanı oluşturulabilmelidir.
Yerel radyoların birlikte hareket etmesi mühimdir ve gerekirse sendikacılık faaliyetleri çerçevesinde, yerel medya çatısı altında, yerel radyoların mevcut beklentileri net olarak dile getirilmelidir.
Yerel radyolarda yayın içeriklerinin niteliği de önemlidir ve bu bağlamda radyo sahiplerine/çalışanlarına doğrudan iş düşmektedir. Yalnızca müzik temalı yayınlara değil yerel halkın sorunlarına doğrudan temas eden içeriklere ağırlık verilerek hem dinleyici ilgisi kazanılmalıdır hem de farkındalık oluşturulmalıdır.
Son olarak da teknik altyapıların güçlü bir şekilde sağlanması adına yerel radyo sahipleri bizzat harekete geçmelidir ve frekanslara dair sorunlar çözülmelidir. Ayrıca nitelikli personel sağlamak adına iletişim fakültesi mezunlarına ve radyo/televizyon programcılığı mezunlarına istihdam alanı oluşturulması sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Cesur, K. (2022). Türkiye'nin Radyo Haritası. https://journo.com.tr/hangi-ilde-kac-radyo-var Erişim Tarihi: 26.08.2023.

Cobuloğlu, N. (2021). Geçmişten Günümüze Radyo. https://www.trthaber.com/haber/kultur-sanat/gecmisten-gunumuze-radyo-556020.html Erişim Tarihi: 21.08.2023.

Dominick, J. R. (1996). The Dynamics of Mass Communication, Media in the Digital Age. McGraw-Hill. New York.

Fang, I. (1997). A History of Mass Communication. Six Information Revolutions. Focal Press. Boston.

Girgin, A. (2007). Türkiye'de Yerel Basın ve Resmi İlan. Türkiye'de Yerel Basın (Ed: Suat Gezgin). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Karaca, E. (2019). Radyonun İcadı: Radyo Nedir? Ne Zaman, Kim Tarafından Bulundu? https://bilgihanem.com/radyonun-icadi-radyo-nedir/ Erişim Tarihi: 21.08.2023.

Kaya, A. (2019). Türkiye'nin En Çok Dinlenen Radyo Kanalları ve Frekansları. https://www.tech-worm.com/turkiyenin-en-cok-dinlenen-radyo-kanallari-ve-frekanslari/ Erişim Tarihi: 25.08.2023.

Kıral, B. (2020). Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi. Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 15. 170-189.

Nalcıoğlu, B. (2007). Türkiye'de Yerel Medya Çalışanları, Yerel Medyanın Sorunları ve Çözüm Önerileri. Türkiye'de Yerel Basın (Ed: Suat Gezgin). İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları.

Öztürk, B. (2017). Radyo Yayıncılığının Dijitalleşmesi ve Radyo Dinleyicisinin Dönüşümü. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Sarı, N. (2019). Türkiye'de Yerel Radyo Yayıncılığı: Gaziantep Yerel Radyoları Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Erzurum.

Turkey Mom RSF (2019). Türkiye'de Radyo. https://turkey.mom-rsf.org/tr/medya/radyo/ Erişim Tarihi: 25.08.2023.

Yakar, U. (2022). Radyoyu Kim Ne Zaman İcat Etti. https://www.webtekno.com/radyoyu-kim-ne-zaman-icat-etti-h118215.html Erişim Tarihi: 25.08.2023.

DİJİTAL TELEVİZYON PLATFORMLARININ GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞINA YANSIMALARI

Doç. Dr. Hakan YÜKSEL

Kafkas Üniversitesi - ORCID: 0000-0002-4560-6685

ÖZET

Dijitalleşme süreci medyanın birçok alanına sirayet ettiği gibi televizyon yayıncılığını da doğrudan dönüşüme uğratmış durumdadır. Nitekim son yıllarda birçok dijital televizyon platformu kurulmuştur ve bu platformlar var olan içerikleriyle izleyici eğilimlerini etkilemeyi başarmıştır. Abonelik sayılarındaki ciddi artışlar bu durumun bir göstergesi olarak öne çıkmaktadır. Mevcut çalışma bağlamında ise dijital televizyon platformlarının gelişim sürecine yer verilecektir ve aynı zamanda geleneksel televizyon yayıncılığının bu süreçten nasıl etkilendiği üzerinde durulacaktır. Literatür destekli olarak elde edilen bulgular doğrultusunda dijital televizyon platformlarının yansıttığı somut etkiler tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler : Televizyon, Televizyon Yayıncılığı, Dijital TV Platformları

REFLECTIONS TO TRADITIONAL TELEVISION BROADCASTING OF DIGITAL TELEVISION PLATFORMS

ABSTRACT

The process of digitalization has directly transformed television broadcasting, as it has spread to many areas of the media. As a matter of fact, many digital television platforms have been established in recent years and these platforms have impressed the audience with their existing content. The significant increase in the number of subscriptions stands out as an indicator of this situation. In the context of the current study, the development process of digital television platforms will be included and at the same time, how traditional television broadcasting is affected by this process will be emphasized. In line with the findings obtained with the support of the literature, the concrete effects of digital television platforms will be discussed.

Keywords: Television, Television Broadcasting, Digital TV Platforms

1. GİRİŞ

Medyanın görsel ve işitsel özellikleri bir arada barındıran ve küresel anlamda hedef kitleye yüzyılı aşkın süredir erişim sağlayan etkin aracı konumundaki televizyonlar, günümüzde izleyicilere ulaşmaya devam etmektedir. İçerik ve nitelik olarak dönüşüm sağlanmasıyla beraber ise, televizyonun izleyici üzerindeki etkisi daha güçlü düzeyde sürmektedir. Bu etkinin oluşmasında dijital televizyon platformlarının rolü de yadsınamaz bir gerçeklik olarak

durmaktadır. Öyle ki özellikle gençlerin oluşturduğu potansiyel kitle artık televizyonu ekran başında takip etmemektedir ve bunun yerine cep telefonlarından, diğer dijital araçlardan ve internet erişiminin olduğu cihazlardan televizyon içeriklerine ulaşmayı yeğlemektedir. Oluşan bu ilgi neticesinde gerek dünya medyasında gerekse Türkiye'de dijital platformlar ardı ardına hayata geçmektedir ve televizyon içerikleri bağlamında yeni rekabet alanı bu platformlar üzerinden inşa edilmektedir.

Yürütülen çalışmada televizyon yayıncılığı ele alınırken hem geleneksel anlamda televizyon mecrasının konumlandığı duruma hem de dijital televizyonların etki alanına yer verilmektedir. Bu çerçevede; giderek gelişen ve ciddi sayıda izleyiciye aynı zamanda internet kullanıcısına ulaşan dijital televizyon platformlarının yansıtmış olduğu etkiler üzerinden çalışmanın ana çerçevesi oluşturulmaktadır. Literatür destekli olarak elde edilen veriler doğrultusunda dijital televizyon platformlarının geleneksel televizyon yayıncılığını nasıl etkilediği üzerinde durulmaktadır ve bu durumun reklam gelirlerinden izleyici ilgisine kadar olan yansımaları mevcut bildiri çalışması bağlamında değerlendirilmektedir.

2. GELENEKSEL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

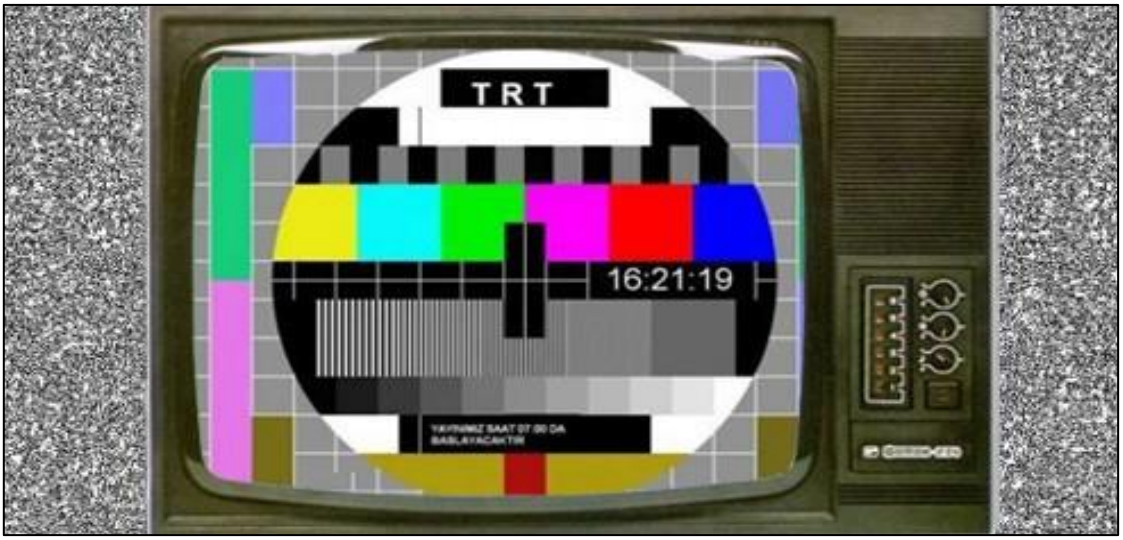
Televizyon; yakın tarihte insanoğlu için önemli bir dönüm noktası olarak kayıtlara geçen güçlü bir medya aracıdır ve bu medya aracının günümüzde de etkin bir şekilde niteliğini koruyor olması, mevcut gücünün/etkisinin devam ettiğini göstermektedir. Zira insanoğlu gazeteyle birlikte medyayla tanışmıştır ve yüzyıllarca haberi/bilgiyi gazetelerden edinmiştir. Radyo icat edildiğinde ise gazetelerde yer alan bilgilerin seslendirildiği daha güncel bir medya aracına kavuşmuştur. Ama televizyonun icadı hem gazeteyi hem de radyoyu bir anda geri planda bırakmıştır ve bilginin, güncelliğin ve işitselliğin hareketli görsellikle buluşması insanlık tarihi adına büyük bir adım niteliğini elde etmiştir. Dolayısıyla televizyon aracı hem medya tarihi hem de insanlık tarihi açısından önemli bir buluştur ve bu araç gelişen teknolojilere ayak uydurarak gelişimini devam ettirmeyi başarmaktadır.

Televizyonun aynı zamanda temel bir sosyalleşme aracı olduğunu ve izleyicileri bir araya getirdiğini vurgulamak da gereklidir. Bu anlamda ailenin bir parçası olarak tanımlanabilen televizyon mecrası; haber verme, bilgi akışı sağlama, eğitme, geliştirme ve eğlendirme gibi birçok işlevi yerine getirmektedir (Kandemir, 2018: 9). Televizyon yayınlarının içerikleri de bu işlevler ölçeğinde belirlenmekte ve izleyicilere farklı etkiler uyandıran çeşitli sunumlar yapılmaktadır. Örneğin belgesel yayınlarıyla izleyici eğiten televizyonlar, haber bültenleriyle bilgi paylaşmaktadır ve müzik programlarıyla da eğlendirme işlevini yerine getirmektedir. Tüm bu unsurlar izleyiciyi geliştirmekte ve doğru enformasyon açısından kazanım sağlamasına olanak sunmaktadır.

Kavramsal bağlamda tanımlandığında ise televizyon; "elektronik görüntülerin ve seslerin elektromıknatıs dalgalar veya kablolar desteğiyle uzaklardaki yerlere ulaştırılabilmesini ve izlenebilmesini sağlayan bir teknolojik araç olarak adlandırılabilir (Özön, 2000: 639). Diğer taraftan televizyon yayıncılığının gelişim süreci incelendiğinde; global dünya genelinde ülkelerin iktisadi düzeylerine eşdeğer olarak ilerleme sağlandığı görülmüştür. Bu minvalde ABD ile Avrupa ülkeleri öne çıkmıştır ve nitekim ABD'de televizyon yayıncılığına yönelik ilk

adımlar 1927 yılında gerçekleştirilmiş, ilk düzenli yayın ise İngiltere'de 1936 yılında hayata geçirilmiştir. 1939 yılında bu kez ABD'de düzenli televizyon yayınları izleyicilere aktarılmıştır. Türkiye'de süreç daha geç işlemiştir ve 1950'li yıllarda ilk yayınlara başlanmasına karşın geniş kitlelere yönelik ilk yayınlar yaklaşık on beş yıl sonra 1968 yılında gerçekleştirilmiştir (Tekinalp, 2011:116).

2000 yılına kadar geçen süreçte hem dünya genelinde hem de Türkiye'de televizyon yayıncılığının içerik olarak gelişim sağladığı görülmüştür ve aynı zamanda renkli televizyon yayınlarıyla izleyici açısından daha cazip bir durum meydana gelmiştir. Karasal yayıncılıktan sayısal yayıncılığa geçilmesi de bu süreçteki önemli adımların başında gelmektedir. 2000 yılı sonrasında uydu yayınlarının sayısal yayıncılık temelli olması ve kablolu yayınlara geçilmesi, artık sayısal yayın teknolojisinin egemen olduğu bir televizyon mecrasını ortaya çıkarmıştır (Morgül, 2011: 20). Zira günümüzde de geleneksel televizyon yayıncılığında sayısal yayıncılık üzerine inşa edilen bir süreç hâkim durumdadır.



Görsel 1: Türkiye'de Televizyon Yayıncılığı (Cankaya, 2012)

Geleneksel televizyon yayıncılığından bahsederken TRT'ye ayrıca değinmek gerekmektedir ve yukarıda yer alan görsel hem televizyon tarihi hem de televizyon yayıncılığı açısından hafızalarda yer edinen bir görüntüdür. Öyle ki bir nesil yıllarca bu görüntüyle gün içerisinde televizyonların kapanış anına şahit olmuştur ve ertesi gün yayın başlangıcını takip edebilmiştir. Bu planlama uzun yıllar Türkiye'de televizyon yayıncılığının tekelini elinde bulunduran TRT'ye aittir ve o yıllarda televizyon eşittir TRT denilse muhtemelen doğru bir değerlendirme olacaktır.

Geleneksel televizyon yayıncılığı, bir kitle iletişim aracı olarak tek yönlü iletişime uygun yapısıyla ayrıca öne çıkmaktadır. Dolayısıyla televizyonda sunulan içeriklere izleyicinin geri bildirim verebilmesi bu anlamda mümkün gözükmemektedir. Fakat analog yayınlardan sayısal yayınlara geçiş sağlanmasıyla birlikte izleyicinin de pasif durumdan aktif duruma evrildiği bir durum yaşanmaktadır (Çevik, 2019: 3). Böylece doğrudan geri dönüt yine olası olmasa da en

azından yayın içeriklerine ve planlamasına dair kontrolü eline alabilen ve kumanda üzerinden bu süreci yönetebilen bir etkin izleyici profili meydana gelmiştir.

Öte yandan geçmişten günümüze kadar teknik, nitelik ve içerik anlamındaki gelişmeleriyle, toplum hayatına olan doğrudan yansımalarıyla ve netice olarak artılarıyla/eksileriyle öne çıkan geleneksel televizyon yayıncılığı, kültürel anlamda da izleyicileri etki altında bırakmıştır. Bu eksende Bourdieu birtakım tespitlerde bulunmuştur:

"*Bourdieu televizyonun hayatımızda, ilişkilerimizde, algılama biçimlerimizde ve toplumumuzun geleneksel yapısında bir takım değişimlere yol açtığından bahsetmektedir. Bourdieu, "Televizyon Üzerine" isimli çalışmasında kültürün işgal altında olduğunu ve tekelleşmiş bir medyanın gerçeklerden uzak bir yapı sergilediğini ancak bunun karşısına geçilmesi gerektiğini daha özgür, demokratik, yapısı sağlam bir medya düzeni oluşturulmasının öneminden bahsetmiştir. Günümüzdeki televizyon kanallarının bir haberi en önce verebilme rekabetinin zaman içerisinde bütün habercileri tekdüzeleştirdiğini ifade etmektedir. Haber bültenlerinde esasen konuşulması gerekenin yerine hırsın öne çıktığını vurgulamıştır. Bourdieu, bu haberlere kaynak ya da önayak olan aydınları söz konusu sıradanlıktan kurtarmak adına kurtarıcı rolünü yine aydınların üstlenmesi gerektiğini ancak pazarı oluşturan güç unsurlarıyla suç ortaklığından uzak durdukları takdirde bunu başarabileceklerine değinmiştir*" (Bourdieu, 1974 Akt: Ağayeva, 2014: 10).

Bourdieu tarafından üzerinde durulan rekabet hususu, esasen dijital televizyon platformlarının hızla yaygınlaşmasının alt nedeni olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla yaklaşık elli yıl önce Bourdieu'nun yapmış olduğu değerlendirmeler, günümüzde daha net bir şekilde karşılığını bulmaktadır. Bu başlıkta geleneksel televizyon yayıncılığından bahsedildiği için bir diğer başlıkta söz konusu rekabet durumuna ve aynı zamanda toplumsal kültürün etki altında kalmasına daha net düzeyde değinilebilecektir.

Geniş kitlelere doğrudan hitap edebilen ve eğlence temalı içerikleriyle ayrıca dikkat çeken geleneksel televizyon yayıncılığı, stresten uzaklaşma noktasında önemli bir medya aracı olarak kabul görmektedir ve aynı zamanda izleyicilerin hayata daha pozitif bakabilmelerini sağlamaktadır (Bağardı, 1999: 103). Bunun dışında geleneksel televizyon yayıncılığını öne çıkaran diğer temel nitelikler şu tespitlerle ortaya konulabilir:

Geleneksel TV yayıncılığının her yaştan kitleye hitap eden bir yapısı bulunmaktadır.
Eğlendirici yönünün yanı sıra bilgilendirici yönü de ağır basmaktadır.
Güncel bilgileri ulaştırma noktasında etkili ve güçlü bir kitle iletişim aracıdır.
Bağımlılık düzeyinde olmamak kaydıyla aileyi bir arada tutan etkin yönü bulunmaktadır.
Spesifik konular işleyebilen mevcut yapısıyla ve izleyici beğenilerine göre var olan içerikleriyle medya alanında ayrı bir yerde konumlanmaktadır.
Geniş kitlelere hitap ettiğinden dolayı reklam alım gücü çok daha fazladır ve bu durum ticaret alanında rekabeti, hareketliliği, gelişim sürecini doğurmaktadır.

3. DİJİTAL TELEVİZYON YAYINCILIĞI

Dijital televizyon yayıncılığının gelişim sürecinin temelini teşkil eden dijitalleşme süreci, diğer medya alanlarına olduğu gibi televizyon yayıncılığına da etki etmiştir ve dijitalleşmeyle birlikte yeni yayıncılık teknikleri ortaya konulmuştur. Bu doğrultuda televizyonda dijitalleşmenin

kullanılması 1990'lı yıllarda bilgisayar teknolojisinde kullanılan 1 ve 0'lar üzerinden inşa edilmiştir (Durmaz, 1999: 1). İzleyiciyi de pasif durumdan aktif duruma taşıyan bu süreç neticesinde ilgili yıllardan itibaren televizyon yayınlarında daha etkin bir izleyici profili oluşmuştur. Böylece medya metinlerini yeniden oluşturan, yorumlayan ve anlamlandıran izleyici kitlenin doğrudan içerisinde yer aldığı bir yayıncılık anlayışı gelişmiştir (Uluç, 2008: 116). Dolayısıyla dijitalleşme süreci hem televizyon yayıncılığını hem de izleyici profilini dönüştüren etkin bir hareket alanı meydana getirmiştir.

Dijitalleşmeyle birlikte gelişen teknoloji, aynı zamanda televizyonu yeni medyanın parçası haline getirmiştir ve televizyon geleneksel medya dışında yeni iletişim teknolojilerinin güçlü bir aracı olarak konumlanmıştır. Geleneksel izleyici modelini dijital araçlar özelinde kullanıcıya dönüştüren dijitalleşme süreci, potansiyel kitlenin ilgi ve eğilimlerini dijital televizyonlara kaydırmıştır. Bu durumun temelinde izleyici kontrolünde olan bir yayıncılık niteliğinin bulunması ve internet teknolojisiyle beraber var olan alışkanlıkların sürdürülme isteği yer almıştır (Er, 2022: 119). Nihayetinde etkileşimli televizyonlar ve etkin izleyicilerin yer aldığı bir dijital televizyon yayıncılığı süreci oluşturulmuştur ve bu süreç dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de hızla medyaya/insan hayatına yerleşmiştir.

Öyle ki artık küreselleşmenin etkisiyle dijitalleşme süreci bireylerin tüketim alışkanlıklarını belirler hale gelmiştir ve bu durum iletişim teknolojileri alanında da güçlü bir biçimde etkisini göstermeye başlamıştır (Dijk, 2018: 297). Hayat tarzı, yeme-içme alışkanlıkları ve popüler kültür eğilimli yaşantı dışında günümüz toplumunun ve bilhassa Z kuşağının doğrudan entegre olduğu dijital platformlar öne çıkmıştır. Doğru bir betimleme olarak değinilecek olursa, insan vücudunun bir uzvu haline gelen cep telefonları, ilgili dijital platformlarının günümüz kuşağına ulaşmasını sağlayan başlıca araç olarak dikkat çekmiştir.

Değişen, dönüşen, gelişen ve aynı zamanda etki alanını geliştiren teknolojilerin toplumsal yapıyı doğrudan etkilediği gerçekliği dikkate alındığında (Timisi 2003: 79), bu etkinin medya alanında karşılık bulması olağandır. Nitekim dijital televizyon platformlarını gözde kılan ana unsurlar arasında, teknolojiyle olan uyumu ve bütünlüğü yer almaktadır. Bu durum geleneksel televizyonların dijital platformlarla olan rekabetinde önemli bir referans olarak kabul görmektedir ve ilgili platformları nitelik anlamında öne çıkarmaktadır. Ayrıca abonelerine sunduğu fırsat ve kolaylıklarla dikkat çeken dijital platformlar bu atılımını devam ettirdiği müddetçe nitel anlamda olduğu gibi nicel olarak da giderek gelişmeye müsaittir ve sayılarının hızla artması mümkündür (Er, 2022: 139).

Diğer taraftan dijital televizyon yayıncılığına; çok uluslu teknoloji kuruluşları tarafından yürütülen ve konvansiyonel televizyon yayıncılığının üretim, dağıtım ve alım uygulamalarını yeniden biçimlendiren global bir içerik olarak atıfta bulunulmaktadır (Sanson ve Steirer, 2019: 2). Bu yaklaşım işin ticari boyutunu göstermektedir ve dijital platformlara yatırım yapan iş insanlarının büyük reklam gelirleri elde edebilme noktasında ilgili mecraya eğilim göstermesinin alt metnini teşkil etmektedir.

Güç, görünürlük, reklam, yeni bir alan, etkileşimli medya ve etkin izleyici gibi sıfatlarla bütünleşen dijital televizyon yayıncılığı, yatırımcısını da her anlamda memnun eden bir süreç inşa etmektedir. Bu bağlamda gerek ticari yönü gerekse içeriği ve uygulama sürecine yönelik

teknolojik nitelikleriyle öne çıkan dijital televizyon platformlarına dair, Ümit Sarı ve Halil Türker'in değerlendirmeleri şöyledir (Sarı ve Türker, 2021: 61):

"*İnternetin bireye kazandırdığı içerik seçme özgürlüğü günümüzde izleme davranışı üzerinde de etkisini göstermektedir. Bireyler izlemek istedikleri içeriğe yer ve zaman fark etmeksizin ulaşabilmektedirler. Arzu edilen içeriğe ulaşma ve izleme davranışı medya yöneticilerinin bu arzuya çeşitli işlevler yoluyla hizmet eden yeni bir ortam geliştirmelerini sağladı: Dijital platformlar. İçeriklerin kategorize edilmesi, kişinin izlediği içeriklerden yola çıkıp benzer içerik önerilerinde bulunması, çoklu dil-altyazı seçeneğinin yanı sıra reklamsız izleme deneyimi sunması gibi özellikleri nedeniyle son yıllarda dünya çapında yükselişe geçen dijital platformlar yayıncılıkta adeta yeni bir dönemi başlatmış ve beraberinde izleme alışkanlıklarında da önemli değişiklikleri getirmiştir*".



Görsel 2: Türkiye'de Dijital TV Platformları (Çayır, 2022)

Mevcut görselde yer aldığı gibi Türkiye piyasasında sayıca giderek artan ve kitlelere ulaşan dijital televizyon platformları bulunmaktadır. Bu platformların izleyiciye sunduğu imkân ve kolaylıkları ise şu başlıklar altında toparlamak mümkündür:

Reklamsız ve dolayısıyla kesintisiz izleme seçeneklerinin var olması
İnternet bağlantılı olarak birçok cihazdan doğrudan erişim kolaylığı sağlaması
Tercih durumuna göre içeriği kaydetme ve hatırlatma gibi özelliklerin bulunması
Sunulan içerik anlamında seçeneklerin ve çeşitliliğin yer alması
Bilhassa çocuklara dair özel içeriklerin öne çıkması
Diğer dijital cihazlara kolayca uyarlanabilirlik niteliğinin sağlanması
Spordan siyasete, belgeselden magazine kadar spesifik içeriklerin bulunması
Son olarak da, kolayca iptal edebilme seçeneklerinin izleyiciye sunulması

Ayrıca dijital televizyon platformlarında isteğe bağlı video özelliği bulunmaktadır ve izleyici yani kullanıcı kontrolü ele almaktadır. Örneğin kaydedilen filmlerden oluşan bir arşivden veya katalogdan film seçimini yapabilmek mümkün olmaktadır. Bununla birlikte izleyicilerin

televizyon kanalı seçimini yapabilmesini ve şahsi televizyon seti üzerinden yayınları izleyebilmesini sağlayan bir nitelik sunulmaktadır (Akyol, 2012: 255). Elbette ki her geçen gün dijital televizyon platformlarının hedef kitlesine sunduğu kolaylıklar artmaktadır ve söz konusu kitleyi cezbeden içerikleri sunmak adına rekabet alanı oluşmaktadır.

Dünya piyasasında olduğu gibi Türkiye'de de sayıları hızla artan ve rekabet alanına dâhil olan dijital televizyon platformları, geleneksel medyanın unsurlarını etkilediği gibi kendi içerisinde de yeni bir etkileşim doğurmaktadır. Bu etkileşim hedef kitleye ise daha farklı yansımaktadır ve artık fiyattan kaliteye kadar yeni dijital platform seçeneklerinin olduğu bir medya alanı söz konusu olmaktadır. İzleyici eğilimleri ve alışkanlıkları ise bu çeşitliliği tüketme noktasında mevcut konumunu sürdürmektedir. Bu çerçevede Şehriban Kıraç dijital televizyon platformlarına dair genel bir değerlendirmede bulunmaktadır (Kıraç, 2022):

"*Netflix ve Amazon Prime Video'nun ardından ABD merkezli The Walt Disney'in dijital yayın platformu Disney+ da Türkiye'de yayın hayatına başladı. BluTV, Exxen, Puhu TV ve Gain gibi yerli platformların da bulunduğu pazarda fiyat rekabeti gün geçtikçe artıyor. Araştırmalar gençlerin geleneksel televizyon yerine dijital platformları daha fazla tercih ettiğini gösteriyor. Dijital platformların cep telefonundan, bilgisayardan, tabletlerden de izlenmesi mekân ve zaman sınırının olmaması izlenecek içeriğe kullanıcının karar vermesi nedeniyle de tercih ediliyor. Dijital yayın platformlarında günde 6-8 saat geçirenlerin oranı karantina döneminde yüzde 50'ye kadar çıktı. Zengin içerik ve fiyat ise kullanıcıların dijital platform seçerken dikkat ettikleri kriterlerin başında geliyor*".

İlgili tespitler göstermektedir ki; artık yeni kuşak sosyal medya ile birlikte dijital televizyon platformlarında da yoğun vakit geçirmektedir. Yukarıda yer alan değerlendirme kapsamında adı geçen dijital platformlar dışında; MUBI, beIN Connect / TOD, S Sport Plus, Tivibu GO, Turkcell TV+ ve D Smart GO ayrıca öne çıkmaktadır. Bu platformlar yalnızca Türkiye piyasası için geçerlidir. Dünya genelinde var olan diğer platformlar da dikkate alındığında, artık yeni medyanın bu alana kaydığını söylemek mümkün hale gelmektedir. Öyle ki Türkiye'de televizyon yayıncılığının ana dinamiğini oluşturan ve özel televizyon kanalları kurulana kadar ekranların tekelini uzun yıllar boyunca kontrolünde bulunduran TRT dahi dijital platformlara kayıtsız kalamamıştır. "TRT Tabii" adlı dijital televizyon platformu piyasaya hızlı bir giriş yaparak geleneksel televizyon yayıncılığında olduğu gibi dijital mecrada da rekabete hazır olduğunu göstermiştir.

Netice olarak dijital dönüşüm süreci küresel dünyada olduğu gibi Türkiye'de de televizyon endüstrisini yapılandıran temel gelişmelerden birisi haline gelmiştir. Bu durum deregülasyon uygulamaları ve neoliberal politikalar ekseninde ekonomik ve yasal değişimlerle televizyon endüstrilerini biçimlendirmiştir. Dolayısıyla artık aboneliğe dayalı bir ödemeli televizyon yayıncılığının var olduğu endüstriyel yapı oluşmuştur. Sunduğu imkânlar doğrultusunda dijital televizyon platformları bu sürecin temelini inşa etmiştir ve sektörel anlamda ilgili platformlarla birlikte, izleyiciler açısından da yeni bir değişimin/dönüşümün güçlü adımları atılmaya başlamıştır (Akdeniz, 2023: 1).

4. DİJİTAL TV YAYINCILIĞININ GELENEKSEL TV YAYINCILIĞINA ETKİLERİ

İzleyici kitlenin tüketim alışkanlıklarını değiştirdiği gibi geleneksel medyanın ana dinamikleri üzerinde de etki uyandıran dijital televizyon yayıncılığı, mevcut hareket alanı içerisinde güçlü bir şekilde ilerlemeye devam etmektedir. Dijital televizyon yayıncılığının bu gelişim sürecinde dijital platformların etkisi başlıca faktör olarak dikkat çekmektedir. Öyle ki yoğun ilgi gösterilen ve makul fiyatlarla hedef kitleye sunulan dijital platformlar, içerik çeşitliliğiyle ilgi görmeye devam etmektedir ve bu durum sektörün dijital televizyon alanına eğilmesine ortam hazırlamaktadır. Dolayısıyla reklam içeriği veren piyasadaki kurumlar dijital televizyon platformlarına yönelim sağlamaktadır ve bu durumun neticesinde geleneksel televizyon yayıncılığının reklam pastasındaki payı azalmaya başlamaktadır.

Reklam faktörü ile sektörü etkileyen ve mevcut yapısıyla aktif izleyiciyi dönüştüren dijital televizyon platformlarına dair Giray Akdeniz'in değerlendirmeleri şu ifadelerle karşımıza çıkmaktadır (Akdeniz, 2023: 1):

"*Dünyada ve Türkiye'de yaygınlaşan yeni medya teknolojileri ve yaşanan dijital dönüşüm televizyon yayıncılığını yeniden yapılandırmada temel bir rol oynamıştır. Televizyon yayıncılığı alanında konu edilen yeni medya temelli dönüşüm, özellikle dijital platformların ortaya çıkışıyla ve yaygınlaşmasıyla karşılık bulmuştur. Yeni medya teknolojilerinin sağladığı imkânlar temelinde ortaya çıkan yeni yayıncılık biçim ve platformlarıyla televizyon yayıncılığı geleneksel yapısından yeni dijital yapıya doğru dönüşüm geçirmiştir. Bu yayıncılık türü popülaritesini arttırarak farklı ve gelişmiş yeni platformların oluşmasını sağlamıştır. Bu platformların kısa denilebilecek bir sürede gelişmeleri ve giderek artan oranda tercih edilir olmaları medya sektörünün yeni yapılanma biçimiyle ve izleyicilerin yeni izleme pratiklerini benimsemeleriyle uyumlu bir biçimde gerçekleşmiştir*".



Görsel 3: Dijital Platformlar ve Yapımlar (Dönmez, 2022)

Dijital televizyon platformlarının izleyici alışkanlıklarını belirlemesinde ve yönlendirmesinde dizi ve film yapımlarının rolü ayrıca önemlidir. Yukarıda yer alan görseldeki gibi içerik anlamında seçeneklerin fazla olması ve yerli/yabancı yapımların güncel ve hızlı şekilde izleyiciye sunulması bu anlamda dijital televizyon platformlarını öne çıkarmaktadır. Ayrıca arşiv olarak da zamanında çok izlenen diziler ve filmler düzenlenmiş yeni görüntü kaliteleri eşliğinde izleyicilere/kullanıcılara aktarılmaktadır. Bu yapımlara dair teliflerin ödenmesi ise örneğin Yeşilçam sineması adına değerlidir. Öte yandan mevcut rekabet ortamının dijital televizyon platformları üzerinden sektörü hareketlendirmesi reklam verenlerin ilgisini de doğrudan bu platformlara çekmektedir. Zira bu platformlarda görünürlüğü yüksek olan ve sosyal medyada öne çıkan dizi/film oyuncuları daha sık tercih edilmektedir. Durum böyle olunca hem dijital platformda hem de sosyal medya sayfasında reklam içeriklerinin hareket alanı bulması kolaylaşmaktadır. Dolayısıyla yatırımlar dijital televizyon platformlarına daha sık yapılmaya başlanmaktadır.

Nitekim geleneksel televizyon piyasası bu durumdan etkilenmektedir ve teklif götürülen oyuncular dijital platformlar için çekimler gerçekleştirdiğinden dolayı ve sözleşmeler bu minvalde yapıldığı için geleneksel televizyon izleyicisinin ekranlarda görmek istediği isimlerle anlaşmak zorlaşmaktadır. Örneğin son olarak Show TV ekranlarında yayınlanan tek sezonluk (2016-2017) "İçerde" adlı diziyle ekranlara çıkan Çağatay Ulusoy, yaklaşık 6 yıldır dijital platformlarda dizi yapımlarında yer almaktadır. Beren Saat, Erdal Beşikçioğlu, Mehmet Günsür ve Belçim Bilgin gibi oyuncular da dijital televizyon platformlarında yer almaya devam eden isimler arasında bulunmaktadır. Daha birçok oyuncu, yönetmen ve senarist artık dijital platformlara iş yapmayı yeğlemektedir. Disney Plus platformunun Türkiye'de yakın dönemde öne çıkan onlarca dizi oyuncusuyla, yönetmeniyle ve senaristiyle anlaşması aslında bu durumun bir göstergesidir. Amaç görünürlüğü sürdürülebilir kılmak ve reklam yatırımlarını dijital alana çekmektedir. Oyunculara ödenen astronomik ücretler de yapılan yatırımın ve beklenen gelirlerin hangi boyutta olduğunu ortaya koymak açısından bir dayanak olarak değerlendirilebilir.

Dijital televizyon platformları umut vaat eden genç yönetmenlere ve piyasada yer almak isteyen yapımcılara yol açmak anlamında önemli bir alan olarak görülmektedir. Teknolojinin yeni imkânları doğrultusunda görüntüler üzerinde sağlanan etki ve değişimler de bu platformlar açısından ayrı bir nitelik olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca bu platformlarda asli hedef, tüketen bir izleyici profiline ulaşmaktadır ve reklam veren kurumlar bu profile sahip izleyiciye daha fazla önem atfetmektedir. İlgili bu duruma dair Samet Can Kocagür'ün tespitleri şöyledir (Kocagür, 2022: 87):

"*Gelişen dijital teknolojiler ve yapımcı kavramının değişmesiyle birlikte dizi sürelerinden yayın mecralarına, klasik dizi kalıplarından görsel efektlere kadar birçok konuda yeni bir estetik yaratılmıştır. Bu dönüşüm sonucunda televizyonlarda üretilen dizi türleri, dijital platformlarda daha da güçlenerek genel izleyiciden ziyade 'A+' olarak adlandırılan, tükettiği maddeye parasını veren/verebilecek izleyici ile buluşmayı amaçlamaktadır. Türk dizi sektörünün hikâye anlatıcılığıyla dünyaya pazarlanmasını sağlayan sektörel güç, tek sezonluk dizilerle çağın modern tarzını yakalayan, film formunda içerikler üreterek bu pazarlamayı giderek büyütmekte*

ve genç yönetmenlerin hayallerindeki içeriği bu platformlarda televizyondan daha kolay üretmelerini sağlamaktadır".

Toplam	Yazılı Basın	TV	İnternet	Toplam
Netflix	7928	3187	146218	157333
Exxen	1338	176	35605	37119
Amazon Prime Video	1100	109	18511	19720
BluTV	966	30	13432	14428
Vodafone TV	411	20	8527	8958
Bein CONNECT	352	7	8464	8823
TV+	115	20	6648	6783
puhutv	118	35	3424	3577
GAIN Medya	106	9	2262	2377
MUBI	278	1	1194	1473

Çizelge 1: Dijital TV Platformlarına Medya İlgisi (Önder, 2022)

Dijital televizyon platformları mevcut niteliğiyle geleneksel medyayı doğrudan etkilemektedir ve bu etki düzeyi haber değeri taşıdığı için diğer medya mecralarında bu platformlardan bahsedilmeye devam edilmektedir. Yukarıda yer alan çizelgede bu durum öne çıkmaktadır ve internet medyasının yanı sıra gazete ve televizyonlarda da dijital televizyon platformlarının sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Bu veriler 2022 yılına ait olduğu için Disney Plus platformu içerikte yer almamaktadır. Dünya genelinde olduğu gibi Türkiye piyasasında da ciddi ilgi gören Netflix platformunun listede açık ara ilk sırada yer alması dikkat çekmektedir.

Her ne kadar dijital televizyon platformları mevcut çalışmada değindiğimiz birçok hususta geleneksel televizyon yayıncılığını etkilese de, analizler geleneksel televizyon yayıncılığının izleyici tarafından daha çok izlendiğini göstermektedir. Yakın zamanda bu durum değişebilir ve hatta ABD'de dijital platformlar geleneksel televizyonları geride bırakmaya başlamış durumdadır. Ancak Türkiye'de dijital platformlara yoğun bir ilgi olsa da genel izleyici açısından ilk sırada geleneksel televizyon kanalları yer almaya devam etmektedir.

İzleyicinin geleneksel ve dijital televizyon yayıncılığına dair tutumunu Sümeyye Dilara Dinçer şu haber içeriğiyle paylaşmaktadır (Dinçer, 2022):

"*Uluslararası araştırma şirketi Ipsos, Türkiye'deki izleyicilerin televizyon ve platform tercihlerine yönelik bir çalışma başlattı. Çalışmaya göre, Türkiye'de halkın yüzde 69'u her gün televizyon izliyor. Bu oran, 2018'de yüzde 80, 2020'de yüzde 74 olarak kayıtlara geçmişti ancak günümüzde dijital platformlar olmasına rağmen yine de televizyondan vazgeçilemiyor. Uzmanlar, Türkiye'de televizyon izleme oranında düşüş yaşandığını ancak yine de haber takibi için en çok tercih edilen mecranın televizyon olduğunu vurguluyor. Dizi izlemek için kullanılan*

platformlara da yer verilen araştırmada, toplumun yüzde 35'inin televizyonu tercih ettiği görülürken bu oranın, 2020'ye göre yüzde 45 düşüş gösterdiği ifade edildi".

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Dijital televizyon platformlarının özellikle son yıllarda dünya genelinde ve Türkiye özelinde hızlı bir gelişim göstermesi, medya içeriklerinin bu platformlarda hareket alanı bulmasına zemin hazırlamıştır. İnşa edilen bu yeni medya denkleminin içerisinde yalnızca izleyici eğilimleri değil aynı zamanda medya yatırımcıları, oyuncular, sunucular, yönetmenler, yazarlar ve elbette ki reklam içeriği veren kuruluşlar yer almıştır. Dijital televizyon platformlarının bu niteliği ve gelişim süreci hem kendi içerisinde rekabet alanı doğurmuştur hem de geleneksel televizyon yayıncılığını etkilemiştir. Bildiri çalışmasının kavramsal içeriğinde bu etkiler üzerinde durularak mevcut görünüm değerlendirilmiştir.

Söz konusu etki ve yansımaları geniş çerçevede yeniden ele alarak paylaşmak gerekirse;

Dijital televizyon yayıncılığı; dijital televizyon platformlarıyla birlikte güçlü bir alan olarak konumlanmıştır ve sektörün dinamiklerini doğrudan etkilemiştir.
Reklam verenler özellikle tüketen bir izleyici modelini yeğlediği için dijital televizyon platformlarında bu izleyicilere ulaşmak ayrıca hedeflenmiştir ve hem platformların hem de reklam verenlerin kazandığı bir süreç üzerinde durulmuştur.
Sadece televizyon ekranlarında öne çıkan ünlü isimler değil aynı zamanda sosyal medya fenomenleri de dijital televizyon platformlarının hareket alanına dâhil olmuştur ve böylece potansiyel kitlenin ilgisini çekme hedefi sürdürülmüştür.
Spor içeriklerini ve özellikle futbolu takip eden kitleler için dijital televizyon platformları kaçınılmaz bir adres olmuştur. Zira yayın ihalelerinde artık bu platformların güçlü bir şekilde yer aldığı görülmüştür ve bu durum geleneksel televizyon kanallarının rekabet edebilirliğini zorlaştırmıştır.
İzleyicilere sağlanan kolaylıklar, her cihazdan erişim pratikliği, içerikleri kaydedebilme özelliği ve etkileşimli televizyonlarla birlikte ortaya çıkan nitelikler dijital televizyon platformlarını geleneksel televizyon yayıncılığının bir adım önüne geçirmiştir.
Geleneksel medyanın yeni medyaya entegrasyon sürecinde olduğu gibi bu defa da geleneksel televizyonun dijital televizyona entegre olduğu bir durum yaşanmıştır. Bu anlamda TRT iyi bir örnektir ve hem geleneksel izleyiciye hem de dijital platform izleyicisine ulaşabilen bir yapı inşa etmiştir. "Tabii" adlı dijital televizyon platformu bu entegrasyonu temsil etme noktasında önemlidir. Acun Ilıcalı sahipliğindeki TV8 ve Exxen arasındaki yapıyı da bu bağlamda öne çıkarmak mümkündür.
Sonuç olarak medya alanında 90'lı yıllarda gelişim gösteren holdingleşme süreci ve tek çatı altında toplanan medya kuruluşları, artık günümüzde dijital televizyon platformlarını da bünyesine almaktadır. Yani dijital televizyon platformları her ne kadar düşük bütçeli televizyon kanallarını etkilese de, ana akım televizyon kanalları genel olarak holdingler bünyesinde olduğu için rekabet ettiği dijital televizyon platformları ile aslında aynı çatı altında yer almaktadır. Bu durum bir anlamda holding içi rekabeti yansıtmaktadır. Fakat diğer televizyon kanalları için durum aynı değildir ve reklam pastasından edinilen gelirler dijital alanlara kayabildiği için uzun vadede sorunlar yaşanması mümkündür. Dijital televizyon platformlarının yakın zamanda internet teknolojisi ile birlikte daha da güçleneceği dikkate alınırsa, geleneksel televizyon

yayıncılığının karşı karşıya kalabileceği problemler özellikle mali anlamda yaşanmaya devam edebilecektir.

KAYNAKÇA

Ağayeva, N. (2014). Geleneksel Televizyon Yayıncılığından Yeni Medyaya Doğru İlerleme. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Akdeniz, G. (2023). Türkiye'de Dijital Televizyona Geçiş ve Dijital Yayıncılığın Günümüzdeki Konumu. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Elazığ.

Akyol, O. (2012). Gelişen Televizyon Yayın Teknolojileri ve Etkileşimli Yayıncılık Uygulamaları. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Bağardı, S. (1999). Kitle İletişim Aracı Olarak Yerel Televizyonun İşlevleri. Kurgu Dergisi. 16. 91-109.

Cankaya, Ö. (2012). Televizyon Karşısında 44 Yıl. https://m.bianet.org/bianet/medya/135779-televizyon-karsisinda-44-yil Erişim Tarihi: 27.08.2023.

Çayır, S. (2022). Türkiye'deki film ve dizi platformlarını karşılaştırdık. https://caykahveinsan.com/turkiyedeki-film-ve-dizi-platformlarini-karsilastirdik/ Erişim Tarihi: 28.08.2023.

Çevik, F. (2019). Sosyal Medya Platformları Üzerinde Geleneksel Televizyon Yayıncılığı: Medyascope TV Örneği. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Dijk, J.V. (2018). Ağ Toplumu. Epsilon Yayınevi. İstanbul.

Dinçer, S. D. (2022). Televizyon İzleyicisi Artık Dijital Yayın Platformlarını Tercih Ediyor. https://www.aa.com.tr/tr/bilim-teknoloji/televizyon-izleyicisi-artik-dijital-yayin-platformlarini-tercih-ediyor/2743835# Erişim Tarihi: 29.08.2023.

Dönmez, S. (2022). Amazon'dan Ücretsiz Dijital İçerik Hamlesi: Fire TV. https://www.tamindir.com/haber/amazon-ucretsiz-dijital-icerik_76390/ Erişim Tarihi: 29.08.2023.

Durmaz, A. (1999). Dijital Televizyonun Temelleri. Anadolu Ü. Yayınları. Eskişehir.

Er, H. E. (2022). Dijital Platformların İzleyici Alışkanlıkları Üzerindeki Etkisi: Netflix Örneği. Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1), 117-142.

Kandemir, C. Ö. (2018). Geleneksel Televizyondan Sayısal Yayıncılığa Dönüşüm Sürecinde Değişen Çocuk İzleyici. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Kıraç, Ş. (2022). Dijital Platformlar Kullanıcılar Tarafından Daha Fazla Tercih Edilmek İçin Yeni İçerik Üretme Peşinde. cumhuriyet.com.tr/bilim-teknoloji/dijital-platformlar-kullanicilar-tarafindan-daha-fazla-tercih-edilmek-icin-yeni-icerik-uretme-pesinde 1981935 Erişim Tarihi: 28.08.2023.

Kocagür, S. C. (2022). Türkiye'deki Dijital Platformlar ve Değişen İçerik Biçimi: Tek Sezonluk Diziler. Kocaeli Ü. İletişim Fakültesi Araştırma Dergisi, (20), 70-91.

Morgül, A. (2011). Sayısal Televizyon Tekniği. Papatya Yayıncılık. İstanbul.

Önder, N. (2022). Streaming Rekabeti Daha Yeni Başlıyor! https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/streaming-rekabeti-basliyor/ Erişim Tarihi: 29.08.2023.

Özön, N. (2000). Sinema, Televizyon, Video, Bilgisayarlı Sinema Sözlüğü. Kabalcı Yayınevi. İstanbul.

Sanson, K. and Steirer, G. (2019). Hulu, Streaming and The Contemporary Television Ecosystem, Media, Culture and Society.

Sarı, Ü. ve Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 21(1), 59-80.

Tekinalp, Ş. (2011). Karşılaştırmalı Radyo ve Televizyon. Beta Basım Yayım. İstanbul.

Timisi, N. (2003). Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi. Dost Kitabevi. Ankara.

Uluç, G. (2008). Küreselleşen Medya: İktidar ve Mücadele Alanı. Kırmızı Yayınları. İstanbul.

THE EPHESUS LOVE HOUSE ADVERTISING BOARD IS A PRIMARY EXAMPLE OF OUTDOOR ADVERTISING

Asst. Prof. Meltem ÖZEL

Adıyaman University, Sani Konukoğlu Social Sciences Vocational School,

– ORCID ID: 0000-0002-4037-7393

ABSTRACT

The Sumerians invented cuneiform writing, which added a new layer to the previously spoken communication process. The Sumerians initiated a new cultural period known as "manuscript (chirographic)" with the writing they discovered. The Sumerian writing style evolved through several stages, including pictogram and ideogram. Communication took place using pictures and symbols during the period when pictograms and ideograms were used. During this time, we also see the first examples of advertising, which is a type of communication in which persuasive messages are transmitted to a specific audience. Outdoor advertising is a great strategy for capturing the attention of someone who is in a hurry or passing by distractedly and conveying their message in a short period of time. The marble billboard, supposed to belong to the Love House and located in the Ancient City of Ephesus during the Manuscript (Chirographic) Culture period, is claimed to be the first outdoor billboard in history. The billboard features prominent images including the crowned woman, left foot, heart, bed, and money. According to speculation, the figures embroidered on the billboard draw the attention of foreigners who arrive by ship and direct them to the Love House, with the intention of directly influencing the service's selling. The board, with its symbolic accents, employed an attractive and outstanding advertising strategy as well as a creative advertising message. The advertising message is eye-catching, concise, and easy to understand.

Key Words: Manuscript (chirographic) culture, outdoor advertising, Ephesus, the love house

1. COMMUNICATION

A separate coded communication process is experienced in every scenario when people get together and develop a relationship (Oskay, 2015: 17). The process of communication began with the existence of humans. People communicate with themselves and their physical surroundings in order to realize and sustain biological existence (Erdoan, 1999). The origin of the word communication is based on the Latin word *communis*, which is used as *communication* in today's western languages (Oskay, 2015: 23).

At its most fundamental, communication consists of three components: the sender, the receiver, and the notification transmitted through encoding between the two. The source of the communication is known as the target audience, and the notification sent is known as the message. The source encodes the information or emotional message that he want to convey to the intended audience in order for it to be transmitted over a communication channel. It employs

words, images, and symbols to encode the source message. The message should be succinct, stunning, remarkable, and memorable when coded (Oskay, 2015: 260).

Manuscript - Chirographic Culture

It is conceivable to discuss four different cultures in parallel with the evolution of communication instruments during the last six thousand years. The first is the Oral Culture period, during which information is only transferred through speech. The following time is the Manuscript or Chirographic Culture, which employs silent speaking technology. Typographic Culture, which provides information through the printed book, is regarded as the third period. The fourth and final stage is the Electric and Electronic Media Culture period, during which information is communicated at an increasing rate through mass media such as television, radio, and the internet (Baldini, 2000).

Memory became less important during the age of manuscript or chirographic culture, and the eye replaced the ear. Man has been on the planet for about fifty million years, but the first known item dates from BC. It is the Sumerian cuneiform writing, which was invented circa 3500 BC in Mesopotamia. Cuneiform was used for many years before the Phoenician-Greek-Roman alphabet was adopted. The earliest cuneiform documents date from the Uruk period (2000 BC). The Sumerian writing method evolved through several periods. Baldini (2000) defines these as pictograms, ideograms, and phonograms. According to the definition in Britanica, pictograms representing a thought or concept are called ideograms, and pictograms representing a word are called logograms (Başer, 1994). Phonogram, on the other hand, is a written form that specifies a sound or sound sequence (Baldini, 2000).

Symbolic signs, which are acknowledged as the earliest forms of writing, stand for a continuous exchange of information (Teber, 1982: 298). The pictogram (Stiebner-Urban, 1982: 261) is a pictorial writing in which all the details that are not necessary for communication are discarded and standard figures are used (Başer, 1994). Pictus, which means picture in Latin, and gramme, which means writing in Greek, are combined to form the pictogram.

Pictograms were easily adopted by early s societies since they communicated using visuals. The Aztecs of Mexico established their own distinct "pictographic" writing system. Similarly, Azillis from Spain represented their works (Wells, 1972: 45). The sun, for example, is represented by a circle. Ideograms (intellectual writing) evolved alongside the advent of visual writing. The sun's circle has also come to represent notions associated to the sun, such as temperature, light, and day (Başer, 1994). Ideograms completely represent a notion, whereas symbols describe the idea (Diethelm, 1976: 216). Ideograms share the trait of conveying abstract meanings of the subjects they depict with visuals (Wells, 1972: 143). Pictograms and symbols then gained a global dimension and began to be utilized as promotional signs to facilitate communication (Maden, 1985: 5).

It is conceivable to discuss four different cultures in parallel with the evolution of communication instruments during the last six thousand years. The first is the Oral Culture period, during which information is only transferred through speech. The following time is the Manuscript or Chirographic Culture, which employs silent speaking technology. Typographic

Culture, which provides information through the printed book, is regarded as the third period. The fourth and final stage is the Electric and Electronic Media Culture period, during which information is communicated at an increasing rate through mass media such as television, radio, and the internet (Baldini, 2000).

Memory became less important during the age of manuscript or chirographic culture, and the eye replaced the ear. Man has been on the planet for about fifty million years, but the first known item dates from BC. It is the Sumerian cuneiform writing, which was invented circa 3500 BC in Mesopotamia. Cuneiform was used for many years before the Phoenician-Greek-Roman alphabet was adopted. The earliest cuneiform documents date from the Uruk period (2000 BC). The Sumerian writing method evolved through several periods. Baldini (2000) defines these as pictograms, ideograms, and phonograms. Pictograms that reflect a thinking or concept are known as ideograms, and pictograms that represent a word are known as logograms (Başer, 1994). Baldini (2000) defines phonogram as a textual form that identifies a sound or sound sequence.

Symbolic signs, which are acknowledged as the earliest forms of writing, stand for a continuous exchange of information (Teber, 1982: 298). The pictogram (Stiebner-Urban, 1982: 261) is a pictorial writing in which all the details that are not necessary for communication are discarded and standard figures are used (Başer, 1994). Pictus, which means picture in Latin, and gramme, which means writing in Greek, are combined to form the pictogram.

Pictograms were easily adopted by prehistoric societies because they used images to communicate. The indigenous Aztecs of Mexico created their own distinctive "pictographic" writing. Azillis who lived in Spain also used symbols in their paintings (Wells, 1972: 45). For instance, a circle is used to represent the sun. Ideograms, or intellectual writing, evolved together with the development of visual writing. The circle that represents the sun has begun to represent other ideas associated with it, including temperature, light, and day (Baser, 1994). Ideograms completely represent a notion, whereas symbols describe the idea (Diethelm, 1976: 216). Ideograms share the trait of conveying abstract meanings of the subjects they depict with visuals (Wells, 1972: 143). Pictograms and symbols then gained a global dimension and began to be utilized as promotional signs to facilitate communication (Maden, 1985: 5).

2. OUTDOOR ADVERTISING

Advertising is the visual and/or aural communication of a product, an organization, or a brand to the target audience in the quickest and most understandable way (Özkundakçı, 2014: 13).

Outdoor advertising is a potent weapon that tries to capture the attention of someone who is in a hurry or passing by distractedly, and to transmit its message in a time period measured in milliseconds (Sezer, 2009: 38).

When the concept of advertising is traced back to the Neolithic Age, it is clear that its major goal has always been the desire to sell items and services. According to Jack Engel's book Advertising, individuals engaged in trade in the Neolithic Age (5000 BC) to meet their basic physiological demands such as shelter, sustenance, and clothing. As a result, even at that time (Peltekoğlu, 2010: 60-61), they tried to reach more people with the clay paintings they put on

the market squares in Egypt and Mesopotamia to facilitate the sales process, and they benefited from advertisements. The discoveries from Roman and Greek archaeological remains show that walls were the most commonly used venues for public announcements at the time. On the stones of the square and corners, there were announcements of circuses, gladiator competitions, and entertainment. Furthermore, signs indicating that certain things were for sale or at a discount were discovered on Greek and Roman tablets. Outdoor advertising was first adopted in BC. It is also stated that it first arose about 3000 BC in the form of ornaments and beautiful embroideries etched on tombstones and tablets for people to read (Sezer, 2009: 19-20).

In the promotional image, emphasizing the logical and objective or symbolic and subjective values of the product affects the advertising technique and message (image 1). The message in the advertisement graphics reaching the target audience and being correctly understood by the possible customer group has a direct impact on the sale of the advertised goods or services. As a result, it is critical that advertising messages are intelligible by consumers, capture their attention, and function in their perceptual processes (Sezer, 2009: 8-11).

The product's values	**Advertising messages**	**Advertising Strategy**
logical	descriptive	informative
objective	explanatory	
	educational	
figurative	imaginary	appealing and striking
subjective	spiritual	captivating
	social/symbolic	

Image 1: Advertising strategy and messages (Sezer, 2009, p.9).

The iconographic (study of symbolic meanings) past is totally subjective; it is given meaning only by the thinking of an individual's tale. The interiority of the subject is provided by hollowing out genuine events or objects associated with real events, leaving an exterior interior and denying "objective" historicity (Williamson, 2000: 170).

3. EPHESUS

Ephesus was established around 6000 BC. The city was known as Apasas during the Hittites' reign. In 1050, the first Greek settlers arrived in the region. In 560, the ancient port city of Ephesus was relocated around the Temple of Artemis. However, in this region BC, Lysimakhos, one of Alexander the Great's generals, seized Ephesus. It took 300 years to complete. During the Hellenistic and Roman periods, Ephesus, the Asian state's capital and main port city, had a population of 200,000. Ephesus, an important port city and the principal gateway between East and West (Asia and Europe), has played an essential role in science, culture, and art throughout its history. This mega-ancient metropolis, which contains markers of high-level urbanization, architectural and religious history from several civilizations, and whose distinctive architectural works have endured for thousands of years, is listed on the World Heritage List (izmir.ktb.gov.tr; muze.gov.tr).

Love House (So-Called House of Pleasure)

In the Ephesus, at the junction of Curetes Street and Marble Street, is the Ephesus Love House (So-Called House of Pleasure) (figure 2). The four seasons are depicted in mosaics on the walls of the house, which consists of a main corridor and the rooms that lead to it (cabistanbul.com).



Image 2. The love house, 2023.

For the building (image 3) known as the love house, three private houses have been identified: home 2 stood in the center, a two-story peristyle home that was long misinterpreted as a mansion of pleasure. It was used from the first century B.C. to the third century A.D., and its center, like that of House 1, was an open courtyard ringed by columns around which chambers were clustered; shops (tabernae) opened onto the street. The southern half (House 3) was distinguished by the Curetes Hall, which was erected into it in the sixth century A.D.



Image 3. The love house marker, 2023.

It is reported that there is a hidden tunnel to the House of Love from the Library of Celcus and the Scholastika Bath, which has four sculptures of women representing wisdom, imagination, intelligence, and knowledge at the entrance. Rumor has it that the woman who is claimed to possess the love mansion paid a considerable sum to the library for this secret tunnel (Tour Guide A., 12 August 2023; cabistanbul.com).

Love House Billboard

The marble billboard in Ephesus, dating from the Manuscript (Chirographic) Culture period, is thought to be the earliest outdoor billboard in history. It is reported that the images were carved on the marble driveway to make it easier for foreigners arriving by ship to discover the spot known as the love house of the period (image 4).



Image 4. Marble billboard of love house, 2023

This billboard used an appealing and striking advertising strategy, as well as an imaginative advertising message, and will be remembered as the first example of outdoor advertising with figurative accents. The advertising message is eye-catching, brief, and easily understood.

Archaeologists said of the representations of the crowned woman (No. 3), left foot (No. 1), heart (No. 5), bed (No. 2), and money (No. 4) that "Follow the footsteps if your heart is empty but your pocket is full." said Tour Guide A. Ç. on August 12, 2023. The left foot image is used to indicate a direction pointing left because the Love House is on the left side of the road. The crowned woman figure is supposed to represent beauty, while the shape of the heart is thought to represent love (Tour Guide S. Ö., 12 August 2023).

According to another myth, the footprint corresponds to the number 39, that is, the average adolescent foot size, and is represented as a condition for entering the Love House (Tour Guide D.Ö., 12 August 2023).

CONCLUSION

Communication, which has existed from the dawn of time, has gone through several stages. During the manuscript (chirographic) cultural period, communications were realized via the use of pictures and symbols in the communication process. During this time, the earliest examples of advertising, which is a type of communication in which persuasive messages are transmitted to a specific audience, were also found.

It is believed that the marble billboard in the Ephesus is intended to reach the desired target population by grabbing attention and so directly effect service sales. This billboard used an appealing and striking advertising strategy, as well as an imaginative advertising message, and

will be remembered as the first example of outdoor advertising with figurative accents. The advertising message is eye-catching, brief, and easily understood.

The billboard of the Ephesus Love House, which is analyzed in the context of communication and advertising, can also be looked at from a variety of angles, such as sociology and psychology in a broader context.

REFERENCES

Baldini, M. *İletişim Tarihi*. (Translator: Gül Batuş). Avcıol/İstanbul, 2000.

Başer, M. B. *Görsel İletişimde Piktogram ve Sembollerin İnsan Üzerindeki Etkileri*. Master thesis, Anadolu University, Social Sciences Institute, Eskişehir, 1994.

https://cabistanbul.com/tr/post/efes-antik-kenti (Erişim tarihi: 20.08.2023)

Diethelm, W. *Signet, Signal, Symbol*. Abc-Verlag/Zürich, 1970.

Erdoğan, İ. Eski çağlar ve ilk imparatorluklardaki egemen iletişim biçimleri üzerine bir değerlendirme. Kültür ve iletişim, 2, 4, 15-47, 1999.

Maden, S. *Türk Grafik Sanatı Tarihi*. Grafik Sanatı Dergisi/İstanbul, 1985.

https://muze.gov.tr/muze-detay?SectionId=EFS01&DistId=EFS (Erişim tarihi: 20.08.2023)

Oskay, Ü. *İletişimin Abc'si*. İnkılap/İstanbul, 2015.

Özkundakçı, M. *Üçü Bir Arada*. Hayat/İstanbul, 2014.

Peltekoğlu, F. B. *Kavram ve Kuramlarıyla Reklam*. Beta/İstanbul, 2010.

Sezer, N. S. *Sınır Tanımayan Reklam Ortamı, Açıkhava Reklamcılığı*. Beta/İstanbul, 2009.

Stiebner, E., Urban, D. *Zeichen, Signets, Signs, Emblems*. Bruckmann/München, 1982.

https://izmir.ktb.gov.tr/TR-210589/efes-selcuk.html (Erişim tarihi: 20.08.2023)

Teber, S. *Doğanın İnsanlaşması*. Öncü/ İstanbul, 1982.

Wells, C. *İnsan ve Dünyası*. (Translator: Erzen Onur), Remzi Kitabevi/İstanbul, 1972.

Williamson, J. Reklamların Dili. Reklamlarda Anlam ve İdeoloji. Ütopya/Ankara, 2000.

POLİTİK YETİ ALANINDAKİ ÇALIŞMALARIN WEB OF SCİENCE VERİ TABANINA DAYALI BİBLİYOMETRİK İNCELEMESİ

Öğr. Gör. Dr., Semih DERELİOĞLU
Manisa Celal Bayar Üniversitesi, - 0000-0003-0218-0546

ÖZET

Politik yeti literatürü ile ilgili olarak uluslararası anlamda çok sayıda çalışma bulunmasına rağmen Türk alan yazınında ilginin son yıllarda arttığı görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışmada uluslararası yazında 2004-2023 yılları arasında politik yeti çalışmalarının durumu makaleler üzerinden betimlenerek araştırmacılara ve uygulayıcılara yönelik genel bir çerçeve sunulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda web of science'da taranan ve en çok atıf alan 14 makale kavramsal çerçeve ve yöntem bakımından detaylı bir şekilde incelenmiştir. Sonuçlara göre politik yetiyle ilgili yapılan araştırmaların büyük bir çoğunluğunun görgül çalışmalara dayandığı, nicel yöntemleri benimsediği, veri toplamada Ferris vd. (2005) tarafından geliştirilen 18 ifadenin yer aldığı Politik Yeti Envanteri'nin tercih edildiği görülmektedir. Ayrıca araştırmacıların en çok tercih ettiği örneklem grubunun gerek kamu gerekse özel sektör yöneticilerinden meydana geldiği, verilerin analizinde korelasyon, regresyon, t-testi ve anova'nın kullanıldığı ifade edilebilir. Literatür incelendiğinde politik yeti kavramının ağırlıklı olarak; iş performansı, örgütsel vatandaşlık, örgütsel adalet, öz yeterlilik, iş stresi, aşırı rol yükü ve girişimci iş talepleri değişkenleri ile birlikte çalışıldığı görülmektedir. Sonuçlardan hareketle kavramın derinlemesine incelenmesine olanak tanıyacağı için araştırmacılara nitel veya karma çalışmalara daha fazla yer vermeleri gerektiği önerilmektedir.
Anahtar Kelimeler: Politik Yeti, Politik Yeti Envanteri, Örgütsel Davranış

A BIBLIOMETRİC ANALYSIS OF POLITICAL SCIENCE RESEARCH BASED ON THE WEB OF SCİENCE DATABASE

It is seen that the interest in the concept of political skill in Turkish literature has increased in recent years. The aim of this study is to present a general framework for researchers and practitioners by describing the status of political skill studies between 2004-2022 in the international literature through articles. In this context, the 14 most cited articles in the web of science were examined in detail in terms of conceptual framework and method. According to the results, most of the research on political skill is based on empirical studies, adopts quantitative methods, and Ferris et al. (2005), it is seen that the political skill Inventory, which includes 18 statements, is preferred. It can be stated that the most preferred sample group of the researchers consisted of supervisors, and correlation, regression, t-test and ANOVA were used in the analysis of the data. According to the literature, the concept of political skill is predominantly; job performance, organizational citizenship, organizational justice, self-efficacy, job stress, role overload and entrepreneurial job demands variables. Based on the

results, it is suggested that researchers should give more space to qualitative or mixed studies as it will allow the concept to be examined in depth.

Key Words: Political Skill, Political Skill Inventory, Organizational Behavior

1. GİRİŞ

Politika kavramı, genel itibariyle devlet işlerinin düzenlenmesi ve yürütülmesinde kullanılan, siyasi partiler ve onların politikalarının uygulanmasında kullanılan bir yöntem olarak düşünülmektedir. Politik kavramı için bu ifadeler doğru olmakla birlikte politika çok daha geniş bir uygulama alanı olan bir kavramdır. Günümüz ekonomik hayatta çoğu insanın hayatını geçindirebilmek adına kamu veya özel sektörde bir örgüte üye olmak zorunda olduğu bir gerçektir. Özellikle insanların örgütsel süreçte çıkarlarını gerçekleştirmeleri ve kariyerlerini daha iyi bir evreye taşıma istekleri, örgütleri salt bir ekonomik yapı olmanın yanında politik bir arenaya da dönüştürmektedir (Mintzberg, 1985, s. 134).

Politikanın örgütlerde yasal ve formel süreci olumsuz yönde etkilediği perde arkası oyunları, manipülasyon, çıkarcılık ve yakınlarını kayırma gibi anlamların atfedildiği klasik görüşler olduğu görülmektedir (Ferris, Davidson, Perrewé, & Atay, 2010, s. 3). Buna karşın politikanın bir yönetme sanatı olarak görüldüğü ve bir "yetenek" olarak ele alındığı olumlu anlamların atfedildiği görüşler de mevcuttur (Reardon, 2001, s. 85). Politik yetinin günümüzdeki anlamlara erişecek şekilde kullanımında ise politik yeti insanların hedeflerine erişecek şekilde politik eylemler gerçekleştirmesi olarak tanımlanmaktadır (Robbins & Judge, 2012, s. 427). Bu açıdan bakıldığında politik yeti, bir örgütün en önemli kaynağı olan beşerî sermayesi ile ilgili pek çok süreci etkilemektedir. Örgütler için bu denli önemli olan bir kavramın daha çok ilgi görmesi ve bu alanda yapılacak çalışmalar için yol göstermesi bakımından alanla ilgili bir içerik analizinin son derece önemli olacağı düşünülmektedir.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Metodolojisi

Bu çalışma, politik yeti konusunda 2004-2022 yılları arasında yapılmış çalışmaların genel bir profilini açığa çıkarmak maksadıyla yapılmıştır. Bu kapsamda web of science'da taranan ve en çok atıf alan 14 makale çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Uluslararası yazında oldukça güncel bir konu olması nedeniyle ilgili araştırmanın hem alanyazındaki boşluğu dolduracağı hem de bu türden spesifik bir konuda çalışma yapmayı hedefleyen araştırmacılara fikir verebileceği düşünülmektedir. Araştırma yöntemi olarak betimsel model çerçevesinde, içerik analizi yöntemi uygulanmıştır. Bu tip çalışmalarda kavramlar ve olgular arasındaki ilişkilerin belirli kriterler kapsamında ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır (Yıldırım & Şimşek, 2021). Araştırmanın gerçekleştirilmesi üzere belirli adımlar izlenmiştir. Bu anlamda, Google Scholar üzerinden "political skill" kavramı taranarak en çok atıf alan makaleler sıralanmıştır. Atıf sırasına göre sıralama yapılmış ve web of science'da tarananlar ayrılmıştır.

2.2. Verilerin Toplanma Araçları ve Analizi

Uluslararası yazında politik yeti konusundaki makalelerin analizini yapmak üzere yapılan yayınlara ilişkin kriterler belirlenerek veri toplama aracı olarak bir form oluşturulmuştur. Bu formda; yazar adları ve yayınlandığı yıl, araştırmanın adı, çalışma konusu, çalışmanın örneklemi, araştırmada kullanılan değişkenler, araştırmanın analiz türü, çalışmanın sonucu, aldığı atıf sayısı ve politik yeti ile ilgili kullanılan ölçek yer almıştır. Bu kriterleri içeren Microsoft Excel çalışma dosyası hazırlanmak suretiyle gerekli bilgilerin girişi gerçekleştirilmiştir.

3. BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında incelenen makaleler ile ilgili bulgular yer almaktadır.

Çizelge 1. Politik Yeti Konusu ile İlgili Yayın Yapılan Dergiler

Derginin Adı	Makale Sayısı
Journal of Vocational Behavior	2
Journal of Applied Psychology	2
Journal of Management	2
Journal of Organizational Behaviour	2
Journal of Occupational Health Psychology	1
Organizational Behavior and Human Decision Processes	1
Journal of Applied Social Psychology	1
Career Development International	1
Applied Psychology: An International Review	1
International Journal of Management Reviews	1

Tablo 1'de politik yeti kavramının yönetim bilimleri ile ilgili dergiler başta olmak üzere, psikoloji, sosyoloji ve örgütsel davranış alanlarında yayın yapan dergiler de olmak üzere çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren dergilerde yayınlandığı görülmektedir.

Çizelge 2. Politik Yeti'yi Ölçmek Üzere Kullanılan Ölçekler

Ölçek	Likert Tipi	Makale Sayısı
Ferris vd. 2005 tarafından geliştirilen 18 maddeli 4 boyutlu politik yeti envanteri kullanılmıştır.	7'li likert	3
Ferris vd. 2005 tarafından geliştirilen 18 maddeli 4 boyutlu politik yeti envanteri kullanılmıştır.	5'li likert	5
Ferris vd. 1999 tarafından geliştirilen 6 maddeden oluşan politik yeti ölçeği kullanılmıştır.	7'li likert	1
Ferris vd. 1999 tarafından geliştirilen 6 maddeden oluşan politik yeti ölçeği kullanılmıştır.	5'li likert	2
Ahearn vd. 2004 tarafından geliştirilen 6 maddeden oluşan politik yeti ölçeği kullanılmıştır.	5'li likert	1

Tablo 2'de görüleceği üzere, araştırmaların çok büyük bir kısmında Ferris vd. tarafından geliştirilen ölçekler kullanılmıştır. Araştırma kapsamında incelenen 14 makaleden sekizi; Ferris vd. 2005 tarafından geliştirilen 18 maddeli dört boyutlu politik yeti envanteri kullanılmıştır. Bunlardan üçü yedili likert, diğer beşi ise beşli likert kullanmıştır. İncelenen makalelerden üç

tanesi ise Ferris vd. tarafından 1999'da geliştirilen altı maddelik tek boyutlu kısa ölçeği kullanmışlardır. Çalışma kapsamında incelenen bir çalışma meta analizi gerçekleştirdiği için herhangi bir ölçek kullanılmamıştır. Son olarak sadece bir çalışmada ölçek olarak Ahearn vd. 2004 tarafından geliştirilen altı maddeden oluşan politik yeti ölçeği kullanıldığı görülmüştür.

Çizelge 3. Araştırma Kapsamında Belirlenen Örneklem ve Analiz Türü

Örneklem	**Analiz türü**
Çalışma, Batı Almanya'nın ekonomik açıdan öncü bölgesi olan Köln, Bonn ve Düsseldorf şehir üçgeninde gerçekleştirilmiştir. Haftada en az 12 saat çalışan kişilere anket uygulanmıştır. Anket hem çalışanlara, hemde onları değerlendirmek üzere meslektaşları ve yöneticilerine uygulanmıştır.	Doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmış ve güvenirlik için Crombach alfa bakılmıştır. Çoklu hiyerarşik regresyon uygulanmıştır.
1. Çalışma: Bir eyaletin sağlık çalışanlarına anket yöntemi uygulanmıştır. 2. Çalışma: Kamu yönetiminde yönetici-alt çalışanlardan oluşan grup (subordinate dyads)'a yapılmış.	Lisrel ile DFA yapılmıştır. SPSS'te Hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır.
Kâr amacı gütmeyen bir kuruluşta Yönetim çalışanları, Üniversite yöneticileri, Üniversite teknik ve büro çalışanı üzerine yapılmıştır.	Doğrulayıcı Faktör analizi yapılmıştır. Hiyerarşik Regresyon analizi yapılmıştır.
Avustralya merkezli, motorlu bir üretim firmasının yönetici grubu ile çalışma yapılmış.	Çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.
Tam zamanlı petrol firmasında (Brezilya) çalışanlar yapılmış	Temel Eksen Faktör Analizi; Moderatör Regresyon analizi; simple slope analizi yapılmış (process)
1. Çalışma: Üniversite lisans öğrencileri üzerine uygulandı. 2. Çalışma: Endüstriyel malzemeleri satış elemanına uygulandı. 3. Çalışma: ABD'nin güneydoğusunda işletme fakültesi lisans öğrencileri üzerine uygulandı. 4. Çalışma ABD'deki Güneydoğusunda bir bakım evindeki çalışanlara uygulandı	Lisrel ve amos kullanılmş. Yapısal eşitlik modellemesinde Bootstrapping yöntemi uygulanmıştır.
Finansal yönetim çalışanına uygulanmıştır.	Mediated moderation data analysis(Durumsal Aracılık Modeli), Yol analizi yapılmış, bootstrapping uygulanmış. Moderatör değişken için regreston analizi uygulanmıştır.
Banka yöneticilerine uygulanmıştır.	Kendi beyanatına dayalı rapor(Self-report survey). Ortalayıcılı çoklu regresyon. (moderated multiple regression)
Çalışma, Batı Almanya'daki büyük bir üniversitede gerçekleştirildi.	Hiyerarşik çoklu regresyon analizi

Sigorta çalışanları üzerine yapılmıştır.	Hiyerarşik çoklu regresyon analizi uygulanmıştır.
Çok uluslu büyük bir şirketin küresel insan kaynakları bölümü çalışanlarına sosyal ağ analizi anketini tamamladı.	Mediated moderation data analysis(Durumsal Aracılık Modeli),
Bir devlet kurumunda tam zamanlı olarak çalışan süpervizör-altbölümünün (supervisor–subordinate dyads) eşleşmiş bir örneğini kullandılar. Örneklem bir devlet kurumu için çevre konularında çalışan tam zamanlı çalışandan oluşuyordu. Çalışanlardan veri toplamanın yanı sıra, her bir yöneticilerden de veri elde edilmiştir.	Doğrulayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Hiyerarşik Lineer Modelleme (HLM) uygulanmıştır.
Amerika Birleşik Devletleri'nin güneydoğusundaki büyük bir üniversitede gerçekleştirildi. Mevcut çalışma, çok çeşitli meslek ve kuruluşlardaki deneklerden yanıt almak için benzersiz bir örnekleme tekniği kullanmıştır. Özellikle, lisans öğrencilerine en az 5 yıllık iş tecrübesi olan tam zamanlı çalışanlara dağıtılmaları için üç anket verilmiştir. Alınan 193 katılımcı, mesleklerin farklı bir kesitini temsil etmiştir (örn. Devriye memuru, insan kaynakları yöneticisi, şef icra memuru ve muhasebeci) ve örgütsel düzeyler: % 37'si profesyonel personel, %24'ü orta yönetim, % 22'i yönetim dışı 've % 9'u üst yönetimi tarafından raporlanmıştır.	Doğrulayıcı Faktör Analizi; Lisrel Yol analizi uygulanmıştır.

Tablo 3'te görüleceği üzere çalışmaların büyük bir kısmı yöneticiler üzerinde uygulanmıştır. Örneklem olarak insan kaynakları, banka, sigorta ve üniversite gibi pek çok sektör belirlenmiştir. Analiz türü olarak genelde regresyon oluşturulduğu dikkat çekmektedir. Bu açıdan hiyerarşik lineer modelleme, durumsal aracılık modeli, hiyerarşik çoklu regresyon analizi, ortalayıcı çoklu regresyon (moderated multiple regression) ve yol analizi uygulandığı görülmektedir. Bunun yanında çalışmaların içeriği incelendiğinde korelasyon, regresyon, t-testi ve ANOVA'nın sıklıkla uygulandığı dikkat çekmektedir.

Çizelge 4. Araştırmanın Yazarı, Başlığı ve Aldığı Atıf

Yazar	Başlık	Son Bir Yılda Aldığı Atıf	Toplam Atıf
Blickle; Meurs; Zettler; Solga; Noethen; Kramer; Ferris (2008),	Personality, political skill and job performance	20	299
Andrews, Kacmar& Harris (2009)	Got political skill? the ımpact of justice on the ımportance of political skill for job performance	13	162

Ahearn, Ferris, Hochwarter, Douglas, Ammeter (2004)	Leader political skill and team performance	83	899
Semadar, Robbins & Ferris (2006)	Comparing the validity of multiple social effectiveness constructs in the prediction of managerial job performance	29	529
Perrewe´, Zellars, Rossi, Ferris, Kacmar, Liu, Zinko, Hochwarter(2005)	Political skill: an antidote in the role overload–strain relationship	27	258
Liu, Ferris, Zinko, Perrewe, Weitz, Xu (2007)	Dispositional antecedents and outcomes of political skill in organizations: a four-study investigation with convergence	15	290
Hochwarter, Ferris, Gavin, Perrewé, Hall, Frink (2007)	Political skill as neutralizer of felt accountability—job tension efects on job performance ratings: a longitudinal investigation	22	291
Gallagher & Laird (2008)	The combined effect of political skill and political decision making on job satisfaction	4	55
Blickle, Kramer, Zettler, Momm, Summers, Munyon & Ferris (2009)	Job demands as a moderator of the political skill-job performance relationship career development ınternational	9	91
Blickle; John; Ferris; Momm Liu; Haag Meyer ;Weber; Oerder(2011)	Fit of political skill to the work context: a two-study ınvestigation	9	121
Kristin Cullen; Alexandra Gerbasi; Donna Mason (2015)	Thriving in central network positions: the role of political skill	27	121
Harris, Kacmar, Zivnuska& Shaw (2007)	The impact of political skill on ımpression management effectiveness	71	681
Takuma Kimura (2014)	A review of political skill: current research trends and directions for future research	23	163
Treadway, Hochwarter, Kacmar, Ferris (2005)	Political will, political skill, and political behavior	39	400

*Ağustos 2023 yılı Google Akademikten elde edilen verilere dayanmaktadır.

Araştırma kapmasında ele alınan makalelerden en yüksek atıf alan çalışma 861 atıf aldığı ve en az atıf alan çalışmanın 51 olduğu görülmektedir. Çalışma kapsamında politik yetiyle birlikte beş faktör kişilik testi, vicdanlılık, uyumluluk, iş performansı, örgütsel vatandaşlık, görev süresi, örgütsel adalet, liderlik, takım ortalama yükü, takım güçlendirmesi, öz izleme, iş gerginliği, iş stresi, hesap verebilirlik hissi, itibar, Aşırı rol yüklemesi, politik davranış, başarı ihtiyacı ve motivasyon kavramlarının çalışıldığı görülmektedir. Kontrol değişkeni olarak ise; Yaş, Cinsiyet, örgütte görev süresi ve çalışılan pozisyondaki görev süresi (Kontrol değişkeni) çalışılmıştır. Bu kapsamda politik yeti kavramının pek çok çalışmada düzenleyici veya aracı etkisi olarak çalışıldığı dikkat çekmektedir.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Sonuçlara göre politik yetiyle ilgili yapılan araştırmaların büyük bir çoğunluğunun görgül çalışmalara dayandığı, nicel yöntemleri benimsediği, veri toplamada Ferris vd. (2005) tarafından geliştirilen 18 ifadenin yer aldığı Politik Yeti Envanterinin tercih edildiği görülmektedir. Araştırmacıların en çok tercih ettiği örneklem grubunun gerek kamu gerekse özel sektör yöneticilerinden meydana geldiği, verilerin analizinde korelasyon, regresyon, t-testi ve anova'nın kullanıldığı ifade edilebilir. Araştırma sonuçlarının değerlendirilmesinde Amos, Lisrel ve Spss kullanıldığı dikkat çekmiştir.

Politik yeti kavramının araştırmaların büyük çoğunluğunda bağımlı veya bağımsız değişken olarak kullanılmadığı, düzenleyici veya aracı değişken olarak kullanıldığı görülmüştür. Çalışmaların önemli bir kısmında politik yetinin iş performansı, takım performansı ve grup performansı üzerinde olumlu etkilerinin olduğu değerlendirilmiştir. Bunun yanında iş gerginliği, aşırı rol yüklemesi, rol belirsizliği ve iş stresi gibi değişkenlerin olumsuz etkilerini giderme noktasında katkı sunduğu kabul edilmiştir. Politik yeti ayrıca lider üye etkileşimi, duygusal zeka, sosyal etki, girişimci iş talepleri ve izlenim yönetimi ile pozitif yönde ilişkili olduğu gözlemlenmiştir. Son olarak politik yeti kavramının iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi çıktılara etki ettiği belirtilmiştir. Bundan sonraki çalışmalarda politik yeti kavramının geliştirilmesine yönelik çalışmaların yapılması ve özellikle nitel çalışmalara yer verilmesi literatürdeki boşluğun giderilmesine önemli katkılar sunacaktır.

KAYNAKÇA

Ahearn, K., Ferris, G., Hochwarter, W., Douglas, C., & Ammeter, A. (2004). Leader Political Skill and Team Performance. *Journal of Management, 30*(3), 309–327.

Andrews, M. C., Kacmar, K. M., & Harris, K. J. (2009). Got Political Skill?The Impact of Justice on the Importance of Political Skill for Job Performance. *Journal of Applied Psychology, 94*(6), 1427–1437. doi:10.1037/a0017154

Blickle, G., Meurs, J. A., Zettler, İ., Solga, J., Noethen, D., Kramer, J., & Ferris, G. R. (2008). Personality, Political Skill and Job Performance. *Journal of Vocational Behavior 72,* 377-387.

Blickle, G., Kramer, J., Zettler, I., Momm, T., Summers, J. K., Munyon, T. P., & Ferris, G. R. (2009). Job demands as a moderator of the political skill-job performance relationship. *Career Development International, 14*(4), 333-350. doi:10.1108/13620430910979835

Blickle, G., John, J., Ferris, G. R., Momm, T., Liu, Y., Haag, R., . . . Oerder, K. (2011, Eylül). Fit of Political Skill to the Work Context: A Two-Study Investigation. Applied Psychology: An Internation Review, 6(12), 1-28. doi:10.1111/j.1464-0597.2011.00469.x

Cullen, K. L., Gerbasi, A., & Chrobot-Mason, D. (2015, Şubat 17). Thriving in Central Network Positions: The Role of Political Skill. Journal of Management, 44(2), 682-706. doi:10.1177/0149206315571154

Perrewe´, P., Zellars, K., Rossi, A. M., Ferris, G., Kacmar, C., Liu, Y., . . . Hochwarter, W. (2005). Political Skill: An Antidote in the Role Political Skill: An Antidote in the Role. Journal of Occupational Health Psychology, 10(3), 239-250. doi:10.1037/1076-8998.10.3.239

Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2012). Örgütsel Davranış (14. Basımdan Çeviri b.). (İ. Erdem, Çev.) İstanbul: Nobel Yayıncılık.

Semadar, A., Robins, G., & Ferris, G. R. (2006). Comparing the validity of multiple social effectiveness constructs in the prediction of managerial job performance. *Journal of Organizational Behaviour*(27), 443-461. doi:10.1002/job.385

Liu, Y., Ferris, G. R., Zinko, R., Perrewe, P. L., Weitz, B., & Xu, J. (2007). Dispositional Antecedents and Outcomes A Four-Study Investigation With Convergence. Journal of Vocational Behavior, 71, 146-165. doi:10.1016/j.jvb.2007.04.003

Harris, K., Kacmar, M., Zivnuska, S., & Shaw, J. (2007). The Impact of Political Skill on Impression Management Effectiveness. *Journal of Applied Psychology, 92*(1), 278-285. doi:10.1037/0021-9010.92.1.278

Hochwarter, W., Ferris, G., Gavin, M., Perrewé, P., Hall, A., & Frink, D. (2007). Political Skill as Neutralizer of Felt Accountability—Job Tension Effects on Job Performance Ratings: A Longitudinal Investigation. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 102, 226-239. doi:10.1016/j.obhdp.2006.09.003

Gallagher & Laird (2008). The Combined Effect of Political Skill and Political Decision Making on Job Satisfaction, Journal of Applied Social Psychology, 38(9), 2336–2360

Mintzberg, H. (1985). The Organization As a Political Arena. Journal of Management Studies(22), 133-154.

Kimura, T. (2014). A Review of Political Skill: Current Research Trend and Directions for Future Research. *International Journal of Management Reviews*, 1-21. doi:10.1111 / ijmr.12041

Treadway, D. C., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J., & Ferris, G. R. (2005). Political Will, Political Skill, and Political Behavior. *Journal of Organizational Behavior, 26*, 229-245. doi:10.1002/job.310

SOSYAL MEDYA REKLAMLARI VE ELEKTRONİK AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN SATIN ALMA NİYETİNE ETKİSİ

Öğr. Grv. Fatma Sümeyye ERARSLAN
Malatya Turgut Özal Üniversitesi - ORCID ID: 0000-0001-9500-9128
Prof. Dr. Kahraman ÇATI
İnönü Üniversitesi - ORCID ID: 0000-0002-7440-5436
Şule EKİNCİ
İnönü Üniversitesi/İİBF/İşletme Anabilim Dalı/Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı
Doktora – ORCID ID: 0000-0002-2911-6619
Ebru OSKALOĞLU
İnönü Üniversitesi/İİBF/İşletme Anabilim Dalı/Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı
Doktora Öğrencisi – ORCID ID: 0000-0001-9125-5110

ÖZET

Bu çalışmanın amacı tüketicilerin çevrimiçi satın alma kararında elektronik ağızdan ağıza iletişimin (EAAİ) ve sosyal medya reklamlarına yönelik tutumun etkisini ölçmektir. Ayrıca demografik özelliklere bağlı olarak, ağızdan ağıza iletişim, sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ve satın alma niyetinin farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Çalışma verileri çevrimiçi uygulanan anket ile 441 kişiden toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 26 paket programıyla frekans, faktör analizi, regresyon, t-testi ve ANOVA analiz teknikleri kullanılarak çözümlenmiştir. Sosyal medya reklamlarına yapılan faktör analizi neticesinde ortaya çıkan iki boyut "sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum" ve "sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutum" olarak isimlendirilmiştir. EAAİ için yapılan faktör analizi sonucunda ortaya çıkan iki boyut "bilgi edinme" ve " aidiyet ve kazanç" olarak isimlendirilmiştir. Satın alma niyeti "satın alma niyeti" olarak tek boyutta isimlendirilmiştir. Analizler sonucunda EAAİ ve sosyal medya reklamlarına yönelik tutumun tüketicilerin çevrimiçi satın alma niyetini etkilediği görülmüştür. Yapılan t testleri sonucunda cinsiyete ve internet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre "sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum", " satın alma niyeti", "bilgi edinme" ve " aidiyet ve kazanç" faktörlerinin, medeni duruma göre "sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum" un farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. ANOVA testi sonucunda eğitim durumu ve internetten alışveriş yapma sıklığına göre "sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum", " satın alma niyeti", "bilgi edinme" ve " aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterdiği tespit dilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim, Sosyal Medya, Satın Alma Niyeti

THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA ADVERTISEMENTS AND ELECTRONIC WORTH OF WOM ON PURCHASE INTENTION

ABSTRACT

The purpose of this study is to measure the impact of electronic word of mouth (EWOM) and attitude towards social media advertisements on consumers' online purchase decisions. The study data were collected from 441 respondents through an online questionnaire. The data obtained were analyzed using frequency, factor analysis and regression with SPSS 26 package program. The two dimensions that emerged as a result of the factor analysis for social media ads were named as "positive attitude towards social media ads" and "negative attitude towards social media ads". The two dimensions that emerged as a result of the factor analysis conducted for EWOM were named as "information acquisition" and "belonging and gain". Purchase intention is a single dimension named as "purchase intention". As a result of the analyses, it was seen that the attitude towards EWOM and social media advertisements affected consumers' online purchase intention. As a result of t-tests, it was determined that "positive attitude towards social media ads", "purchase intention", "information acquisition" and "belonging and gain" factors differed according to gender and online shopping status, and "positive attitude towards social media ads" differed according to marital status. As a result of the ANOVA test, it was determined that the perceptions of "positive attitude towards social media advertisements", "purchase intention", "information acquisition" and "belonging and gain" differed according to educational status and frequency of online shopping.

Key Words: Electronic WOM, Social Media, Purchasing Intent

GİRİŞ

Anlık iletişim araçları ve sosyal medya hesapları, insanlara ulaşılabilirliği en üst seviyeye taşıyarak hayatın her alanında ve her anında iletişimin kesilmeden ilerlemesini sağlamaktadır. Bu kesintisiz iletişim sayesinde işletmeler, ürün ve hizmet tanıtımlarını günün her saatinde tüketicilere sunabilmektedir. İnsanlar çeşitli sosyal medya platformları ile ihtiyaçları olan bilgiye en maliyetsiz şekilde ulaşabilmekle birlikte çevrimiçi alışveriş siteleri sayesinde de tüm ihtiyaçlarını giderebilmektedir. İstatistiki verilere göre 2020 yılında kişi başına düşen e-ticaret harcaması 2.808 tl iken, 2021 yılında bu rakam %69' luk bir büyüme ile 4.749 tl olmuştur (https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler, E.T: 24.07.2023). Göz ardı edilemeyecek bu artış ile birlikte işletmeler, çevrimiçi platformlarda daha aktif olmaya ve ürün tanıtımlarını sosyal medya araçlarını kullanarak tüketicilere ulaştırmaya başlamışlardır. İnternet

üzerinden alışveriş ile birlikte yapılan alışverişin yorumlanması, ürün hakkındaki bilgi ve deneyim aktarımı da yine sosyal platformlar üzerinden gerçekleşmektedir (Jacobson vd., 2020). Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı tarafından hayata geçirilen sosyal ağ haritası 2022 yılı ikinci dönem verilerine göre Türkiye'de yaşayanların %98,5'i sosyal ağları kullandığını belirtilmektedir. Sosyal ağ kullanıcısı olduğunu ifade eden katılımcıların %78,3'ü Whatsapp, %78,7'si Instagram, %51,8'i Youtube, %45,9'u Facebook, %27,3'ü Twitter kullandığını ifade etmektedir (https://sosyalagharitasi.gov.tr, E.T: 24.07.2023).

Dünya genelinde araştırma yapan We Are Social ve Hootsuite ortaklığında yayımlanan yeni Dijital 2022 Küresel Genel Bakış Raporunda "Digital in 2019 in Turkey" bölümünde Türkiye'de internet kullanıcılarının %50'si bir markayı araştırırken sosyal ağlara bakarken, %36.3'ü de çevrimiçi çeviri araçlarını kullandığını belirtilmektedir. Ayrıca insanların sosyal medyada harcadığı sürenin günlük 2 saat 59 dakika olduğu ifade edilmektedir. Araştırma sonucuna göre insanların %36.4'ü alışveriş yaptığı markaları sosyal medyada takip ederken, %34.9'u ise araştırdığı markaları takip etmektedir (https://recrodigital.com, E.T: 24.07.2023).

Tüketicilerin sosyal ağ platformlarını yaygın ve aktif bir şekilde kullanması, işletmelerin tüketiciye ulaşması noktasında kolaylık sağlamaktadır. Bununla birlikte sosyal ağ platformları, tüketiciler arası etkileşimi arttırmakta, tüketicilerin ürün ve hizmetlerle ilgili deneyimlerini düşük maliyetli bir şekilde kolayca paylaşarak ve bu bilgilerin hızlı bir şekilde toplamasına olanak tanıyarak ağızdan ağıza iletişimin elektronik ortamda (EAAİ) yayılmasını hızlandırmaktadır (Sun vd., 2021). "EAAİ" kavramı potansiyel, mevcut veya önceki müşteriler tarafından bir ürün veya marka hakkında internet üzerindeki topluluklarda, forumlarda ve diğer sosyal medya platformlarında yapılmış olan bütün olumlu ve olumsuz yorumlar olarak tanımlanmaktadır (Hennig-Thurau vd.,. 2004). Bireylerin ürün veya hizmet hakkında tarafsız görüş belirttikleri düşünüldüğünden EAAİ bilgilerinin güvenilir olma olasılığının yüksek olduğu varsayılmaktadır. Bu nedenle, EAAİ bilgisi, bireyin karar verme sürecini etkilemek için daha güçlü bir araç olarak görülmektedir. Cruz ve Fill (2008)'e göre günümüzde EAAİ'den faydalanmak isteyen kurumlar, yeni gelişen EAAİ uygulamalarını dikkatle takip etmelidirler.

Bunun nedeni EAAİ kullanımının her geçen gün artması ve yeni uygulamaların hayata geçirilmesidir (Koçyiğit ve Çakırkaya, 2018). Tüketiciler genel olarak; algılanan riski azaltma, bilgi elde etme sürecini kısaltma, ürünün nasıl kullanılacağını öğrenme, pazarda hangi ürünlerin yeni olduğunu öğrenme, satın alma sonrası yaşanacak olumsuzlukları azaltma, sosyal pozisyon belirleme ve sanal bir topluluğa ait olma gibi nedenlerle EAAİ'ye yönelmektedir (Avcılar, 2005: 343; Kwon vd.,2011: 2).

Bu çalışmada satın alma niyetine etkisi olduğu düşünülen sosyal medya reklamlarına yönelik tutumun ve elektronik ağızdan ağıza iletişim üzerinde durulacaktır. Araştırmalar her iki kavramın da satın alma niyeti üzerinde etkisi olduğunu göstermektedir.

Kavramsal Çerçeve

Sosyal medya, yayıncılık teknolojisini kullanan kişiler tarafından oluşturulan bilgileri içeren, yüksek oranda erişilebilir olan ve başkalarıyla ve genel halkla iletişimi, etkiyi ve etkileşimi kolaylaştırmayı amaçlayan içeriktir (Bernarto vd., 2020). Sosyal medya platformları; insanların, kuruluşların ve hükümetlerin ticari, sosyal, politik ve eğitimsel olarak birbirleriyle bilgi, düşünce, ürün ve hizmet alışverişinde bulunabilecekleri yeni bir alandır (Kamboj vd., 2018). Sosyal medya pazarlaması; bilgisayar teknolojisi kullanılarak, bir kuruluşun paydaşları için değeri olan teklifler oluşturmak, iletmek, sunmak ve değiş tokuş yapmaktır (Laroche vd., 2013). Sosyal medya reklamları bir internet reklamı biçimidir, ancak Web 2.0 oldukları için müşterilerin sosyal medya reklamlarıyla etkileşimde farklı algıları ve deneyimleri olabilmektedir. Bu aynı zamanda, müşterileri hedeflenen reklamlarla daha fazla etkileşimde bulunmaya yani beğenme, yeniden paylaşma, yorum yapma, yayınlama ve öğrenmeye itmektedir (Alalwan, 2018).

Sosyal medya, Ağızdan ağıza pazarlama (AAP) için önemli bir araçtır. AAP, alıcının bir marka, ürün veya hizmetle ilgili olarak bir alıcı ve iletişimci arasındaki sözlü ve ticari olmayan kişiden kişiye iletişimdir. Son yıllardaki teknolojik gelişmeler, iletişim ortamını değiştirmiş ve elektronik ağızdan ağıza iletişimin (EAAİ) ortaya çıkmasına neden olmuştur. EAAİ, belirli mal ve hizmetlerin kullanımı veya özellikleri veya söz konusu mal ve hizmetlerin satıcıları ile ilgili internet tabanlı teknoloji aracılığıyla tüketicilere yönelik tüm gayri resmi iletişimler olarak tanımlanmaktadır (Luo ve Zhong, 2015). EAAİ etkinliği üzerine yapılan araştırmalar, radyo reklamlarından iki kat, doğrudan satış faaliyetlerinden dört kat ve gazete reklamlarından yedi kat daha etkili olduğunu göstermiştir (Goyette vd., 2010). Sahip olduğu bu özelliklerden EAAİ, tüketicilerin satın alma kararları için daha önemli bir konuma gelerek tüketici davranışlarında değişikliklere sebep olmuştur. Günümüzde tüketicilerin büyük çoğunluğu, bir ürün satın alacağı zaman önce çevrimiçi ortamlarda ürün hakkında yazılan kullanıcı yorumlarını incelemektedir. Olumlu ya da olumsuz yorumların oranı, kalitesi, tüketicinin ürün ile ilgili düşüncelerini etkileyerek ürüne olan satın alma niyetini yönlendirmektedir (Lee vd., 2008: 341).

Satın alma niyeti, tüketicinin çeşitli koşulları ve gerekçeleri göz önünde bulundurduğu bir satın alma kararı verme sürecini ifade eder. Satın alma niyeti; ürün, hizmet ve satıcıya yönelik algı, tutum ve davranışlarla ilişkili karmaşık bir süreçtir (Nuseir, M. T., 2019). Satın alma niyetine etki eden faktörlerle ilgili yapılan çalışmalarda farklı faktörlerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Thurau ve Walsh (2003)'a göre "satın alma ile ilgili bilgileri edinme" faktörü, Almana ve Mirza (2013)' a göre "yüksek derecelendirme ve görüşlerin özelliklerinin" satın alma kararını en çok etkilediği görülmüştür. Ayrıca özellikle tutarlılık, çevrimiçi görüşlerin sayısı ve görüşlerin yakın zamanda yapılmış olması satın alma kararlarında önemli faktörlerdir (Almana ve Mirza, 2013:30).

2.1. Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum - Satın Alma Niyeti İlişkisi

Sosyal medya bireylerin topluluk oluşturabilmesinin, fikirlerini ve düşüncelerini bu topluluklara en maliyetsiz şekilde aktarabilmesinin yoludur. Artık sosyal medya hesapları işletmeler için önemli veri toplama alanı ve tutundurma kanalı haline gelmiştir (Kırçova ve Enginkaya, 2015: 95). Sosyal medya platformları, insanların, kuruluşların ve hatta hükümetlerin birbirleriyle ticari, sosyal, politik ve eğitimsel olarak etkileşime girebildiği ve bilgi, düşünce, ürün ve hizmet alışverişinde bulunabildiği yeni bir yeri temsil etmektedir (Hawkins ve Vel, 2013; Zhu ve Chen, 2015). Bu sebeple dünyadaki tüm kuruluşlar, bu platformları kullanmanın müşterileri çekmeye ve bu müşterilerle karlı bir pazarlama ilişkisi kurmaya nasıl yardımcı olabileceğini düşünmeye başlamışlardır (Kamboj vd., 2018; Lin ve Kim, 2016).

İşletmeler sosyal medya platformlarını reklam, EAAİ, müşteri ilişkileri yönetimi ve markalaşma gibi farklı pazarlama uygulamaları için kullanmaktadır. (Alalwan vd., 2017). Etkileşimli ve modern teknoloji olmaları nedeniyle, sosyal medya reklamları, firma-müşteri iletişiminin en ileri noktasını temsil etmektedir (Logan vd., 2012). Sosyal medya ve EAAİ sayesinde geleneksel kitle iletişim araçları reklamcılığına veya çevrimiçi reklamlara kıyasla, firmalar müşterileriyle daha bilgilendirici ve etkileşimli iletişim kurabilmektedir (Swani vd., 2017). Bu nedenle, sosyal medya reklamları, firmalara, müşterilerin farkındalığını oluşturmak, müşterilerin bilgisini artırmak, müşterilerin algısını şekillendirmek ve müşterileri gerçekten ürün satın almaya motive etmek gibi birçok pazarlama hedefini gerçekleştirmede yardımcı olabilmektedir (Shareef vd., 2019).

Markalar, sosyal medya reklamları ile ürün tanıtımı, pazarlama ve tutundurma çalışmaları yapmakta, bu çalışmaları yaparken de marka elçiliği, akış içerisine ürün yerleştirme gibi sosyal medya reklam stratejilerini kullanmaktadırlar. Tüketiciler, sosyal medya reklamlarının kendi tercih ve ilgi alanları ile alakalı olduğunu hissettikleri sürece, sosyal medya reklamlarında sunulan ürünleri satın almaya daha meyilli olmaktadırlar (Alalwan, 2018). Sosyal medya platformlarının yenilikçi özelliklerinden biri olan reklam içeriklerinin ve mesajlarının müşterilerin yaşam tarzına, ihtiyaçlarına ve tercihlerine göre doğru bir şekilde özelleştirme ve

uyarlanması çalışmaları, müşterilerin ürüne olan ilgisini arttırarak satın alma niyetine olumlu etki etmektedir (Zhu ve Chang,2016). Sosyal medya reklamlarında satın alma niyetini etkileyen en önemli faktör etkileşim özelliğidir (Sundar vd, 2014). Müşterilerin sosyal medya reklamlarını takip etmesi ve bunlarla etkileşim kurması tutum ve satın alma niyetinin pozitif olduğunun bir göstergesidir (Jiang vd, 2010). Sosyal medya reklamlarının satın alma niyetine olumlu etkisi üzerine literatürde birçok çalışma (Canlı, 2015; Aksoy ve Gür, 2018; Köker vd, 2018; Efendioğlu, 2019; Güvendir, 2019; Shah vd 2019; Siregar vd 2020; Şener ve Yücel, 2020) bulunmaktadır.

Ancak reklama yönelik tüketici kuşkuculuğu, tüketicinin bilişsel sürecini etkilemekle birlikte, bu doğrultuda markaya yönelik tutum, markaya inanç ve reklama yönelik bağımlılığını da olumsuz yönde etkilemektedir (Obermiller ve Spangenberg, 2000). Pazarlama yazınında tüketici kuşkuculuğunun (reklama, ürüne, markaya yönelik vb.) satın alma niyeti üzerindeki etkisini araştıran birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Kuşkuculuk, reklam mesajının güvenirliğini azaltarak, olumsuz tutum oluşumuna neden olmaktadır (Wang ve Chien, 2012; Barone vd., 2007; Gupta ve Pircsh, 2006). Chen ve Leu (2011), reklama yönelik tüketici kuşkuculuğunun markaya yönelik tutum ve satın alma niyetine etkisini araştırdıkları çalışmada reklama yönelik kuşkuculuğun satın alma niyeti üzerinde negatif etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

Bu çalışmalar incelendiğinde internette ve sosyal medyada daha çok vakit geçiren ve sosyal medya hesaplarını daha sık kontrol eden kullanıcıların daha fazla e-alışveriş niyeti geliştirdiği. Ayrıca, yeni ürün tanıtımlarını takip eden ve belirli bir markanın hayranı olan kullanıcıların daha güçlü alışveriş niyetine sahip oldukları gözlemlemiştir. Bu bağlamda oluşturulan hipotezler:

H_1: Sosyal medya reklama yönelik tutumun, satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim-Satın Alma Niyeti İlişkisi

Etkili bir pazarlama aracı olan sosyal medya EAAİ için kullanışlı bir platform olarak kabul edilmektedir. EAAİ, ürünler veya hizmetler hakkında deneyim ve bilgi alışverişi için etkileşimli bir iletişim süreci olması bakımından geleneksel çevrimdışı AAİ'ye benzerken, internete dayalı olması bakımından çevrimdışı AAİ'den farklıdır. EAAİ, genel olarak İnternet üzerinde birbirleriyle fikir alışverişinde bulunma ve geleneksel çevrimdışı AAİ'de bulunmayan bilgiler için kullanılabilirlik, erişilebilirlik ve kalıcılık sağlayan hizmetler için derecelendirme alışverişi eylemi olarak tanımlanmaktadır (Seo vd., 2020). Tüketicilerin sosyal medyadaki ürün incelemeleri, olumlu veya olumsuz bir EAAİ üretmektedir. Bu durum çevrimiçi

platformlardaki mesajların tüketici satın alma kararlarını büyük ölçüde etkilediğini göstermektedir (Vij ve Sharma, 2013).

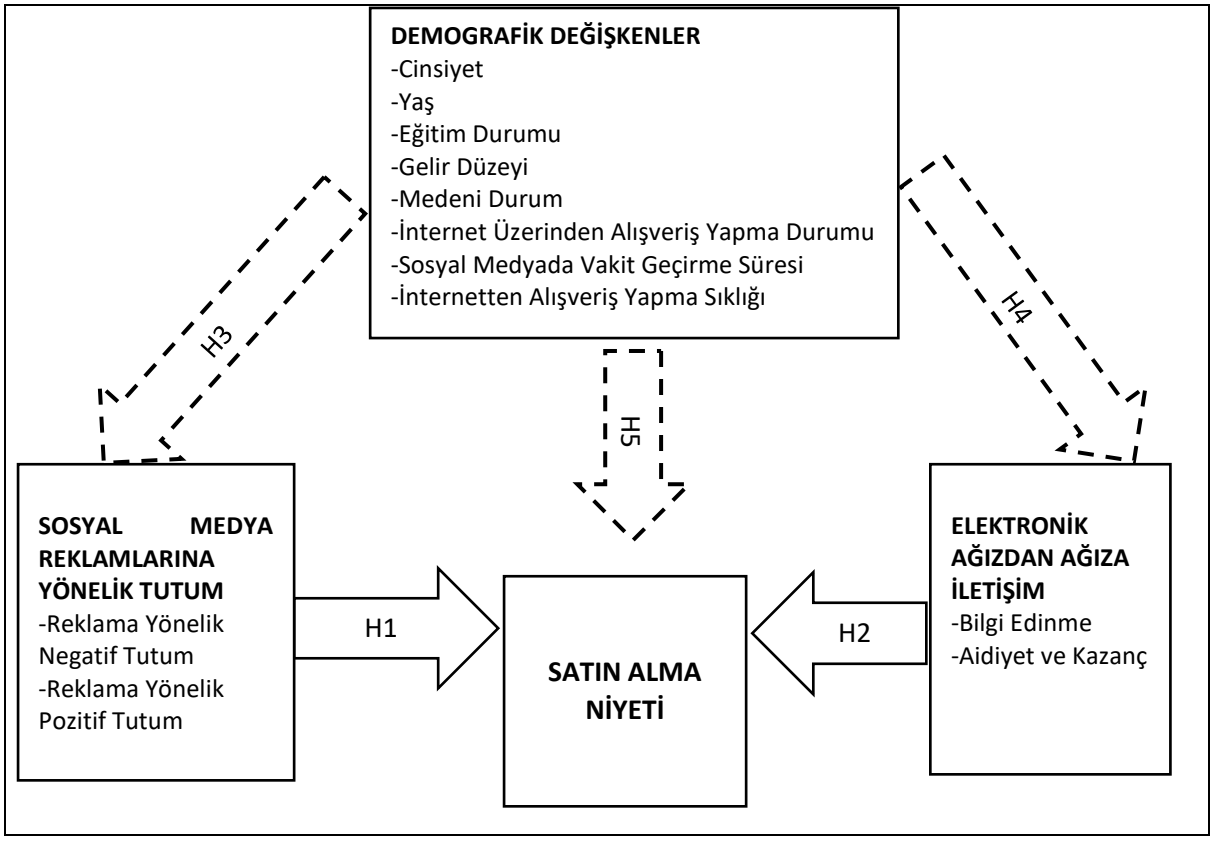
Sosyal medyanın EAAİ için en uygun platformlar olduğu ifade edilmektedir (Erkan ve Evans, 2016: 48; Akgün, 2019: 64). Bu nedenle tüketiciler nihai satın alma kararlarını vermeden önce, ürün ve markalar hakkında bilgi edinmek için, sosyal medyayı daha fazla kullanmaktadırlar (Erkan ve Evans, 2016: 48; Santosa ve Wandebori, 2019: 390; Park, 2020: 62). Sosyal medyada gerçekleşen EAAİ tüketiciler ve işletmeler açısından önemli bir bilgi kaynağı ve etkili bir pazarlama aracı haline gelmiştir (Santosa ve Wandebori, 2019: 390; Park, 2020: 60). Tüketiciler artık çevrelerinde bulunan insanlara ek olarak, ilgili ürünün veya hizmetin kullanımında deneyime sahip, tanımadıkları ve coğrafi olarak dağınık bir grup insandan da EAAİ yoluyla bilgi sağlayabilmektedir (Cheung vd., 2008: 229-230). EAAİ'nin satın alma niyeti üzerine etkisine yönelik birçok çalışma (Abner, 2019; Alrwashdeh vd., 2019; Bickart ve Schindler, 2001; Chan ve Ngai, 2011; Eren, 2021; Fan ve Miao, 2012; Gavcar, 2018; Huang, 2010; Jalilvand ve Samiei, 2012; Kumar ve Benbasat, 2006; Mauri ve Minazzi, 2013; Park vd., 2007; See-To ve Ho, 2014; Zangeneh vd.,2014; Yorgancı, 2020) bulunmaktadır. Bu çalışmalar incelendiğinde EAAİ'nin satın alma niyeti üzerinde olumlu etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Literatürde yer alan bu çalışmaların temelinde şu hipotez önerilmektedir.

H_2: EAAİ'nin satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

YÖNTEM

Araştırmanın Amacı ve Modeli

Çalışmada, sosyal medya reklamlarına karşı tutum ve çevrimiçi platformlardaki yorumların satın alma niyeti üzerindeki etkisinin tespiti amaçlanmıştır. Ayrıca, katılımcıların demografik özellikleri ve internet kullanımlarına göre sosyal medya reklamlarına yönelik tutum, EAAİ ve satın alma niyetinin farklılık gösterip göstermediği belirlenecektir. Araştırmada kullanılan anket soruları çevrimiçi platforma aktarılmış ve tüm çevresel bağlantılar çalışmaya katılım sağlamıştır. Çalışmanın modeli Şekil.1' de gösterilmiştir.



Şekil 1 Araştırmanın Modeli

Araştırmanın hipotezleri;

H1 Sosyal medya reklama yönelik tutumun, satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H1a: Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutumun satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H1b: Sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutumun satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H2: EAAİ'in satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H2a: EAAİ'in bilgi edinme boyutunun, satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır

H2b: EAAİ'in aidiyet ve kazanç hisleri boyutunun satın alma niyeti üzerinde etkisi vardır.

H3: Demografik faktörlere göre sosyal medya reklamlarına yönelik tutum farklılık göstermektedir.

H3a: Cinsiyete göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3b: Cinsiyete göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3c: Yaşa göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3d: Yaşa göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3e: Eğitim durumuna göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3f: Eğitim durumuna göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3g: Gelir düzeyine göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3h: Gelir düzeyine göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3ı: Medeni duruma göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3j: Medeni duruma göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3k: İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3l: İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3m: Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3n: Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H3o: İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.

H3p: İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.

H4: Demografik faktörlere göre EAAİ' e yönelik tutum farklılık göstermektedir.

H4a: Cinsiyete göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4b: Cinsiyete göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4c: Yaşa göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4d: Yaşa göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4e: Eğitim durumuna göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4f: Eğitim durumuna göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4g: Gelir düzeyine göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4h: Gelir düzeyine göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4ı: Medeni duruma göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4j: Medeni duruma göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4k: İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4l: İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4m: Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4n: Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H4o: İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.

H4p: İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir.

H5: Demografik faktörlere göre satın alma niyetine yönelik tutum farklılık göstermektedir.

H5a: Cinsiyete göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5b: Yaşa göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5c: Eğitim durumuna göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5d: Gelir düzeyine göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5e: Medeni duruma göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5f: İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5g: Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

H5h: İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir.

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışma konusu dikkate alınarak çevrim içi anket tercih edilmiştir. Veriler, anket tekniği ile çevrimiçi ortamda 01.01.2023–15.01.2023 tarihleri arasında toplanmıştır. Sekeran tarafından geliştirilen tabloya göre evreni 10.000.000 ve üzeri olan bir araştırma için 384 örnek büyüklüğü yeterli olmaktadır (Karagöz, 2019: 308). Toplamda 441 kişi çalışmaya katılmışlardır. 441 anket verisi üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Çalışmada uygulanan anketin birinci kısmı ankete katılan bireylerin demografik özellikleri ve sosyal medya kullanma sıklıklarını belirlemek için oluşturulan sorulardan oluşurken, anketin ikinci kısmı ise tüketicilerin sosyal medyada yaptıkları yorumların ve sosyal medya reklamlarına yönelik tutumların tüketici satın alma niyetine nasıl etki ettiğini ölçmeye yarayan sorulardan oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan satın alma niyeti ölçeği Hwang vd.'nin (2011), EAAİ ölçeği Kılıç vd.'nin (2020), sosyal medya tutum ölçekleri de Koçer vd'nin (2016) çalışmalarından alınmıştır. İkinci bölümde yer alan ölçeklerin tamamında 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yer alan değerler; (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum ve (5) Kesinlikle katılıyorum şeklinde oluşturulmuştur.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Anketin uygulanmaya başlamasından önce 20 kişilik pilot bir çalışma yapılarak ankette yer alan her bir ifadenin araştırma amacına uygunluğu, anlaşılırlığı ve yeterliliği konusunda geri dönüşler alınmış ve eksik durumlar düzeltilmiş, anlaşılması güç ifadeler ise anlaşılır hale getirilmiştir. Bu kapsamda 01.01.2023-15.01.2023 tarihleri arasında 441 katılımcıdan veri toplanmıştır. SPSS 26 paket programına aktarılan verilere frekans analizi, faktör analizi, t testi, ANOVA testi ve regresyon analizi uygulanmıştır.

Katılımcıların demografik özelliklerinin betimlendiği frekans analizi sonucuna ilişkin bulgular Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1 Araştırmaya Katılanların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde	Demografik Özellikler		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	188	42,6	Medeni Durum	Evli	311	70,5
	Erkek	253	57,4		Bekar	130	29,5
	Toplam	**441**	**100**		**Toplam**	**441**	**100**
Yaş	18-25	63	14,3	İnternet Üzerinden Alışveriş Yapma Durumu	Evet	395	89,6
	26-40	212	48,1		Hayır	46	10,4
	41-55	120	27,2				
	56 ve Üzeri	46	10,4		**Toplam**	**441**	**100**
	Toplam	**441**	**100**				
Eğitim Durumu	Orta Öğretim/Lise	34	7,7	Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresi	1 saatten az	262	59,4
	Önlisans	193	43,8		1-3 saat	75	17,0
	Lisans	94	21,3		4-6 saat	16	3,6
	Yüksek Lisans	61	13,8				
	Doktora	57	12,9		6 saatten fazla	88	20,0
	Diğer	2	0,5				
	Toplam	**441**	**100**		**Toplam**	**441**	**100**
Gelir Düzeyi (veriler toplandığı süreçte asgari ücret 2800 bandında idi)	2.800'den az	39	8,8	İnternetten Alışveriş Yapma Sıklığı	Haftada 2-3 kez	31	7,0
	2.801- 5.000	13	2,9		Haftada 1 kez	133	30,2
	5.001-7.500	31	7,0		15 günde bir	127	28,8
	7.501- 10.000	47	10,7		Ayda bir kez	66	15,0
	10.001- 15.000	125	28,3		Pek Sık Yapmıyorum	60	13,6
	15.001- 20.000	106	24,0		Hiç Yapmıyorum	24	5,4
	20.000 ve üzeri	80	18,1				
	Toplam	**441**	**100**		**Toplam**	**441**	**100**

Faktör Analizi

Faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkilere dayanarak çok sayıdaki değişkeni az sayıdaki değişkene indirgeyebilen çok değişkenli bir analiz tekniğidir. Kurtuluş (2004)'e göre faktör analizi, bir grup değişkenin kovaryans yapısını incelemek ve bu değişkenler arasındaki ilişkileri, faktör olarak isimlendirilen çok daha az sayıdaki gözlenemeyen gizli değişkenler bakımından açıklamayı sağlamak üzere düzenlenmiş bir tekniktir (Büyüköztürk, 2002; Stapleton,1997). Değişkenlerin faktör analizine uygunluğunu test etmek için KMO ve Bartlett's testleri uygulanmaktadır.

Sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ölçeğine yapılan KMO ve Barlett's testleri sonucu KMO değeri 0,929 Barlett's değeri ise 0,000 çıkmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın örneklem değerinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ait Cronbach alfa değeri 0,882'dir.Katılımcıların reklama yönelik tutum ifadelerine ait faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyans ve ortalama değeri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2 Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutumun Faktör Analizi

Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Ortalama
Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Olumlu Tutum		5,947	54,062	2,1333
Sosyal medya reklamları zevklidir.	0,838			
Sosyal medya reklamları güvenilirdir.	0,781			
Genel olarak sosyal medya reklamlarının iyi bir şey olduğunu düşünüyorum	0,830			
Genel olarak sosyal medya reklamlarını seviyorum	0,873			
Sosyal medya reklamları inandırıcıdır.	0,826			
Sosyal medya reklamları eğlencelidir.	0,868			
Sosyal medya reklamları ilgi çekicidir	0,773			
Sosyal medya reklamları ürün/hizmet bilgisi için iyi bir kaynaktır.	0,743			
Sosyal paylaşım ağlarındaki reklamlar ürünü almam için beni harekete geçirir	0,729			
Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Olumsuz Tutum		1,442	13,105	2,7234
Sosyal medya reklamları diğer reklam mecralarına göre (gazete, tv., radyo reklamları vb.) daha keyifli ve ilgi çekici değildir.	0,802			
Sosyal medya reklamları başkalarını etkilemek adına bir şeyler satın almayı teşvik eder.	0,725			
KMO and Bartlett's Test				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,929	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		3211,746	
	df		55	
	Sig.		0,000	
ÖLÇEK GÜVENİLİRLİĞİ	Cronbach's Alpha		0,882	
Yükleme oranı %40'un altında olan değişkenler değerlendirme dışında tutulmuştur.				

Faktör analizi sonucunda Kaiser Normalleştirmesine göre özdeğeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmıştır. Yapılan analiz neticesinde sosyal medya reklamlarına yönelik tutum ile ilgili ölçeğin iki faktörden meydana geldiği saptanmıştır. Elde edilen boyutlar Koçer vd'nin (2016) çalışmasına paralel şekilde "Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Olumlu Tutum" ve "Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Olumsuz Tutum" olarak isimlendirilmiştir. Araştırmanın varyans yüzdesi toplamı 67,167'dir. Bu oran 0,50'den büyük olduğu için analiz istatistiksel olarak geçerlidir.

Satın alma niyeti ölçeğine yapılan KMO ve Barlett's testleri sonucu KMO değeri 0,781 Barlett's değeri ise 0,000 çıkmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın örneklem değerinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ait Cronbach alfa değeri 0,837'dir. Katılımcıların satın alma niyetine yönelik ifadelerine ait faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyans ve ortalama değeri Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3 Satın Alma Niyetine Yönelik Faktör Analizi

Satın Alma Niyeti	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Ortalama
Sosyal medya sitelerinden gördüğüm bir ürünü biraz düşündükten sonra satın alırım.	0,778	2,693	67,319	2,7489
Sosyal medya aracılığıyla araştırdığım bazı ürün veya hizmetleri satın alırım.	0,838			
Sosyal medya sitelerinden edindiğim bilgiler ışığında ürünleri veya hizmetleri satın alırım.	0,885			
Sosyal medyada reklamlarını gördüğüm ürünleri satın alırım.	0,776			
KMO and Bartlett's Test				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,781	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		718,207	
	df		6	
	Sig.		0,000	
ÖLÇEK GÜVENİLİRLİĞİ	Cronbach's Alpha		0,837	
Yükleme oranı %40'un altında olan değişkenler değerlendirme dışında tutulmuştur.				

Faktör analizi sonucunda Kaiser Normalleştirmesine göre özdeğeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmıştır. Yapılan analiz neticesinde satın alma niyeti ile ilgili ölçeğin tek faktörden meydana geldiği saptanmıştır. Elde edilen faktör Hwang vd.'nin (2011) çalışmasına paralel şekilde "Satın Alma Niyeti" olarak isimlendirilmiştir. Araştırmanın varyans yüzdesi toplamı 67,319' dur. Bu oran 0,50'den büyük olduğu için analiz istatistiksel olarak geçerlidir.

EAAİ ölçeğine yapılan KMO ve Barlett's testleri sonucu KMO değeri 0,957 Barlett's değeri ise 0,000 çıkmıştır. Bu sonuçlar araştırmanın örneklem değerinin faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçeğe ait Cronbach alfa değeri 0,951'dir. Katılımcıların EAAİ ifadelerine ait faktör yükleri, özdeğer, açıklanan varyans ve ortalama değeri Tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4 EAAİ Faktör Analizi

EWOM	Faktör Yükü	Özdeğer	Açıklanan Varyans	Ortalama
Bilgi Edinme		6,901	46,005	3,5943
Çevrimiçi ortamda yapılan yorumlar sayesinde alışveriş yaparken başka tüketicilerin deneyimlerinden yararlanılır	0,799			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar, ürünlerin kalitesi hakkında hızlı bilgi almayı sağlar.	0,850			
Çevrimiçi ortamda yapılan yorumlar, alışveriş sırasında zaman tasarrufu sağlar	0,741			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar ürünle ilgili görüşleri öğrenebilmeyi sağlar.	0,888			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar ürün hakkındaki görüşleri karşılaştırmayı sağlar	0,880			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar doğru ürünü satın almayı sağlar	0,753			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar ürünle ilgili benzer problemleri fark etmeyi sağlar	0,852			
Çevrimiçi ortamda yapılan ürünlerle ilgili yeni yorumlar ilgi çekicidir	0,722			
Çevrimiçi ortamdaki yorumlar, ürünle ilgili kullanım kolaylığı sağlar.	0,620			
Çevrimiçi ortam yorumları sorunlar için tavsiyeler sunar.	0,717			
Çevrimiçi ortam yorumları sorunlara çözümler sunar	0,636			

Aidiyet ve Kazanç		**3,557**	**23,711**	**2,8963**
Çevrimiçi ortamda sürekli aynı markadan alışveriş yaparak o markaya ait olmaktan mutluluk duyarım	0,742			
Çevrimiçi ortamda web siteleri bulunan diğer alışveriş uygulamaları için yapılan paylaşımlara katılmaktan hoşlanırım	0,804			
Çevrimiçi ortamda yaptığım alışverişlerden ekonomik olarak kazanç sağlarım.	0,688			
Çevrimiçi ortam içeriklerini okuduğum ve bundan dolayı haberdar olduğum fırsatlar finansal kazanç sağlar.	0,703			
KMO and Bartlett's Test				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			0,957	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		6714,640	
	df		153	
	Sig.		0,000	
ÖLÇEK GÜVENİLİRLİĞİ	Cronbach's Alpha		0,951	
Yükleme oranı %40'un altında olan değişkenler değerlendirme dışında tutulmuştur.				

Faktör analizinde özdeğeri 1'den büyük olan faktörler, Kaiser Normalleştirmesine göre dikkate alınmış ve yapılan analizde EAAİ ile ilgili ölçeğin iki faktörden oluştuğu saptanmıştır. Araştırmanın varyans yüzdesi toplamı 69,716 çıkmış ve bu oran 0,50'den büyük olduğu için analizin istatistiksel olarak geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, ilk aşamada faktör yükü 2 boyut içerisinde de olduğu için ankette yer alan, 1. soru (Çevrimiçi ortamda verilen bilgiler web siteleri üzerinden yapılan alışverişlerde doğru satın alma kararı vermeyi sağlar.) silinerek analiz yenilenmiştir. İkinci aşamada da iki boyuta dâhil olan 12. Soru (Çevrimiçi ortamda yapılan yorumlar güncel ürün takip etmeyi sağlar.) silinerek analiz yenilenmiştir. Son olarak iki boyuta dâhil olan 15. Soru (Çevrimiçi ortam yorumları uygun fiyatlı ürünlerden haberdar olmayı sağlar.) silinmiş ve Tablo 4'deki değerler elde edilmiştir. Ölçeğin 2 faktörden oluştuğu saptanmıştır. Faktör analizi sonucu ortaya çıkan 2 boyut, faktör yüklerinden faydalanılarak faktörlerdeki maddelerin taşıdıkları anlam dikkate alınarak (Oskaloğlu ve Çatı; 2021; Karagöz, 2019: 960) "Bilgi Edinme" ve "Aidiyet ve Kazanç" olarak adlandırılmıştır.

Farklılık Testleri

Katılımcıların demografik özelliklerine bağlı olarak reklama yönelik tutum, satın alma niyeti ve EAAİ'i değerlendirmelerinin farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için t ve ANOVA testi uygulanmıştır. Homojenlik testi sonucunda ana kütle varyansları homojen (Sig.<0,05) dağılmayan faktörler için diğer Post Hoc testlerine göre daha güçlü olan Games-Howell testinden faydalanılırken, homojen dağılan (Sig.>0,05) faktörler için grup ortalamaları arasındaki farkı belirlemek için, daha güçlü olduğu düşünülen LSD testinden faydalanılmıştır (Güven vd., 2023: 474). Elde edilen sonuçlar tablolaştırılarak aşağıda verilmiştir.

Tablo 5 T testi

Cinsiyet / Faktör	Kadın (Ortalama)	Erkek (Ortalama)	T	f	sig.
Reklama yönelik pozitif tutum	2,2896	2,0171	2,987	,031	**,003***
Reklama yönelik negatif tutum	2,6888	2,7490	-,737	,321	,461
Satın alma niyeti	3,0093	2,5553	4,824	,863	**,000***
EAAİ-Bilgi edinme	3,8022	3,4398	3,9779	12,602	**,000***
EAAİ-Aidiyet ve kazanç	3,0372	2,7915	2,591	,493	**,010***
Medeni Durum / Faktör	**Bekâr (Ortalama)**	**Evli (Ortalama)**	**T**	**f**	**sig.**
Reklama yönelik pozitif tutum	2,0700	2,2846	-2,159	,488	**,031***
Reklama yönelik negatif tutum	2,7653	2,6231	1,610	,504	,108
Satın alma niyeti	2,7018	2,8615	-1,529	,765	,127
EAAİ-Bilgi edinme	3,5823	3,6231	-,394	1,085	,693
EAAİ-Aidiyet ve kazanç	2,9172	2,8462	,686	1,449	,493
İnternet Üzerinden Alışveriş Yapma Durumu / Faktör	**Evet (Ortalama)**	**Hayır (Ortalama)**	**T**	**f**	**sig.**
Reklama yönelik pozitif tutum	2,1747	1,7778	2,684	3,142	**,008***
Reklama yönelik negatif tutum	2,7253	2,7065	,142	,356	,887
Satın alma niyeti	2,8354	2,0054	5,492	,004	**,000***
EAAİ-Bilgi edinme	3,6716	2,9308	4,024	9,473	**,000***
EAAİ-Aidiyet ve kazanç	2,9639	2,3152	4,282	3,383	**,000***
*P<0,0					

Katılımcıların cinsiyetine bağlı olarak "Reklama yönelik pozitif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" faktörleri farklı olarak değerlendirildiği tespit edilmiştir. Farklılık tespit edilen dört faktörde de cinsiyeti kadın olan katılımcıların algısının erkeklere kıyasla yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre; "**H3a:** Cinsiyete göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir." hipotezi reddedilirken "**H3b:** Cinsiyete göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4a:** Cinsiyete göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4b:** Cinsiyete göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5a**: Cinsiyete göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri kabul edilmiştir.

Katılımcıların medeni duruma bağlı olarak sadece "Reklama yönelik pozitif tutum" farklı değerlendirildiği tespit edilmiştir. Farklılık tespit edilen faktörde de evli katılımcıların algısının bekârlara kıyasla yüksek olduğu saptanmıştır. "Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" faktörlerini farklı olarak değerlendirmedikleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlara göre; "**H3ı:** Medeni duruma göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4ı:** Medeni duruma göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4j:** Medeni duruma göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5e:** Medeni duruma göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir."

hipotezleri reddedilirken "**H3j:** Medeni duruma göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir." hipotezleri kabul edilmiştir.

Katılımcıların internet üzerinden alışveriş yapma durumuna bağlı olarak "Reklama yönelik pozitif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" faktörlerini farklı olarak değerlendirdikleri tespit edilmiştir. Farklılık tespit edilen dört faktörde de internet üzerinden alışveriş yapan katılımcıların algısının yapmayanlara kıyasla yüksek olduğu saptanmıştır. Bu sonuçlara göre; "**H3k:** İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir." hipotezi reddedilirken **"H3l:** İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4k:** İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4l:** İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5f:** İnternet üzerinden alışveriş yapma durumuna göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 6 ANOVA Testi

		Reklama yönelik pozitif tutum	Reklama yönelik negatif tutum	Satın alma niyeti	EAAİ-Bilgi edinme	EAAİ-Aidiyet ve kazanç
Yaş	F	2,060	,878	,757	2,159	2,431
	sig.	,105	,453	,519	,092	,065
Eğitim Durumu	F	4,900	,819	3,233	5,874	3,293
	sig.	**,000***	,537	**,007***	**,000***	**,006***
Gelir Düzeyi	F	,391	,895	,411	,427	1,344
	sig.	,885	,498	,872	,861	,236
Sosyal Medyada Vakit Geçirme Süresi	F	,408	,295	1,023	2,190	1,629
	sig.	,747	,829	,382	,089	,182
İnternetten Alışveriş Yapma Sıklığı	F	3,003	,805	10,169	6,918	7,627
	sig.	**,011***	,546	**,000***	**,000***	**,000***

Yaş grupları 18-25, 26-40, 41-55 ve 56 ve Üzeri olmak üzere dört gruptan oluşmaktadır. Bu dört yaş grubunun "Reklama yönelik pozitif tutum", "Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan ANOVA analizi sonucunda farklılık çıkmamıştır. Farklılık çıkmadığı için Post Hoc testleri yapılmamıştır. "**H3c:** Yaşa göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.", "**H3d:** Yaşa göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4c:** Yaşa göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4d:** Yaşa göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5b:** Yaşa göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri reddedilmiştir.

Eğitim durumu Orta Öğretim/Lise, Önlisans, Lisans, Yüksek Lisans, Doktora ve Diğer olmak üzere altı gruptan oluşmaktadır. Bu altı eğitim grubunun "Reklama yönelik pozitif tutum",

"Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan ANOVA analizi sonucunda sadece "Reklama yönelik negatif tutum" da farklılık çıkmamıştır. Hangi eğitim durumu grubundaki katılımcıların algısının farklı olduğunu tespit etmek amacıyla Games-Howell ve LSD testinden faydalanılmıştır. "Reklama yönelik pozitif tutum" a yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark yüksek lisansta (2,6266), "Satın alma niyeti" ne yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark diğer (3,2500)olarak ifade edilen grupta, "EAAİ-Bilgi edinme" ye yapılan Games-Howell testi sonucunda en büyük fark yüksek lisansta (3,9702) ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç"a yapılan Games-Howell testi sonucunda en büyük fark diğer (3,2500)olarak ifade edilen grupta ortaya çıkmıştır. Bu sonuçlara göre; "H3e: Eğitim durumuna göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir." hipotezi reddedilirken "**H3f:** Eğitim durumuna göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4e:** Eğitim durumuna göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4f:** Eğitim durumuna göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5c:** Eğitim durumuna göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri kabul edilmiştir.

Gelir düzeyi 2.800'den az, 2.801- 5.000, 5.001-7.500, 7.501- 10.000, 10.001- 15.000, 15.001-20.000 ve 20.000 ve üzeri olmak üzere yedi gruptan oluşmaktadır. Bu yedi gelir grubunun "Reklama yönelik pozitif tutum", "Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan ANOVA analizi sonucunda farklılık çıkmamıştır. Farklılık çıkmadığı için Post Hoc testleri yapılmamıştır. "**H3g:** Gelir düzeyine göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.", "**H3h:** Gelir düzeyine göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4g:** Gelir düzeyine göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4h:** Gelir düzeyine göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5d:** Gelir düzeyine göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri reddedilmiştir.

Sosyal medyada vakit geçirme süresi 1 saatten az, 1-3 saat, 4-6 saat ve 6 saatten fazla olmak üzere dört gruptan oluşmaktadır. Bu dört sosyal medyada vakit geçirme süresi grubunun "Reklama yönelik pozitif tutum", "Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan ANOVA analizi sonucunda farklılık çıkmamıştır. Farklılık çıkmadığı için Post Hoc testleri yapılmamıştır. "**H3m:** Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir.", "**H3n:** Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4m:** Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4n:** Sosyal medyada vakit

geçirme süresine göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5g:** Sosyal medyada vakit geçirme süresine göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri reddedilmiştir.

İnternetten alışveriş yapma sıklığı haftada 2-3 kez, haftada 1 kez, 15 günde bir, ayda bir kez, pek sık yapmıyorum ve hiç yapmıyorum olmak üzere altı guruptan oluşmaktadır. Bu altı grubun "Reklama yönelik pozitif tutum", "Reklama yönelik negatif tutum", "Satın alma niyeti", "EAAİ-Bilgi edinme" ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç" algılarının farklılık gösterip göstermediği ile ilgili yapılan ANOVA analizi sonucunda sadece "Reklama yönelik negatif tutum" da farklılık çıkmamıştır. Hangi gruptaki katılımcıların algısının farklı olduğunu tespit etmek amacıyla Games-Howell ve LSD testinden faydalanılmıştır. "Reklama yönelik pozitif tutum" a yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark hiç yapmıyorum (2,3981), "Satın alma niyeti" ne yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark hiç yapmıyorum (3,3542) olarak ifade edilen grupta, "EAAİ-Bilgi edinme" ye yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark hiç yapmıyorum (4,0341) ve "EAAİ-Aidiyet ve kazanç"a yapılan LSD testi sonucunda en büyük fark hiç yapmıyorum (3,4063) olarak ifade edilen grupta ortaya çıkmıştır. **"H3o:** İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre reklama yönelik negatif tutum farklılık göstermektedir." hipotezi reddedilirken "**H3p:** İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre reklama yönelik pozitif tutum farklılık göstermektedir.", "**H4o:** İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre bilgi edinme farklılık göstermektedir.", "**H4p:** İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre aidiyet ve kazanç farklılık göstermektedir." ve "**H5h:** İnternetten alışveriş yapma sıklığına göre satın alma niyeti farklılık göstermektedir." hipotezleri kabul edilmiştir.

Regresyon Analizi

Regresyon analizi bir bağımlı değişken ile bir veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla kullanılan istatistiksel yöntemdir (Güven vd., 2022: 10; Çoşkun, 2017: 240). Katılımcıların sosyal medya reklamlarına yönelik tutumunun ve EAAİ algılarının satın alma niyeti üzerinde etkisinin varlığını belirlemek için regresyon analizinden faydalanılmıştır.

Tablo 7 Regresyon Analizi Sonuçları

Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutumun Satın Alma Niyetine Etkisi		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Hata**	**Beta**		
Sabit (constant)		1,506	,170	-	8,843	,000
Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum		,592	,042	,565	14,209	**,000***
Sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutum		-,008	,047	-,007	-,164	,869
R: ,566	**R²:** ,320	**Düzeltilmiş R²** : ,317		**Durbin-Watson:** 1,901	**F:**103,256	**Sig:** ,000

Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Satın Alma Niyetine Etkisi		**Unstandardized Coefficients**		**Standardized Coefficients**	**t**	**Sig.**
		B	**Std. Hata**	**Beta**		
Sabit (constant)		,885	,158	-	5,592	,000
EAAİ Boyutlarından 'bilgi edinme' faktörü		,358	,056	,353	6,439	**,000***
EAAİ Boyutlarından 'aidiyet ve kazanç' faktörü		,200	,055	,198	3,603	**,000***
R: ,506	**R²:** ,256	**Düzeltilmiş R² : ,253**		**Durbin-Watson:**2,043	**F:** 75,332	**Sig:** ,000
***P<0,05**						

Tablo 7'nıın ilk kısmında görüldüğü gibi değişkenler arası etkiyi gösteren R değeri 0,566'dır. Bağımlı değişkendeki değişimlerin ne kadarının bağımsız değişken tarafından açıklandığını gösteren R^2 değerine göre sosyal medya reklamlarına yönelik tutumun %0,32 değerinde satın alma niyetine bağlı olduğu ancak % 0,68'lik değişimin sebebinin bilinmediği söylenebilir. Düzeltilmiş R^2 değerine göre satın alma niyetindeki % 31,7 'lik varyansın reklama yönelik tutuma bağlı olduğu söylenebilir. Tabloda yer alan Durbin-Watson otokorelasyon testi değeri normal sınırlar (1,5-2,5) içerisinde yer aldığından otokorelasyon problem yoktur. Anlamlılık değeri (sig.) 0,05'den küçük olduğundan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (P=0,000). Sabitin katsayısı 1,506, t değeri 8,843 ve sabit değer 0,000 düzeyinde anlamlıdır. Tabloya göre satın alma niyetini açıklamada "Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum" (B:0,592) ve "Sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutum" un (B: -,008) anlamlı katkısı vardır. "Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum" ile "Satın alma niyeti" arasında pozitif bir etki "Sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutum" ile "Satın Alma Niyeti" arasında negatif etki olduğu ve "Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum" a en büyük etkiyi "Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum" (B: 0,592) faktörünün yapmakta olduğu görülmektedir. Yukarıdaki sonuçlardan hareketle "**$H1_a$:** Sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum satın alma niyetini etkilemektedir." hipotezi kabul edilmiştir. "**$H1_b$:** Sosyal medya reklamlarına yönelik negatif tutum satın alma niyetini etkilemektedir" hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7'nin ikinci kısmında görüldüğü gibi değişkenler arası etkiyi gösteren R değeri 0,506'dır. Bağımlı değişkendeki değişimlerin ne kadarının bağımsız değişken tarafından açıklandığını gösteren R^2 değerine göre Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin % 0,256 değerinde satın alma niyetine bağlı olduğu ancak % 0,744'lük değişimin sebebinin bilinmediği söylenebilir. Düzeltilmiş R^2 değerine göre satın alma niyetindeki % 25,3'lük varyansın Elektronik Ağızdan Ağıza İletişime bağlı olduğu söylenebilir. Tabloda yer alan Durbin-Watson otokorelasyon testi değeri normal sınırlar (1,5-2,5) içerisinde yer aldığından otokorelasyon problem yoktur. Anlamlılık değeri (sig.) 0,05'den küçük olduğundan regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır (P=0,000). Sabitin katsayısı 0,885, t değeri 5,592 ve sabit değer 0,000 düzeyinde

anlamlıdır. Tabloya göre satın alma niyetini açıklamada "EAAİ Boyutlarından 'bilgi edinme'**.**" (B:0,358) ve "EAAİ Boyutlarından 'aidiyet ve kazanç" ın (B: 0,200) anlamlı katkısı vardır. "EAAİ Boyutlarından 'bilgi edinme'" ve "EAAİ Boyutlarından 'aidiyet ve kazanç'**.**" ile "Satın alma niyeti" arasında pozitif bir etki olduğu ve "Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim"e en büyük etkiyi "EAAİ Boyutlarından 'bilgi edinme" (B: 0,358) faktörünün yapmakta olduğu görülmektedir. Yukarıdaki sonuçlardan hareketle "**$H2_a$:** EAAİ boyutlarından 'bilgi edinme' faktörü satın alma niyetini etkilemektedir." hipotezi ve "**$H2_b$**: EAAİ boyutlarından 'aidiyet ve kazanç' faktörü satın alma niyetini etkilemektedir" hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ

Ağızdan ağıza iletişimin, geçmişten günümüze kadar etkisi gündelik yaşantıdan işletmelerin stratejilerine kadar her alanda görülmektedir. Teknolojinin gelişmesi, akıllı telefon ve sosyal medya kullanım düzeyinin artması ile birlikte elektronik ağızdan ağıza iletişim oldukça önem kazanmıştır. Tüketiciler ürün seçimlerinde bulunurken, satın alma kararı verirken ya da yeni ürünler hakkında bilgi edinirken çevrimiçi ortamları ziyaret etmekte, kullanıcı yorumlarını ve değerlendirmelerini göz önünde bulundurarak elektronik ağızdan ağıza iletişimden yararlanmaktadırlar. Elektronik ağızdan ağıza iletişimin satın alma niyeti üzerinde önemli bir etkisi olduğu düşünülmektedir.

Literatürde sosyal medya reklamlarının müşterilerin satın alma niyetleri üzerinde olumlu etkisi olduğu belirtildiği gibi (Alalwan, 2018; Zhu ve Chang,2016; Sundar vd, 2014; Jiang vd, 2010) bu çalışmanın sonucu da sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutumun müşterilerin satın alma niyeti üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Kuşkuculuğun, reklam mesajının güvenirliğini azaltarak, olumsuz tutum oluşumuna neden olduğunu söyleyen çalışmalar (Wang ve Chien, 2012; Barone vd., 2007; Gupta ve Pircsh, 2006) gibi bu çalışma da sosyal medya reklamlarına yönelik olumsuz tutumun satın alma niyetini negatif yönde etkilediği sonucuna varmıştır. Son zamanlarda çevrim içi platformlarda artan ürün yorumlama ya da puanlama sistemleri ile birlikte EAAİ, tüketicilerin nihai satın alma kararlarını etkileyen önemli bir faktör haline gelmiştir (Erkan ve Evans, 2016: 48; Santosa ve Wandebori, 2019: 390; Park, 2020: 62). EAAİ' nin satın alma niyeti üzerine pozitif etkisinin olduğunu gösteren bir çok çalışma gibi (Abner, 2019; Alrwashdeh vd., 2019; Bickart ve Schindler, 2001; Chan ve Ngai, 2011; Eren, 2021; Fan ve Miao, 2012; Gavcar, 2018; Huang, 2010; Jalilvand ve Samiei, 2012; Kumar ve Benbasat, 2006; Mauri ve Minazzi, 2013; Park vd., 2007; See-To ve Ho, 2014; Zangeneh vd.,2014; Yorgancı, 2020) bu çalışmanın sonuçları da elektronik ağızdan ağıza

iletişimin ‘bilgi edinme’ ve ‘ aidiyet ve kazanç’ faktörlerinin satın alma niyetini olumlu yönde etkilediğini ortaya koymuştur.

Analiz sonuçlarına göre cinsiyetin sosyal medya reklamlarına yönelik pozitif tutum faktörü ile anlamlı bir farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde yer alan benzer çalışmalar incelendiğinde Arslan ve Dursun (2015) tarafından yapılan çalışmada cinsiyete göre mobil internet reklamlarına yönelik tutumun farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Ancak İlk (2022)’ nin mobil internet reklamlarına yönelik tutumlar arasında ilişki olup olmadığını tespit etmek için yaptığı çalışmada cinsiyet değişkeni ile alt boyutlar arasında anlamlı farklılık tespit edilmemiştir. Analizler sonucunda; çalışmaya paralel olarak, satın alma davranışının cinsiyete göre farklılık olması beklenirken (Özdemir, 2009), literatürdeki bazı çalışmalarda ise tersi sonuçla karşılaşılmıştır (Karaköse, 2020:70). Katılımcıların gelir düzeylerine göre satın alma niyetinde anlamlı farklılıkların oluştuğu sonucuna varan çalışmaların (Cevher, 2020: 65; Koçer ve Koçkaya, 2016: 2061) aksine çalışmada gelir düzeyi ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Literatürde çalışmanın sonucuna paralel olarak çevrimiçi satın alma kararı ile EAAİ arasında anlamlı bir farklılık olduğunu gösteren çalışmalar (Kılıç vd.., 2020: 199) ve çalışmanın aksine cinsiyet ile E-WOM arasında bir etkileşim bulamayan çalışmalar da mevcuttur (Arslan ve Güven, 2018: 106).

Genel bir sonuç olarak; sosyal medya reklamlarındaki olumlu tutum ve EAAİ müşterilerin satın alma niyetini pozitif etkilemektedir. Müşteri sosyal medyada sürekli gördüğü ürünü bir süre sonra alma eğilimindedir. Bu nedenle işletmelerin sosyal medya reklamlarına yönelmeleri tavsiye edilmektedir. Ayrıca, EAAİ sayesinde müşteriler, ürün hakkında bilgi edinme, kullanım şekli, ürün kalitesi gibi veya fiyat konusunda kazanç sağlama gibi faydalar sağladığından, işletmelerin EAAİ platformlarında kendileri ile ilgili olumsuz yorumlara odaklanıp müşteri isteklerine göre ürün oluşturmaları, olumlu yönlerini geliştirerek devam ettirmeleri işletmelerin faydasına olacaktır.

Sosyal medya reklamlarına yönelik olumsuz tutum tüketiciyi satın alma konusunda ikna edememektedir. Reklama yönelik olumsuz tutumun olumlu hale gelmesi için nasıl çalışmalar yapılması gerektiği hem işletmeler hem de akademi için çalışılması gereken önemli bir alan olarak görülmektedir.

KAYNAKÇA

Abner, M. (2019). Effects of social media, electronic word-of-mouth, and price on US female consumers’ attitude toward purchase and purchase intention of ethical apparel. [Doctoral dissertation]. Iowa State University.

Aksoy, H., & Ayşe, G. Ü. R. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Reklamlarına İlişkin Algılarının Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Gaziantep Üniversitesi Örneği. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 19(1), 129-148.

Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. Telematics and informatics, 34(7), 1177-1190.

Ali M. Shah, Syed Zeeshan Zahoor & Ishtiaq Hussain Qureshi (2019) Social Media and Purchasing Behavior: A Study of the Mediating Effect of Customer Relationships, Journal of Global Marketing, 32:2, 93-115, DOI: 10.1080/08911762.2018.1497243

Alrwashdeh, M., Emeagwali, O., & Aljuhmani, H. (2019). The effect of electronic word of mouth communication on purchase intention and brand image: An applicant smartphone brands in North Cyprus. Management Science Letters, 9(4), 505-518.

Arslan, A. E., & Güven, Ö. Z. (2018). Turizm Sektöründe Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimi Etkileyen Faktörlerin Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi: Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (57), 280-295.

Ayyıldız, Y.A. , Baykal, M. (2021). Otel işletmelerinde tüketici sinizminin satın alma niyetine etkisinde elektronik ağızdan ağıza pazarlama niyetinin rolü. BAUNSOBED Cilt:24 Sayı:46-1, UTK 2021 Turizm Özel Sayısı.

Avcılar, M. Y. (2005). Kişisel etik kaynaklari ve ağizdan ağiza iletişim aği, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19(2), 333-347.

Barone, M. J., Norman, A. T. ve Miyazaki, A. D. (2007). Consumer response to retailer use of cause-related marketing: Is more fit better?. Journal of Retailing, 83(4), 437-445.

Bernarto, I., Berlianto, M. P., Palupi, Y. F. C., Meilani, M., Masman, R. R., & Suryawan, I. N. (2020). The influence of brand awareness, brand image, and brand trust on brand loyalty. Jurnal Manajemen, 3(2),23-28

Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. Kuram ve uygulamada eğitim yönetimi, 32(32), 470-483.

Bickart, B. and Schindler, R.M. (2001) "Internet forums as influential sources of consumer information", Journal of Interactive Marketing, 15(3), pp. 31–40.

Chan, Y.Y.Y. and Ngai, E.W.T. (2011) "Conceptualising electronic word of mouth 171 activity: An input-process-output perspective", Marketing Intelligence & Planning, 29(5), pp. 488–516.

Chen, F. P., ve Leu, J. D. (2011). Product involvement in the link between skepticism toward advertising and its effects. Social Behavior and Personality: an international journal, 39(2), 153-159.

Cheung, C. M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word-of-mouth - the adoption of online opinions in online customer communities. Internet Research, 18(3), 229–247.

Eren, A. (2021). Turizm sektöründe elektronik ağızdan ağıza iletişimin satın alma niyeti üzerine etkisi. [Doktora Tezi]. Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi.

Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. Computers in human behavior, 61, 47-55.

Fan, Y. W., & Miao, Y. F. (2012). Effect of electronic word-of-mouth on consumer purchase intention: The perspective of gender differences. International Journal of Electronic Business Management, 10(3), 175-181.

Gavcar, C. T. (2018). Online tüketici yorumlarının tüketici satın alma niyeti üzerine etkisi. [Yüksek Lisans Tezi]. Pamukkale Üniversitesi.

Gupta, S. ve Pirsch, J. (2006). The company-cause-customer fit decision in causerelated marketing. Journal of Consumer Marketing, 23(6), 314-326.

Güven, M. E., Çatı, K. ve Oskaloğlu, E. (2022). Akıllı telefon sektöründe ülke menşe ve öz saygının marka sadakatine etkisinde marka imajının aracılık rolü. Güncel Pazarlama Yaklaşımları ve Araştırmaları Dergisi, 3(1), 1-17.

Güven, M. E., Çatı, K. ve Oskaloğlu, E. (2022). Akıllı Telefon Kullanımında Marka İmajı, Marka Sadakati ve Ülke Menşeinin Demografik Faktörler Bağlamında İrdelenmesi. 3. Internatıonal Marmara Scıentıfıc Research And Innovatıon Congress. 467-482.

Goyette, İ., Bergeron, J. and Marticotte, F.,(2010) "e-WOM Scale: Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context*" Canadian Journal of Administrative Sciences Revue 27: 5–23

Gödekmerdan Önder, L. (2022). Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin (e-WOM) Tüketicilerin Satın Alma Niyetleri Üzerindeki Etkisi. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 24(42), 209-222.

Hawkins, K., & Vel, P. (2013). Attitudinal loyalty, behavioural loyalty and social media: An introspection. The Marketing Review, 13(2), 125-141.

Hennig-Thurau, Thorsten, Gwinner, Kevin P., Walsh, Gianfranco & Gremler, Dwayne D. (2004). "Electronic Word-Of-Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on The Internet?", Journal of Interactive Marketing, 18 (1), 38-52.

Huang, L. (2010) "Social contagion effects in experiential information exchange on bulletin board systems", Journal of Marketing Management, 26(3-4), pp. 197– 212

Hwang, J., Yoon, Y. ve Park, N. (2011). Structural Effects of Cognitive and Affective Reponses to Web Advertisements, Website and Brand Attitudes, and Purchase Intentions: The Case of Casual-Dining Restaurants. International Journal of Hospitality Management, 30(4):897-907.

Jacobson, J., Gruzd, A., & Hernández-García, Á. (2020). Social media marketing: Who is watching the watchers?. Journal of Retailing and Consumer Services, 53, 101774.

Jalilvand, M. R., & Samiei, N. (2012). The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran. Marketing Intelligence & Planning, 30(4), 460-476

Jiang, Z., Chan, J., Tan, B. C., & Chua, W. S. (2010). Effects of interactivity on website involvement and purchase intention. Journal of the Association for Information Systems, 11(1), 34.

Kamboj, S., Sarmah, B., Gupta, S., & Dwivedi, Y. (2018). Examining branding co-creation in brand communities on social media: Applying the paradigm of Stimulus-Organism-Response. International Journal of Information Management, 39, 169-185.

Karagöz, Y. (2019). Spss amos meta uygulamalı istatistiksel analizler Ankara: Nobel Yayıncılık

Kılıç, S., & Çakaröz, K.M., & Civek, F., Tüketicilerin Online Satın Alma Kararında eWOM Etkisinin Belirlenmesi, BMIJ, (2020), 8(4): 177-203 doi: http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i4.1713

Kırçova, İ. ve Enginkaya, E. (2015). Sosyal Medya Pazarlama. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Koçyiğit, M., Çakırkaya, M. (2018). Pazarlama İletişimi Bağlamında eWOM Arama Motivasyonları ile Tüketici Temelli Marka Değeri Arasındaki İlişkiyi Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10 (4), 46-67.

Köker, N.E. , Köseoğlu, Ö., Yakın, M. (2018), E-Satın Alma Niyeti İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Tarafından Pekiştiriliyor Mu? Üniversite Öğrencileri Üzerine Nicel Bir Araştırma - Erciyes İletişim Dergisi, 2018 - 2018 Cilt/Volume 5, Sayı/Number 4, 143-162

Kumar, N. and Benbasat, I. (2006) "The influence of recommendations and consumer reviews on evaluations of websites", Information Systems Research, 17(4), pp. 425–439.

Kurtuluş, K., (2004). "Pazarlama Araştırmaları", Genişletilmiş 7. Baskı. İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi , İstanbul, 397–407

Laroche, M., Habibi, M. R., & Richard, M. O. (2013). To be or not to be in social media: How brand loyalty is affected by social media?. International journal of information management, 33(1), 76-82.

Leblebici Koçer, L., & Arslan Koçkaya, F. (2016). Tüketicilerin Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum ve Düşüncelerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi. Journal Of International Social Research, 9(43).

Lin, C. A., & Kim, T. (2016). Predicting user response to sponsored advertising on social media via the technology acceptance model. Computers in human behavior, 64, 710-718.

Logan, K., Bright, L. F., & Gangadharbatla, H. (2012). Facebook versus television: advertising value perceptions among females. Journal of Research in Interactive Marketing, 6(3), 164-179.

Luo, Q., & Zhong, D. (2015). Using social network analysis to explain communication characteristics of travel-related e.lectronic word-of-mouth on social networking sites. Tourism Management, 46, 274–282

Mauri, A. G., & Minazzi, R. (2013). Web reviews influence on expectations and purchasing intentions of hotel potential customers. International Journal of Hospitality Management, 34, 99-107.

Nuseir, M. T. (2019). The impact of electronic word of mouth (e-WOM) on the online purchase intention of consumers in the Islamic countries–a case of (UAE). Journal of Islamic Marketing.

Obermiller, C. ve Spangenberg, E. R. (2000). On the origin and distinctness of skepticism toward advertising. Marketing Letters, 11(4), 311-322.

Oskaloğlu, E. & Çatı, K. (2021). "Uzaktan Eğitimde Ergonomik Çalışma Koşullarının Öğrenci Memnuniyetine Etkisi", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 7(45): 1022-1044.

Özçifçi, V. (2020). Sosyal medyanın tüketicilerin satın alma niyeti üzerindeki etkisi. Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 206-223.

Park, D.-H., Lee, J. and Han, I. (2007) "The Effect of On-Line Consumer Reviews on Consumer Purchasing Intention: The Moderating Role of Involvement", International Journal of Electronic Commerce, 11(4), pp. 125–148.

Rahaman, M. A., Hassan, H. K., Asheq, A. A., & Islam, K. A. (2022). The interplay between eWOM information and purchase intention on social media: Through the lens of IAM and TAM theory. PloS one, 17(9), e0272926.

See-To, E.W.K. and Ho, K.K.W. (2014) "Value co-creation and purchase intention in social network sites: The role of electronic Word-of-Mouth and trust - A theoretical analysis", Computers in Human Behavior, 31, pp. 182–189.

Shareef, M. A., Mukerji, B., Dwivedi, Y. K., Rana, N. P., & Islam, R. (2019). Social media marketing: Comparative effect of advertisement sources. Journal of Retailing and Consumer Services, 46, 58-69.

Seo, E. J., Park, J. W., & Choi, Y. J. (2020). The effect of social media usage characteristics on e-WOM, trust, and brand equity: Focusing on users of airline social media. Sustainability, 12(4), 1691.

Stapleton,C.D.(1997)."Basic Concepts And Procedures Of Confirmatory Factor Analysis."Paper Presented At The Annual Meeting Of The Southwest Educational Research Association (Austin,January).

Sun, Y., Gonzalez-Jimenez, H., & Wang, S. (2021). Examining the relationships between e-WOM, consumer ethnocentrism and brand equity. Journal of Business research, 130, 564-573.

Sundar, S. S., Bellur, S., Oh, J., Xu, Q., & Jia, H. (2014). User experience of on-screen interaction techniques: An experimental investigation of clicking, sliding, zooming, hovering, dragging, and flipping. Human-Computer Interaction, 29(2), 109–152.

Swani, K., Milne, G. R., Brown, B. P., Assaf, A. G., & Donthu, N. (2017). What messages to post? Evaluating the popularity of social media communications in business versus consumer markets. Industrial Marketing Management, 62, 77-87.

Şener, A., & YÜCEL, S. (2020). Sosyal medyanın Y kuşağı satın alma davranışları üzerindeki etkisi: Bir literatür incelemesi. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (65), 265-284.

Vij, Sandeep and Sharma, Jyoti, An Empirical Study on Social Media Behaviour of Consumers and Social Media Marketing Practices of Marketers (September 16, 2012). 5th IIMA

Conference on Marketing in Emerging Economies, January 2013, Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=2194864

Yorgancı, B. (2020). E-Wom'un (ağızdan ağıza iletişim) tüketicilerin satın alma niyetlerine etkisi: Yiyecek içecek işletmeleri örneği. Journal of Tourism Research Institute, 1(2), 123-131.

Zangeneh, S., Mohammadkazemi, R., & Rezvani, M. (2014). Investigating the effect of electronic word of mouth on customer's purchase intention of digital products. Management Science Letters, 4(11), 2433-2440

Zhu, Y. Q., & Chen, H. G. (2015). Social media and human need satisfaction: Implications for social media marketing. Business Horizons, 58(3), 335–345.

Wang, C. C. ve Chien, H. Y. (2012). Believe or skepticism? An empirical study on individuals' attitude to blog product review. International Journal of Innovation, Management and Technology, 3(4), 343-348.

Wei, K. K., Jerame, T., Shan, L. W., (2010)"Online Advertising: A Study of Malaysian Consumers", International Journal of Business and Information, 5, 2, 111-134.

https://recrodigital.com/dunyada-ve-turkiyede-internet-sosyal-medya-kullanimi-2022/ Erişim Tarihi: 24.07.2023

https://sosyalagharitasi.gov.tr/ Erişim Tarihi: 24.07.2023

https://www.eticaret.gov.tr/haberler/10040/detay Erişim Tarihi: 24.07.2023

TR83 BÖLGESİNDE KADIN İSTİHDAMINA YÖNELİK PROJELER ÜZERİNE BİR İNCELEME

Mücella YAZICI

Ondokuzmayıs Üniversitesi

https://orcid.org/0009-0005-3755-9742

ÖZET

Kadın istihdamı ekonomik büyümeye katkı sağlayan, yoksulluğu azaltan, toplumsal cinsiyet eşitliğini destekleyen ve böylelikle kalkınmanın önünü açan önemli bir olgudur. Kadınların işgücüne katılımı, toplumların gelişimi ve sürdürülebilir bir gelecek için gereklidir. Kadın istihdamı, sadece ekonomik değil aynı zamanda sosyal, kültürel ve bireysel açılardan da oldukça mühimdir. Kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek, toplumun genel refahını artırırken daha adil, eşitlikçi ve kapsayıcı bir dünya inşa etmeye de yardımcı olmaktadır. Ne var ki nüfusun yarısını kadınların oluşturduğu Türkiye'de, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre kadınların istihdam edilme oranı 2023 yılı itibariyle %31,4'tür. Ülkede kadın istihdam oranı, erkek istihdam oranının yarısından da azdır. Çorum, Samsun, Tokat ve Amasya'nın oluşturduğu TR83 Bölgesinde ise kadın istihdam oranı 2022 yılı itibariyle 34,6'dır ve TR83 bölgesi TÜİK verilerine göre kadın istihdam oranı açısından en yüksek beşinci bölgedir. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de TR83 illerinde kadın istihdamını artırmaya yönelik yapılan projeleri incelemek, etkinliğini ve yeterliliğini sorgulamaktır. Çalışmanın yöntemi doküman inceleme yöntemi olup, ilgili yöntem çerçevesinde toplam 48 proje detaylı olarak incelenmiş, söz konusu projelere ilaveten TR83 bölgesine ilişkin olarak kamu ve özel kurumların faaliyet raporları, eylem planları gibi dokümanlar da değerlendirilmiştir. Çalışma bulgularına göre projeler genellikle kadın girişimciliğini desteklemek, mesleki eğitim ve beceri geliştirmeyi teşvik etmek, iş fırsatlarını artırmak ve kadınların işgücüne katılımını teşvik etmek amacıyla yürütülmektedir. Ancak, projelerin etkinliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamak için daha fazla kaynak tahsis edilmeli, politika düzenlemeleri ve farkındalık çalışmaları hayata geçirilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Kadın istihdamı, TR83 Bölgesi, Kadın İşgücü.

GİRİŞ

İstihdam, genel anlamıyla bir kişinin çalışma gücünün ücret veya karşılıklı anlaşmaya dayalı olarak başka bir kişi, kurum veya işveren tarafından kullanılması anlamına gelmektedir. İstihdam, bir bireyin işe alınması, işverenle bir çalışma sözleşmesi yapması ve belirli bir işyerinde belirli bir süre boyunca çalışmasını içermektedir. (Etçi, H. & Karagöl, V., 2019: 62) Aynı zamanda bir başka tanımlamaya göre, hizmete hazır olan emek unsurunun üretimde kullanılmasıdır. (Unay, 2001: 342) Bu tanımlamaların yanında dar ve geniş anlamda tanımlamaları da mevcuttur. Dar anlamda istihdam, bir kişinin resmi bir iş ilişkisi çerçevesinde

çalışmasını ifade etmektedir. Geniş anlamda istihdam ise, resmi çalışmanın yanı sıra kendi işini yapan girişimcileri, serbest meslek sahiplerini, evde çalışanları ve benzeri durumları da içerir. Bu anlamda istihdam, farklı çalışma modellerini ve çalışma koşullarını kapsayan geniş bir yelpazeyi ifade eder. (Etçi, H. & Karagöl, V. (2019: 61) Bu bağlamda istihdam üç kategoride sınıflandırılır. Bunlar; tam istihdam, eksik istihdam ve aşırı istihdamdır. İktisadi anlamda tam istihdam, "ekonomik durumda işgücü tamamen istihdam edildiği, toplam işgücü talebinin toplam işgücü arzına denk geldiği ve işgücüne sahip olan herkesin isteğine bağlı olarak üretimde yer aldığı durumları ifade etmektedir. (Unay, 2001:345). Eksik istihdam, üretim faktörlerinin kısmen kullanılamadığı ve talep eksikliği nedeniyle işsizlik durumlarının meydana gelmesi olarak ifade edilmektedir. (Türkbal, 1993: 384). Aşırı ise istihdam, bir ülkenin ekonomisindeki tüm işgücünün tam istihdamda olduğu, ancak hala işgücüne talep olduğu durumlarda ortaya çıkan aşırı istihdam koşulları olarak ifade edilmektedir. (Eyüboğlu, 2003:12).

Kadın istihdamı ise toplumların sosyal, ekonomik ve kültürel gelişimi açısından büyük bir öneme sahiptir. Kadınların iş gücüne katılımı, ekonomik büyümeyi teşvik eder, yoksulluğun azaltılmasına ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasına katkıda bulunur. Kadın istihdamının artması, kadınların ekonomik bağımsızlığını sağlamakla birlikte toplumun genel refahına da katkı sağlar. Kadınların çalışma hayatına aktif olarak katılmaları, aile gelirlerinin artmasına ve daha iyi yaşam standartlarının elde edilmesine yardımcı olur. Aynı zamanda, kadınların iş gücüne katılımı, yeteneklerin daha iyi kullanılmasını ve potansiyellerinin gerçekleştirilmesini sağlar. Ne yazık ki, kadınlar istihdam edilme sürecinde birçok zorlukla karşılaşmaktadır. Eşitsiz ücretlendirme, yetersiz istihdam fırsatları, iş yerinde ayrımcılık, cinsiyet temelli rol beklentileri ve aile sorumlulukları gibi faktörler, kadınların iş hayatında karşılaştığı engeller arasında yer alır. Bu engeller, kadınların istihdam oranlarını düşük tutmakta ve kariyer ilerlemelerini sınırlamaktadır. (Bektaş, 2019: 29) Kadınların istihdam edilme oranlarının artması için toplumun her seviyesinde politika önlemleri alınması gerekmektedir. Eğitim fırsatlarına erişim, mesleki becerilerin geliştirilmesi, cinsiyet eşitliği politikalarının benimsenmesi, kreş ve çocuk bakım hizmetlerine erişim gibi konular, kadın istihdamının teşvik edilmesi için dikkate alınması gereken faktörlerdir. Bu bağlamda kadın istihdamı için yapılan politika ve projeler oldukça büyük öneme sahiptir.

Bu makalede istatistiki bölge birimleri sınıflaması kapsamında 2. düzey bölge birimleri arasında yer alan TR83(Samsun, Tokat, Çorum, Amasya) illeri kapsamında yapılan kadın istihdamına yönelik projeler özelinde bir inceleme yapılmaktadır. "İstatistiksel Bölge Birimleri Sınıflaması, bölgelerin sosyoekonomik analizlerinin yapılması ve Avrupa Birliği ile karşılaştırılabilir veriler üretmek amacıyla AB'nin NUTS kriterlerine göre tanımlanan bölgeler arasındaki gelişmişlik farklarının azaltılmasını hedefleyen bir sistemdir. Bu bağlamda, çeşitli açılardan benzer olan iler örneğin coğrafi, sosyal, ekonomik ve kültürel özellikleri belirli bir nüfus büyüklüğü göz önünde bulundurularak 12 adet birinci düzey bölge birimi ve 26 adet ikinci düzey bölge birimi tanımlanmıştır." (TÜİK, 2023) Bu sınıflama göz önünde bulundurularak makalede kadın istihdamı kapsamında son 15 yılda yapılan kamu ve özel projeler incelenmiş ve TR83 illeri açısından kadın istihdamının gelişimi değerlendirilmiştir.

2.TÜRKIYE'DE KADIN İSTIHDAMI

Kadınların iş gücüne katılımı, sürdürülebilir ekonomik ilerleme ve istikrarlı ekonomik büyüme için önemli bir faktördür. Kadınların istihdam edilmesi, ekonomik özgürlüklerini artırırken toplumsal statülerinin yükselmesine, yeni sosyal çevreler edinmelerine, kendilerine olan güvenlerinin artmasına ve kişisel gelişimlerine katkıda bulunur. Bu sebepten dolayı, kadınların iş hayatında etkin bir şekilde yer alması, toplumun ve ekonominin genel olarak daha sağlam bir yapıya erişmesine olanak tanır. (Uruk, Yenilmez, 2015: 138). Bu bağlamda Türkiye'de kadın istihdamının tarihi gelişimi incelendiğinde, kadınların iş dünyasına katılımının Osmanlı İmparatorluğu dönemine kadar uzandığı görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda kadınlar, Saraylı Kadın ve Köylü-Halk Kadını olarak iki farklı sosyal kategoriye ayrılmıştır. Saraylı Kadınlar saraylarda ve konaklarda yaşamakta ve tüketici rolünde görülmektedir. (Sağ, 2001: 15) Köylü-Halk Kadınları ise kırsal ve kentsel alanlarda yaşamakta ve aile ihtiyaçlarını karşılamak için geleneksel faaliyetlerde bulunurlar. Bu kadınlar tarımda üretim yapma, yün eğirme, kilim ve kumaş dokuma gibi işlerle uğraşmaktadırlar. (Özbay 2003: 35-36) Ne var ki, bu periyotta kadınların iş hayatına katılımı kısıtlı kalmıştır. Cumhuriyet dönemiyle birlikte, kadınların toplumsal ve ekonomik hayatta daha etkin bir rol üstlenmesi amaçlanmıştır. 1926 yılında kabul edilen Türk Medeni Kanunu ile kadınlar erkeklerle eşit haklara sahip olmuştur. Kadınlar bu dönemde özellikle eğitim ve sağlık alanlarında daha fazla fırsat elde etmişlerdir. Ancak, bu dönemde kadınların iş hayatına katılımı hala sınırlı kalmıştır. 1937, 1943 ve 1947 yıllarında yapılan iş istatistiklerine göre kadın istihdam oranı artmıştır, ancak verilen oranlar düşük temsiliyet ve cinsiyete dayalı ücret farklılıklarının devam ettiğini göstermektedir. Bu bağlamda İş Kanunu'na tabi olan iş yerlerinde çalışan kadın sayısı 50.131'den 56.937'ye yükselmiştir. Bu süre zarfında kadın istihdam oranı ise %18,89'dan %20,70'e yükselmiştir. Bu verilere dayanarak, kadın istihdamında yaklaşık %12'lik bir artış görülmüştür. 1947 yılında toplam işçi sayısı 289.147 olarak kaydedilirken, kadın çalışan sayısı ise 50.851 olarak belirlenmiştir. Buna göre, toplam işçi sayısına göre kadın çalışanların oranı %17,6 olarak hesaplanmıştır. (Makal, 2010: 23) Ücretli kadın iş gücünün ortaya çıkmasında en önemli etken, tarihsel süreçte Sanayi Devrimi'dir (Bozkaya, 2013: 71). Kadınlar, insanlık tarihinde belirgin rolleri olan ancak Sanayi Devrimi ile birlikte nitelikli, ücretli ve çalışan statüsünde istihdam edilmeye başlanmışlardır (Şenol, Mazman, 2013: 152). Türkiye'de 1950'li yıllardan itibaren başlayan sanayileşme süreci, kadınların fabrikalarda çalışmaya başlamasıyla birlikte kadın istihdamında artışa yol açmıştır. Bununla birlikte, kadınların çalışma hayatındaki konumu, erkeklerden farklılık göstermektedir ve çoğunlukla düşük ücretli ve niteliksiz işlerde istihdam edilmektedirler. Şehirdeki kadın istihdam oranı yıllık yaklaşık %1,1 oranında artış göstermiştir. Ancak, kayıtlı iş gücüne katılma oranı 1980'lerin ardından azalmıştır. Sanayileşmenin yavaşlaması gibi faktörler bu durumun nedenlerinden biridir (Hüsnüoğlu, 2018: 396) 1980'li yıllardan sonra Türkiye'de ekonomik yapıda yapılan değişiklikler, kadın istihdamını da etkilemiştir. Özellikle, ihracat sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin artması, kadınların iş hayatına daha fazla katılımını sağlamıştır. 1990'lı yıllardan itibaren ise kadın istihdamına yönelik teşvikler ve projeler geliştirilmeye başlanmıştır. (İzgi, Akdeniz 2011: 11)

2000 yılından sonra Türkiye'de gerçekleşen toplumsal, politik ve ekonomik değişiklikler, kamunun ekonomik etkinliğinin azalması ve tarım sektörünün değer kaybetmesi gibi faktörler, işsizlik sorununun hızla artmasına yol açmıştır. Bu yapısal değişimler ve dönüşümler, işsizlik

sorununu çözmek için uygulanan politikaların yetersiz kalmasıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, Türkiye'deki kadın işgücü bu durumdan en çok etkilenen grup olmuştur (Karabıyık, 2012b: 232). Türkiye'de 1990'lı yıllarda her üç kadından biri iş gücüne dahil olurken, 2000'li yıllarda bu oran her dört kadından birine gerilemiştir. Kadınların iş gücüne katılım oranının düşmesinde kırsal bölgelerde çalışma ve kayıt dışı istihdam gibi etkenler etkili olmuştur. Özellikle kırsal alanlarda kadınların istihdam fırsatları sınırlıdır ve bu durum kadınların iş gücüne dahil olmasını olumsuz etkilemektedir. (Erdoğan, Yaşar, 2018: 22-23) Türkiye'de 2002-2008 dönemi içinde Hane Halkı Bütçe Anketi ve standart probit modeli kullanılarak yapılan ve kadınların işgücüne katılımını etkileyen faktörleri inceleyen bir araştırmaya göre; cinsiyet algısı, eğitim düzeyi, iktisadi olanaklar, medeni durum ve yerleşim yeri gibi faktörlerin kadınların işgücüne katılımında etkili olduğu tespit edilmiştir. Özellikle düşük eğitim düzeyi, kadının aile içinde bakım ve iş yükünü artıran durumlar, kadınların iş istihdamına engel olan etmenler olarak belirlenmiştir (Kılıç & Öztürk, 2014: 122-127).

Çizelge.1: İşgücü katılım oranının TR83 bölgeleri bazında yaş ve cinsiyet faktörlerine göre dağılımı (x1000 kişi)

Yıl	Toplam İşgücü	Erkek	Kadın	15-24 Yaş Arası İşgücü	25-34 Yaş Arası İşgücü	35-54 Yaş Arası İşgücü	55 Yaş ve üzeri İşgücü
2010	1006	659	347	161	274	433	138
2011	1052	680	372	157	286	456	153
2012	982	651	331	141	256	443	141
2013	1006	665	341	149	273	437	147
2014	1023	679	344	146	259	461	158
2015	1046	678	368	154	253	485	154
2016	1067	688	380	159	251	492	165
2017	1098	711	387	155	255	509	178
2018	1167	732	428	164	280	505	212

Kaynak: www.oka.org.tr

Çizelge 1'e göre, TR83 bölgesinde çalışma yaşındaki nüfusun yaklaşık 1 milyon olduğu tespit edilmiştir. İşgücünde erkeklerin kadınlara göre daha fazla olduğu ve çalışanların yarısına yakın bir oranda 35-54 yaş aralığında olduğu gözlemlenmiştir. (OKA, 2019: 20) Günümüzde Türkiye'de kadın istihdamı oranı hala düşüktür ve kadınlar genellikle düşük ücretli, güvencesiz işlerde çalışmaktadırlar. Bu bağlamda Türkiye'deki kadın istihdamı üç grupta incelenir: bunlar, kırsal alandaki tarım işçileri, kentte düşük ücretli işlerde çalışanlar ve yüksek eğitimli meslek sahipleridir.

Bu kapsamda kadının işgücüne katılmasında eğitim düzeyi oldukça önemli olarak görülmektedir. Bu bağlamda ev ve bakım işlerinin kadın istihdamını etkilediği görülmektedir. Çünkü toplumdaki cinsiyet rolleri kadına bu sorumluluğu yüklemektedir. (ALKAN, 2015: 57) Ancak, son yıllarda kadın istihdamını artırmaya yönelik olarak birçok proje ve program hayata geçirilmiştir. Bu projelerin birçoğu, Türkiye'nin çeşitli illerinde ve bölgelerinde uygulanmaktadır. Ayrıca, kadınların iş hayatında liderlik pozisyonlarına getirilmesi amacıyla da projeler yürütülmektedir. Bu projelerde, kadınların liderlik becerilerinin geliştirilmesi, mentorluk ve koçluk programlarıyla desteklenmesi gibi yöntemler kullanılmaktadır. TÜİK verilerine göre, Türkiye'de kadın istihdamı hala önemli sorunlarla karşı karşıyadır. İşsizlik oranı kadınlar için erkeklere göre daha yüksektir ve genç kadınlar arasında işsizlik oranı da daha yüksektir. Ayrıca, kadın istihdamı konusunda, Türkiye'nin daha gelişmiş bölgelerinden olan İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirler, diğer illere göre daha yüksek istihdam oranlarına sahiptir. (TÜİK,2023) Bunun yanı sıra, tarım sektöründe yoğunluklu olan illerde, kadınların istihdam oranı daha düşüktür. Türkiye'de kadın istihdamıyla ilgili sorunlar sadece ülkeye özgü değildir, uluslararası bir sorundur. “Uluslararası Çalışma Örgütü'nün yayınladığı bir rapora göre (Toplumsal Cinsiyet Eşitliği için Büyük Sıçrama: Herkes için Daha İyi Çalışma Yaşamı Geleceği), 1993-2019 yılları arasında cinsiyetler arası istihdam oranı farkının %2'lik farktan daha az azaldığı belirtilmektedir.” (ILO, 2019) Bu durum, cinsiyet eşitliği konusunda hala önemli bir mesafe olduğunu göstermektedir. Rapor, kadınların istihdam olanaklarının erkeklerle arasındaki eşitsizliği vurgulamakta ve cinsiyet temelli ayrımcılığın devam ettiğini ortaya koymaktadır. Bu veriler, toplumun cinsiyet eşitliği konusunda daha fazla çaba sarf etmesi gerektiğini göstermektedir. İstihdamda cinsiyet eşitliğinin sağlanması, kadınların güçlendirilmesi ve toplumun tam potansiyelini kullanabilmesi açısından önemli bir adımdır. Türkiye'de, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre kadınların istihdam edilme oranı 2023 yılı itibariyle %31,4’tür. Ülkede kadın istihdam oranı, erkek istihdam oranının yarısından da azdır. Çorum, Samsun, Tokat ve Amasya’nın oluşturduğu TR83 Bölgesinde ise kadın istihdam oranı 2022 yılı itibariyle 34,6’dır ve TR83 bölgesi TÜİK verilerine göre kadın istihdam oranı açısından en yüksek beşinci bölgedir. Ayrıca, kadınlar erkeklerden daha yüksek bir işsizlik oranına sahiptir. (TÜİK, 2023)

Çizelge.2 İBBS 2 Düzey Bazında Kadın İstihdam Oranının En Yüksek 5 Bölge

Bölge	Kadın İstihdam Oranı (%)
TR90 (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	37,4
TR82 (Kastamonu, Çankırı, Sinop)	37,3
TR61 (Antalya, Isparta, Burdur)	37
TR32 (Aydın, Denizli, Muğla)	35,4
TR83 (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	34,6
TR21 (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	34,6

Kaynak: TÜİK, 2022

Çizelge 2'de de görüldüğü üzere 2022 yılında kadın istihdamının en yüksek olduğu 5 bölge TR90, TR82, TR61, TR32 ve TR83 bölgeleridir. Ek olarak TR83 Bölgesi bir önceki yıl verilerine göre %33,8'den % 34,6'ya yükselirken sıralama olarak en yüksek üçüncü bölgeden beşinci bölgeye gerilemiştir. (TÜİK, 2022)

3. TR83 İLLERINDE KADIN İSTIHDAMINA YÖNELIK YAPILAN PROJELER

3.1 Kadın İstihdamının Destekleme Operasyonu Hibe Programı

TR83 illeri kapsamında son 15 yılda kadın istihdamını arttırmak amacıyla yapılan birçok proje olmuştur. Bu projelerden biri de "Kadın İstihdamının Destekleme Operasyonu Hibe Programıdır." Bu program, IPA (Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali Yardım Aracı) 4. bileşeni olan İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Operasyonel Programı çerçevesinde hayata geçirilmeye başlanmıştır. Programın sorumluluğunu İŞKUR ve ÇSGB üstlenmiştir. Sözleşmelerin yönetildiği birim ise Merkezi Finans ve İhale Birimi'dir. Bu program, büyüme merkezleri ve artalanlar olarak belirlenen illerde uygulanmaktadır. Büyüme merkezleri arasında Samsun dahil toplam 15 il, artalanlar arasında ise Tokat, Çorum, Amasya dahil toplam 28 il bulunmaktadır. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010: 4) Hibe programı kapsamında kariyer rehberliği ve danışmanlık hizmetleri, meslek ve beceri eğitimleri, iş başında eğitim ve staj imkanları, kadınların kooperatifleşmesi ve dernekleşmesi, teknik beceri geliştirme faaliyetleri, iş kurma teşvikleri, işverenlerle eşleştirme hizmetleri, aile ve çalışma hayatının uzlaştırılması için esnek çalışma uygulamaları, çocuk ve yaşlı bakım hizmetleri gibi destekler yer almaktadır. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010: 5)

12 Şubat 2009 tarihinde başlatılan bu program kapsamında tasarlanan meslek edindirme kurslarına 9856 kadın katılmıştır. Bu kursları başarıyla tamamlayan 914 kadın istenilen alanlarda istihdam edilmiş ve 113'ü ise kendi işini kurmuştur. Ayrıca, bu proje çerçevesinde 9856 kadın istihdam amaçlı kurslara 780 kadın ise girişimcilik kurslarına katılmıştır. 1940 kadın bakım alanında 118 kadın ise kariyer danışmanlığı alanında eğitim almıştır. Projeler sonucunda 9557 kadın sertifika almıştır. Projelerin büyük bir çoğunluğunda yerel ve yöresel sanatların, içecek ve yiyeceklerin öğretimi ve üretimi, dezavantajlı grupların bakımı ve tekstil sektörüne eleman yetiştirme gibi konulara odaklanılmıştır. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010: 5) Kadın istihdamını destekleyen projelerin 36'sında sürdürülebilirliği sağlamak amacıyla kooperatifler, dernekler, üretim merkezleri veya atölyeler gibi kurumsal yapılar oluşturulmuştur. Projelerin 46'sında kadınlar evlerinde üretim yapmaya başlamış, 52'sinde eğitim sonrasında istihdam imkanları sağlanmış ve 27'sinde kadınlar kendi işlerini girişimci olarak kurmuşlardır. Projenin Türkiye geneli hibe miktarı 23.888.026,9 Eurodur. TR83 illerinde ise 4.783.399,99 Eurodur. Hibe programına toplam 1058 başvuru yapılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda hibe desteği almaya hak kazanan proje sayısı 131'dir. TR83 illerini kapsayan 29 proje bulunmaktadır. Bu bağlamda projelerin 2'si TR83 illerini, 9'u Samsun, 8'i Amasya, 6'sı Tokat, 4'ü Çorum illerini kapsamaktadır. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010)

Çizelge 3.TR83 İlleri Kapsamında Kadın İstihdamına Yönelik Projeler

Proje Adı	**Hedef**	**Sonuç**
TR83 illeri Kapsamında Kadın İstihdamını Destekleme Projesi	18-35 yaş aralığında bulunan kadınlara tıbbi ve hukuki sekreterlik ve yönetici asistanlığı eğitiminin verilmesini kapsamaktadır	16 kursiyer eğitim sırasında istihdam edilmiştir
Kadın Dayanışması Odaklı Sürdürülebilir Mesleki Eğitim	TR83 illerinde yaşayan 125 işsiz kadına; aile, hasta, yaşlı, bebek bakıcılığı, bitkisel kök boyama ve mutfak hizmetleri ve kafeterya işletmeciliği alanlarında eğitim verilmesini kapsamaktadır.	12 kadın istihdam edilmiş, 6 kadın kendi işini kurmuş ve 6 kadın yarı zamanlı çalışmaya başlamıştır.

Kaynak (ab.gov.tr)

Çizelge 3' de bulunan 2 projede hibe programı kapsamında TR83 illeri kapsamaktadır. Birinci projede il bazında 40'ar olmak üzere toplam 160 kadına 300 saat teorik, 160 saat pratik toplam 460 saat eğitim verilmiştir. Eğitimi alan 160 kadın arasında Amasya'da 4, Samsun'da 4, Çorum'da 2, ve Tokat'ta 8 olmak üzere toplam 16 kursiyer eğitim sırasında istihdam edilmiştir. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010: 135) İkinci projede ise 102 kadın sertifikalarını alarak eğitimlerini tamamlamıştır. 12 kadın işe alınmış, 6 kadın kendi işini kurmuş ve 6 kadın yarı zamanlı çalışmaya başlamıştır. Buna ek olarak ilk projede çalışma yaşamı ve kadın hakları konusunda 9 seminer verilmiş, İkinci projede ise KAMEDAP (Kadın Dayanışması Odaklı Sürdürülebilir Mesleki Eğitim) programı için AB kriterlerine uygun bir eğitim kitabı basılmış ve "Bölgesel ve Kırsal Alanda Kadın Çalıştayı" düzenlenmiştir. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010: 75)

Çizelge 4. Hibe Programı Kapsamında İstihdam Edilme Alanları ve Sayıları

İl Adı	Proje Alanı	Projeden Yararlanan Kadın Sayısı	İstihdam Edilen Kadın Sayısı
Samsun	Tekstil, Bitkisel Örücülük, Ekolojik Oyuncak, Çocuk ve Engelli Bakımı, Kuaförlük/ Güzellik Uzmanlığı	797	46
Tokat	Tekstil, Yaşlı Bakımı, Girişimcilik, Sanatsal Bileklik/ Doğal Taş İşlemeciliği, Ağaç Baskı ve Elyazması, Salamura Eğitimi/ Yöresel Ev Yemekleri	935	167

Amasya	Çocuk ve Yaşlı Bakımı, Gümüş İşlemeciliği, Tarım, Yöresel El sanatları, Aşçılık ve Pastacılık	720	48
Çorum	Tekstil, Muhasebe ve Büro Yardımcı Elamanı, Yöresel El Sanatları Organik Tarım ve Girişimcilik	364	227

Kaynak (ab.gov.tr)

Kadın İstihdamının Destekleme Operasyonu Hibe Programı TR83 illeri kapsamında 3000'e yakın kadına eğitim vermiştir. Bu kadınların 2800'dan fazlası eğitim tamamlamış ve 500'e yakını istihdam edilmişidir. Bunun yanında birçok projede kadın hakları, aile içi şiddet, girişimcilik gibi alanlarda seminerler verilmiş, eğitim verilen alanlarda düzenlenen fuarlara ve gezilere katılım sağlanmıştır. Projeler kapsamında kooperatiflere üye olan ve kendi kooperatifini kuran kadın sayısı artmıştır. (İŞKUR, ÇSGB, CFCD, 2010)

3.2. Orta Karadeniz Kalkınma Ajansı İnsan Kaynaklarının Geliştirilmesi Mali Destek Programı Kapsamında Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasına Yönelik Projeler

Çizelge 5. Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin Sağlanmasına Yönelik Projeler

İl Adı	Proje Adı	Proje Alanı	Hedef
Samsun	Hediyemiz İşimiz Projesi	El Sanatları	20 kadın kursiyere Hediyelik Eşya Hazırlama eğitimi verilerek istihdamını sağlamaktır.
Amasya	Bizim Yöremizden Sizin Mutfağınıza Ulaşan Lezzetler (GÖYLEZZET)	Reçel, Marmelat ve Salça Yapımı ve Pazarlama Becerileri	15-24 yaş aralığındaki genç işsiz kadınlara istihdam olanağı sunmayı hedeflemektedir.
	Ebru ve Çini İşleme Eğitim Merkezi (Eçiem) Projesi	Ebru ve Çini Eğitimi	18-50 yaş arasında olan 40 işsiz kadına mesleki beceriler kazandırmak ve turizm sektöründe istihdam etmektir.
Çorum	Bireysel İstihdam Destek Ofisleri	Destekleme Ofisi ve Mesleki Eğitim Salonu Kurulması	75 kadın ve 75 genç işsiz mesleki eğitim alması, her ilçe için 8 kamu görevlisi ve 1 proje asistanı yetiştirilmesi hedeflenmiştir.
	Hazır Giyim Sektöründe Genç Kadınların İstihdamını Destekleme Projesi	Hazır Giyim	15-29 yaş aralığında bulunan 40 genç işsiz kadın mesleki beceriler kazanacak ve istihdamını sağlamaktır.

	Kadın Girişimciliğini Güçlendirme Projesi	Yöresel Ürünler ve Pazarlama	40 ev kadını, meslek sahibi olmaları ve kendi işlerini kurmaları için teşvik etmektir.
Tokat	Gümüşeller Projesi	Gümüş Takı İmalatı	40 kursiyere istihdam sağlamaktır.

Kaynak (OKA,2013)

Çizelge 5'te görüldüğü üzere projeler yöresel ürün üretimi, pazarlanması ve işlenmesi, hazır giyim ve yöresel sanatlar üzerine planlanmıştır. Bunun yanında istihdam destekleme ofisinde kurulmuştur. Çizelge 5'teki verilere göre toplam 255 kadına istihdam odaklı eğitim verilmesi hedeflenmiştir.

Çizelge 6. TR83 Bölgesi Kapsamındaki Projeler

Proje Adı	Proje Alanı	Hedefler
Yeşilırmak Havzası'nda Kırsal Nüfusun Odundışı Orman Ürünleri Farkındalığı Projesi	Odundışı Tarım	80 kişiye eğitim vereler odundışı tarımı tanıtmak ve yaygınlaştırmaktır.
Tahtaköprü'den Susuz'a: Bir İlmik, Bir Umut, Bir Hayat	Yöresel dokuma, Turizm, Hediyelik Eşya Üretimi	60 genç kızın istihdamı hedeflenmiştir.

Kaynak (OKA,2013)

Her iki projede, TR83 Bölgesi'nde seçilen dört ildeki kırsal yerleşim birimlerinde uygulanmaktadır. İlk projede %50'si kadın olmak üzere toplam 80 kişiye odundışı tarım alanında eğitimler verilerek istihdam hedeflenmiştir. İkinci projede ise 60 genç kıza, unutulmaya ramak kalmış, yöreye özgü dokuma örneklerinin (Soruk kilimi ve Susuz bezi) yaşatılması, hediyelik eşyaların üretimi ve turizm sektöründe kullanılmasına yönelik faaliyetlerde bulunulmuştur. (OKA, 2013:75)

3.3. Samsun'da Tarıma Kadın Damgası/ Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü

Samsun'da Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından kırsal alanda yaşayan kadınların fırsat eşitliği ve istihdamının artırılması amacıyla birçok proje, destek ve eğitim sunulmaktadır. Samsun'da kadın çiftçi sayısının 2014 yılında 6,696 iken 2020 yılında 9,069'a yükseldiği belirtilmiştir. Samsun Valiliğinin verdiği verelere göre Samsun'da 68,507 kayıtlı çiftlik işletmesinin 9,069'unun kadın çiftçilere aittir. Bu bağlamda Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 4,741 kadın çiftçiye tarımsal yayım ve ev ekonomisi çalışmaları kapsamında yayım çalışmaları ve toplantılar düzenlenmiştir. (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021) Beslenme, Aile Kaynaklarının Yönetimi, Çocuk Gelişimi Eğitimi Projesi: Beslenme eğitimleri konusunda 1,165 kadın çiftçiye eğitim verilmiştir. 622 kadın çiftçinin katılımıyla 17 ilçede 39 toplantı gerçekleştirilmiştir. Kırsal Alanda Kadına Yönelik Farkındalığın Artırılması Projesi: Samsun Valiliği tarafından desteklenen projede 7 ilçe ve 35 mahallede 1,600 kadın çiftçiye eğitim verilmiştir. Tarımda Genç Girişimci Kadınlar Güçleniyor: Programı kapsamında da 9 kurs merkezinde 194 kadın girişimciye 4 günlük 32

saatlik "Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Kursu" düzenlenmiştir. Proje Hazırlama Yarışması ve Proje Pazarı: Kadın çiftçilere yönelik olarak düzenlenen bu projeye 84 kadın girişimci katılmış ve kendi alanlarında özgün, verimli ve sürdürülebilir projeler hazırlamıştır.

Salep Üretimini Geliştirme Projesi: Bu proje ile de 2021 yılında 13 ilçede 20'si kadın 50 üreticiye salep yumrusu dağıtılmıştır. Bu bağlamda yöre halkının istihdam sürecine katılması hedef alınmıştır. (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021) Genç Çiftçi Projesi: 18-40 yaş aralığında, kırsal alanda ikamet eden veya etmek isteyen ve tarımsal faaliyet gösteren veya göstermek isteyen kişilere yönelik bir projedir. Bu projede 793 proje gerçekleştirilmiş ve bunların 524'ü kadın çiftçilere aittir. Proje kapsamında 30 bin TL hibe ödemesi yapılmıştır. Kadınlara Pozitif Ayrımcılık Projesi: Bu projenin değerlendirme aşamasında kadın çiftçilere ek puan verilerek pozitif ayrımcılık yapılmaktadır. Bu çerçevede KKYDP Ekonomik Yatırımları kapsamında 2 kadın çiftçiye destek sağlanmış ve 600 bin TL'lik projelerine 300 bin TL hibe ödemesi yapılmıştır. Büyükbaş ve Küçükbaş Hayvancılık İşletmelerine Yönelik Yatırımların Desteklenmesi Projesi: Bu proje kapsamında 4 kadın yetiştiriciye 49 başlık ahır yatırımlarının yüzde 50'sine karşılık yaklaşık 500 bin TL hibe ödemesi gerçekleştirilmiştir. Proje 2023 yılında yeniden uygulanmaya başlatılması hedeflenmiştir. (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021) Mantar Üretimi Projesi: Samsun'da kadın üreticilere yönelik mantar üretim tesisleri kurulmuş ve sektörde 300'ü kadın olmak üzere 400 kişi istihdam edilmektedir. Ayrıca gelecek yıllarda "Mantar Köyleri Oluşturma Projesi" ile 3 mantar köyünde 180 kadına 180 mantar evi kurulması planlanmaktadır. Sonuç olarak, Samsun'da kadın çiftçilere yönelik birçok destek, proje ve pozitif ayrımcılık uygulamaları bulunmaktadır. Bu desteklerle kadınların tarımsal üretime aktif katılımlarının teşvik edildiği ve kırsal kalkınmanın desteklendiği belirtilmektedir. (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü, 2021)

3.4. Kayıtlı Kadın İstihdamının Desteklenmesi Projesi (Women-Up)/ Samsun

SGK tarafından yürütülen, AB tarafından finansa edilen, Women-Up Projesi, bir mali destek projesi olmakla birlikte kadın işverenleri hedef alan bir projedir. Projenin temel hedefleri, kadınların mesleki becerilerini arttırmak, girişimciliğe teşvik etmek ve iş gücüne katılımlarını desteklemektir. Projenin hedef kitlesi, 05.03.2012 tarihinden sonra kurulan ve en fazla 9 işçi çalıştıran kadın girişimcilerin sahip olduğu genç işletmelerdir. Ayrıca, bu işletmelere ek olarak kadın işçi istihdam eden işverenler de projenin hedef kitlesini oluşturmaktadır. Mali destekten faydalanan işverenlere verilecek tutar, bir işçinin işverene olan toplam maliyetinin %65'ini ve net asgari ücret tutarını geçmeyecektir. Proje süresince, yaklaşık 4.000 kadın işverene 20 ay boyunca mali destek sağlanması planlanmıştır. Samsun özelinde ise 500 kadın işverene 20 ay süreyle mali destek sağlanacağı hedeflenmiştir. (SGK, 2023)

3.5. Sanayide Kadın Eli/ Çorum

Sanayide kadın istihdamını ve sürdürülebilir ekonomiye katılımı artırmayı hedefleyen bu projenin amacı, eğitim almış ancak istihdama dahil olamamış içinde çalışma arzusu bulunan kadınları sanayi sektöründe istihdam etmek ve kadınların sanayide daha aktif bir rol oynamasını sağlamaktır. Projenin odak noktası, emekli olmuş mühendis kadınlar, üniversitede eğitimine devam eden kızlar, teknik ve meslek liselerindeki kızlar ile nitelikli ve eğitimli işsiz kadınlardan oluşan bir hedef kitle dahil edilmiştir. Sanayide Kadın Eli projesinde, kadınların gücünü ve

yeteneklerini sanayi sektöründe ortaya çıkararak toplumun tamamının fayda sağlayacağı bir dönüşümü hedeflenmiştir. (Sanayide Kadın Eli, 2023) Proje Kütahya'da pilot olarak başlamış olup, sırasıyla Kocaeli, Düzce, Bolu, İzmir, Sakarya ve Yalova illerinde devam etmektedir. Ayrıca, Çorum, Gaziantep, Niğde, Aksaray, Manisa, Bursa, Hatay, Diyarbakır, Kastamonu ve Kayseri illerinde de projenin başlatılması planlanmaktadır. Bu projenin gerçekleştirilmesiyle, kadınların sanayi sektöründe istihdam edilmeleri ve ekonomiye katkı sağlamaları hedeflenmiştir. (Sanayide Kadın Eli, 2023)

4. SONUÇ

TR83 illeri olarak adlandırılan bölgede, kadın istihdamına yönelik yapılan projelerin yetersiz olduğu ve verilen eğitimlerle istihdam edilme oranları arasında uyumsuzluk olduğu görülmektedir. Bu durum, kadınların istihdam olanaklarının artırılması ve ekonomik bağımsızlıklarının sağlanması için ciddi bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. İlgili projelerin yetersizliği, birkaç faktörden kaynaklanmaktadır. Öncelikle, eğitimlerin niteliği ve içeriği ile iş piyasasının talepleri arasında bir uyumsuzluk bulunmaktadır. Kadınlara verilen eğitimler, işverenlerin talep ettiği beceri ve yetkinlikleri karşılamaktan uzak olduğu düşünülmektedir. Bu durum, eğitim sonrasında istihdam edilme oranlarının düşük kalmasına neden olmaktadır. Ayrıca, projelerin kapsamı ve etki alanı da sınırlıdır. Kadınların işgücüne katılımını artırmak için daha kapsamlı ve çeşitli projelerin geliştirilmesi gerekmektedir. Özellikle, kırsal bölgelerde yaşayan kadınların istihdam olanaklarına erişimi daha da sınırlı olabilmektedir ve bu alanlarda yapılan projelerin yetersiz kalması sorunu derinleştirmektedir. Bununla birlikte, toplumsal cinsiyet eşitsizliği ve cinsiyet temelli stereotipler de kadın istihdamının düşük olmasında etkili olmaktadır. Toplumda var olan cinsiyet rolleri ve algıları, kadınların belirli sektörlere yönelmelerini veya iş arayışında aktif olmalarını engellemektedir. Bu nedenle, projelerin sadece eğitim ve istihdam fırsatları sunmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal cinsiyet eşitliği ve farkındalığı teşvik etmeye yönelik bileşenler içermesi önemlidir. Bu bağlamda projeler kapsamında yapılan etkinlikler mevcuttur ancak yetersizdir. Bu sorunların çözümü için, TR83 illerinde kadın istihdamına yönelik projelerin daha kapsamlı bir şekilde planlanması ve uygulanması gerekmektedir. Eğitimlerin işgücü taleplerine uygun şekilde tasarlanması, işverenlerin beklentilerine cevap verebilecek becerilerin kazandırılmasını sağlayacaktır. Ayrıca, projelerin yaygınlaştırılması ve kapsamının genişletilmesi, kırsal bölgelerde yaşayan kadınların da istihdam olanaklarından faydalanmasını sağlayacaktır. Sonuç olarak, TR83 illeri kapsamında kadın istihdamına yönelik yapılan projelerin yetersiz olduğu ve verilen eğitimlerle istihdam edilme oranları arasında uyumsuzluk olduğu görülmektedir. Bu sorunların çözümü için daha kapsamlı, çeşitli ve işgücü taleplerine uygun projelerin geliştirilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda, toplumsal cinsiyet eşitliği ve farkındalığın teşvik edilmesi önemlidir. Böylelikle, kadınların istihdam olanakları artırılarak ekonomik bağımsızlıkları desteklenecektir.

KAYNAKÇA

Alkan, H. İ. Tarım sektöründe kadın emeği (Çarşamba ovası Gündoğdu ve Damlataş köylerinde fındık, çeltik ve sebze üretimi özelinde bir irdeleme) Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2015

Bektaş, S., Türkiye'de Kadın İstihdamının Tarihçesi ve Kadın İstihdamını Artırmak İçin Yürütülen Politikalar. Yüksek Lisans Tezi, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Sivas. 2019

Bozkaya, G. Kadınların İş Gücüne Katılımını Belirleyen Faktörler: Türkiye Üzerine Bir Analiz. Sosyal Bilimler Dergisi, 3(5), 69-89. 2013

Erdoğan, S., & Yaşar, S., Türkiye'de Kadın İstihdamının Gelişimi: Konya-Karaman Örneği. KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 20(34), 18-28. 2018

Esmer, Y., & Yüksel, M.., Belediyelerde Sosyal Girişimcilik Uygulamaları: Karadeniz Bölgesi Örneği. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 12(2), 170-188. 2000

Etçi, H., & Karagöl, V., TÜRKİYE'DE İSTİHDAM VE İŞSİZLİK: 2000-2018. Munzur Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(14), 58-75. 2019

Eyüboğlu, D. 2001 Krizi Sonrasında İşsizlik ve Çözüm Yolları. Ankara: MPM Yayınları. 2003

Hüsnüoğlu, N. Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkelerde Kadınların İş Gücüne Katılım Oranını Etkileyen Faktörler. R. A. Wolff (Ed.), Kadın çalışmalarında güncel konular (s. 389-402). Eğitim Yayınevi. 2018

İzgi Balcı, B., & Akdeniz, S., Kadın İstihdamı Sorunsalı Nereden Doğuyor? EconAnadolu 2011: Anadolu International Conference In Economics II, 1-26. 2011

Karabıyık, İ. Türkiye'de Çalışma Hayatında Kadın İstihdamı. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 32(1), 231-260. 2012b

Kılıç, D., & Öztürk, S. Türkiye'de Kadınların İş Gücüne Katılımı Önündeki Engeller ve Çözüm Yolları: Bir Ampirik Uygulama. Amme İdaresi Dergisi, 47(1), 107-130. 2014

Kıral, G., & Karlılar, S. Türkiye'de Kadın İş Gücüne Katılımını Etkileyen Faktörler: Adana İli Üzerine Bir Uygulama. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 26(3), 272-286. 2017

Makal, A. Türkiye'de Erken Cumhuriyet Döneminde Kadın Emeği. Çalışma ve Toplum, 13-40. 2010

OKA. (2019). TR83 Bölgesi Geleceğin Meslekleri Kapsamında İşgücü ve Mesleki Eğitim Sektör Analizi. Erişim Tarihi: 12 Mayıs 2023

ORTA KARADENİZ KALKINMA AJANSI (OKA). (2013). Türkiye ve TR83 Bölgesi'nde Toplumsal Cinsiyet Eşitliği ve Kalkınma. S.100.

Özbay, R. D. 19. Yüzyılda Osmanlı'da Devletin Emek İstihdamı. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, İstanbul. 2003

Sağ, V. Tarihsel Süreç İçerisinde Türk Kadını ve Atatürk. C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 2(1), 9-23. 2001

Sağlam, S. Kadın İstihdamı Raporu: Ulusal ve Uluslararası Sosyal Politikalar. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi. 2017

Sanayide Kadın Eli Projesi – Kadın Eli Projesi projesi çalışmaları başladı! (sanayidekadineli.org)

Şenol, D., & Mazman, İ. Tarihi Bir Bakışla Çalışma Hayatında Kadın. Aile ve Kadın Sempozyumu Bildiri Kitabı, 151-162. 2013

T.C. Sosyal Güvenlik Kurumu Başkanlığı Sigorta Primleri Genel Müdürlüğü. (2022). WOMEN-UP (sgkkadinistihdaminindesteklenmesi.org)

T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü. (2020). Samsun'da Kadın İstihdamının Artırılması Projesi. Samsun'da Tarıma Kadın Damgası (tarimorman.gov.tr)

Türkbal, A. İktisada Giriş. Dicle Üniversitesi, Hukuk Fakültesi Yayınları, Diyarbakır. 1993

Türkiye İş Kurumu, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, Merkezi Finans ve İhale Birimi. (2010). Kadın İstihdamının Destekleme Operasyonu Hibe Programı.613474e4-d799-42e3-9d79-c12cd8d65d15.pdf (ikg.gov.tr)

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (Erişim tarihi:15.05.2023). TÜİK Kurumsal (tuik.gov.tr)

Unay, C. Makro Ekonomi. Vipaş A.Ş. Yayınları, Bursa. 2001

Uruk, E., & Yenilmez, F. Adana İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğünde Kadın İstihdamı. Türkiye'de ve Dünyada Kadın Araştırmaları, 138-143. 2015

BİM VE A101 ZİNCİR MARKETLERİN YOUTUBE REKLAMLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Dr. Öğr. Üyesi Feryat ALKAN

Muş Alparslan Üniversitesi, - 0000-0001-9962-4195

ÖZET

Teknolojik gelişmelerle birlikte, kitlelere ulaşmak artık daha kolay hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya kitlelere ulaşma noktasında önemli bir mecra haline dönüşmüştür. Sosyal medya üzerinden yapılan reklamlar hem maliyet hem de insanlara ulaşılabilirlik bakımında cazip gelmektedir. Reklamların büyük kitleler tarafından izlenmesi satışların artmasını sağlamakta ve bu durum ise tüketimi doğrudan etkilemektedir. Bu durumun bilincinde olan firmalar sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaktadırlar. Araştırma kapsamında olan Bim ve A101 zincir marketlerin resmi Youtube hesaplarında 07.08.2023 tarihine kadar yayınlanmış olan son beş reklam çalışması incelenmiştir. Reklamlarda kullanılan slogan, logo, müzik, yazı unsuru, reklam süresi, dış sesin vb. analizi yapılarak elde edilen veriler yorumlanmıştır. Her iki zincir markette de birer tane tarif videosu (reklam) paylaşıldığı görülmektedir. Genellikle ürün tanıtımının yapıldığı görülen bu reklamlarda zincir maketlerin logolarının ön planda olduğu görülmektedir. Bim zincir market Youtube reklamlarında dış ses kullanılırken, A101 zincir market Youtube reklamlarında dış sesin kullanılmaması dikkat çekicidir.

Anahtar kelimeler: Youtube, Zincir Market, Reklam.

A RESEARCH ON YOUTUBE ADVERTISEMENTS OF BİM AND A101 CHAIN MARKETS

ABSTRACT

With technological developments, it has become easier to reach the masses. In particular, social media has become an important channel for reaching the masses. Advertisements made on social media are attractive both in terms of cost and accessibility to people. Watching the advertisements by large masses increases the sales and this situation directly affects the consumption. Companies that are aware of this situation use social media effectively. The last five advertisements published until 07.08.2023 on the official Youtube accounts of Bim and A101 chain markets, which are within the scope of the research, were examined. The data obtained by analyzing the slogan, logo, music, writing element, advertising duration, external voice, etc. used in the advertisements were interpreted. It is seen that one recipe video (advertisement) is shared in both chain stores. It is seen that the logos of the chain models are in the foreground in these advertisements, which are generally seen to promote the product. While there is voice-over in Youtube ads of Bim chain market, it is noteworthy that voice-over is not used in Youtube ads of A101 chain market.

Keywords: Youtube, Chain Market, Advertising.

1. GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler ve küreselleşmeyle birlikte rekabet ortamının her geçen gün arttığı günümüzde, işletmeler tüketicilere ulaşmak için yeni pazarlama kanalları kullanmaktadır. İnternet teknolojilerinin ve sosyal medya mecralarının kullanıcı sayısındaki artışlar, firmalarında da reklam ve pazarlama faaliyetlerini bu alanlarda yapmaya itmiştir. Sosyal medya mecraların kısa bir süre içerisinde ve az bir maliyetle birçok tüketiciye ulaşma imkânı sağlamaktadır. Etkili ve hızlı video iletimi, sosyal medya pazarlamasının sıkça tercih edilmesinin sebeplerindendir. Dünya genelinde Youtube video paylaşım platformlarının başında gelmektedir. Bu nedenle reklam pazarlaması noktasında diğer video içeriği üreten sitelerden farklılaşmaktadır.

Reklam, üretici ile tüketici arasında doğal olarak meydana gelmeyen iletişimi sağlama, üretici açısından pazara ulaştırma, tüketici açısından ise ürün, hizmet vb. hakkında bilgi alma süreci olarak ifade edilmektedir (Yaylacı, 1999: 4). İçeriklerin üretilmesi, videoların günlük olarak yüklenmesi ve kullanıcı sayıları açısından Youtube, ürün ve hizmetlerle ilgili reklam videoları aracılığıyla tüketicilerin bilgi sahibi olmasını sağlamakta ve satın alma sürecini etkilemektedir. Bir ürünü satın almadan önce o ürün hakkında bilgi almak isteyen tüketiciler, bu sayede bilgi sahibi olmakta ve ürün satın alma işlemini hızlandırmaktadır. Bu çalışmada Bim ve A101 zincir marketlerin resmi Youtube hesaplarında 07.08.2023 tarihine kadar yayınlanmış olan son beş reklam çalışmasının analizinin yapılması amaçlanmıştır.

2. TÜKETİM KAVRAMI

İnsanoğlunun oluşumuyla birlikte tüketim de var olmuştur. Doğası gereği insanoğlu tüketime oluşumu üzerinedir. İnsanların yaşamlarını devam ettirebilmesi için tüketim yapması gerekmektedir. İhtiyaçlarını karşılamak, ürün ya da hizmet almak tüketim olarak isimlendirilmektedir (Odabaşı, 2006: 16). İnsanlar bazı ihtiyaçlarını dışarıdan edinmek zorundadırlar. Bu ihtiyaçlar ise çeşitlilik göstermektedir. İhtiyaçların karşılanması durumuna tüketim denmektedir. İhtiyaçların giderilmesi, maddi ya da manevi ihtiyaçların karşılanması durumuna tüketim denmektedir. Alınana bir materyal için ödenen para, paranın kazanıla bilmesi için ortaya konulan emek, bir makama gelmek için zaman, tüketim için örnek olmaktadır (Torlak, 2016: 22). Tüketim, arzu ve ihtiyaçların farklı ürün veya hizmet şeklinde bir bedel karşılığında temin edilmesi durumudur (Orçan, 2008: 23). İnsan yaşamında meşru olsun ya da olmasın pek çok eksiklik söz konusudur. İhtiyaçlar, tüketimin oluşmasını sağlamaktadır. Yeme, içme ve barında bu ihtiyaçların temelini oluşturmaktadır. Ekonomik duruma göre şekillenen ihtiyaçlar, bazı insanlar için lüks olabilecek eksiklikler, bazı insanlar için ise ihtiyaç olabilmektedir (Torlak, 2016: 25). İnsan yaşamının devam edebilmesi için tüketim zorunludur. Hayatın devam edebilmesi ancak tüketimle sağlanmaktadır. Böylece tüketim, mecburiyetin doğurduğu bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Top, 2019: 1). "İnsanın fiziki, sosyal ve kültürel varlığını devam ettirebilmesi, hayat standartlarını iyileştirebilmesi, sınırsız olan ihtiyaçlarının giderilmesiyle mümkündür ki bu sonsuz ihtiyaçların karşılanması da ekonomik bir faaliyeti gerektirir ve tüketim de bu ekonomik faaliyetler zincirinin son halkasını oluşturur" (Kayalı, 2008: 3). Başka bir ifade ile tüketim, ürün başta olmak kaydıyla, ihtiyaçların sosyal ve kültürel olarak karşılanması şeklinde

isimlendirilmektedir. Aile ya da sosyal insanlar bunları satın alır ve deneyimler (Kapağan, 2004: 7).

3. REKLAM

İnsan davranışları da dahil olmak üzere her şey gelişime ve değişime açıktır. Reklamcılıkta da bu düzeyde değişim meydana gelmiştir. Geçmiş zamanlarda çığırtkanlarla, mağara duvarlarıyla başlayan bu iletişim türü, günümüz koşullarında yeni bir boyuta taşınmıştır. Duyurular çığırtkanların ilanları şeklinde meydana gelir ve bunun gibi pek çok farklı şekilde gerçekleşirdi (Elden, 2013: 146). Reklam, üretici ile tüketici arasında doğal olarak meydana gelmeyen iletişimi sağlama, üretici için pazarlara ulaştırma, tüketici için ürün ya da hizmetler hakkında bilgi edinme süreci olarak ifade edilmektedir (Yaylacı, 1999: 4).

Reklam bir mal ya da hizmetin detaylı olarak anlatılması sürecidir. Reklam ile birlikte bireyler bir ürün ya da hizmetten haberdar olabilmektedir. Benzer türden ürünlerin karşılaştırmasını yapabilmektedirler. Hem üretim yapan, hem de tüketen bireylerin buluşma noktasıdır (Gülsoy, 1999: 9). Reklamların pazarlama sürecinde değerlendirmeye alınabilmesinin yanında iletişim bakımından da incelendiğinde, bilgilendirme ve ikna aracı olarak görülmekte ve bir mal veya hizmetin geniş kitlelere duyurulması amacıyla kullanılmaktadır. Bu doğrultuda bir malın ya da hizmetin belli bir ücret karşılığında, kitle iletişim araçları kullanılarak hedef kitlelere duyurulması ve istenilen tutum ya da davranışların oluşturulması istenmektedir (Gürüz, 1998: 20). "Reklam, kişisel olmayan bir satış çabası, bir pazarlama iletişimi yöntemidir. Reklamda, reklam yapanın kimliği açıkça belli olmalıdır ve yapılan reklam için reklamı taşıyan ya da yayımlayan araca para ödemelidir" (Cemalcılar, 1994: 286). En yalın tanımıyla yer, zaman ve mekân satın alınarak ürünün bir ürünün satış işleminin sağlanmasıdır. Küreselleşen dünyada reklam zorunluluk haline dönüşmüştür. nüfusun artması ve fabrikalarda kitlesel üretimin yapılması bu zorunluluğu oluşmasının sebepleri arasındadır. Hem üreticiyi hem de tüketiciyi bir araya getiren reklamlardır (Elden, 2011: 16). Reklamların devam etmesi dönemlere göredir. Reklamlar dönemin en gözdesini belirler. Üretim ve tüketim reklamlarla ilgilidir. Sosyal bir fabrika gibi işleyen reklamlar, kitle iletişim araçlarını kullanan bireylerin ne yapacağını hangi ürünü satın alacağını iletir. Farklı yöntemler kullanarak insanlara bir ürün ya da hizmeti satın aldırır (Aydoğan, 2005: 48).

4. ZİNCİR MARKETLER

Zincir marketler pek çok şubesi olan perakendecilerdir. Bu marketlerin kuruluşu birçok perakende satış yerinin bir tek çatı ve yönetimde bir araya gelmesiyle oluşmuştur. (Şekerkaya ve Cengiz, 2010: 78). Zincir marketler bir birey tarafından kurulmuş olan ve pek çok mağazası olan market şekilleridir. Bu marketlerin kontrolü tek bir merkezden sağlanmaktadır (Karafakıoğlu, 2006: 210). Zincir marketleri insan ihtiyaçlarını karşılamak için pek çok tüketim türünün bir yerde toplandığı zincir marketlerde, planlı bir yapı doğrultusunda pek çok grup vardır. Burada asıl amaç tüketicilere kolaylığın sağlanmasıdır (Cengiz ve Özden, 2002: 68). Zincir marketlerde ürünler genellikle kendi firmaları tarafından üretilir. Üretemediği bir ürünü ise doğrudan üreticiden satın alarak tüketicilerine ulaştırmaktadır. Bu durum ürünlerin

tüketicilere daha uygun fiyatla ulaşmasını sağlamaktadır. Bu nedenle zincir marketler tüketiciler tarafından daha tercih edilebilmektedir (Arpacı, 1992: 169).

5. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışma örneklem dahilinde olan "Bim" ve "A101" zincir marketlerin resmi Youtube hesaplarında 07.08.2023 tarihine kadar paylaşılan son beş reklamın içerik analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda reklamlarda; Marka sloganı kullanılmış mı? Bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu? Kurumsal logo görünüyor mu? Müzik var mı? Yazı unsuru kullanılmış mı? Çalışanlar görünüyor mu? Hangi ürün grubu kullanılmıştır? Reklam süresi ne kadar? Dış ses var mı? ve Reklamın oluşturulma amacı nedir? Soruları doğrultusunda birçok öğenin incelenmesi amaçlanmaktadır. Üretimin en önemli göstergesi tüketimdir. Burada amaç ürün ya da hizmetin hedef kitleye pazarlanmasıdır. Bu nedenle reklamlar büyük önem taşımaktadır. Reklamlar vasıtasıyla üretici tüketiciye ulaşır, böylece dolaylı ya da doğrudan iletişim sağlanır. Bu çalışma hedef kitleye ulaştırılan videoların içeriklerinin incelenmesine yönelik olacaktır. Bu çalışma ileride yapılacak olan çalışmalara katkıda bulunması bakımında önem arz etmektedir. Ayrıca devamlı olarak yenilenen ve gelişen teknolojilerle video içeriklerin oluşturulduğu gönümüzde yapılacak olan çalışmalara öngörü oluşturacaktır.

6. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmanın analizleri nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğiyle yapılmıştır. Bu teknik iletişim araştırmalarında çokça kullanılan bir yöntemdir. İçerik analizinde iletiler açık, anlaşılır, nesnel, ölçülebilir ve doğrulanabilir olarak açıklanmaya çalışılır (Fiske, 2003: 176). İçerik analiziyle göstergeler gruplandırılarak sayısallaştırılır ve çıkarımlar yapılır. Araştırmada verileri tablolaştırılarak inceleme yapılmış ve nesnel sonuçlara varılmıştır.

Bim, 22 kasım 2017 yılında youtube'a katılmıştır. 76,6 bin abonesi olan Bim Türkiye Youtube hesabından şu ana kadar (07.08.2023) 3,5 bin video paylaşılmıştır. A101, 3 Haziran 2016 yılında youtube'a katılmıştır. 831 bin abonesi olan A101 Youtube hesabından şu ana kadar (07.08.2023) 5 bin video paylaşılmıştır.

7. BİM VE A101 ZİNCİR MARKETLERİN YOUTUBE REKLAMLARI ANALİZİ

Araştırmada "Bim" ve "A101" zincir marketlerin resmi Youtube hesapları inceleniştir. Bim, 22 kasım 2017 yılında Youtube'a katılmıştır. 76,6 bin abonesi olan Bim Türkiye Youtube hesabından şu ana kadar (07.08.2023) 3,5 bin video paylaşılmıştır. A101, 3 Haziran 2016 yılında Youtube'a katılmıştır. 831 bin abonesi olan A101 Youtube hesabından şu ana kadar (07.08.2023) 5 bin video paylaşılmıştır. "Bim" ve "A101" zincir marketlerin resmi Youtube hesaplarında 07.08.2023 tahinden önce paylaşılan son beş reklamın içeriklerine bakılmıştır. Bu kapsamda reklamlarda; Marka sloganı kullanılmış mı? Bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu? Kurumsal logo görünüyor mu? Müzik var mı? yazı unsuru kullanılmış mı? Çalışanlar görünüyor mu? Hangi ürün grubu kullanılmıştır? Reklam süresi ne kadar? Dış ses var mı? ve Reklamın oluşturulma amacı nedir? Soruları doğrultusunda analizler yapılacaktır.

Çizelge 1. Bim, 1. Reklam

(Yoğurtlu Karışık Izgara/ Yemek Tarifi/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Gıda/Yemek Ürünleri
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:58 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Yemek Tarifi/ Ürün Tanıtımı

"Bim" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.58 saniyelik yemek tarifinin verildiği 1. videoda (tablo 1) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak yemek tarifi ve ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

Çizelge 2. Bim, 2. Reklam

(8 Ağustos Aktüel/ Atlet, Boxer, Patik Çorap/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Atlet, Boxer, Patik Çorap
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:17 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Evet
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Aktüel Ürünler/Ürün Tanıtımı

"Bim" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.17 saniyelik ürün tanıtımının yapıldığı 2. videoda (tablo 2) kurumsal logo, müzik, yazı unsuru ve dış ses kullanılmıştır. Ancak aktüel ürünlerin tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği ve çalışanların görünmediği görülmektedir.

Çizelge 3. Bim, 3. Reklam

(8 Ağustos Aktüel/ Deterjan, Tuvalet Kağıdı, Bebek Bezi/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Deterjan, Tuvalet Kağıdı, Bebek Bezi
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:20 saniye

Reklamda Dış ses var mı?	Evet
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Ürün Tanıtımı

"Bim" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.20 saniyelik deterjan, tuvalet kağıdı, bebek bezi ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 3. videoda (tablo 3) kurumsal logo, müzik, yazı unsuru ve dış ses kullanılmıştır. Ancak ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği ve çalışanların görünmediği görülmektedir.

Çizelge 4. Bim, 4. Reklam

(4 Ağustos Aktüel/ Derin Dondurucu, Fastfryer, Robot Süpürge/ 04.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Derin Dondurucu, Fastfryer, Robot Süpürge
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:19 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Evet
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Aktüel Ürünler/ Ürün Tanıtımı

"Bim" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 04.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.19 saniyelik derin dondurucu, fastfryer, robot süpürge ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 4. videoda (tablo 4) kurumsal logo, müzik, yazı unsuru ve dış ses kullanılmıştır. Ancak aktüel ürünlerin tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği ve çalışanların görünmediği görülmektedir.

Çizelge 5. Bim, 5. Reklam

(4 Ağustos Aktüel/ Mikrodalga Fırın, Vakum Makinesi, Blender Seti/ 04.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Mikrodalga Fırın, Vakum Makinesi, Blender Seti
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:16 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Evet
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Aktüel Ürünler/ Ürün Tanıtımı

"Bim" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 04.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.16 saniyelik mikrodalga fırın, vakum makinesi, blender seti ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 5. videoda (tablo 5) kurumsal logo, müzik, yazı unsuru ve dış ses kullanılmıştır. Ancak aktüel ürünlerin tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği ve çalışanların görünmediği görülmektedir.

Çizelge 6. A101, 1. Reklam

(Zeo Riviera Zeytinyağı'nın ucuzluğu da kalitesi de ortada/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Gıda-Yemek Ürünleri (Yağ)
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:10 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Ürün Tanıtımı

"A101" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.10 saniyelik gıda-yemek ürünleri (yağ) ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 1. videoda (tablo 6) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

Çizelge 7. A101, 2. Reklam

(Hun Tahin'in ucuzluğu da kalitesi de ortada/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Kahvaltılık Ürünleri (Tahin)
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:10 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Ürün Tanıtımı

"A101" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.10 saniyelik kahvaltılık ürünleri (tahin) ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 2. Videoda da (tablo 7) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

Çizelge 8. A101, 3. Reklam

(Yöremce Nohut'un ucuzluğu da kalitesi de ortada/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Gıda-Yemek Ürünleri (Nohut)
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır

Reklam süresi ne kadar?	0:10 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Ürün Tanıtımı

"A101" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.10 saniyelik gıda-yemek ürünleri (nohut) ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 3. videoda da (tablo 8) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

Çizelge 9. A101, 4. Reklam

(Çokça Tatlı Biber Salçası'nın ucuzluğu da kalitesi de ortada/ 07.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Gıda-Yemek Ürünleri (Salça)
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:10 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Ürün Tanıtımı

"A101" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 07.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.10 saniyelik gıda-yemek ürünleri (salça) ürünlerinin tanıtımının yapıldığı 4. videoda da (tablo 9) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

Çizelge 10. A101, 5. Reklam

(Fıstıklı Karamelli Cheesecake/ 06.08.2023)	
Reklamda marka sloganı kullanılmış mı?	Hayır
Reklamda bir şeyler yeniliyor ya da içiliyor mu?	Hayır
Reklamda kurumsal logo görünüyor mu?	Evet
Reklamda müzik var mı?	Evet
Reklamda yazı unsuru kullanılmış mı?	Evet
Reklamda hangi ürün grubu kullanılmıştır?	Gıda-Tatlı Ürünleri
Reklamda çalışanlar görünüyor mu?	Hayır
Reklam süresi ne kadar?	0:59 saniye
Reklamda Dış ses var mı?	Hayır
Reklamın oluşturma amacı nedir?	Tatlı Tarifi/ Ürün Tanıtımı

"A101" zincir marketin Youtube hesabı üzerinde 06.08.2023 tarihinde paylaşılan 0.59 saniyelik tatlı tarifinin verildiği 5. videoda (tablo 10) kurumsal logo, müzik ve yazı unsuru kullanılmıştır. Ancak tatlı tarifi ve ürün tanıtımı amacıyla yapılan bu videoda da marka sloganın kullanılmadığı, bir şeylerin yenilip içilmediği, çalışanların görünmediği ve dış sesin kullanılmadığı görülmektedir.

8. SONUÇ

Sosyal medya ortamlarının çeşitlenmesiyle birlikte dijital pazarlama araçları da ortaya çıkmıştır. Tüketiciler satın alma davranışı kararını verirken topladıkları bilgiler doğrultusunda seçim yapmaktadır. Zincir marketler ürün ya da hizmetlerini geniş kitlelere tanıtabilmek için sosyal medyayı kullanmaktadırlar. Zincir marketler müşterilerinin dikkatini çekebilmek ve ikna edebilmek için etkin bir şekilde reklamları kullanmaktadır. Bir ürün ya da hizmetin albenisini arttırmak için reklam oldukça etkili bir yöntemdir. Ürün ya da hizmetler tüketicilere bu yollarla duyurulmaktadır. Reklamlarda tüketicileri etkilemek amacıyla çeşitli yollara başvurulmaktadır. Araştırma kapsamında elde edilen verilere bakıldığında, her iki zincir marketinde resmi Youtube hesaplarında birer tane tarif videosunun paylaşıldığı görülmektedir. Bim zincir marketin Youtube reklamlarında kurumsal logonun, müziğin, yazı unsurunun ve dış sesin kullanıldığı görülmektedir. Genellikle ürün tanıtımının yapıldığı Youtube videolarında marka sloganın kullanılmaması, bir şeylerin yenilip içilmemesi ve çalışanların görünmemesi dikkat çekicidir. A101 zincir marketin Youtube reklamlarında kurumsal logonun, müzik ve yazı unsurunun kullanıldığı görülmektedir. Genellikle ürün tanıtımının yapıldığı Youtube videolarında marka sloganın kullanılmaması, bir şeylerin yenilip içilmemesi, çalışanların görünmemesi ve dış sesin kullanılmaması dikkat çekicidir. Ayrıca A101 zincir marketin Youtube hesabında paylaşılan ve örneklem dâhilinde olan beş videodan dört tanesini 0.10 saniye olduğu ve aynı gün içerisinde paylaşıldığı görülmektedir. Böylece zincir marketlerin Youtube hesaplarını aktif kullandığı çıkan sonuçlar arasındadır.

KAYNAKÇA

Arpacı, T. vd. *Pazarlama*, Gazi Yayınları, Ankara, 1992.

Aydoğan, F., *Medya Tüketim Kültürü Üzerine Eleştirel Bir Analiz*, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2005.

Cemalcılar, İ., *Pazarlama Kavramlar Kararlar*, Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1994.

Cengiz, E & Özden, B. Perakendecilikte Büyük Zincir marketler Ve Tüketicilerin Büyük Zincir marketler İle İlgili Tutumlarını Tespit Etmeye Yönelik Bir Araştırma, Ege Academic Review, 2, 1, 2002.

Elden, M., *Reklam ve Reklamcılık*, Say Yayınları, İstanbul, 2013.

Fıske, J., İletişim Çalışmalarına Giriş, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003.

Gülsoy, T., *Reklam Terimleri ve Kavramları Sözlüğü*, Adam Yayınları, İstanbul, 1999.

Gürüz, D., *Reklam Yönetimi*, Ege Üniversitesi Basım Evi, İzmir, 1998.

Kapağan, G., *Bağlı Tüketici Kredileri,* Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004.

Karafakıoğlu, M., *Pazarlama İlkeleri*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2006.

Kayalı, F., *Tüketicinin Korunması ve Tüketici Hakları Konusundaki Bilgi Düzeyinin Tüketicinin Korunmasındaki Rolü*, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir, 2008.

Odabaşı, Y., *Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumdan Tüketen Topluma,* Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2006.

Orçan, M., *Osmanlı'dan Günümüze Modern Türk Tüketim Kültürü*, Harf Yayınları, Ankara, 2008.

Şekerkaya, A. & Cengiz, E. Tüketicilerin Perakende Market Zincirlerine Yönelik Yapmış Oldukları Satın Alma Sıklıklarına Göre Bölümlendirilmesi, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24, 2, 2010.

Top, Y., *Tüketim Kültüründe Medyanın Gösteriş Tüketimi Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2019.

Torlak, Ö., *Tüketim, Bireysel Eylemin Toplumsal Dönüşümü*, İnkılap Basım Yayın, İstanbul, 2016.

Yaylacı Ö. G., *Reklamda Stratejik Yönetim*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999.

Yaylacı, Ö., *Reklamda Stratejik Yönetim*, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 1999.

THE CHANGING ROLES AND SKILLS OF INFORMATION PROFESSIONALS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS: THE CASE OF TÜRKİYE AND THE UNITED KINGDOM

Dr. Lale Özdemir ŞAHİN, Assoc. Prof. Dr. Ahmet ALTAY

1 Bartın University, Faculty of Literature, https://0000-0003-0474-3584

2 Bartın University, Faculty of Literature, https://0000-0002-2758-5999

ABSTRACT

Information and Records Management is a field that encompasses the knowledge, skills, and techniques required to select, supply, analyse, appraise, arrange, store, access, and utilise information in written, printed, or electronic information carriers to ensure it is available. Those working in the field of librarianship, archiving, documentation, and information sciences, are referred to as information professionals. The present study examines the competencies and skills that information professionals need to possess in the current digital transformation era, which is described using various terms such as knowledge society, information age, industry 4.0, and industry 5.0. Within this scope, the study primarily discusses the theoretical framework of the information professional vocation and subsequently addresses the skills and competencies that information professionals need to possess during the digital transformation era. Subsequently, the current study examines the expectations of the information sector from information professionals in both countries by conducting a comparative analysis of job advertisements between 2017 and 2020 in Türkiye and United Kingdom. In the concluding section of the study, the research arrives at various conclusions based on the findings.

Keywords: Professional competencies, digital transformation, information professional, job advertisements

Introduction

The term profession, as defined by the Turkish Language Society (TDK, 2005, p. 1377), refers to the occupation or pursuit which involves offering services beneficial to society and producing goods based on specific education-acquired knowledge and skills, and earning money in exchange for the provided services. It can also be defined as the endeavour to address the needs of both individuals and society (Alkan, 2000, p. 248). Professions that arise because of the division of labour necessitated by societal developments such as culture, economy, and technology (Korkmaz & Serin, 2018, p.116) undergo and will continue to undergo changes in parallel with the progress and transformation of the society they are a part of (Çolaklar, 2004, p. 14; Arieli, Sagiv & Roccas, 2020, p. 237). For any occupation or pursuit to be defined as a profession, it must possess certain characteristics. These characteristics can be listed as follows (Aydın, 2014):

Meeting specific needs of the society it is part of (health, security, education, etc.).
Providing benefits to other individuals in social life (teacher, police officer, etc.).
Being based on knowledge and skills acquired through regular education (doctor, chemist, etc.).
Being performed to earn income.
Having binding ethical principles and values for professionals.
As is apparent from the above characteristics, every profession is a multidimensional social phenomenon at the centre of individual and societal life (İlhan, 2004, p.132), and professional relationships are unique to themselves, and these relationships develop distinct sets of behaviours (Gündüz, 2005, p.139).

The "Information professional vocation", which is the subject of the current study, is a profession requiring strategic use of information within the scope of the needs, objectives, and services of an archive, library, information centre or any organisation that requires the strategic management of information. An information professional works to enhance, disseminate, and properly manage an organisation's information resources. Information professional vocation is an umbrella term encompassing librarianship, archiving, information management, information network development, and information consultancy, but it is not limited to these domains (Abels et al., p.115). The information professional vocation, like other professions, possesses specific characteristics, principles, and values. These can be summarized as follows (Aydın, 2015, pp.3-4; Lala, 2021, p. 22):

Information professional vocation corresponds to a necessity within society. Providing information services to its users, it contributes to the information needs of the community it is part of.
Information professional vocation is a profession that benefits both the practitioner and others.
Information professional vocation is a profession that encompasses unique knowledge and skills acquired through education.
Apart from knowledge and skills acquired through education, it is a profession that involves the development of distinctive techniques through research, practice, and experiences throughout one's career.
The information professional vocation is a profession that enables the practitioner to generate income.
The information professional vocation has its own set of values and ethical principles.
Particularly when considering the dimension of archiving and librarianship, the information professional vocation, which dates to the discovery of writing, is a socially significant profession that serves as a bridge between history and contemporary times, facilitating the connection between knowledge and humanity. The tools (such as clay tablets, parchment, paper, computers, the internet, etc.) which enable the socialisation of knowledge from the past to the present have evolved, and consequently, the skills and competencies that information professionals need to employ in their professions have also changed. The rapid changes experienced, especially in recent years, have profoundly influenced the information professional vocation, like many other professions. Adapting to change, which is the foundation of professional development, is extremely important for the careers of information professionals. The advancements in information technology have deeply impacted the fundamental elements and services of information centres, bringing about a significant

transformation in corporate workflows and structures. This transformation has affected the roles and responsibilities of information professionals in their organisations' workflows and structures, thereby altering the expectations which organisations have from information professionals. In this process, it has become essential for information professionals to enhance their professional foundations and acquire new skills.

The present study examines the competencies and skills that information professionals need to possess in the current digital transformation era, which is described using various terms such as information society, information age, industry 4.0, and industry 5.0. Within this scope, the study primarily discusses the theoretical framework of the information professional vocation and subsequently addresses the skills and competencies that information professionals need to possess during the digital transformation era. Subsequently, the current study examines the expectations of the information sector for information professionals in both countries by conducting a preliminary comparative analysis of job advertisements between 2017 and 2020 in Türkiye and the United Kingdom. In the concluding section of the study, the research arrives at various conclusions based on the findings,

The Professional Scope of Information and Records Management Field and the Information Professional Vocation

Information and Records Management is a field encompassing the knowledge, skills, and techniques required to select, acquire, analyse, appraise, organise, store, retrieve, and utilise the information that exists in written, printed, or electronic information carriers. Like the field of information and records management, the information professional vocation is an umbrella term including expertise in areas such as librarianship, archiving, and other information and records specialisations (Çakın, 2000, p. 9). An information professional is a qualified human resource with the ability to manage the information necessary for an institution or organisation to achieve its goals, to strategically employ it, and to utilise technology as an analytical tool while carrying out these processes (Abels et al., 2003, p.1). In other words, information professionals are profession experts who engage in efforts to generate information about information and develop theories, conducting research towards solving issues encountered in this direction (Çakın, 1989, p. 62). It is possible to say that information professionals, regardless of the organisation and title they work in, fulfil the following three fundamental functions (Tonta, 2000, p. 75):

Acting as a bridge between information, records and users.
Designing, establishing, using, and making use of information systems (such as designing cataloguing and/or classification systems, creating conceptual lists on specific subjects (thesaurus), preparing a bibliography, and utilising/making use of them)
Managing information systems (including identifying user needs, selecting resources, arranging them, making them accessible, and overseeing complex organisations providing information services).
Beyond the functions listed above, it is possible to discuss the characteristics of the information professional vocation in terms of competencies and qualifications under three headings (Kiriatzakou, 2018, p.104; Eurydice, 2004, pp. 12-18):

A highly qualified profession: Every information professional should possess extensive knowledge relevant to the organisation they serve. In this context, an information professional is expected to have competencies related to both technical and managerial services within information centres. Additionally, they should possess the necessary skills and abilities to guide and support users.

A profession based on collaboration: Information professionals organise their work in collaboration with partners such as other information centres, local administrations, public bodies, schools, and non-governmental organisations. To meet the emerging requirements of their profession, information professionals should collaborate and work together with their colleagues and individuals from other fields.

A lifelong learning profession: Information centres are significant venues for lifelong learning. Throughout the process of fulfilling the lifelong learning functions of information centres, information professionals play essential roles and hold responsibilities. These roles and responsibilities can be carried out by information professionals throughout their careers by continuously pursuing their professional development. Within this context, information professionals are aware of the significance of continuous learning, acquiring new knowledge, and bringing innovations to their work.

Information Professionals in the Era of Digital Transformation

In the present day, a transformation process called digital transformation or Industry 4.0 is underway due to the encompassing presence of digital technologies in every aspect of life and their breakthrough changes. The Digital Transformation process, which began to take its roots in the early 2000s and whose effects we still feel, is a continuous and rapidly evolving process which we are still in today. Digital transformation facilitates the emergence of numerous products and services created in conjunction with human effort through mechanisms which now require minimal human intervention. Digital transformation is a complex structure that encompasses real and virtual systems, informatics, and a diverse range of internet services including the Internet of Things. This transformation is a process brought about by the significant influence and alteration of almost every domain of the internet, communication, informatics, sensors, automation, artificial intelligence, machine learning, and robotics technologies. In the new process of digitisation in every field, there is a rapid progression towards an environment where virtual and physical systems are integrated with each other, where objects connected to the Internet will be smart, and where the physical world and the virtual world are intertwined (Aksoy, 2017).

In international literature, the digital transformation era, which is also referred to by various names such as the second machine age, the third industrial revolution, the fourth industrial revolution, Industry 4.0, the industry of the future, the Internet of Things, the Internet of Everything, smart factory, Society 5.0, and so on (Prifti et al., 2017, p. 50; Hirsch-Kreinsen, 2016, p. 2; Deschacht, 2021, p. 2), emphasises different aspects of the digital transformation process. While the precise effects of the digital transformation era are not yet fully apparent, it is an indisputable fact that the new era has the potential to bring about significant changes in many sectors.

One of the most prominent characteristics of the Digital Transformation Era is the transformation in the workforce and within professional groups. During this period, technological advancements in the fields of computers and communication have led to various innovations, such as changes in professional awareness and functions, the blurring of boundaries between professions, and the flexibility of work environments (Öztemiz, 2013, p. 510). One of the professions in which the wave of change brought about by the Digital Transformation Era is strongly felt is the information professional vocation. With the ongoing process, it is possible to assert that the information professional vocation has undergone a profound transformation in terms of professional definitions and status, the scope and content of services, the pace of information expansion, the environments where information is recorded, and the expectations of users (Çakın, 2016).

In the present-day world, information centres must possess a dynamic and flexible organisational structure which collaborates with other organisations, institutions, and individuals in its surroundings to provide extensive information services to meet the needs of the society it exists within. Such an organisational structure can only be achieved with experienced, flexible, and creative information professionals. The staff working in information centres must be proficient in new and constantly updated information technologies. Moreover, these employees should possess digital to ensure the harmonious functioning and advancement of these systems (Ahmad, Ameen, and Ullah, 2017, pp. 712-713). Continuously maintaining communication among information professionals is inevitable in this setting. Information technology and evolving management techniques have significantly enhanced qualities such as strategy development, project management, budget management, problem-solving, leadership, marketing, communication, team management, flexibility, employee training, consultancy, network knowledge, and the ability to utilize internet and information technologies effectively and efficiently (Kurulgan, 2013, pp. 483-484).

In summary, the era of digital transformation brings forth new business processes in information centres while simultaneously either eliminating certain processes entirely or altering the functions of existing processes, thereby changing them in terms of both quantity and quality. Throughout the digital transformation process, there is a growing demand for information professionals possessing the necessary skills and competencies of the digital age, especially digital skills, within information centres. This has also influenced the expectations of the information sector and information centres from information professionals. Notably, information centres highlight specific professional knowledge and skills during the employment process for information professionals.

Skills and Competencies Required by Information Professionals

In the context of professional infrastructure and skills, the transformation in the information professional vocation can be addressed under three main headings: the effects of information technologies, the changes in the new management paradigm, and the interdisciplinary nature. When examining the literature, it can be observed that there are numerous references to the qualities and competencies information professionals need to possess during the digital transformation process (Bir, 2014; Keseroğlu, 2003, pp. 36-37; Craven, 2008, p.89; Olşen-Güzeldere, 2012; Yalçın, Gençbüyür, and Olukçuoğlu, 2010; Kurulgan, 2013, p. 483; İnceoğlu,

2014, pp.37-145; Aydın, 2003, pp.49-50; Occupational Outlook Handbook, 2010; Atılgan, 2009, p. 208; Çakın, 2000, p. 9; Abels et al., 2003, p.122; Çapar, p.425; Külcü, 2007, p. 234; Federer, 2018). Within the scope of the study, references to the qualities and competencies of information professionals have been categorised under eight headings: Cognitive Skills, Technological Skills, Communication Skills, Professional Skills, Management/Governance Skills, Interdisciplinary Skills, Professional Education, and Foreign Language. Although as will become apparent from an examination of the job advertisements, boundaries between the above characteristics are sometimes blurred or can be redundant.

Cognitive skills: An information professional should possess cognitive skills and abilities such as good comprehension, generating information, analysing information, appraising information, disseminating information, and processing information, being capable of quick thinking, reasoning, having a strong memory, mental arithmetic, and a propensity for intellectual tasks, etc. To maintain these skills and abilities, information professionals must continually develop their skills.

Technological skills: An information professional should be capable of designing information technology-based processes within information centres, keeping abreast of technological trends, and have a strong foundation in both software and hardware. In the era of digital transformation, an information professional must possess not only skills in rapidly evolving information technologies but also the ability to foresee developments in these areas. Being equipped with the ability to understand and use technology related to information in line with the times is expected from information professionals. They should be proficient in various areas, ranging from information system design to understanding the impact of Blockchain and artificial intelligence on the field.

Communication skills: Communication skills are of upmost importance for information professionals both in terms of internal and external stakeholders. In this context, information professionals should engage in effective communication with users and stakeholders. Additionally, establishing good communication with external stakeholders (schools, municipalities, non-governmental organisations, associations, etc.) positively impacts the work processes of information professionals. Another crucial aspect is the communication of information professionals with other colleagues. Information professionals should maintain effective communication and collaboration with their colleagues within their region, country, and even globally. Moreover, they are also expected to communicate and collaborate with different professional groups.

Professional skills: Information professionals of the digital age should keep abreast of innovations related to human resources, focusing on services and user needs in their professional processes. Additionally, information professionals need to have a high level of awareness in technical processes and services such as copyright and professional ethics.

Management/Governance skills: In today's conditions, information professionals are expected to possess various management skills such as creativity, entrepreneurship, the ability to work both independently and as part of a team, taking risks and working under pressure, leadership, familiarity with regulations and standards, flexibility, research and planning

abilities, effective team management, knowledge of the functional areas of the organisation they serve, and a strong awareness of organisational behaviour. However, in the era of digital transformation, information professionals are expected to possess not only management skills but also "governance" skills. It is anticipated that in the near future, the governance approach will become even more prevalent in information centres. Effective information governance in organisations is achieved through the management of information assets in terms of transparency, accountability, and risk management, with the aim of supporting corporate governance to meet business outcomes (Özdemir, 225, p.225).

Interdisciplinary skills: The interdisciplinary nature of the information society is also reflected in the field of librarianship. Nowadays, librarians need to draw upon various disciplines such as database management, information systems, public relations, communication, economics, business, psychology, sociology, and more in their work processes. The 21st-century information professional vocation necessitates interdisciplinary collaboration. Within this framework, it is inevitable for information professionals to acquire interdisciplinary skills such as web design, information architecture, network administration, usability expertise, and more. Indeed, it could be argued that such skills are now the domain of the information professional in the digital age.

Professional education: An undergraduate degree is a necessity for the information professional vocation. However, today, some positions require more than a bachelor's degree; they demand university education at the postgraduate level. For instance, job advertisements for academic positions in the field of information professionals often stipulate the requirement of having a postgraduate-level professional education. In addition to this, information professionals working in specialised subject-oriented information centres such as law libraries, medical libraries, archaeology libraries, etc., may also require postgraduate education in the specialised field. Scientific research also indicates a positive correlation between professional education and professional competence and skills (Borbély, 2022).

Foreign language: Foreign language skills have become one of the most expected competencies from information professionals in the sector, especially in recent years. Proficiency in English, which is the universal language of today, is a requirement often encountered in many job advertisements. Additionally, due to specialised subject areas, certain information centres may also require knowledge of languages other than English, such as German, French, Arabic, Persian, etc.

Scope, Methodology, and Findings

This study aims to carry out a preliminary examination of job advertisements[1] published online between 2017-2020 in Türkiye and the United Kingdom in the field of information and records management/information science. The document analysis research method was employed for the study, which consists of a systematic procedure for reviewing and evaluating documents through finding, selecting, appraising (making sense of), and synthesizing data contained within them (Kutsyuruba, 2023, p. 139). This qualitative research method was used to analyse the job

[1] We express gratitude to both Derya Dertli and Mehtap Kuru who voluntarily helped to collate the job advertisements.

advertisements, which for the purpose of this study are documents. The job vacancy online sites were chosen specifically because they routinely posted job advertisements for information and records management and information science vacancies. The website used for job postings in the United Kingdom was the jobs.ac.uk (www.jobs.ac.uk) website because it routinely advertises vacancies under the category of 'Information Management & Librarianship Jobs.' A total of 166 job advertisements were published between 2017-2020 on the jobs.ac.uk website under the category of 'Information Management & Librarianship Jobs.' For the Turkish job advertisements, the general job seekers website Kariyer.net was chosen as it advertises jobs under the category of 'Information and Records Management.' The Information and Records Management News Portal (Bilgi ve Belge Yönetimi Haber Portalı) was also utilised as it also publishes vacancies relating to information and records management. A total of 135 job advertisements were published between 2017-2020 on the above Turkish online sites.

In terms of limitations, not all the websites that potentially advertise vacancies relating to 'Information and Records Management/Information Science' were included in the current study. Thus, there is a slim probability that some of the vacancies advertised in this area during 2017-2020 may have been missed. In addition, as previously stated, this study is of a preliminary nature and does not intend to undertake an exhaustive comparison of the two countries' job advertisements, but rather aims to provide an insight into the types of vacancies and the skills required during the years of 2017-2020 within the context of digital transformation. Therefore, emphasis is placed on whether job titles reflect the changing technological landscape and if candidates are required to possess skills that are relevant to the digital age that we live in, such as digital and communicative skills. Also, because this study is one of a preliminary nature, an analysis of employers has not been performed.

Findings

A total of 301 job advertisements in the field of information and records management/information science were examined within the remit of the current study to ascertain the types of job roles available to information professionals, and the skills they require upon appointment to a job role. 166 job postings were from the United Kingdom, and 135 were from Türkiye. During the three-year period that the job advertisements were collated, the website used to source job advertisements from the United Kingdom, www.jobs.ac.uk, had a slightly higher proportion of job advertisements than its Turkish counterparts. However, a difference of 31 job postings is not deemed to be significant for the purpose of this study. A plethora of job advertisements for a variety of roles appeared online both in Türkiye and the United Kingdom during the three-year period that the study covered.

Table 1. Highest frequency of job title per sector in the United Kingdom

Sector of Job Title	Number of Advertisements
Library/Library related	29
Data Analyst (Data management related roles)	23
Archiving and Records Management	20
Information Compliance/ Governance	19
Other	75
Total	**166**

As is apparent from Table 1, the highest number of job advertisements that were published on the www.jobs.ac.uk website relate to Librarianship. 29 advertisements in total were for those specialising in Librarianship. A variety of roles were advertised, including Academic Librarian, Head of Library Services and Liaison Librarian. The second most common category of advertisements was for Data Analyst (Data management related roles) with 23 job advertisements published during the 3-year period. Examples of job roles advertised include Database Manager, Data Analyst, Data Officer and Professor of Data Science. The fact that data related roles were the second most advertised roles in the United Kingdom clearly indicates that there is acknowledgment that the role of the information professional has changed during the age of digital transformation. This is because the information professional when working with data, should be able to analyse and present statistical information, and be able to disseminate data in different ways.

The third category of job advertisements with 20 postings appearing between 2017-2020 was in the archiving and records management field. Again, a range of job roles were advertised for, including Records Manager, Head of Digital Archiving, Archives Manager and Archivist. The Head of Digital Archiving job posting reflects how the field of archiving is changing within the framework of digital transformation in the United Kingdom. This is because the advancements in new generation technologies means that the archivist working with digital material must be comfortable with using technologies such as Blockchain, artificial intelligence and digital preservation software to help preserve the material in the long term. It is telling that there were no Digital Archivist or Head of Digital Archiving job advertisements posted in Türkiye online during 2017-2020.

Information Compliance/ Governance job roles constituted the fourth category of advertisements. Effective information governance in organisations is achieved through the management of information assets in terms of transparency, accountability, and risk management, with the aim of supporting corporate governance to meet business outcomes (Özdemir, 2019, p.225). 19 Information Compliance/ Governance job advertisements were published which illustrates that information professionals in the United Kingdom are no longer solely responsible for protecting and preserving information, but also have a role in ensuring

that organisations fulfil the checks and balances remit in terms of the transparency, accountability, and risk management of their assets. Information legislation in the United Kingdom such as the Freedom of Information Act and the General Data Protection Regulation (GDPR) has changed the environment in which the information professional works because they must balance the access rights of the citizen with the right of their organisation to not disclose sensitive information. Additionally, government departments are monitored by the UK National Archives in accordance with the Section 46 Code of Practice – records management. The code provides guidance to public authorities 'in connection with the keeping, management, and destruction of their records' as well as the review and transfer of records to public archives (ICO, Section 46 Code of Practice – records management). Therefore, in order to be transparent and accountable in how they manage their records and adhere to information legislation, Information Compliance/ Governance job roles for information professionals are a crucial part of the equation.

Table 2. Highest frequency of job title per sector in Türkiye

Sector of Job Title	Number of Advertisements
Library/Library related	55
Archiving and Documentation	33
Information and Records Management Specialist/Specialist	12
Lecturer	4
Other	31
Total	**135**

An examination of the Turkish job advertisements reveals that like the United Kingdom, Librarian related vacancies were the most common during 2017-2020. Of 135 job advertisements, 55 were published for those specialising in Librarianship in Türkiye. The job advertisements that appeared in Kariyer.net and the Information and Records Management News Portal included job titles such as Librarian, Circulation Librarian, Senior Library Assistant, Library Supervisor and Library Officer. The library job roles of the United Kingdom and Türkiye are similar, with both countries requiring candidates to hold an undergraduate degree in a related area, and to be adept at using the library software. The second most popular category in Türkiye was Archiving and Documentation, with 33 job advertisements appearing between 2017-2020 and job roles advertised for included Archives Specialist, Archives Officer, Archives Supervisor and Archives and Documentation Staff. What is significant is that Archiving and Documentation was the second most popular category in Türkiye, whereas it was Data Analyst (Data management related roles) in the United Kingdom. However, the job

advertisements that fall within the scope of the study reveal that the vacancies in Türkiye were for archivists or archival staff who would be employed to work with both paper and digital records and didn't have to possess data analytical skills. This begs the question of why in Türkiye data/database related job vacancies are not advertised with graduates of information and records management departments in mind. This may have to do with the fact that curriculums for undergraduate students studying in information and records management departments have only become more technology focused over the last few years or so. Indeed, a study carried out in 2018 argued that because of how the digital transformation has affected the field of information and records management that curriculums should offer less archival courses and should keep abreast of how the private sector responds to technological advances (Yılmaz, 2018, p.57). The fact remains that digital archiving and digital preservation are relatively new areas in Türkiye, this is coupled with the fact that the Turkish State Archives are yet to publish guidance on the transfer of born-digital records to the archives by public bodies, and Türkiye unlike the United Kingdom, does not have a Public Records Act (Archival Act) in force. All these factors contribute to the fact that job advertisements for more digital roles such as digital archivist, digital preservation expert, or data analyst did not appear in Türkiye during 2017-2020.

Table 3. Sample of skills and qualifications required for job roles in the United Kingdom

Skills/Qualifications Required for Job Role
Head of Digital Archiving- Deep interest, understanding and excitement for the challenges of digital archiving. Strong academic background with a degree level qualification or equivalent experience in a computer science and/or archival science related discipline.
Information Librarian (Cataloguing and Metadata)- Applicants should hold a degree or postgraduate qualification in librarianship / information science. Experience of cataloguing / metadata management. Experience of team leading / supervision. Display a versatile, adaptable, and enthusiastic attitude.
Information Governance Officer- You will have excellent communication skills with an ability to explain complex concepts in simple language to a range of stakeholders, be experienced in effectively delivering multiple projects and familiar with managing and proactively resolving governance issues. Degree in life sciences, healthcare, law, ethics or information management, information governance or equivalent experience.
Data, Systems and Quality Officer- You will need experience of analysing and presenting statistical information and reports and the ability to communicate with a variety of stakeholders, disseminating data in a variety of ways.

Table 4. Sample of skills and qualifications required for job roles in Turkey.

Skills/Qualifications Required for Job Role
Librarian- The successful candidate should hold an undergraduate degree in Information and Records Management and should be experienced in cataloguing and classification. You should have experience of using library automation systems.
Information and Records Management Specialist- Applicants should hold a degree qualification in Information and Records Management, should be adept at using Electronic Records Management Systems, and should keep abreast of legislation and technological change in the field. Applicants should have good communicative skills and be a team player.
Archival Specialist- You should be a graduate of Archival Studies or Information and Records Management. You should be familiar with archival standards and know how to implement them. You should preferably know how to use Sierre and/or ContentDM systems, and your English should be at advanced level.
Technical Documentation Supervisor- Candidates who hold a degree in Information and Records Management will be preferred. You should have a good level of English and be adept at using MS Office.

An examination of the qualification/skills required for the job roles in the information and records management/information science field reveal that for the librarianship roles both the United Kingdom and Türkiye job advertisements have very similar requirements:

Professional education- Both countries require librarians to hold at least an undergraduate degree in a related area. Both countries also require candidates for archiving posts to hold a degree in a related area. Regarding the digital archiving roles advertised in the United Kingdom, candidates were expected to have a degree in computer science and/or archival science related discipline. Whereas no Turkish job advertisements required candidates to hold a degree in computer science between 2017-2020. Turkish job advertisements specifically required an undergraduate degree in Information and Records Management. Although this study does not undertake an analysis of employer, it is pertinent to point out that in Türkiye undergraduate students wishing to join the civil service, regardless of specialism, must sit a centralised exam (KPSS-Kamu Personeli Seçme Sınavı). It is the grade achieved in this exam that is the primary consideration for appointment. Therefore, the candidate that achieves the highest grade in the central civil service exam may not necessarily have the best skills set for the job role they are appointed to.

Technological skills- The job advertisements of both countries expect that candidates will have experience of working with various library automation systems. It is not uncommon for some job advertisements to give specific detail about the digital skills required for the job role. For example, some of the Turkish job advertisements require that candidates know how to use the automation system KOHA and have experience of using the LC Classification system. The archiving/records management/documentation job roles in both countries required candidates to have digital skills. However, the United Kingdom job roles required more digital skills than the job roles in Türkiye. As an example, the job role of Document/Record Manager in the

United Kingdom expected that the candidate would maintain and develop the born digital publications archive through importation of extensive quantities of digital examination publications documents according to policies agreed. Some of the Turkish job roles included the digital skills of experience working with Electronic Records Management Systems, knowing how to use the Oracle Database and having experience of web technologies and Application Server (IIS). As pointed out previously, none of the Turkish roles related to digital preservation or digital archiving in the context of e-sensitivity review, e-appraisal e-selection.

Communication skills: Where the job advertisements differ between countries is that some of the United Kingdom posts expect candidates to engage in diverse research support activities, supporting outreach and engagement in research communities. Although this may be part of the job role of Turkish information professionals, some of the United Kingdom advertisements specifically use the terminology of outreach and engagement. Both the United Kingdom and Türkiye job advertisements expected good communication skills from the postholder. Turkish advertisements generally stated that the postholder should have good communicative skills and be a team player. Whereas United Kingdom advertisements were more specific. As can be seen from Table 3, the job role of librarian requires that the candidate 'display a versatile, adaptable, and enthusiastic attitude.'

Foreign Language- None of the United Kingdom advertisements require successful candidates to have a second language, whereas most of the Turkish advertisements expect candidates to possess a good knowledge of the English language.

Management/Governance skills- The job advertisements of both countries expect that candidates will have sound management skills and experience if applying for a management role. However, the United Kingdom job roles differ in that posts are advertised specifically for governance skills. An example of such a role is that of Information Governance Officer (Table 3). Another governance role has the following requirement: 'You will have extensive knowledge and practical experience of the following legislation: Data Protection Act, EU General Data Protection Regulation, Freedom of Information Act, Privacy and Electronic Communications Regulations, Environmental Information Regulations, Regulation of Investigatory Powers Act.' The United Kingdom job roles illustrate how the role of the information professional has changed within the context of having to work with, and if necessary, be an expert in information rights legislation, risk management and information strategy. Whereas, the post of information/compliance governance officer has yet to be advertised for in Türkiye.

Conclusion

The information professional in the digital age doesn't just classify, store, or arrange resources and records. The information professional should be actively involved in governance, compliance and should possess the digital skills specific to their job role. A librarian should at the very least be adept at using e-resources and library software. An archivist working with digital information should be well-versed in digital preservation, digital continuity, and digital archival processes. The information professional vocation has undergone a significant transformation in the digital transformation process, both in terms of its management approach

and technological competencies. This study examined job advertisements from both Türkiye and the United Kingdom in the information and records management/information science field. Although this study is of a preliminary nature, and its remit is 2017-2020, a few generalised observations can be made from the findings:

The most job advertisements in both countries during this period were in the field of librarianship.
Both Türkiye and the United Kingdom value information professionals that have at least an undergraduate degree in Information and Records Management/Information Science.
The United Kingdom job advertisements reveal that the information professional role has diversified more than it has in Türkiye. The role of Digital Archivist is yet to gain recognition in Türkiye and no digital preservation posts were published in Türkiye during the 3-year period that job advertisements were collated.
Most of the job advertisements published in Türkiye require English as a second language.
The United Kingdom job roles require more digital skills than the job roles advertised in Türkiye. Job roles that would once be considered to be interdisciplinary such as Data Systems Manager, Data Manager and Compliance Officer are now the preserve of the information professional.
Both Türkiye and the United Kingdom require candidates to possess good communication skills, however the wording in the United Kingdom advertisements tend to be more specific.
Information governance/compliance roles in Türkiye are yet to be recognised within their own right but are commonplace in the United Kingdom.

REFERENCES

Abels, E. et.al., (2003) 21. yüzyılda bilgi profesyonellerinin yeterlilikleri. Translated by Figen Şahin. Türk Kütüphaneciliği,19 1(2005),114-127.

Ahmad, S., Ameen, K., & Ullah, M. (2017). Modes of soft skills learning: a case of university information professionals in Pakistan. Library Review, 66(8/9), 711-725.

Aksoy, S., (2017). Değişen teknolojiler ve Endüstri 4.0: Endüstri 4.0'ı anlamaya dair bir giriş. Sosyal Araştırma Vakfı Katkı, (4), 34-44.

Alkan, C. (2000). Meslek ve öğretmenlik mesleği. Veysel Sönmez (Ed.). Öğretmenlik mesleğine giriş içinde (ss.243-294). Ankara: Anı Yayınları.

Arieli, S., Sagiv, L. & Roccas,S. (2020). Values at work: the impact of personal values in organisations. Applied Psychology: An International Review. 69 (2), 230–275.

Atılgan, D. (2009). Bilgi yönetimi kavramı ve gelişimi. Türk Kütüphaneciliği, 23(1), 201-212.

Aydın, İ. (2014). Yönetsel, Mesleki ve Örgütsel Etik. Ankara: Pegem Akademi.

Bir, B. & Erdilek Karabay, M. (2014). Investigating the Influence ofAttitudes and Behaviours of Knowledge Professionals on the Effectiveness of Knowledge Management System: A Study on Turkish Corporations. Türk Kütüphaneciliği , 28 (4) , 474-495 . Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/tk/issue/48744/620174

Birkök, M.C. (2010). Sosyal rol ve işbölümü. http://www.rehberim.net/forum/felsefe sosyoloji psikoloji-374/63552-sosyal-rol-ve-bolumu.html (Accessed: 01.02.2017)

Borbély M (2022) Public Library Digital Competency Mapping 2019: A Survey on Digital Skills of Library Professionals with Different Qualifications. Front. Educ. 7:909502. doi: 10.3389/feduc.2022.909502

Çakın, İ. (1989). Kütüphanecilik: Bilim dalı olarak tanımı ve özellikleri. Türk Kütüphaneciliği, 3 (2), 59- 64.

Çakın, Ġrfan. (2000). Bilgi profesyonellerinin eğitiminde yeniden yapılanma: Hacettepe Üniversitesi örneği. Türk Kütüphaneciliği 14(1): 3-17.

Çakın, İ. (2016). Halk kütüphaneleri çalışanlarına kütüphanecilik felsefesi. http://uzem.kutuphaneturkiye.org.tr/mod/url/view.php?id=876 (Accessed: 15.04.2020)

Çapar, Bengü. "Bilgi Yönetimi: Nasıl Bir İnsan Gücü?" Tahir-Figen Büyükakın (yay. hazl.) II. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı içinde (s.421-432), İstanbul: Beta, 2003

Çelikten, M., Şanal, M. & Yeni, Y. (2005). Öğretmenlik mesleği ve özellikleri. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 19 (2), 207-237.7

Çolaklar, H. (2004). Profesyonellik ve kütüphanecilik mesleği. Türk Kütüphaneciler Derneği İstanbul Şubesi, 9-18.

Deschacht, N. (2021). The Digital Revolution and the Labour Economics of Automation: A Review. Robonomics: The Journal of the Automated Economy. 1(8): 1-14.

Gündüz, M. (2005). Meslek ve ahlâk: öğretmenlik mesleğinin ahlâkı olabilir mi? Eurasian Journal of Educational Research, 21, 138-145.

Güneş G. (2007)." Tek problemim imaj mı?" Türkiye gerçeğinde imaj meselesi. Türk Kütüphaneciliği, 21(2): 230-236.

Federer, L. (2018). Defining data librarianship: a survey of competencies, skills, and training. Journal of the Medical Library Association: JMLA, 106(3), 294-303.

Hirsch-Kreinsen, H. (2016). Digitization of Industrial Work: Development Paths and Prospects. Journal for Labour Market Research. 49(1): 1-14.

İlhan, S. (2004). Bazı temel işlevleri ve artan önemi açısından meslek. Doğu Anadolu bölgesi araştırmaları içinde, 132-137.

İnceoğlu, Seher, Dijital Çağda Arşivci: Sahip Olması Gereken Temel Yetkinlikler ve Roller, Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2014.

Kartal, A.F. (2007). Bir disiplin olarak kütüphanecilik. Türk Kütüphaneciliği,4, 494-501.

Külcü, Özgür. (2007). Belge Yönetim Programlarının Geliştirilmesi: Hacettepe Üniversitesine Yönelik Gerçekleştirilen Yasal Analiz Uygulaması. Edebiyat Fakültesi Dergisi 24 (1): 153-178.

"Halk kütüphanelerinin iş yaşamı ve ekonomiye destekleri" Bilgi Toplumuna Doğru Halk Kütüphaneleri: Pulman-XT Türkiye Ulusal Toplantısı / Ed., Bülent Yılmaz. Ankara: Ankos, TKD, 2003, s.46-50

Kiriatzakou, K. (2018). Teachers' educational needs and their motives for participation in lifelong learning in Greece. Open Journal for Educational Research, 2(2), 103- 116.

Korkmaz, İ. & Serin, M.K. (2018). Bir meslek olarak öğretmenlik. Mustafa Ergün, Nermin Karabacak, İsa Korkmaz ve Mehmet Küçük (Ed.). Öğretmenliğin mesleki değerleri içinde (ss. 116-130). Ankara: Anı Yayıncılık.

Kurulgan M (2013). Bilgi Teknolojilerinin Kütüphane/ Bilgi-Belge Merkezlerine Etkisi: Toplumsal, Yapısal, Yönetsel ve İşlevsel Açılardan Bir İnceleme. Türk Kütüphaneciliği, 27(3), 472 - 495.

Kutsyuruba, B. (2023). Document Analysis. In: Okoko, J.M., Tunison, S., Walker, K.D. (eds) Varieties of Qualitative Research Methods. Springer Texts in Education. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04394-9_23

Occupational Outlook Handbook. 2010-11 ed. Librarians. http://www.bls.gov/oco/ocos068.htm (Accessed: 22.05.2022)

Occupational Outlook Handbook. 2010-11 ed. Archivists, Curators, and Museum Technicians. http://www.bls.gov/oco/ocos065.htm (Accessed: 02.03.2019)

Özdemir, L. (2019), "The inevitability of digital transfer: How prepared are UK public bodies for the transfer of born-digital records to the archives?", Records Management Journal, Vol. 29 No. 1/2, pp. 224-239. https://doi.org/10.1108/RMJ-09-2018-0040 (Accessed: 30.08.2023)

Prifti, L., Knigge, M., Kienegger, H. ve Krcmar, H. (2017). A Competency Model for "Industrie 4.0" Employees. Proceedings der 13. Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik (WI 2017). 13: 46-60.

Tonta, Y. (2000). Türkiye'de kütüphanecilik eğitiminin yeniden yapılanması. Aysel Yontar (Ed.), Türkiye'de kütüphane ve enformasyon biliminin kurumsal gelişimi (ss. 74-89) içinde. İstanbul: TKD İstanbul Şubesi.

Türk Dil Kurumu. (2005). Türkçe Sözlük (10. bsk.). Ankara: Türk Dil Kurumu.

Yılmaz, B. (2018), "Türkiye'de Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümleri Ders Programlarının Arşivcilik ve Belge Yönetimi Eğitimi Açısından Değerlendirilmesi." Bilgi Yönetimi Dergisi 1 (1), pp.44-62.

KONAKLAMA ENDÜSTRİSİNDE DUYGUSAL EMEĞİN ÖNCÜLLERİ VE SONUÇLARI: SİSTEMATİK BİR LİTERATÜR TARAMASI

ANTECEDENTS AND CONSEQUENCES OF EMOTIONAL LABOR IN THE HOSPITALITY INDUSTRY: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Dr. Öğr. Üyesi Aslı ERSOY
Alanya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
Turizm İşletmeciliği Bölümü,
, ORCID: 0000-0003-4458-4135

ÖZET

Duygusal emek, uzun bir süredir gündemde olan ve birçok organizasyonun başarısını etkileyen önemli kavramlardan biridir. Özellikle konaklama endüstrisi bağlamında duygusal emek, müşteri memnuniyetinin temel bir belirleyicisi durumundadır. Konaklama işletmeleri bağlamında duygusal emeğin önemi göz önüne alındığında, konaklama çalışanlarının duygusal emek davranışlarını etkileyen öncüllerin ve bununla ilişkili sonuçların incelenmesi oldukça önemlidir. Bu anlamda, bu çalışmanın amacı, konaklama endüstrisi bağlamında duygusal emeğin öncüllerini ve sonuçlarını belirlemektir. 2019-2023 yılları arasında Web of Science veri tabanından alınan ve SSCI indeksli dergilerde yayınlanan makalelere yönelik sistematik bir literatür taraması yapılmıştır. Dâhil etme ve hariç tutma kriterlerinin uygulandığı titiz bir seçim sonrası 26 makale içerik analizi kullanılarak sistematik olarak analiz edilmiştir. Buna göre, çalışma kapsamında duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları bireysel ve örgütsel olmak üzere iki ana kategoride sınıflandırılmıştır. İlgili literatürde duygusal emeğin en sık araştırılan öncülü duygusal zekâ olurken, en sık araştırılan sonuçlar ise hizmet kalitesi ve iş tatmini olarak belirlenmiştir. Çalışmanın sonunda, konaklama işletmesi yöneticilerine önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Emek, duygusal emek, sistematik literatür taraması, konaklama endüstrisi

ABSTRACT

Emotional labor is one of the important concepts that has been on the agenda for a long time and affects the success of many organizations. Emotional labor is a key determinant of customer satisfaction, especially in the hospitality context. Considering the significance of emotional labor in the hospitality context, it is crucial to examine the antecedents and consequences that affect the emotional labor behaviors of hospitality employees. The aim of this study is to outline the antecedents and consequences of emotional labor in the context of the hospitality industry. A systematic literature review was conducted for the articles taken from the Web of Science database and published in SSCI indexed journals between 2019-2023. After a rigorous selection of inclusion and exclusion criteria, 26 articles were systematically analyzed using content analysis. Accordingly, within the scope of the study, the antecedents and consequences of emotional labor are classified into two main categories as individual and organizational. In the related literature, the most frequently researched antecedent of emotional labor was emotional

intelligence, while the most frequently researched outcomes were service quality and job satisfaction. Further suggestions were made to the hospitality managers.

Keywords: Labor, emotional labor, systematic literature review, hospitality industry

1. GİRİŞ

Duygusal emek kavramı, organizasyonlardaki önemli rolü sebebiyle günümüzde çeşitli çalışma alanlarında geniş bir şekilde incelenmektedir (Kwon vd., 2019). Konaklama endüstrisi kapsamında ise hizmet kalitesini önemli ölçüde çalışanların müşterilerle olan etkileşimlerinin belirlemesi, duygusal emek kavramının kritik bir konu haline gelmesine neden olmuştur (Lee vd., 2016). Aynı zamanda, hizmet çalışanlarının duygusal emeği müşteri memnuniyetini ve örgütsel performansı artırmada oldukça önemli bir rol oynamaktadır (Wang ve Xie, 2020). Nitekim arzu edilen duyguların sergilenmesi, hizmet etkileşimlerinin ayrılmaz bir parçasıdır (Lam vd., 2022). Bu tür hizmet beklentileri, çalışanların yalnızca zorlayıcı sorumluluklarla başa çıkmalarını değil, aynı zamanda müşterilerle etkileşimleri sırasında organizasyonları tarafından kendilerinden beklenen duyguları göstermelerini de gerektirmektedir (Shani vd., 2014). Bu anlamda, konaklama çalışanları, hizmet sunumu sırasında organizasyonlarının kendilerinden beklediği duygusal gösterim gereksinimlerini karşılamak için yüzeysel rol yapma ya da derinlemesine rol yapma gibi duygusal emek stratejilerini kullanabilmektedir (Lam vd., 2022).

Müşterilerin hizmet sektörünün önemli bir bileşeni olduğu düşünüldüğünde (Chu vd., 2012), duygusal emeğin müşteri memnuniyeti ve sadakatini belirlemede kritik öneme sahip olduğu söylenebilir (Kwon vd., 2019). Bu anlamda, duygusal emeği etkileyen öncüller ve sonuçların belirlenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. İlgili literatürde konaklama ve turizm endüstrisi kapsamında çalışanların duygusal emeğinin öncüllerini ve sonuçlarını inceleyen sınırlı sayıda çalışmaya ulaşılmıştır (Lee ve Madera, 2019; Xu vd., 2020). Lee ve Madera (2019) tarafından duygusal emeğin öncüllerini ve sonuçlarını belirlemek için sistematik literatür taraması yoluyla yürütülen çalışmada, duygusal zeka ve kişilik en sık araştırılan öncüller, tükenmişlik ve iş tatmini ise duygusal emeğin en çok araştırılan sonuçları arasında yer almıştır. Diğer taraftan, Xu vd. (2020), meta-analiz yöntemi kullanarak yürüttüğü çalışmasında duygusal emeğin, kişilik, duygusal zekâ, müşteri odaklılık ve sosyal destek gibi öncüllerle olduğu kadar tutumsal, davranışsal ve müşteriyle ilgili sonuçlarla da ilişkili olduğunu belirlemiştir. Dolayısıyla, duygusal emek konusunda hızla gelişen literatürün kapsamlı bir şekilde anlaşılması için güncel bir çalışmaya ihtiyaç vardır. Mevcut çalışma, konaklama işletmeleri kapsamında duygusal emeğin öncülleri ve sonuçlarını belirlemek amacıyla 2019-2023 yıl aralığında Web of Science veri tabanındaki makaleleri sistematik literatür taraması yoluyla analiz etmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

- *Duygusal emek konulu makalelerin yayınlandığı dergilere göre dağılımı nedir?*
- *Duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları nelerdir?*

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek Kavramı

Duygusal emek kavramı ilk olarak Hochschild (1983) tarafından ortaya atılmış ve "ücret karşılığında satılan ve bu nedenle değişim değeri olan, herkesin gözlemleyebileceği bir yüz ve vücut görüntüsü yaratmak için duyguların yönetimi" şeklinde tanımlanmıştır (s.7). Bir diğer tanıma göre duygusal emek, organizasyonların duygusal gösterim gereksinimlerini karşılamak için organizasyonlar tarafından arzu edilen duyguların iş yerinde düzenlenmesi ve ifade edilmesidir (Grandey, 2000). Hochschild (1983) duygusal emek kavramını yüzeysel rol yapma ve derinlemesine rol yapma olmak üzere iki şekilde kavramsallaştırmaktadır. Buna göre yüzeysel rol yapma, çalışanların olumsuz duygularını bastırma ve kendilerinden beklenen olumlu duyguları sergileme yoluyla hissettikleri ve sergiledikleri arasında duygusal uyumsuzluğa neden olan davranışlardır. Diğer taraftan derinlemesine rol yapma, çalışanların gerçek olumlu duygularını uyandırmak için duygularını değiştirmek yoluyla derin bir rol oynamalarını ifade etmektedir. Başka bir ifade ile yüzeysel rol yapma, aslında hissedilmeyen duyguların gösterilmeye çalışılmasını içerir ve yüz ifadesi, ses tonu ve jestler gibi sözlü ve sözlü olmayan davranışların sunulmasıyla gerçekleştirilir. Derinlemesine rol yapma ise bireyin sergilemek istediği duyguları deneyimlemeyi ve hissetmeyi içermektedir (Rathi vd., 2013).

Duygusal emek, konaklama endüstrisinde de ön plana çıkan konulardan biridir (Shapoval, 2019). Nitekim, konaklama endüstrisi ön safhadaki çalışanlar ve müşteriler arasında yüz yüze etkileşim içerdiği için çalışanlar hizmet kalitesinin sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Rathi vd., 2013). Bu anlamda, konaklama işletmeleri duygusal emek kapsamında çalışanların müşterilerle etkileşimlerinde nezaket, güler yüz ve samimiyet gibi olumlu tavır sergilemesini gerektirmektedir (Lee vd., 2016). Konaklama çalışanları bu beklentileri karşılamak için çaba sarf etmektedir çünkü neredeyse her zaman sahadadırlar ve bu beklentileri yüz ifadeleri, vücut dili veya ses tonuyla gösterirler (Chu vd., 2012). Konaklama çalışanları, gerçek duyguları ne olursa olsun müşterilerin olumsuz tutum ve davranışları karşısında olumlu tavrını korumak adına yüzeysel rol yapmaya başvurabilmektedir (Lee vd., 2016). Yapılan araştırmalar (Rathi vd., 2013; Bhave ve Glomb, 2016; Yao vd., 2019), yüzeysel rol yapmanın yoğun bir şekilde kullanılmasının hem çalışanlar hem de organizasyonlara zarar verdiğini ve düşük iş tatmini, iyilik halinde azalma ve düşük duygusal bağlılık gibi olumsuz örgütsel sonuçlara neden olduğunu ortaya koymuştur. Derinlemesine rol yapmanın ise artan çalışan yaratıcılığı, artan duygusal bağlılık ve iş tatmini gibi olumlu örgütsel sonuçlar sağladığı belirlenmiştir (Rathi vd., 2013; Geng vd., 2014; Wen vd, 2019).

3. YÖNTEM

Sistematik literatür taraması kullanılarak yürütülen mevcut çalışmada, Tranfield vd. (2003) tarafından önerilen planlama, uygulama ve raporlama adımları uygulanmıştır. İlk olarak, bu çalışmada veri kaynağı olarak Web of Science seçilmiştir çünkü WoS bilinen en eski ve atıf verileri 1900'lere kadar uzanan verilerle güçlü bir kapsama sahip olan veri tabanıdır (Boyle ve Sherman, 2006). Daha sonra literatür taraması yapılarak anahtar kelimeler belirlenmiş ve belirlenen ("emotional labour", "emotional labor", "surface acting", "deep acting", "hotel",

"hospitality", "restaurant", "cruise", "casino") anahtar kelimelerle 09.08.2023 tarihinde tarama yapılmıştır. İlk arama sonucu 369 çalışmaya ulaşılmıştır.

İkinci adımda veri toplama sürecine yönelik dâhil etme ve hariç tutma kriterleri uygulanmıştır. Buna göre, (a) yalnızca SSCI indeksli dergilerde yayınlanan makaleler, (b) konaklama endüstrisi bağlamında yürütülen çalışmalar, (c) duygusal emeğin öncülleri ve sonuçlarına yönelik güncel bulgulara ulaşmak için 2019-2023 yılları arasındaki makaleler ve (d) yalnızca İngilizce dilindeki makaleler dikkate alınmıştır. Hariç tutma kriterleri kapsamında ise, (a) ampirik araştırmaya dayanmayan çalışmalar, (b) kitap, kitap bölümü, konferans bildirileri gibi makale dışındaki yayınlar, (c) örneklem olarak çalışanları dahil etmeyen çalışmalar ve (d) tam metnine ulaşılamayan makaleler hariç tutulmuştur. Dâhil etme ve hariç tutma kriterleri dikkate alınarak yapılan tarama sonrası 102 dokümana ulaşılmıştır. Daha sonra, her makalenin başlığı ve özeti incelenmiş ve konuyla ilgili olmayan 64 makale elenmiştir. Sonraki adımda ise tam metinler incelenmiş ve 3 makalenin tam metnine ulaşılamadığı için ve 9 makale ise kapsam dışı olduğu için nihai örneklem 26 makale ile sonuçlanmıştır.

Üçüncü adımda ise, makaleler içerik analizi yoluyla analiz edilmiştir. İlk olarak makaleler, yayınlanan dergi kapsamında değerlendirilmiş ve daha sonra ise duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları bağlamında ortak özelliklerine göre kategorize edilerek gruplandırılmıştır.

4. BULGULAR

Bu bölüm, seçilen 26 makaleden elde edilen verileri sentezleyerek analiz sonuçlarını sunmaktadır. İlk olarak, makalelerin yayınlandığı dergilere yönelik bilgilere yer verilmiş daha sonra ise çalışan emeğinin öncülleri ve sonuçlarına ilişkin bulgular sunulmuştur.

4.1. Yayın Kaynağı

Çalışma kapsamında analiz edilen 26 makale 6 farklı akademik dergide yayınlanmıştır. Bu kapsamda, International Journal of Hospitality Management dergisi en fazla makaleye sahiptir (n=11). Bunu sırasıyla, International Journal of Contemporary Hospitality Management (n=7), Tourism Management (n=3) ve Journal of Hospitality and Tourism Management (n=3) izlemektedir. Makalelerin yayınlandığı dergilere göre dağılımları Çizelge 1'de sunulmuştur.

Çizelge 1. Makalelerin dergilere göre dağılımı

Dergi	Makale sayısı
International Journal of Hospitality Management	11
International Journal of Contemporary Hospitality Management	7
Journal of Hospitality and Tourism Management	3
Tourism Management	3
Cornell Hospitality Quarterly	1
Journal of Hospitality Marketing & Management	1
Toplam	26

4.2. Duygusal Emeğin Öncülleri ve Sonuçlarının Sınıflandırılması

Çalışma kapsamında makalelerin içerik analizi ile çözümlenmesinden sonra duygusal emeğin öncülleri ve sonuçları bireysel ve örgütsel olmak üzere iki kategoride sınıflandırılmıştır. Duygusal emek ile ilişkilendirilen bireysel ve örgütsel olmak üzere toplam 8 öncüle, duygusal emeğin bireysel ve örgütsel sonuçları bağlamında ise toplam 13 sonuca ulaşılmıştır.

4.2.1. Duygusal Emeğinin Öncülleri

Duygusal emeğin bireysel öncülleri bağlamında en sık araştırılan öncül duygusal zekâ olarak belirlenmiştir. Yalnızca bireysel öncüller kategorisinde yer alan çalışanların wellness programlarına ilişkin algısı ile duygusal emek arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Bunun yanında örgütsel adaletsizlik, otantik liderlik, istismarcı yönetim ve işyeri ortamı gibi örgütsel faktörler de duygusal emek ile ilişkilendirilen öncüller arasındadır. Duygusal emeğin bireysel ve örgütsel öncülleri ve buna ilişkin bulgular Çizelge 2'de sunulmuştur.

Çizelge 2. Duygusal Emeğinin Öncülleri

Öncüller	**Bulgular**
Bireysel Duygusal zekâ	Duygusal zekâ alt boyutlarından duygu kullanımı, yüzeysel rol yapma üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir, öz duygu değerlendirmesi ise derinlemesine rol yapma üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Jung ve Yoon, 2014). Otel çalışanlarının duygusal zekâsı ile yüzeysel rol yapma arasında negatif bir ilişki, derinlemesine rol yapma ile pozitif bir ilişki vardır (Wen vd., 2019).
Kendini doğrulama çabası	Kendini doğrulama çabası, duygusal emeğin alt boyutlarından doğal davranış ve derinlemesine rol yapma ile pozitif korelasyona sahiptir (Kim vd., 2019).
Uyku	Duygusal emek ile uyku saatleri arasında negatif bir ilişki vardır. Yaşam doyumu bu ilişkide düzenleyici etkiye sahiptir (McGinley ve Wei, 2020).
Çalışanların wellness programlarına ilişkin algısı	Çalışanların wellness programlarına ilişkin algılarının duygusal emek üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur (Varga vd., 2021).
Örgütsel Örgütsel adaletsizlik	Örgütsel adaletsizlik alt boyutlarından dağıtımsal adaletsizlik yüzeysel rol yapma ile pozitif, derinlemesine rol yapma ile negatif ilişkilidir (Shapoval, 2019).
Otantik liderlik	Otantik liderlik hizmet çalışanlarının yüzeysel rol yapma davranışı üzerinde olumsuz bir etkiye sahipken, derinlemesine rol yapma davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. İş güvencesizliği bu ilişkiye aracılık ederken, derinlemesine rol

	yapma üzerinde aracı bir etkiye sahip değildir (Wang ve Xie, 2020).
İstismarcı yönetim	İstismarcı yönetim anlayışının çalışanların yüzeysel rol yapma davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu fakat derinlemesine rol yapma davranışı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir (Yu vd., 2023).
İşyeri ortamı	İşyerindeki eğlenceli ortam, çalışanların iş-aile çatışmalarını azaltır ve derinlemesine rol yapmayı güçlendirir (Xu vd., 2020).

4.2.2. Duygusal Emeğinin Sonuçları

Duygusal emeğin sonuçları kapsamında ilgili literatürde çalışan yaratıcılığı, hizmet telafi performansı, duygusal tükenme, çalışan refahı, zihin sağlığı, hizmet performansı, mesleki hareketlilik, hizmet sabotajı ve işyeri sapkınlığı duygusal emeğin bireysel sonuçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Duygusal emeğin ilgili bireysel sonuçları genellikle derinlemesine rol yapma ve yüzeysel rol yapma ile ölçülmüştür. Diğer yandan, duygusal emeğin en çok araştırılan örgütsel sonuçları ise hizmet kalitesi ve iş tatmini olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte iş tatmini ile ilgili vurgulanan sonuçlar uyumsuz sonuçlar göstermiştir. Çalışma kapsamındaki iki makale (Shapoval, 2019; Wen vd., 2019), yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında negatif bir ilişki bulurken, bir makale ise (Kwon vd., 2019) yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında pozitif ilişki belirlemiştir. İlgili çalışmalarda değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesinde genellikle duygusal emeğin alt boyutları olan derinlemesine rol yapma ve yüzeysel rol yapma kullanılmıştır. Duygusal emeğin bireysel ve örgütsel sonuçları ve buna ilişkin bulgular Çizelge 3'te sunulmuştur.

Çizelge 3. Duygusal Emeğin Sonuçları

Sonuçlar	**Bulgular**
Bireysel Çalışan yaratıcılığı	Yüzeysel rol yapma, ön safha servis çalışanlarının yaratıcılığı ile olumsuz bir ilişkiye sahipken, derinlemesine rol yapma ile pozitif ilişkilidir (Geng vd., 2014).
Hizmet telafi performansı	Derinlemesine rol yapma, hizmet telafi performansı ile olumlu ilişkiliyken, yüzeysel rol yapma ile anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir (Luo vd., 2019).
Duygusal tükenme	Ön safha hizmet çalışanlarının derinlemesine rol yapma duygusal tükenme ile negatif ilişkiliyken, yüzeysel rol yapma ile pozitif yönde ilişkilidir (Chen vd., 2019).
Çalışan refahı	Duygusal emek, çalışanların refahını etkilemektedir ve kültürlerarası bir ortamda kültürel etkileşimlerin nüfuz etmesi bu ilişkiyi tetiklemektedir (He ve Hao, 2022).
Zihin sağlığı	Yüzeysel rol yapma çalışanların kaygı ve depresyonunu artırırken, derinlemesine rol yapma kısa vadede çalışanların

	kaygı ve depresyonunu azalttığı fakat uzun vadede artırdığı belirlenmiştir (Xiong vd., 2023).
Hizmet performansı	Derinlemesine rol yapma ile hizmet performansı arasında anlamlı bir ilişki vardır (Vashdi vd., 2022).
Mesleki hareketlilik	Hizmet çalışanlarının endüstri çapında beklentilerine ilişkin algıları duygusal emek ve mesleki hareketlilik arasındaki ilişkiyi düzenlemektedir. Buna göre endüstri çapında algılanan duygusal emek yüksek olduğunda mesleki olarak hareketli olma olasılıklarının düşük olduğu belirlenmiştir (McGinley vd., 2019).
Hizmet sabotajı	Duygusal uyumsuzluk ile hizmet sabotajı pozitif olarak ilişkilidir (Lee ve Ok, 2014).
İşyeri sapkınlığı	Derin rol yapma davranışı ile işyeri sapkınlığının negatif ilişkili olduğu ve duygusal tükenmenin bu ilişkide aracı etkiye sahip olduğu belirlenmiştir (Yu vd., 2020).
Örgütsel İş tatmini	Otel çalışanlarının yüzeysel rol yapma iş tatmini ile negatif, derinlemesine rol yapma ile ise pozitif ilişkilidir (Wen vd., 2019). Yüzeysel rol yapma ile iş tatmini arasında negatif korelasyona sahipken, derinlemesine rol yapma ile ise pozitif bir korelasyona sahiptir (Shapoval, 2019). Yüzeysel rol yapma ve iş tatmini arasında pozitif ilişki vardır. Algılanan bireyselleştirilmiş düşünce bu ilişkiye aracılık etmektedir (Kwon vd., 2019). Otel çalışanlarının duygusal uyumsuzluğu iş tatminini olumsuz etkilerken, çalışanların doğal duyguları ile iş tatmini arasında olumlu bir ilişki vardır (Lam vd., 2022).
Örgütsel vatandaşlık davranışı	Yüzeysel rol yapma örgütsel vatandaşlık davranışını olumsuz etkilerken, derinlemesine rol yapma örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Shagirbasha ve Sivakumaran, 2021).
İşten ayrılma niyeti	Çalışanların iş arkadaşlarına yönelik duygusal emeği ile işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiye takım üyesi değişimi aracılık etmektedir (Kang ve Jang, 2022).
Hizmet kalitesi	Derinlemesine rol yapma, iş bağlılığının aracılık etkisi yoluyla yüksek düzeyde hizmet kalitesi sağlamaktadır. Yüzeysel rol yapma ise tükenmişliğin aracılık etkisi yoluyla düşük hizmet kalitesine neden olmaktadır (Wang, 2020). Restoran çalışanlarının derinlemesine rol yapma davranışı yüksek düzeyde hizmet kalitesine neden olurken, yüzeysel rol yapma daha düşük hizmet kalitesine yol açmaktadır. İş yorgunluğu bu ilişkiye aracılık etmektedir (Wu vd., 2023a).

	Covid-19 sürecinde otel çalışanlarının derinlemesine rol yapma davranışlarıyla hizmet kalitesi arasında olumlu ilişki belirlenirken, yüzeysel rol yapma ile hizmet kalitesi arasında negatif korelasyon tespit edilmiştir (Wu vd., 2023b). Derinlemesine rol yapma ile hizmet kalitesi arasında pozitif bir korelasyon varken, yüzeysel rol yapma ile hizmet kalitesi olumsuz ilişki içindedir (Wang, 2019).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, 2019-2023 yılları arasında SSCI indeksli dergilerde yayınlanan duygusal emek konulu makalelerin konaklama endüstrisi bağlamında öncülleri ve sonuçlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, ilgili çalışmalar sistematik literatür taraması yoluyla sentezlenerek analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, analiz edilen 26 çalışma 6 farklı akademik dergide yayınlanmış olup en fazla makaleye sahip olan dergi International Journal of Hospitality Management olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan, duygusal emeğin 8 öncülüne ve 13 sonucuna ulaşılmıştır. Duygusal emeğin öncülleri bağlamında en çok araştırılan bireysel öncül duygusal zekâ olarak belirlenmiştir. Konaklama işletmeleri çalışanları işe alırken ve seçerken duygusal zekayı bir kriter olarak belirleyebilir. Nitekim hizmet sektörü yüksek düzeyde duygusal zorluklar içerdiği için düşük hizmet kalitesini ve hizmet aksaklıklarını önlemek için bu durum dikkate alınmalıdır (Lee ve Ok, 2012). Duygusal emeği etkileyen örgütsel öncüller kapsamında ise örgütsel adaletsizlik, istismarcı yönetim ve işyeri ortamı gibi faktörler karşımıza çıkmaktadır. Konaklama yöneticilerinin çalışanların duygusal emek davranışlarının olumlu örgütsel sonuçlar sağlayabilmesi için buna elverişli bir örgüt ortamı ve iklimi oluşturmaları gerektiği söylenebilir. Bununla da bağlantılı olarak duygusal emeğin en sık araştırılan örgütsel sonuçları hizmet kalitesi ve iş tatmini olarak tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışanların duygusal emek davranışları sergileyebilmeleri, çalışanların duygusal yetkinliklerini artırabilmeleri ve bu anlamda onları doğru bir şekilde yönlendirebilmeleri için konaklama yöneticilerinin hizmet içi eğitim programları düzenlemeleri önerilebilir.

Bu sistematik literatür taramasının birtakım kısıtları da bulunmaktadır. İlk olarak, bu çalışma için veri setine dâhil edilen çalışmalar 2019-2023 yıl aralığını kapsamaktadır. Ayrıca, ilgili çalışmalar en kapsamlı veri tabanlarından biri olan Web of Science'a dayanıyordu. Buna rağmen, konaklama endüstrisi bağlamında çalışanların duygusal emeğinin öncülleri ve sonuçlarına ilişkin bu veri tabanına dâhil olmayan bazı çalışmaların gözden kaçmış olması mümkündür. Gelecekte bu konuda yapılacak olan çalışmalar, Scopus ve Google Scholar gibi diğer veri tabanlarını da dâhil ederek veri setini zenginleştirebilir ve böylece daha kapsamlı sonuçlara ulaşabilirler.

KAYNAKÇA

Bhave, D. P., & Glomb, T. M. (2016). The role of occupational emotional labor requirements on the surface acting– job satisfaction relationship. *Journal of Management*, 42, 722-741.

Boyle, F., & Sherman, D. (2006). Scopus: The product and its development. *The Serials Librarian*, 49(3), 147-153.

Chen, K.Y., Chang, C.W., & Wang, C.H. (2019). Frontline employees' passion and emotional exhaustion: The mediating role of emotional labor strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 76, 163-172.

Chu, K. H., Baker, M. A., & Murrmann, S. K. (2012). When we are onstage, we smile: The effects of emotional labor on employee work outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 906-915.

Geng, Z., Liu, C., Liu, X., & Feng, J. (2014). The effects of emotional labor on frontline employee creativity. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26(7), 1046-1064.

Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of Occupational Health Psychology, 5*(1), 95–110.

He, Z., & Hao, X. (2022). Emotional labor and employee well-being in cross-cultural contexts: A disney frontline staff's autoethnography. *Tourism Management*, 91, 104518.

Hochschild, A.R. (1983). *The managed heart: The commercialization of human feeling*. Berkeley, California: University of California Press.

Jung, H.S., & Yoon, H.H. (2014). Moderating role of hotel employees' gender and job position on the relationship between emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 47-52.

Kang, J., & Jang, J. (2022). Frontline employees' emotional labor toward their co-workers: The mediating role of team member exchange. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103130.

Kim, T.Y., Gilbreath, B., David, E.M., & Kim, S.M. (2019). Self-verification striving and employee outcomes: The mediating effects of emotional labour of South Korean employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2845-2861.

Kwon, E., Jang, H., & Lee, C.K. (2019). Upscale hotel employees' surface acting: The roles of perceived individualized consideration and emotional intelligence. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 19-27.

Lam, R., Cheung, C., & Lugosi, P. (2022). The impacts of cultural intelligence and emotional labor on the job satisfaction of luxury hotel employees. *International Journal of Hospitality Management*, 100, 103084

Lee, J. H. J., & Ok, C. (2012). Reducing burnout and enhancing job satisfaction: Critical role of hotel employees' emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 1101-1112.

Lee, J.J., & Ok, C.M (2014). Understanding hotel employees' service sabotage: Emotional labor perspective based on conservation of resources theory. *International Journal of Hospitality Management,* 36, 176-187.

Lee, J.J. H..Ok, C.M., & Hwang, J. (2016). An emotional labour perspective on the relationship between customer orientation and job satisfaction. *The International Journal of Hospitality Management,* 54, 139-150

Lee, L., & Madera, J.M. (2019). A systematic literature review of emotional labor research from the hospitality and tourism literature. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* 31(7), 2808-2826.

Luo, A., Guchait, P., Lee, L., & Madera, J.M. (2019). Transformational leadership and service recovery performance: The mediating effect of emotional labor and the influence of culture. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 31-39.

McGinley, S.P., & Wei, W. (2020). Emotional labor and sleep: The moderating effect of life satisfaction. *Journal of Hospitality and Tourism Management,* 43, 278-282.

McGinley, S.P., Wei, W., & Gao, L. (2019). The effect of anticipated emotional labor on hotel employees' professional mobility. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(4), 491-512.

Rathi N., Bhatnagar, D., & Mishra, S.K. (2013). Effect of emotional labor on emotional exhaustion and work attitudes among hospitality employees in India. *Journal of Human Resources in Hospitality & Tourism*, 12(3), 273-290.

Shagirbasha, S., & Sivakumaran, B. (2021). Cognitive appraisal, emotional labor and organizational citizenship behavior: Evidence from hotel industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 582-592.

Shani, A., Uriely, N., Reichel, A., & Ginsburg, L. (2014). Emotional labor in the hospitality ındustry: The influence of contextual factors. *International Journal of Hospitality Management,* 37, 150-158.

Shapoval, V. (2019). Organizational injustice and emotional labor of hotel frontline employees. *International Journal of Hospitality Management*, 78, 112-121.

Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management,* 14, 207-222.

Varga, S., Mistry, T. G., Ali, F., & Cobanoglu, C. (2021). Employee perceptions of wellness programs in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(10), 3331-3354.

Vashdi, D.R., Katz–Navon, T., & Delegach, M. (2022). Service priority climate and service performance among hospitality employees: The role of emotional labor and workload pressure. *Cornell Hospitality Quarterly*, 63, 504-518.

Wang, C. (2019). From emotional labor to customer loyalty in hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(9), 3742-3760.

Wang, Z., & Xie, Y. (2020). Authentic leadership and employees' emotional labour in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32*(2), 797-814

Wang, C.J. (2020). Managing emotional labor for service quality: A cross-level analysis among hotel employees. *International Journal of Hospitality Management, 88(*102396), 1–2.

Wen, J., Huang, S., & Hou, P. (2019). Emotional intelligence, emotional labor, perceived organizational support, and job satisfaction: A moderated mediation model. *The International Journal of Hospitality Management,* 81, 120-130.

Wu, T.J., Li, J.M., Wang, Y.S., & Zhang, R.X. (2023b). The dualistic model of passion and the service quality of five-star hotel employees during the COVID-19 Pandemic. *The International Journal of Hospitality Management, 113*, 103519.

Wu, T.J., Zhang, R.X., & Li, J.M. (2023a). How does emotional labor influence restaurant employees' service quality during COVID-19? The roles of work fatigue and supervisor–subordinate guanxi. *International Journal of Contemporary Hospitality Management,* In press.

Xiong, W., Huang, M., Okumus, B., Leung, X.Y., Cai, X., & Fan, F. (2023). How emotional labor affect hotel employees' mental health: A longitudinal study. *Tourism Management,* 94, 104631.

Xu, S., Wang, Y. C., Ma, E., & Wang, R. (2020). Hotel employees' fun climate at work: Effects on work-family conflict and employee deep acting through a collectivistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102666.

Yao, L., Gao, J., Chen, C., & Mu, D. (2019). How does emotional labor ımpact employees' perceptions of well-being? Examining the mediating role of emotional disorder. *Sustainability*, 11, 6798.

Yu, Y., Xu, S.T., & Li, G. (2023). Abusive supervision and emotional labour on a daily basis: The role of employee mindfulness. *Tourism Management*, 96, 104719.

Yu, Y., Kim, H., & Qu, H. (2020). A deep acting perspective generation Y hotel employees' workplace deviance. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 835-852.

SAĞLIK ÇALIŞANLARINDA ETKİLEŞİMSEL ADALET İLE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE, DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ

Dr. Öğr. Üyesi Kaya AĞIN

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, - 0000-0003-2783-5334

Arş. Gör. Muhammed Sabri ŞİRİN

Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi, 0000-0003-2158-5485

ÖZET

Bu çalışma, sağlık çalışanları özelinde etkileşimsel adalet ve iş tatmini arasındaki ilişkide duygusal bağlılığın aracı rolünü belirlemek için organize edilmiştir. Araştırmada, altta yatan mekanizmalara ilişkin kapsamlı bir anlayış geliştirmek için etkileşimsel adalet, iş tatmini ve duygusal bağlılık ilişkili mevcut literatürden faydalanılmıştır. Belirlenen modeli desteklemek için çeşitli sektör ve ülkelerde yapılan önceki çalışmaların kanıtlardan yararlanılmıştır. Bu kapsamda, Erzincan merkez ilçesinde bulunan kamu hastanelerinde çalışan 392 yardımcı sağlık personelinden anket tekniğiyle veri toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS Macro programı kullanılarak çalışanların etkileşimsel adalet, iş tatmini ve duygusal bağlılık düzeyleri ilişkilendirilmiştir. Uygulanan analizler sonucunda etkileşimsel adalet, iş tatmini ve duygusal bağlılığı; duygusal bağlılığın ise iş tatminini olumlu yönde etkilediği ortaya çıkmıştır. Bunun yanında, etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü bulunduğu tespit edilmiştir. Bulgular, duygusal bağlılığın, etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Profesyonelleri, Etkileşimsel Adalet, İş Tatmini, Duygusal Bağlılık

SUMMARY

This study was organized to determine the mediating role of emotional commitment in the relationship between interactional justice and job satisfaction in healthcare professionals. The research draws upon the existing literature on interactional justice, job satisfaction, and affective commitment to develop a comprehensive understanding of the underlying mechanisms. Evidence from previous studies in various sectors and countries was used to support the model. In this context, data were collected from 392 assistant health personnel working in public hospitals in the central district of Erzincan by survey technique. Using the SPSS Macro program, the obtained data were correlated with the interactional justice, job satisfaction and emotional commitment levels of the employees. As a result of the analyzes applied, interactional justice, job satisfaction and emotional commitment; On the other hand, it has been revealed that emotional commitment has a positive effect on job satisfaction. In addition, it has been determined that emotional commitment has a mediating role in the relationship between interactional justice and job satisfaction. The findings show that emotional commitment plays an important role in mediating the relationship between interactional justice and job satisfaction.

Key Words: Health Professionals, Interactional Justice, Job Satisfaction, Affective Commitment

1. GİRİŞ

İş hayatının en önemli meslek gruplarından birini temsil eden sağlık profesyonelleri gerek uzun çalışma saatleri gerekse yoğun iş temposu şartları altında hizmet vermektedir. İnsan sağlığı gibi hayati bir konuyu meslek edinen bu bireylerin stresli ve yorucu bir iş yaşamı olduğunu belirtmek yanlış olmayacaktır. Bu imkanlar dahilinde mesai harcayan bireylerin meslekleri ve çalışma ortamları hakkında algılarını belirlemek önemli bilgiler sağlayacaktır. Bu tür toplulukları ele alan örgütsel araştırmaların sonuçları; yöneticilerin ilgili planlamaları yapmalarında yardımcı olacaktır. Bu araştırma; sağlık profesyonelleri özelinde etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkide; duygusal bağlılığın aracı rolünü belirleme amacıyla organize edilmiştir.

Etkileşimsel Adalet Ölçeği; 1993 yılında Niehoff ve Moorman tarafınca oluşturulmuştur. Dokuz maddeden oluşan bu ölçekle beraber; örgütlerde kişilerarası etkileşimler söz konusu olduğunda bireylerin adalet algıları belirlenmektedir (Colquitt,2001). İlgili maddeler dahilinde; etkileşimsel adalet algıları, çalışanların yöneticilerinin davranışlarına karşı nezaket ve anlayış, saygı ve onur, duyarlı, doğru sözlülük, hakkı gözetme, tartışma, yeterli gerekçe sunma, açıklama ve açıklama yapma gibi tutumlar değerlendirilmektedir (Shrestha,2019).

Çalışanlar meslekleriyle ilgili tutumlarını belirlerken; iş tatmini önemli bir faktör olarak görünmektedir (Price,2001). Bireylerin iş hayatı algılarıyla ilgili önemli bir madde olan iş tatmini Finn tarafından ‘’çalışanların kendi işlerinden tatmin olmaları bakımından, mevcut işlerinden hangi ölçüde memnun oldukları’’ şeklinde açıklanmıştır (2001). İş tatmini belirlemek amacıyla Schwepker (2001) tarafından oluşturulan üç maddelik ölçek tercih edilmiştir.

Duygusal bağlılık; bireylerin örgütleriyle olan ilişkilerinde katılımı, özdeşleşmeyi ve bağlanmayı içerir (Solinger vd.,2008). Bunun yanında, çalışanın pozitif yöndeki iş tecrübeleri yoluyla örgütle geliştirdiği duygusal bağlara dayalı algıyı yansıtır (Noraazian,2016). Araştırmada aracı rolde tercih edilen duygusal bağlılık ölçeği, Rego ve arkadaşları tarafından 3 madde şeklinde organize edilmiştir (2011).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLER

Bu bölümde araştırmada kullanılan ölçekler arasındaki ilişkinin literatürdeki yeri ve araştırmanın hipotezleri belirtilmiştir.

2.1. ETKİLEŞİMSEL ADALET VE İŞ TATMİNİ

Etkileşimsel adalet ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar, iki ölçek arasındaki ilişkinin pozitif olduğunu ortaya koyan örnekler vermektedir. Örnek olarak Bakotic ve Bulog’un 298 kişiyle yaptıkları çalışmaları etkileşimsel adalet ölçeğinin iş tatmini ölçeği düzleminde önemli seviyede etkisi olduğunu göstermektedir (2021). Diğer bir örnekte Malezya Devlet Sekreterliği kurumu çalışanlarıyla yapılan çalışma da etkileşimsel adaletinin iş tatminini olumlu yönde etkilediğini bulmuştur (Ibrahim vd., 2021). Endonezya da özel bir hastanedeki 120 yardımcı personelle yapılan diğer bir çalışma da etkileşimsel adaletin, iş tatmini üzerine pozitif ilişkisini desteklemiştir (Jaenab vd.2020).

H_1: Etkileşimsel adalet, iş tatminini anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

2.2. ETKİLEŞİMSEL ADALET VE DUYGUSAL BAĞLILIK

Literatür incelendiğinde etkileşimsel adalet ölçeği ile duygusal bağlılık ölçekleri ilişkisinin pozitif olduğunu ifade eden çeşitli çalışmalar bulunmaktadır. Pranada ve arkadaşlarının 78 kişi ile yaptığı anket sonuçları etkileşimsel adalet ölçeği ile duygusal bağlılık ölçeği arasında pozitif yapıda bağlantı belirlemiştir (2021). Benzer sonuçlar bulan diğer bir araştırma Gim ve Desa (2014) tarafından Malezya'da 226 kişiyle yapılmıştır. Hong-Kong'da yapılan ve 521 öğrenci-sporcu ile gerçekleştirilen bir diğer çalışma da etkileşim adaleti ve duygusal bağlılık arasında anlamlı derecede pozitif ilişki ortaya koymuştur (Kim vd.,2020). Bu araştırma sonuçları örgütlerde adil ve saygılı iletişimin, örgüte olan duygusal bağlılığı artırdığını kanıtlar niteliktedir.

H_2: Etkileşimsel adalet, iş tatminini anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

2.3.DUYGUSAL BAĞLILIK VE İŞ TATMİNİ

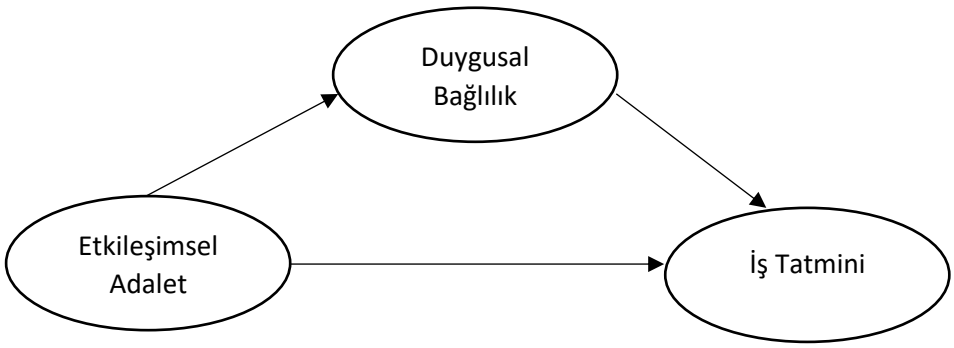
Çeşitli araştırmalar iş doyumu ölçeği ve duygusal bağlılık ölçeği arasında olumlu bir ilişki tespit etmiştir. Haiti de bulunan bir eğitim kurumunda 55 kişi ile yapılan araştırman bu durumu desteklemektedir (Lima ve Allida,2021). Suudi Arabistan'da yüksek öğrenim kurumları çalışanları ile yapılan ve 373 idari personeli kapsayan bir diğer çalışma da yine aynı şekilde duygusal bağlılık ve iş tatmini ilişkisinde anlamlı ve pozitif bir bağlantı bulmuştur (Almasradi vd.,2020). Bu çalışmaların aksine Hindistan'da bulunan bir özel hastanede hemşire olarak görev yapanlar arasında yapılan çalışma sonuçları duygusal bağlılık ve iş tatmini ilişkisinde anlamlı bir bağlantı bulamamıştır (Dasgupta,2014).

H_3: Duygusal bağlılık, iş tatminini anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

2.4. DUYGUSAL BAĞLILIĞIN ARACI ROLÜ

Duygusal bağlılık; bireylerin örgüte duygusal anlamda bağlanmasını, bütünleşmesini ve katılımını ifade ederken; devam bağlılığı ve normatif bağlılık ile örgütsel bağlılığın üç bileşeninden biridir (Allen ve Meyer, 1990). Duygusal bağlılık, çalışanların örgütle pozitif duygusal bağları ile ifade edilirken bu durum yükselen iş tatmini, motivasyonu ve sadakat ile sonuçlanır (Gim vd., 2015). Etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkide duygusal bağlılığın aracı rolü literatürde yer almaktadır. Araştırmacılar duygusal bağlılığın, etkileşimsel adaletle ilgili olan algılanan örgütsel destek ile iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini tespit etmiştir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Bu durum bireylerin örgütte adil davranış ve iletişimi algıladıklarında, örgütle ilişkilerinde kuvvetli bir duygusal bağlılık geliştirme ihtimallerinin bulunduğunu ve bu şartların yüksek seviyede iş tatminini oluşturduğunu ifade etmektedir.

H_4: Duygusal bağlılık, etkileşimsel adalet ile iş tatmini ilişkisinde aracı role sahiptir.



Görsel 1. Araştırma Modeli

3. YÖNTEM BÖLÜMÜ

3.1. ARAŞTIRMADA TERCİH EDİLEN EVREN VE ÖRNEKLEM İLE KATILIMCILARA DAİR DEMOGRAFİK NİTELİKLER

Çalışmanın evreni Erzincan ili merkezinde bulunan kamu hastanelerinde görev yapan 1022 yardımcı sağlık personelidir. Belirlenen evren sonrası örneklem sayısı; %95 güven aralığında 279 kişi belirlenmiştir (Ural & Kılıç, 2005:43). Çalışmada yardımcı sağlık çalışanlarına 400 anket formu vasıtasıyla ulaşılmış, kişilere dağıtılan anket ile ilgili kısa bir brifing verilmiştir. Toplanan anketlerden 392 adetinin analize dahil edilebilecek şekilde doldurulduğu belirlenmiştir. Katılımcıların demografik nitelikleri analiz edildiğinde; kişilerin önemli bir kısmının 29-39 yaş (%62,1) arasında bulundukları, bireyler medeni duruma göre sınıflandırıldığında çoğunluğunun evlendiği (%61,7), eğitim seviyelerine bakıldığında lisans mezunlarının çoğunlukta olduğu (%73,8) ve cinsiyet ayrımı yapıldığında ise çalışanların önemli ölçüde (%64,7) kadın bireylerden oluşan bir topluluk olduğu belirlenmiştir.

3.2.VERİ TOPLAMAK İÇİN FAYDALANILAN ARAÇLAR

Dağıtılan anketlerde bireyler maddeleri 5'li likert standartlarında (1 = kesinlikle katılıyorum ve 5 = kesinlikle katılmıyorum) cevaplandırmıştır.

Etkileşimsel Adalet: Çalışmada katılımcıların etkileşimsel adalet algılarını tespit etmek amacıyla 1993 yılında Niehoff ve Moorman yayınladıkları makalede işlenen 9 ifadeden oluşan tercih edilmiştir.

İş Tatmini Ölçeği: Araştırmada faydalanılan "İş tatmini ölçeği" 2001 yılında Schwepker'in yayınladığı makalede işlenmiştir. Çalışmada bu ölçek dahilinde 3 madde bulunmaktadır.

Duygusal Bağlılık Ölçeği: Çalışmada bireylerin duygusal bağlılık seviyelerini belirlemek hedefiyle Rego ve arkadaşları tarafından 2010 senesinde oluşturulan,3 maddeden bir araya gelen ölçek tercih edilmiştir.

4. BULGULAR

4.1.ÖLÇÜM MODELLERİ

Çalışma için oluşturulan hipotezlerinin sınanması öncesinde, ölçeklere ait yapı geçerliliklerinin testi hedefiyle doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Buna göre modelin doğrulayıcı faktör analizi verilerinin ($\chi 2/df$ = 2,56; RMSEA=0,08; CFI=0,96; TLI= 0,95; SRMR=0,06) iyi uyum

iyiliği değerleri aralıklarında bulundukları belirlenmiştir (Gürbüz,2019; Çakıroğlu ve Öztürk, 2020; Baş,2020).

4.2.HİPOTEZLERİN SINANMASI

Araştırmada tercih edilen ölçekler olan; etkileşimsel adalet, duygusal bağlılık ve iş tatminine ait ortalama, güvenirlik, standart sapma ve korelasyon analizi sonuçları Tablo 1'de belirtilmektedir. Konu edilen ölçeklerin geçerlilik analizleri yöntem kısmında belirtilen ilgili literatürde daha önce yapıldığı için tekrarına gerek duyulmamıştır. Ayrıca 0,60 <α<0,90 aralığında belirlenen güvenirlilik katsayısının yüksek güvenilirlikte olduğu tespit edilmiştir (Kalaycı, 2010).

Tablo 1. Ölçeklere ait ortalama, standart sapma, güvenilirlik ve değişkenler arası korelasyon katsayıları

	Ort	S.S.	1	2	3
Etkileşimsel Adalet	**3.93**	1.21	- (.98)		
Duygusal Bağlılık	4.01	0.78	0.24**	-(.74)	
İş Tatmini	4.15	0.92	0.34**	0.64**	-(.90)

(n=392)** = p<0,01

Tablo 1'de belirtildiği üzere çalışmaya ait korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde; etkileşimsel adalet ile iş tatmini ilişkisinin anlamlı ve pozitif olduğu (r = 0.34; p<0,01), etkileşimsel adalet ile duygusal bağlılık ilişkisinin yine anlamlı ve pozitif olduğu (r = 0.24; p<0,01), son olarak duygusal bağlılık ve iş tatmini ilişkisinin de anlamlı ve pozitif olduğu (r = 0.64; p<0,01) görülmektedir. Çalışma için oluşturulan hipotezlerinin sınanması hedefiyle; 2018 yılında Hayes'in oluşturduğu SPSS Macro adlı program ile analiz gerçekleştirilmiştir. Duygusal bağlılığın, etkileşimsel adalet ile iş tatmini ilişkisinde aracı role sahip olup olmadığını belirlemek amacıyla Bootstrap tekniği kullanılmıştır (Preacher & Hayes, 2004; Preacher vd., 2007). Sobel testi ile Baron ve Keny'in (1986) uyguladığı yönteme kıyasla Bootstrap tekniğinin daha güvenilir olduğu söylenebilir. (Hayes, 2018).

Tablo 2.Regresyon analiziyle belirlenen aracılık testi sonuçları

			Duygusal Bağlılık			
Değişkenler	***β***	***SH***	***T***	***P***	**EDGA**	**EYGA**
Etkileşimsel Adalet	0.14	0.04	3.31	0.01	0.06	0.22
			İş Tatmini			
Değişkenler	***β***	***SH***	***T***	***P***	**EDGA**	**EYGA**

Duygusal Bağlılık	0.73	0.07	10.57	0.00	0.60	0.87
Etkileşimsel Adalet (Direkt Etki)	0.14	0.04	3.49	0.00	0.06	0.22
Etkileşimsel Adalet (Toplam Etki)	0.25	0.05	4.87	0.00	0.15	0.34
			B	***SH***	**EDGA**	**EYGA**
Dolaylı Etki			0.11	0.05	0.01	0.21

Not: (n=392); EDGA: En düşük güven aralığı, EYGA: En yüksek güven aralığı

İkinci tablo verileri ile çoklu regresyon modelinin katsayıları ifade edilmektedir. Bu tabloda bulunan bulgular incelendiğinde, etkileşimsel adaletin iş tatminini pozitif ve anlamlı şekilde etkilediği belirlenmiştir (β =0.14, $p < .01$). Bu sonuçla birlikte H_1 desteklenmektedir. Tablodaki diğer bir veri sonucu, etkileşimsel adaletin duygusal bağlılığı anlamlı ve pozitif etkilediği görülmüştür (β =0.14, $p < .01$).Bu duruma paralel olarak H_2 desteklenmektedir. Duygusal bağlılığın iş tatminini anlamlı ve pozitif olarak etkilediği de yine tablo 2'de gösterilmektedir (β =0.73, $p < .01$). Bu veriyle birlikte H_3 de desteklenmiştir. Ayrıca ölçeklerin bu veriler dahilinde ilişkilerinin anlamlı olduğunun görülmesi ($p<0,01$) aracılık ilişkisinin test edilmesine imkan vermiştir. Son olarak H_4 için duygusal bağlılık ölçeğinin, etkileşimsel adalet ile iş tatmini ilişkisinde aracı role sahip olup olmadığını test etmek amacıyla regresyon analizi tercih edilmiştir (Hayes, 2018; Gürbüz, 2019). Çalışmada Process Macro analiz programından Model 4 ve Bootstrap ile 5000 yeniden örneklemi işaretlenerek test edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde, etkileşimsel adaletin duygusal bağlılık aracılığıyla iş tatminini anlamlı ve pozitif yönde dolaylı olarak etkilediği tespit edilmiştir (β =0.11). Bootstrap tekniği kullanılarak yapılan aracılık etkisi analizlerinde, güven aralığı değerlerinin (GA) o (sıfır) değerini kapsamamalıdır (Mallinckrodt ve diğerleri, 2006; Hayes,2018; Gürbüz, 2019). Bu düzlemde dolaylı etkinin anlamlılığına ilişkin güven aralıkları incelendiğinde anlamlı olduğu görülmektedir (%95 GA [0.01, 0.21]). Elde edilen sonuca göre H_4 hipotezi desteklendiği söylenebilir.

4. SONUÇ

Bu araştırmada bireylerin etkileşimsel adalet ve iş tatmini arasındaki ilişkisinde duygusal bağlılığın aracı rolünü belirlemek amaçlanmıştır. Erzincan ili merkez ilçesinde bulunan kamu hastanelerinde çalışan 392 yardımcı sağlık personelinden anket yoluyla elde edilen veriler bu plan dahilinde analiz edilmiştir. Uygulanan analizler sonucunda etkileşimsel adaletin, iş tatmini ve duygusal bağlılığı; duygusal bağlılığın ise iş tatminini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Öte yandan, etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkisinde duygusal bağlılığın aracı rolü bulunduğu tespit edilmiştir. Bulgular, duygusal bağlılığın, etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık etmede önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Etkileşimsel adalet ile iş tatmini arasındaki ilişkide duygusal bağlılığın aracı rolünü anlamak, örgütler için önemli çıkarımlara sahiptir. Kuruluşlar, etkileşimsel adaleti teşvik ederek ve duygusal bağlılığı teşvik ederek çalışanların iş tatminini ve genel refahını artırabilir. Bu da örgütsel bağlılığın artmasına ve örgütsel sonuçların iyileşmesine yol açabilir. Araştırmanın kamu sektörünü özelinde ve Erzincan ili merkezinde yapılmış olması, yalnızca yardımcı sağlık çalışanlarını kapsaması araştırmanın kısıtlarını oluşturmaktadır. Mevcut literatür duygusal bağlılığın aracı rolüne dair

değerli bilgiler sağlarken, hala daha fazla araştırmaya ihtiyaç vardır. Gelecekteki çalışmalar, bulguların genellenebilirliğini artırmak için farklı endüstrilerde ve kültürel bağlamlarda duygusal bağlılığın aracı rolünü araştırabilir. Ek olarak, boylamsal çalışmalar etkileşimsel adalet, duygusal bağlılık ve iş tatmini arasındaki nedensel ilişkileri zaman içinde inceleyebilir.

KAYNAKÇA

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, *63*(1), 1-18.

Allida, W. L. P. D. (2021). The relationship between job satisfaction and organizational commitment among employees of a selected tertiary educational institution in Northwest Haiti. *East African Journal of Education and Social Sciences (EAJESS)*, *2*(1), 33-40.

Almasradi, R. B., Panatik, S. A., & Noordin, N. F. (2020). The relationship between job satisfaction and affective commitment among administrative staff in saudi arabia. *Psycho Idea*, *18*(2), 104-111.

Bakotić, D., & Bulog, I. (2021). Organizational justice and leadership behavior orientation as predictors of employees job satisfaction: Evidence from Croatia. *Sustainability*, *13*(19), 10569.

Baş, M. (2020). Algılanan örgütsel destek ile işten ayrılma niyetiarasındaki ilişkide işe adanmışlığın aracılık rolü: Erzincan'daki sağlık çalışanları üzerine bir uygulama. *Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*.

Colquitt, J. (2001). On the Dimensionality Of Organizational Justice: A Construct Validation Of A Measure.. Journal of Applied Psychology, 3(86), 386-400. https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.3.386

Çakıroğlu, K. I., & Öztürk, A. (2020). Mağaza Kişiliği Ölçeğinin Türkçe Uyarlamasının Geçerlilik ve Güvenirliği. Business & Management Studies: An International Journal, 8(5), 4273-4299.

Dasgupta, P. (2014). Examining the relationship between turnover intention of nurses with job satisfaction, affective, occupational, and group commitments: Study in private hospitals. *Jindal Journal of Business Research*, *3*(1-2), 29-38.

Finn, C.P. (2001), "*Autonomy: An important component for nurses' job satisfaction*", International Journal of Nursing Studies, Vol. 38 No. 3, pp. 349-357.

Gim, G. C., & Desa, N. M. (2014). The impact of distributive justice, procedural justice, and affective commitment on turnover intention among public and private sector employees in Malaysia. *International Journal of Social Science and Humanity*, *4*(6), 487.

Gim, G. C., Desa, N. M., & Ramayah, T. (2015). Competitive psychological climate and turnover intention with the mediating role of affective commitment. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *172*, 658-665.

Gürbüz, S. (2019). *Amos ile yapısal eşitlik modellemesi*, Ankara: Seçkin yayıncılık.

Hayes, A. F. (2018). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis second edition: A regression-based approach. New York: The Guilford Press.

Ibrahim, N., Ismail, A., Zainol, N. A. M., Husain, H. A., & Ismail, Y. (2021). Power Distance as A Moderator of the Relationship Between Organisational Justice and Job Satisfaction. *International Journal of Management Studies*, *28*(1), 25-56.

Jaenab, J., Kusumayadi, F., & Kurniawati, E. (2020, August). Organizational Justice Effect on Employee Job Satisfaction. In *1st Annual Conference on Education and Social Sciences (ACCESS 2019)* (pp. 352-354). Atlantis Press.

KARABAY, M. E. (2015). Sağlık personelinin iş stresi, iş-aile çatışması ve iş-aile-hayat tatminlerine yönelik algılarının işten ayrılma niyeti üzerindeki etkilerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, *13*(26), 113-134.

Karagöz, Y. (2019). Spss-Amos-Meta Uygulamalı İstatiksel Analizler. Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara.

Kim, S., Hong, S., Magnusen, M. J., & Rhee, Y. (2020). Hard knock coaching: A cross-cultural study of the effects of abusive leader behaviors on athlete satisfaction and commitment through interactional justice. *International Journal of Sports Science & Coaching*, *15*(5-6), 597-609.

Mishra P. ve Datta, B. (2011). "Perpetual Asset Management of Customer-Based Brand Equity-the Pam Evaluator". Current Research Journal of Social Science, 3 (1), 34-43.

Niehoff, B. P., & Moorman, R. H. (1993). Justice as a mediator of the relationship between methods of monitoring and organizational citizenship behavior. *Academy of Management journal*, *36*(3), 527-556.

Noraazian K. (2016), A three-component conceptualization of organizational commitment. *International journal of academic research in business and social sciences*, *6*(12), 2222-6990.

Pradana, F. R., Tjahjono, H. K., & Nuryakin, N. (2021). Increasing Knowledge Transfer to Employees Through Organizational Justice with Affective Commitment as Mediator. *Jurnal Manajemen Bisnis*, *12*(2), 187-213.

Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. Behavior research methods, instruments, & computers, 36(4), 717-731.

Preacher, K. J., Rucker, D. D., & Hayes, A. F. (2007). Addressing moderated mediation hypotheses: Theory, methods, and prescriptions. Multivariate behavioral research, 42(1), 185-227.

Price, J.L. (2001), "*Reflections on the determinants of voluntary turnover*", International Journal of Manpower, Vol. 22 No. 7, pp. 600-624.

Rego, A., Ribeiro, N., e Cunha, M. P., & Jesuino, J. C. (2011). How happiness mediates the organizational virtuousness and affective commitment relationship. *Journal of business research*, *64*(5), 524-532.

Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of applied psychology*, *87*(4), 698.

Schwepker Jr, C. H. (2001). Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of business research*, *54*(1), 39-52.

Shrestha, P. (2019). Job involvement as an outcome of organizational justice. *NCC Journal*, *4*(1), 149-156.

Solinger, O. N., Van Olffen, W., & Roe, R. A. (2008). Beyond the three-component model of organizational commitment. *Journal of applied psychology*, *93*(1), 70.

Ural, A. & Kılıç, İ. (2005). Bilimsel araştırma süreci ve Spss ile veri analizi. Detay Yayıncılık, Ankara.

Zhou, J., & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management journal*, *44*(4), 682-696.

HÜMANİZM ve MODERN BİLİM

Doç. Dr. Ercan SALĞAR
Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Felsefe Bölümü
Konya/Türkiye
ORCID: 0000-0002-4452-6413

Özet

Bu çalışmanın amacı Rönesans sürecinde ortaya çıkan hümanizm akımının, modern bilimin kuruluşunda hangi bakımlardan ve ne derecede etkisi olduğunu incelemektir. Birçok düşünürün vurguladığı üzere, modern bilimin ortaya çıkışı, insanlık tarihinin en önemli olaylarından birisidir. Böylelikle insan ve toplum hayatı gerek teorik gerekse pratik açılardan radikal bir şekilde dönüşmüş ve değişmiştir. Bu derece önem arz eden modern bilimin kuruluşunda birçok faktörün etkisi olduğu ileri sürülmektedir. Bunlardan birisi de Rönesans'ta ortaya çıkan hümanizm akımıdır. Hümanizm, 14. yy'da İtalya'da (özellikle de Floransa da) başlayan ve daha sonradan etkisini diğer Avrupa ülkelerinde belirli derecelerde gösteren entelektüel bir harekettir. Bu entelektüel hareketin modern bilimin kuruluşunda tam olarak nasıl bir etkisinin olduğu çok da açık değildir. Dolayısıyla bu çalışmada hümanizm akımının modern bilimin oluşumunda hangi açılardan ve ne derecede bir etkisinin olduğunu araştırmak temel gaye olmuştur. Bu maksatla öncelikle modern bilim tasarımının karakteristik özellikleri ardından da hümanizm hareketinin ne olduğu ve ne türden katkılarının olduğu ortaya konulmuş ve nihayetinde hümanizm akımının, modern bilime nasıl ve ne derecede bir katkısının olduğu gösterilmeye çalışılmıştır. Sonuç olarak hümanistlerin bazı antik filozoflara (Pythagoras, Platon, Plotinos, Eukleides, Archimedes, Epikuros ve Lucretius gibi filozoflara) ait orijinal kaynakları Avrupa kültürüne kazandırmaları ve seküler bir eğitim modeli ileri sürmeleri gibi faaliyetlerin, modern bilimin kuruluşuna önemli katkılar sağladığı görülmüştür.

Anahtar kelimeler: Hümanizm, modern bilim**,** Rönesans,

HUMANISM and MODERN SCIENCE

Abstract

The aim of this study is to examine in what ways and to what extent the humanism movement that emerged during the Renaissance had an impact on the establishment of modern science. As many thinkers have emphasized, the emergence of modern science is one of the most important events in human history. Thus, human and social life has been radically transformed and changed in both theoretical and practical terms. It is claimed that many factors have an effect on the establishment of modern science, which is of such importance. One of them is the movement of humanism that emerged in the Renaissance. Humanism is an intellectual movement that started in Italy (especially Florence) in the 14th century and later showed its influence to some extent in other European countries. It is not clear exactly what effect this intellectual movement had on the foundation of modern science. Therefore, in this study, it has been the main aim to investigate the effects of the humanism movement on the formation of modern science from which aspects and to what extent. For this purpose, first of all, the

characteristic features of modern science design, then what the humanism movement is and what kind of contributions it has, and finally, it has been tried to show how and to what extent the humanism movement has contributed to modern science. As a result, it has been seen that humanists' activities such as bringing the original sources of some ancient philosophers (such as Pythagoras, Plato, Plotinus, Euclid, Archimedes, Epicurus and Lucretius) to European culture and putting forward a secular education model made significant contributions to the establishment of modern science.

Key words: Humanism, modern science, Renaissance,

GİRİŞ

İnsanlık tarihinin en önemli olaylarından birisi de modern bilimin kuruluşudur. Belki de modern bilimi bu derecede önemli kılan, insan ve toplum üzerindeki etkileridir. Nitekim modern bilimin ortaya çıkışı, (kabaca günümüzden 300 yıl öncesi kabul edilirse), sanat, din ve felsefe gibi diğer entelektüel faaliyetlere nazaran çok yeni olmasına rağmen, insanlık üzerinde yapmış olduğu değişim ve dönüşümlerin daha radikal ve etkileyici olduğu açık bir olgudur. Modern bilim, teorik yönü ile düşünme biçimimizi, dünya görüşümüzü ve inançlarımızı etkilerken, pratik yönü (teknolojik uygulamalar) ile de yaşam biçimimizi, bireysel ve toplumsal ilişkilerimizi değiştirmekte, yönlendirmekte ve biçimlendirmektedir.

Bu denli önem arz eden modern bilimin kuruluşunda içsel (kavramsal ve yöntemsel) ve dışsal (siyasi, iktisadi, toplumsal) olmak üzere birçok faktörün etkisi olduğu öne sürülmektedir. Bunlardan birisinin de Rönesans sürecinde ortaya çıkan hümanizm akımı olduğu söylenebilir. Hümanizm, 14. yy 'da İtalya'da (özellikle de Floransa da) başlayan ve daha sonradan etkisini diğer Avrupa ülkelerinde belirli derecelerde gösteren entelektüel bir harekettir. Tarihçilere göre, bu entelektüel hareketin modern düşünce üzerindeki en önemli etkisi, orijinal antik kaynaklara geri giderek bir yeniden doğuşu karakterize etmeleridir. Bu bağlamda hümanizmin modern bilime en önemli katkısı da söz konusu tercüme hareketi ile ilişkilendirilmektedir. Fakat bu ilişkinin tam olarak ne olduğu, hangi açılardan ve ne derecede olduğu gibi sorular, açık ve seçik bir şekilde ortaya konulmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, hümanizm akımının modern bilimin oluşumunda hangi açılardan ve ne derecede bir etkisinin olduğunu araştırmaktır. Bu çerçevede öncelikle modern bilim tasarımının karakteristik özellikleri ardından da hümanizm hareketinin ne olduğu ve ne türden katkılarının olduğu ortaya konulacak ve nihayetinde hümanizm akımının, modern bilime ne türden ve ne derecede bir katkısının olduğu gösterilmeye çalışılacaktır.

MODERN BİLİM

"Modern bilim" terimi, günümüzde de çok sıklıkla kullanılmasına rağmen bu terimden tam olarak ne anlaşıldığı hususunda tam bir uzlaşının olduğu söylenemez. Fakat yine de kabaca modern bilimi, 17. yüzyıl Batı Avrupası'nda doğaya ilişkin yeni bir kavrayış ve yönteme dayanarak bilgi elde etme anlayışı olarak tanımlamak olanaklıdır. Hemen hemen birçok düşünür

ve tarihçi, bu genel tanım hususunda hem fikir olmasına karşın daha özel bir tanımı gerektiren, modern bilimi karakterize eden ölçüt ve ilkelerin ne olduğu hususunda muhalif oldukları görülür. Söz gelimi, modern bilimi radikal bir değişim ya da bilimsel devrim olarak betimleyenlerden A.Koyre, modern bilimin oluşumunda, homojen ve sonsuz evren fikri ile niceliksel doğa kavrayışının belirleyici olduğunu ileri sürerken, R.Westfall ise bunu, mekanik ve niceliksel doğa tasarımının uzlaştırılmasına bağlar. (Westfall, 1987, Koyre 1998, Koyre, 2000). Öte yandan, bilimde süreklilik tezini savunanlar (G. Sarton, A. Crombie, E. Grant gibi düşünürler) ise, modern bilimin oluşumunda ağırlıklı olarak yeni bilimsel yöntemin, yani deney ve matematiğin senteziyle ortaya çıkan yöntemin daha belirleyici olduğunu öne sürerler (Crombie, 1953).

Bu ifadelerden bilim tarihçileri ve felsefecileri arasında modern bilimi karakterize eden unsurun ya da ölçütlerin ne olduğu hususunda tam bir fikir birliğinin olmadığı açıktır. Bu noktada modern bilimin nasıl tanımlanması gerektiği bir sorun olarak görülebilir. Fakat modern bilimin karakteristik unsurlarını Newton'un şahsiyetinde ve çalışmalarında değerlendirmek doğru bir yaklaşım olacaktır. Çünkü birçok tarihçi ve yorumcu, modern bilim tasarımının Newton'un şahsiyetinde nihai formuna ulaştığı hususunda hem fikirdir (Westfall, 1987, Koyre 1998). Bu bağlamda Newton'un en önemli başarısının, kendinden önceki düşünürlerin fikirlerini bir sentez içerisinde sunması olarak zikredilir. Newton'un bu sentezi, kendinden önceki düşünürler tarafından değişik şekillerde ele alınmış olan üç temel görüşün birleştirilmesi olarak ortaya çıkar. Buna göre Newton, atomcu mekanik doğa tasarımını, matematiksel ifade biçimini ve deneysel yöntemi bir sentez içerisinde sunarak, modern bilim tasarımının tamamlayıcısı olur. (Westfall, 1987, Koyre 1998). O halde Newton'un şahsında sentezlenen modern bilimin üç temel karakteristik yönünün olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki, deneysel (experimental) yöntem, ikincisi atomcu mekanik doğa tasarımı ve sonuncusu, nesneleri niceliksel olarak ele alma, yani matematiksel ifade biçimidir.

Newton'un şahsında vücut bulan bu sentez ve öğelerin bütünüyle özgün ve orijinal olduğu söylenemez. Çünkü söz konusu, mekanik, matematiksel ve deneysel unsurları içeren bir dünya görüşünün veya teorinin ilk örneklerinin Antik Yunan kültüründe olduğu bilinmektedir. Örneğin, söz konusu öğeleri içeren sentezi, Leukippos ve Demokritos öncülüğündeki atomcu felsefede bulmak mümkündür (Leukippos & Demokritos, 2019). Bunun yanında matematik, mekanik ve deneysel unsurları bir bütün olarak sunan tasarımı, Helenistik dönemde, bilhassa da Archimedes'in çalışmalarında görmek mümkündür (Heath, 1897). Örneğin, Archimedes'e atfedilen taç öyküsü, içeriği itibariyle mekanik, matematiksel ve deneysel unsurları barındıran bir tasarımdır. Fakat bütün bunlara karşın, Antik Yunan filozofları ile Newton ve modern bilim düşünürlerini ayırt eden en önemli ölçütün, deneyimsel bilgi ve yönteme, daha özel anlamda kontrollü deneye (experiment) bilinçli bir yönelim olduğu söylenebilir. Diğer bir deyişle, modern düşünürlerin duyusal ve deneyimsel bilginin nitelik ve yapısını bilmeleri ve bunu mekanik doğa tasarımı ile temellendirerek benimsemeleri, onları Antik ve Orta çağ düşünürlerinden ayrıştırmaktadır.

Bu ifadelerden, Newton'ın şahsında sentez haline gelen modern bilim tasarımını öncellerinden ayıran en karakteristik unsurun, "bilinçli" bir şekilde duyusal ve deneyimsel bilgiyi temele

almalarıdır denilebilir. Modern düşünürlerin deneyimsel bilgiye olan bilinçliliklerinin en açık göstergesi ise ulaşılan fikir veya hipotezlerin doğrudan ya da dolaylı olarak "kontrollü deneylerle" (experiments) sınanmasını istemeleridir. Hatta 17. yüzyılın ikinci yarısından sonra, Batı Avrupa'da fikirlerin deneylerle sınanması, bir standart ölçü haline gelir.

HÜMANİZM

Hümanizm[1], 14. yy'da İtalya'da (özellikle de Floransa da) başlayan ve daha sonradan etkisini diğer Avrupa ülkelerinde belirli derecelerde gösteren entelektüel bir harekettir. Bu hareketin öncüsünün, diğer bir deyişle hümanistlerin liderinin İtalyan düşünür Francesco Petrarca (1304-1374) olduğu kabul edilmektedir (Burke, 2016, s. 51). Daha sonradan G. Boccaccio, L. Valla, C. Salutati, N. Machiavelli, D. Erasmus gibi düşünürler de bu akımın önde gelenleri arasında yer alır.

Petrarca kendini daha çok bir şair olarak görmenin yanında, felsefi görüşlerini de şiirsel bir dille sunmayı başlıca bir yöntem olarak seçen bir düşünürdür. Petrarca, "Africa" adlı eserinde, "Karanlık aralandığında, gelecek nesiller Antik geçmişin ihtişamına yönelen yolu bulacaklardır" (Aktaran, Burke, 2016, s. 57). ifadelerini kullanarak, bir anlamda tarihsel bir kritik yapar. Diğer bir deyişle Petrarca, buna benzer ifadeleriyle, Orta çağın karanlık, Antikçağın aydınlık, içinde yaşadığı dönemin ise Orta çağa göre yeni bir dönem, yeniden uyanış olduğunu ima etmiştir. Petrarca için bu yeniden uyanış veya canlanma ise ancak Antik literatürün tekrardan gün yüzüne çıkmasıyla ortaya çıkacaktır (Nauert, 2011, ss. 26-28).

Petrarca'nın bu temel savı, kendisinden sonra gelen takipçileri için de bir amentü işlevi görmüş ve sürdürülmüştür. Bu bağlamda hümanistlerin üstlendikleri temel misyonlardan birisi de Antik Yunan-Roma kültürüne ait literatürü tekrardan geri kazanarak, kültürel yeniden bir doğuşu hazırlamak olmuştur (Nauert, 2011, s. 291). Hümanistlerin bu tutumları, modern bilim ve düşünce açısından önemlidir. Çünkü Hümanistlere gelinceye kadar Platon ve Aristoteles gibi birçok Antikçağ filozofunun fikirleri, orijinal kaynaklardan ziyade daha çok takipçilerinin yorumları üzerinden bilinmekteydi. Bu da zaman içerisinde, Aristoteles felsefesine ilişkin bazı hususların yanlış bir şekilde aktarılmasına yol açmıştı. Ayrıca Rönesans'ta yeni Aristotelesçi akımların ortaya çıkması ve bunların Aristoteles felsefesine ilişkin bazı konularda farklı tutumlar sergilemesi de gerçek Aristoteles'in hangisi olduğu sorununu ortaya çıkarmıştı. Örneğin, bu süreçte Aristoteles felsefesine dayanan bazı Aristotelesçiler (Thomasçılar), ruhun ölümlü olmadığını söylerken, bazıları da (İskenderciler) ruhun ölümlü olduğunu ileri sürmüşlerdi (Grant, 1987). Bu türden sorunları yakinen fark eden hümanist düşünürler için bu

[1]Rönesans sürecinde hümanizm teriminin kullanılmadığını, bu terimin 19. yy'ın başlarında bir Alman düşünür tarafından ileri sürüldüğünü belirtmek gerekir. En erken Rönesans metinlerinde kullanılan terim "studia humanitatis" idi ve bu da o dönemlerde belirlenmiş bazı disiplinlere (gramer, retorik, şiir, etik, tarih vb.) gönderme yapmaktaydı. 1450 yıllarına gelindiğinde "hümanista" teriminin kullanıldığı görülür ve bu da o dönemlerde gramer, retorik, şiir ve etik gibi alanlarda ders veren öğretmenleri işaret etmekteydi. Nauert, 2011, s.11. Nitekim 18. ve 19. yy'larda bu entelektüel hareket, hümanizma ve hümanizm gibi terimlerle açıklanmaya çalışılmıştır.

noktada yapılması gereken en uygun çözüm, filozoflara ilişkin özgün ve orijinal kaynaklara geri gitmektir. Ancak böylelikle söz konusu tartışma sonlanacak ve doğru bilgiye ulaşılacaktır.

Bu bağlamda Petrarca'dan başlayarak hümanistlerin birçoğu, hem farklı bölgelerdeki manastır ve katedrallere giderek antik kültüre ait birçok eser ve el yazmasını toplar hem de bunların çeviri ve edisyonunu yaparlar (Kristeller, 1984, ss. 558-559). Hümanist düşünürlerin farklı yol ve yöntemlerle orijinal kaynakları toplamaları, derlemeleri, tercüme etmeleri ve nihayetinde bunları Avrupa kültürüne kazandırmaları, gerçekten modern bilim ve düşünce açısından hatırı sayılı bir iş olur. Böylelikle Rönesans düşünürleri, hem Aristoteles gibi büyük filozofların orijinal fikirlerini öğrenebilmişler hem de uzun yıllardan beri egemen olan Aristoteles'e karşı farklı filozof ve akımlardan haberdar olurlar.

Hümanistlerin Aristoteles dışında Pythagoras, Platon, Eukleides, Archimedes, Plotinos ve Epikuros, Lucretius gibi filozofların eserlerini Rönesans'a kazandırmaları, modern bilimin oluşumu açısından büyük önem taşır. Burada özellikle de Yeni Platoncu (Plotinos) ve Atomcu felsefe (Epikuros, Lucretius) akımlarının eserleri, etkili ve belirleyici olur. Bahsedildiği üzere, modern bilimin oluşumunda üç temel ayak bulunmaktaydı. Bunlardan özellikle de atomcu mekanik ve matematiksel doğa kavrayışları modern bilimin temellerini oluşturması açısından önemliydi. Hümanist düşünürlerin de bu fikirleri içeren orijinal eserleri, Rönesans Avrupa'sına kazandırması, modern bilim adamlarına büyük ilham kaynağı olur. Nitekim Modern süreçte Kopernik, Kepler, Galileo, Gassendi, Boyle ve Newton gibi düşünürlerin, bilim anlayışlarını oluştururken Pythagorasçı, Platoncu ve atomcu felsefelerden büyük oranda istifade ettikleri bilinmektedir.

Öte yandan hümanistler açısından yeniden doğuşun veya canlanmanın gerçekleşmesi için atılması gereken önemli bir adım daha vardı, o da eğitim ve öğretim müfredatına ilişkindi. Dönem itibariyle eğitim-öğretim müfredatına teoloji ve Aristotelesçi felsefe hakimdi. Bu kurumlarda daha çok teoloji, mantık, metafizik ve doğa felsefesi gibi dersler okutuluyordu. Petrarca'dan beri hümanistler, kilise merkezli bu skolastik eğitimin, yani metafizik, mantık ve doğa felsefesi gibi derslerin yararsız olduğuna inanıyorlardı. Çünkü bu türden bir eğitim modeli ile ne bireysel yetenekler geliştirebilir ne yeniden kültürel bir canlanma sağlanabilir ve ne de çağın taleplerine yanıt verilebilirdi. Dolayısıyla hümanistler, bu türden bir eğitim modelini daha ilk baştan topyekûn reddedip ve değiştirirler.

Hümanistler, skolastik eğitim yerine, ilk örnekleri Romalı düşünür Cicero tarafından önerilen ve insanın pratik yaşamda işine yarayacak olan retorik, gramer, şiir, politika, etik ve tarih gibi dersleri (studia humanitatis) ön plana koşan bir eğitim müfredatının daha uygun olduğunu düşünmüşlerdi (Kristeller, 1984, ss. 572-573). Hümanistlerin bu eğitim anlayışları, dönem itibariyle İtalya toplumunun talepleriyle de uyumluluk sağlamaktaydı. Hatta ünlü tarihçi J. Burchart, Rönesans'ı karakterize eden unsurun, Antik düşüncenin yeniden keşfedilmesinden ziyade İtalya devletlerinin siyasi, toplumsal yapısının olduğunu ve bunun da hümanist hareketi meşru kıldığını söyler (Burckhart, 2018, s. 175). Bu anlayışa göre, 13.ve 14. yy'da İtalya kent devletleri (bilhassa Floransa) cumhuriyet rejimine yakın bir sistem ile yönetilmekte ve aynı zamanda ticaret ve sanayinin de merkezi konumundaydı. Dolayısıyla bu sistem içerisinde gerek

yönetici sınıf gerekse varlıklı aileler, çocuklarının iyi bir yerlere gelebilmeleri için retorik, gramer, şiir, politika ve ahlak gibi disiplinlerin daha önemli olduğunu fark etmekle birlikte bu yönde bir eğitim almalarını talep ediyorlardı (Nauert, 2011, ss.18-19). İşte bu eğitim modelini de dönem itibariyle hümanistler sunmaktaydı.

Hümanistlerin sunduğu eğitim modeli dünyevi karakterliydi, yani doğrudan doğaya ve deneyimsel bilgiye teşvik edici bir niteliğe sahipti. Değinildiği gibi modern bilimin karakteristik unsurlarından birisi de deneyimsel ve deneysel bilgiydi. Dolayısıyla da hümanist bir eğitim modeli ile yetişen bireylerin zamanla modern bilim ve düşünceye eğilim duyması ve katkı sağlaması kaçınılmazdı. Nitekim birçok hümanist düşünürün (G. Boccaccio, L. Valla, C. Salutati, N. Machiavelli, D. Erasmus) doğrudan veya dolaylı olarak modern bilime katkısı olduğu bilinmektedir.
Ayrıca hümanistlerin Aristotelesçi bilim anlayışına dayanan eğitim anlayışını reddetmeleri ve buna alternatif olarak pratik ve dünyevi yaşamı destekleyen bir eğitim modeli önermeleri, modern bilimin oluşumu açısından önemlidir. Çünkü modern bilim, bir anlamda Aristotelesçi bilim anlayışının eleştirisi ve yadsınmasına binaen öne sürülen yeni bir anlayış olduğu için hümanistlerin bu yönde de bir etkilerinin olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Petrarca öncülüğünde başlayan hümanist hareketin temel gayesi, eskiden Antik Yunan-Roma medeniyetinde olduğu gibi Avrupa kültürünü bilim, sanat ve felsefe gibi alanlarda tekrardan canlandırmak ve zenginleştirmekti. Hümanistlerin üstlerine düşen vazife bağlamında bu gayelerini büyük oranda gerçekleştirdikleri söylenebilir. Onların gerek antik kaynakları Avrupa kültürüne kazandırmaları gerekse yeni bir eğitim modeli ileri sürmeleri, modern bilimin oluşumu açısından önemli katkılar sağlar.

Hümanistlerin özellikle de antik kültürden Yeni Platoncu ve atomcu felsefeye ilişkin filozofların orijinal eserlerine ulaşmaları ve bunları Avrupa literatürüne kazandırmaları, modern bilimin kuruluşu açısından oldukça etkili olur. Rönesans düşünürleri böylelikle yaklaşık iki bin yıldır egemen olan Aristotelesçi bilim anlayışına karşı alternatif bilim anlayışları ile karşılaşırlar. Nitekim bu süreçte Kopernik, Kepler, Galileo, Gassendi, Boyle ve Newton gibi düşünürlerin, modern bilimi oluştururken Yeni Platoncu ve atomcu felsefelerden büyük oranda istifade ettikleri bilinmektedir.

KAYNAKÇA

Burke, Peter, (2016). *Avrupa'da Rönesans,* çev. Uygar Abacı, İstanbul: Islık Yayınları.
Burckhart, J., (2018). *İtalya'da Rönesans Kültürü,* çev. Bekir Sıtkı Baykal, İstanbul: Okuyanus Yayınları.
Crombie, A.C., (1953). *Augustinus to GalileoThe History of Science,* Harward: Harward University Press.

Grant, E., (1987). "Ways To Interpret The Terms Arıstotelıan And Arıstotelıanısm In Medıeval And Renaıssance Natural Phılosophy", *History of Science,* vol. 25, Issue 4.
Heath, L. T., (1897). *The Works of Archimedes,* Cambridge: Cambridge University Press.
Koyre, A., (1998). *Kapalı Dünyadan Sonsuz Evrene*, çev. Aziz Yardımlı Eskişehir: İdea Yayınları.
Koyre, A., (2000). *Yeniçağ Biliminin Doğuşu*, çev. Kurtuluş Dinçer, Ankara: Gündoğan Yayınları.
Kristeller, O. Paul, (1984). *Studies in Renaissance Thought And Letters*, Roma: Edizioni di Storia e Literatür Press.
Leukippos & Demokritos, (2019). *Atomcu Felsefe Fragmanları*, Der.ve çev. Cengiz Çevik, (İstanbul: İş Bankası Yayınları.

Nauert, G. Charles, (2011). *Avrupa'da Hümanizma ve Rönesans Kültürü*, çev. Bahar Tırnakçı, İstanbul: İş Bankası Yayınları.
Westfall, R., (1987). *Modern Bilimin Oluşumu*, çev. İsmail Hakkı Duru, Ankara: Verso Yayınları.

İBN SÎNÂ'NIN RUH ANLAYIŞININ "RUH KASİDESİ" ÜZERİNDEN İNCELENMESİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Canan Çamurdık

Bartın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCID ID: 0000-0002-8747-2654

ÖZET

İslam düşünce tarihinde ruhun ne olduğu, ruh ile beden arasındaki bağlamın nasıl sağlandığı, ruhun ölümsüz olup olmadığı gibi pek çok soru filozoflar tarafından problem edinilmiştir. Bu sorular filozofların kendi düşünce sistemi içerisinde cevaplandırılmaya çalışılmıştır. Bu düşünürlerin başında ise İbn Sînâ gelmektedir. Meşşai geleneğinin en önemli temsilcilerinden biri olan İbn Sînâ'nın ruh anlayışını anlamak için onun *Ruh Kasidesi* adlı eseri dikkate değerdir. Eserinde ruhun bedenle olan ilişkisi açısından ölümün bir yok oluş olmadığına dikkat çeken İbn Sînâ, ruh-beden düalizmi sorununa işaret eder. Ona göre ruh ile beden birbirinden ayrıdır ve ruh bedenin hapishanesidir. Bedene hapsolmuş bir ruh, özgürlüğünü yitirir, bedenin ve nefsin istekleri doğrultusunda hareket eder. Bu anlamda İbn Sînâ, bedenin içinde geçici olarak varolan ruha, özü itibariyle bedenden bağımsızlık ve aşkınlık atfeder. Ruh ancak bedenden ayrıldığında hakikatin sırrına ulaşabilir. Ruhun bedenle birleşmesi, bireyselleşme olarak bakıldığında özel bir varlık haline gelmesidir.

Bu çalışmada, *Ruh Kasidesi'*ndeki ruh kavramının izi sürülmektedir. Ayrıca meşşai gelenek çerçevesinde, Aristoteles düşüncesindeki ruh-beden ilişkisi üzerinden ruh kavramının temellendirmesi yapılmakta, İbn Sînâ'nın ruh anlayışı ayrıntılı olarak irdelenmektedir. Bu bağlamda ruh ve nefs kavramlarının farklılığı incelenmektedir. Bütün bunlardan hareketle İbn Sînâ'nın felsefe ve din arasında bir konumda kalıp kalmadığının değerlendirmesini yapmak hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: İbn Sînâ, Aristoteles, ruh, nefs, beden, ölüm

Giriş

Aristotelesçi felsefeyi benimseyen yaklaşımlar, İslam felsefesinde meşşai gelenek[1] çerçevesinde şekillenir. Meşşai filozofları arasında da birbiriyle farklılaşan ve çelişen yaklaşımlar vardır. Bu bağlamda meşşai geleneği içerisinde yer alan bütün filozofları Aristotelesçi olarak nitelendirmek doğru olmayacaktır. Bu meşşai geleneğinden gelen filozoflardan biri de İbn Sînâ'dır. Aristoteles'in düşüncelerinden etkilenen İbn Sînâ'nın kendi sistemi içerisinde ondan ayrıldığı farklı görüşleri de mevcuttur. Onun Metafizik ve Kozmoloji alanında temelde Aristoteles etkisinde kaldığını söylemek mümkün olabilir. Fakat İbn Sînâ, Aristotelesçi geleneğin de izlerini taşıyarak yeni bir düşünce sistemi geliştirir ve inancı gereği sahip olduğu değerlere felsefi düzeyde bir açıklama getirir.

İbn Sînâ'da Aristotelesçi anlamdaki ruh anlayışından farklı bir ruh anlayışı olduğu görülür. Aristoteles'te ruh bedenden ayrı değildir. Bu bağlamda Aristoteles üzerinden farklılıklar ve benzerlikler ortaya koyulmakta ve *Ruh Kasidesi'*nde ruh üç bölümde incelenmektedir. Ruhun bedenle olan ilişkisi nasıldır? Ruhun bedene hapsolması ruh açısından ne gibi sorunlara işaret eder? Ruhun bedenden ayrılması, ölümle birlikte ruhun mahiyeti ne olur? gibi sorular *Ruh Kasidesi'*nde incelenen temel sorunları teşkil eder.

İbn Sînâ düşüncesinde insan bedeni, aklın ve felsefenin önünde engeldir.[2] Bu anlamda insan bedeninin maddeyi, aklın da formu, yani ruhun neliğini ifade ettiğini söylemek mümkün olur. Ruh-beden düalizmi açısından baktığımızda ruhun beden kafesine girmesi, ruhun bedenle olan ilişkisini gösterir. Ancak ruhun, bedenden ayrı olarak varlığını devam ettirebilmesi için, bedenin ölümünden sonra akıl gereklidir. Ayrıca bu *Ruh kasidesi'*nde İbn Sînâ'nın ruh ve nefs[3] terimlerini, birbirinden farklı anlamlarda kullanıldığı görülmektedir. Ruh maddeyle birleştiğinde, maddi varlığın sahip olduğu özelliklerle birlikte hareket etmesi nefs kavramına işaret eder.

---

[1] "Meşşaiyye; İslam felsefesinde Aristotelesçi akım.[…] Arapçada yürüyenler anlamındadır. Fransızcası aynı anlamda peripateticiens; Aristoteles'in derslerini Likeonda gezinerek vermesinden türetilmiştir." Bkz. (Hançerlioğlu, 2017: 138).

[2] İbn Sînâ, akıl, felsefe-beden ilişkisi üzerinden faal akıldan bahseder. Faal akıl sürekli akledendir. Beden, akıl ve felsefenin önünde engeldir. Akıl akletmediği zaman, akla konu olan soyut ve tümel bilgiler nerede depolanacak? Bu bağlamda her şeyin kaynağı faal akıldır. Faal akıl en yüksek mertebedeki akıldır.

[3] İbn Sînâ ruh ve nefs terimlerini bazı metinlerinde aynı anlamda kullanmaktadır. Bu durum bazen anlam karışıklığına yol açsa bile, bu kaside üzerinden yorumlama yaparken ruh ve nefs terimlerinin farklı kullanımı dikkat çekmektedir. Ayrıca bu makale içinde, İbn Sînâ'dan yapılan alıntı ve açıklamalarda, İbn Sînâ'nın kullandığı terimlere sadık kalmak amacıyla, onun ruh kavramı yerine nefs kavramını kullandığı yerlerde, nefs kavramının tercih edildiğini belirtmek isterim.

RUHUN BEDEN İLE İLİŞKİSİ

İbn Sînâ, İslam felsefesinde önemli bir konuma sahiptir. Onun felsefesinde Antik Yunan dünyasının sistematik döneminin en önemli filozofları arasında yer alan Aristoteles'in ve Helenistik dönemin izlerini görmek mümkündür. Ancak o, etkilendiği bu gelenekten edindiklerini İslam inancına göre yoğurmuş ve ortaya koyduğu nefs teorisi ile Orta Çağ'ın önemli düşünürlerinden biri olmuştur. Ruh beden ayrımı söz konusu olduğunda, ruhu ayrı bir töz olarak ele alan İbn Sînâ'nın ruhun ölümsüzlüğünü ifade ettiği düşünce çizgisinden hareketle radikal bir düalist olduğu söylenebilir.

Onun ruh anlayışına geçmeden önce ruh[4] ile ilgili farklı görüşlere değinmek faydalı olacaktır. Ruh gerçekten var mıdır? Eğer varsa bedenle ilişkisi nedir? Bu sorulara farklı perspektiflerden yanıt sunulmuştur. Bu yanıtlardan biri ruhun maddeden ayrı var olamayacağı dolayısıyla ruh ve bedenin tek bir töz olarak ele alınmasının gerektiğini bildiren materyalist anlayışa aittir. Diğer yandan ruhun var oluşunun bedenden bağımsız olduğu, dolayısıyla onun var oluşunun bedenle sınırlandırılmamasının doğru olmayacağını; çünkü ruhun bedenden önce de sonra da varlığını sürdürdüğünü savunan düşünürler de olmuştur. Bu durum ruh-beden düalizmi sorununu ortaya çıkardığı için, ruh ayrı bir töz olarak varsa ölümden sonra mahiyetinin ne olacağı tartışılmaktadır.

Ruhun bedenle birlikte var olduğunu ve bedenden ayrıldıktan sonra varlığından söz edemeyeceğimizi söyleyen Aristoteles'in ruh anlayışına baktığımızda, ruhun bedenden ayrı bir işlevinin olmaması, onun ruh ve bedeni tek bir "töz"[5] halinde ele aldığını gösterir. "Aristoteles'in kendi öğretisi bir 'can' bilimidir. Aristoteles'in projesi ruh söylemlerini bir canlılık bilimine dönüştürmektir" (Aristoteles, 2019: 11). Aristoteles, *Ruh Üzerine* adlı kitabının ikinci bölümünde, ruhun bedenle ilişkisi üzerinden, ruh ile bedenin ayrı olmasının, araştırılmasının anlamsız olduğunu söyler. Yaşayan her doğal cismin, madde ve biçim olarak var olduğunu, var olması bakımından yaşayan cismin ruh olamayacağını, çünkü ancak madde olarak var olduğunu ifade eder. Ruh bu anlamda cismin yetkinliği olarak ortaya çıkar (Aristoteles, 2019: 87-89). "Aristoteles, canlı varlığın formu olarak ele aldığı nefis anlayışını

[4] "Psyhe: (Fr.Psyche) kavramının Yunanca aslına ilkin Antikçağ Yunan mitolojisinde rastlıyoruz. Antikçağ Yunanlılarda insan vücudundan bağımsız bir ruh tasarımı yoktu, ölümden sonra bedenli olarak yaşanılacağına inanılıyordu. Zamanla gölge anlayışında bir ruh kavramı gelişti ve ölülerin Hades'de soluk gölgeler halinde dolaşmakta olduklarına inanıldı" Bkz. (Hançerlioğlu, 2017: 285).

[5] Bkz. (Aristoteles, 2016, (s.161-167) - (s.229-233). Aristoteles'e göre bütün varlıklar töz (ousia) değildir. Yalnızca canlı varlıkların töz olduğunu söylememiz mümkündür. Töz ona göre madde ve formdan oluşur. Madde ve form bir bütün halinde, "bütün olan ve bir biçim ve forma sahip olan", "kendi içinde kendisinin sürekli olmasının nedeni olan bir şey" yani bölünemez, var olan varlıklardır. Ayrıca varlık hakkındaki görüşleri için detaylı bkz. *Metafizik* [1028a10-1042a3] s.157-195, [1017b10] s.121.

entelekheia (yetkinlik/kemâl) kavramı merkezinde ele alarak onu şekil *(morphe)* anlamında bir form olmaktan uzaklaştırmıştır" (Taş, 2017: 85). Burada Aristoteles ruhun bütünlüğünden bahsetmektedir.

İbn Sînâ'yı etkileyen Aristoteles düşüncesinden uzaklaşıp İslam felsefesi açısından ruh anlayışına baktığımızda özellikle İbn Sînâ özelinde ruhun bedenden bağımsız ayrı bir yetkinliğinin olmaması, kabul edilebilir bir durum değildir. Çünkü Aristoteles'in söylediği gibi ruh ile beden tek bir varlığa işaret ediyorsa, ölümle birlikte bu ruhun yetkinliğinden bahsetmek mümkün olmaz. Yani bedenden ayrı olarak ruhtan bahsetmemiz, ruhun bedenin formu olmasından dolayı imkânsız hale gelir. Aristoteles ölümle birlikte, ruh-beden ilişkisine şu şekilde değinmektedir: "Yaşama gücüne sahip olan beden, ruhunu kaybetmiş olan beden değil, ruha sahip olan bedendir" (Aristoteles, 2019: 412b9). Yani ölü bir bedenin ruhundan bahsetmek mümkün değildir. Ölmüş olan bir beden, yalnızca beden olarak yorumlanmakla birlikte, herhangi bir işlevi yoktur. Bu anlamda ölmüş olan bir bedenin ruhunun gücünden bahsetmek de olanaksızdır. İbn Sînâ'nın Aristoteles'ten farkı da aslında burada ortaya çıkmaktadır ki, ölümsüzlük atfedilen ruh anlayışını, Aristoteles kabul etmemektedir. Yaşayan insana, aslında yaşıyor olması sebebiyle beden dememizi sağlayan ruhtur. Fakat ruh bedenin biçim olarak varlığı, yetkinliğidir.

> *"Ruha gelince, o görme duyusu ve aletin gücü gibidir; beden ise gücül olandır. Ancak gözün gözbebeği ve görme duyusu olması gibi, burada da yaşayan, ruh ve bedendir. Ruhun bedenden müstakil olmadığı ya da doğasında kısımlı olmak varsa ruhun bir kısmının bedenden müstakil olmadığı konusunda bir belirsizlik yok, çünkü ruhtaki bazı kısımların yetkinliği bedenin bazı kısımlarına aittir. Ancak ruhun öyle kısımları da vardır ki hiçbir bedenin yetkinliği olmadıkları için en azından bunların müstakil olmalarına hiçbir engel yoktur" (Aristoteles, 2019: 412b9-413a4).*

Maddenin, yani bedenin içindeki ruh, cisim olma potansiyeli taşır. Bu anlamda ruh bir yetkinliktir. Ruhun kısımlarının bedende müstakil olmadığını söyleyerek, yani bedenin yetkinliğinde olmayan parçasının akıl yürüten, sürekli akleden, etkin olan akıl olduğunu söyleyebiliriz.[6] "Akıl yürütmek, [...] ruhun geçirdiği haller değildir, ruha sahip olanın ruha sahip olması bakımından geçirdiği hallerdir" (Aristoteles, 2019: 408b19).

[6] Burada İbn Sînâ'nın "faal akıl" anlayışı ile "sürekli akleden akıl" olması bakımından ilişki kurulabilir. İbn Sînâ'nın faal akıl açıklaması için, Bkz. Giriş kısmında 2. Dipnot. Faal akıl ruhun aklettiği en üst mertebe olmakla birlikte, tanrısal aklı da temsil eder. Buradaki yani Aristoteles'teki etkin akıl ise, ruhun değil ruhu olan canlının,

Aristoteles'in ruh anlayışına değindikten sonra İbn Sînâ'nın *Ruh Kasidesi* üzerinden onun ruh anlayışına geçebiliriz. İbn Sînâ bu kasidesinde ruhu bir güvercin metaforuyla anlatmaktadır. "Çok yükseklerden süzülüp gelen gururlu ve nazlı bir güvercin sana kondu" (Kaya, 2017: 325). Kaya, İbn Sînâ'nın bu sözünü şu şekilde yorumlar: "Ruh, bedene hayat vermek ve onu yönetmek üzere kendi kutsal aleminden gururlu ve nazlı bir güvercin gibi süzülerek dünyaya inip ten kafesine konuk oldu" (Kaya, 2017: 325). Burada açıkça belirtmek gerekirse, İbn Sînâ ruhun, bedenin bir parçası olmadığını söyler. "Bir zihinsel biçim bir özdür, bedenden başkadır, beden içinde değildir ve kendi başınadır" (İbni Sina, 2019: 56). Fakat kendi aleminden kopup, bedenle birleştiği durumda ise, bedene hapsolmuş bir ruhu tanımlamaktadır. Bireyselleşme olarak baktığımızda ise, ruhun beden kafesine girmesi, onunla birleşmesi, ruhun özel bir varlık haline gelmesini gösterir. Taş, tezinde bu özel varlığı şu şekilde ele almıştır; İbn Sînâ'nın nefsin varlığını ispatlamaya çalışması, benlik bilincinin idrakine varmasını beraberinde getirir. İspat edilen şeyin, ispat edilemeyen şeyden, tamamen ayrı bir şey olarak tanımlanması, varlığı ispatlanmış olanın, bedensel durumundan tamamen soyutlanmış olduğu durumda bile, kendi varlığının bilincindedir (Taş, 2017: 82).[7] Kendi varlığının bilincinde olmak, benlik bilincini ortaya çıkarır. Ben'in ben olması ben tarafından farkına varılması, bedenden ayrı olarak da düşünülmesine işaret eder.

"İnsan, bedenin uzuvlarını kendi ben'ine dahil olarak idrak eder fakat biraz düşününce asıl ben'in, bedenden tamamen uzak bir varlık olduğu idrakine varır. Şu halde insanın özü olan ben'in meadı onun sürekli/ebedi oluşu ile gerçekleşir. Çünkü nefs bedenden ayrılabilen bir varlıktır" (Çapku, 2007: 169).

Buradan hareketle İbn Sînâ'da ruhun bedenden ayrı bir şey olması, ruhun maddeden ayrı bir öz olarak, ruha aşkınlık atfettiğini ve ruhun ölüm sonrası varlığının devam ettiğini göstermekteyiz. Bu anlamda ruh aslında bedenle birleştiğinde bedeni de yüceltir. "Açık ve peçesiz olduğu halde, kafa gözüyle bakan herkesten saklanmıştır" (Kaya, 2017: 325). İbn Sînâ ancak akıl yoluyla onun varlığının bilincine varılabileceğini söyler. "Cevherin, yalnızca cevher[8] olmak itibariyle varlığı maddeyle ilişkili değildir. Aksi halde bütün cevherlerin duyulur olması gerekirdi" (İbni

yani ruh beden birleşiminden olan varlığın akletmesidir. *Ruh Üzerine* s.67: (Akıl ise tanrısal etkilere kapalı bir şeydir.)

[7] Buradaki düşünce, İbn Sînâ'nın "Boşlukta Uçan Adam" metaforuyla da özdeşleştirilmiştir. Kısaca: Boşlukta uçan adam, herhangi bir yetişkinin, yetişkin olarak ve havada asılı bir şekilde yaratıldığı varsayımıdır. İbn Sînâ'ya göre herhangi bir şekilde bu kişinin bedensel durumlarından bile habersiz olsa, kendi benlik bilincinin yine de farkına varacaktır.

[8] Cevher: Ruh

Sina, 2013: 9). İbn Sînâ duyularla algılamak isteyenler için bu cevherin bir sır olduğu, ancak akıl gözüyle bakabilenler için görüleceğini ifade eder (Kaya, 2017: 325).

RUH VE NEFS İLİŞKİSİ

Kasidenin diğer kısımlarında ruh ve nefs ilişkisi göze çarpmaktadır. Ruhun bedenle birleşimi, bedenin ölçüsüz istekleri doğrultusunda, ruhun ona uyum sağlayarak hareket etmesi, ruhun kirlenmesine sebep olur. "Beğenmedi ve ısınamadı, ancak içli dışlı olunca harabeyle birarada bulunmaya uyum sağladı" (Kaya, 2017: 326). İbn Sînâ, bedeni bir harabaye benzeterek, ruhun istemeyerek de olsa bedene hapsolduğunu ve daha sonra bedene uyum sağlayarak özgürlüğünü yitirdiğini söylemektedir. "Bedenle ilişkisi sebebiyle, sanırım, saflığını koruyacağına dair verdiği sözler ile o yerleri unuttu..." (Kaya, 2017: 327). İbn Sînâ'da ruhun hakikatten uzaklaştığını ifade ettiğini söylemek mümkündür. "Güvercin sürekli esen dört rüzgarın etkisiyle izleri silinen harabenin başında öter durur..." (Kaya, 2017: 329). Kaya, bu sözü şu şekilde yorumlar: "Ruh yalnız verdiği sözde durmadığı için değil, maddi varlıkların sahip olduğu sıcaklık, soğukluk, yaşlık, kuruluk gibi dört niteliğin etkisiyle yıpranıp yaşlanan bedene üzüldüğü için de sürekli ağlamaktadır" (Kaya, 2017: 329). Ruhun maddeyle birleşmesi, maddenin sahip olduğu dört nitelik; ateş, hava, su, toprak gibi unsurların özelliklerine maruz kalmıştır. Bu anlamda kendini bilgiyle kuşatamayan ruhta, bedenin kalıcı izlerinin kaldığını söylememiz mümkündür. Bedenin kalıcı izleri, ruhun bilgiyle yetkinleşmesine izin vermez. Ruhun bedenle birleşmesinin en temelde amacı kendini bilgiyle yetkinleştirerek, bedenin ölümünden sonra ait olduğu yere dönmesidir. Dolayısıyla beden, ruh için bir amaç değil, araçtır.

Bunlardan hareketle, İbn Sînâ'nın, ruh ve nefs terimlerinin kullanımı açısından, anlam olarak birbirinden kesin bir çizgiyle ayırmamız mümkün görünmemektedir. Bu anlamda ruh mânayı, nefs ise bedenle ruh arasındaki hareket ettirici bir güç gibi yorumlanabileceğini düşünmek mümkündür. Yani ruh maddeyle birleştiğinde, maddi varlığın (bedenin) sahip olduğu özelliklerle birlikte, ona uyum sağlayarak hareket etmesi, nefs kavramının farklı anlamda kullanıldığına, işaret ettiğini söyleyebiliriz. İbn Sînâ *Kitabü'ş-Şifa:Nefs* kitabında nefsani güçler olarak tanımladığı, nefsin güçlerini üçe ayırmaktadır: Bitkisel nefs (üreme, büyüme, beslenme bakımından), Hayvani nefs (irade ile hareket etmesi bakımından), İnsani nefs (oluş bozuluşa uğrayan fiilleri yapmanın kendisine nispet edilen ve tümel şeyleri idrak etmesi bakımından), onun için bunlar organik cismin ilk yetkinliği olarak tanımlanır (İbni Sina,

2021: 104). Burada Aristoteles ile ilişki kurulabilir. Ona göre ruhun bölümleri birbiriyle ilişki içerisindedir. Bu ilişki madde ve form ilişkisi gibi düşünülebilir.

"Hayvani ruh, bitkisel ruha, insani ruh ise hayvani ruha hakimdir. Fakat akla sahip olan insani ruh, aynı zamanda, bilen bir ruhtur. Zaten Aristoteles için insanı hayvandan ayıran başlıca fark, insanın bilen bir varlık olmasıdır. Çünkü insan etrafındaki olayları algılamakla kalmaz, onların sebeplerini de bilir" (Kaya, 2014: 94).

Aristoteles *Ruh Üzerine* kitabında yetkinliğin iki anlamlı olduğunu söyler. Bir anlamının bilgi gibi, diğer anlamının bilgiyi kullanmak gibi olduğundan bahseder (Aristoleles, 2019: 412a20). "Ruh yaşama gücüne sahip olan doğal bir cismin birinci yetkinliğidir. Şimdi, böyle bir cisim organik bir cisimdir" (Aristoteles, 2019: 412a20). İbn Sînâ ve Aristoteles düşüncesinde ruhun yetkinliği, organik bir cisim olması bakımından, birinci yetkinlik olarak ifade edebiliriz. Ayrıca ruh ve nefs ilişkisinin, bedenle birleşmiş olması durumunda, nefsin, ruh ve bedenin arasında bir güç olması, ruh ve bedenin birbirini etkilemesini mümkün kılar.

ÖLÜMSÜZ RUH / RUHUN BEDENDEN AYRILMASI

İbn Sînâ'da ruh ölümsüzdür. Ruh, bedenden ayrıldıktan sonra da varlığını devam ettirir. Birinci bölümde de değindiğimiz üzere, Aristoteles ile farkı burada ortaya çıkmaktadır. İbn Sînâ'da ruhun bedenle iç içe yaşaması, hakikatten uzaklaştığını gösterirken, ruhun ancak bedenin ölümden sonra en yüksek mertebeye çıktığını söylemektedir. "Nefs bedenle meşgul olduğu esnada en üstün yetkinliklerden uzaklaşır, beden engeli ortadan kalktığı zaman ise nefsin üstün şeylere yönelik akletmesi nefs için en üstün, en açık ve en haz verici şey haline gelir" (İbni Sina, 2021: 39). Burada nefsin cisim olmadığını, fakat varlığını cisim olmadan da sürdürebileceğini, buradan hareketle de hakikatin bilgisine ancak o zaman ulaşabileceğini söylemekteyiz. "Güvercin kimsenin değer vermediği ve toprak olmak üzere geride bıraktığı her şeyden ayrılmıştır" (Kaya, 2017: 330). Bedenin içinde bulunduğu durumlar karşısında ruh, ait olduğu yere döner ve gerçekliğin bilgisine yükselir.

İbn Sînâ'ya göre nefs maddeden ayrıldığında, maddenin başka bir hale dönüşmesini zorunlu kılar. Maddede cansıza ait bir suret meydana getirir. Nefsten sonra ya bedenin türü ve cevheri bozulur, ya da maddeyi tabiatına daim kılan bir sureti orada bırakır. Ayrıca bu madde olduğu gibi kalmayıp, cevherdeki değişim ile parçalara ayrılmış olur (İbni Sina, 2021: 88-90). Ruhun bedenle ilişkisini kesmesi durumunda, ruhtaki bu değişim nedeniyle, bedenin cansız bir

varlığa dönüşmesine sebep olur. Böylelikle bedenin yapısı değişir ve işlevini kaybederek parçalandığını söylemektedir.

İbn Sînâ ruhun varlığı, ruhun ebedi oluşu, bedenin ölümünden sonra da ruhun varlığının ve yetkinliğinin devam etmesi gibi konularda, rasyonel bir tutum ile açıklama yaptığını görmekteyiz. İbn Sînâ'nın İslam filozofu olması, Onun felsefeyle yakından ilgilenmesi nedeniyle, aklı temel alması ve bu rasyonel/akılcı tutumu göze çarpmaktadır. Dolayısıyla İbn Sînâ'nın felsefe ve dine bakışını incelemek gerekirse, bu iki yapı arasında aşılamaz bir çatışma olmadığını söyleyebiliriz. Sorgulanamaz olması sebebiyle din, inanç bağlılığı gerektirir. Fakat İbn Sînâ'nın her iki yapıyı da bu anlamda kendi sistemi içerisinde, rasyonel bir tutumla temellendirdiğini ifade etmemiz mümkündür. Başka bir ifadeyle rasyonel teoloji yaptığını söylemek uygun olabilir. "Bu tavrı dine felsefi bir meydan okuma veya aksine dinin felsefi temellendirmesi, dini felsefi bir zeminde doğrulatma [...] algılanmamalı, bunların ötesinde din ile akıl arasında büyük bir samimiyetle var olduğuna inandıkları uyumu gösterme çabası olarak değerlendirilmelidir" (Oktay, 2012: 289). Bu bakış açısından hareketle, İbn Sînâ için felsefe ve din arasında bir tercih söz konusu değildir. İbn Sînâ'nın bu iki yapı arasında tercih yaptığının veya ikisi arasında kaldığının iddia edilmesinin aksine, İbn Sînâ'nın felsefe ve din arasında kalmadığını düşünmek mümkündür.

Sonuç

İbn Sînâ'nın ruh anlayışı, Aristoteles'inkinden farklıdır. Ruh beden ilişkisi açısından baktığımızda onun ruh anlayışı, düalist bir yapıdadır. Onun tasvir ettiği ruh, bedenden ayrı bir cevher olarak da vardır. Ruh bedenin içine hapsolmuş, bedenin ölümüne kadar ki süreçte, kendini yetkinleştirmeye çalışan bir varlıktır. Bu anlamda eğer ruh, ölümsüz olmasaydı, bilgi gerçekleşemezdi. Ruhun bedene kendini yetkinleştirmek için girdiği düşüncesinden hareketle, beden için ruh, amaç değil, araç olarak vardır. Ruh nefs ilişkisi açısından baktığımızda, ikisini de birbirinden kesin bir çizgiyle ayırmak mümkün olmasa da ruh mâna, nefs ise bedenle ruh arasında bir güç olarak vardır. İbn Sînâ'nın felsefe ve dine yaklaşımı rasyonel bir tavırdadır. Herhangi birini tercih ederek düşünce sistemini ona göre şekillendirdiğini iddia etmenin, her iki yapıyı da rasyonel bir tutumla ele aldığından dolayı, doğru olmayacaktır.

KAYNAKÇA

Aristoteles. (2016). *Metafizik,* (Çev. Y.Gurur. Sev). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Aristoteles. (2019). *Ruh Üzerine,* (Çev. Ö.Aygün-Y.Gurur Sev). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

Çapku, A. (2007). *İbn Sina, Gazzali ve İbn Rüşd'de Eskatoloji*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi. İstanbul.

Hançerlioğlu, O. (2017). *Felsefe Ansiklopedisi Kavramlar ve Akımlar*, İstanbul: Remzi Kitabevi.

İbn Sina**.** (2021). *Kitabüş-Şifa:Nefs,* (Hazırlayan. M.Z. Tiryaki). Ankara: Türkiye Bilimler Akademisi.

İbn Sina. (2013). *Metafizik,* (Çev. Ö.Türker-E.Demirli). İstanbul: Litera Yayıncılık.

İbni Sina**.** (2019). *Ruh Üzerine Bir Özet,* (Çev. Y.Gemicioğlu). Ankara: Gece Akademi Yayınları.

Kaya, M. (2017). *İslam Filozoflarından Felsefe Metinleri,* İstanbul: Klasik Yayınları.

Kaya, M**.** (2014, Sayı 18). *Aristoteles'in Ruh Anlayışı,* Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.91-98.

Oktay, A.S. (2012/1, Sayı 15). *İbni Sina'nın İlim, Felsefe Anlayışı ve Din Felsefe İlişkilerine Yaklaşımı,* Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S.289

Taş, E**.** (2017). *Farabi ve İbn Sina'da Bireyleşme İlkesi Bağlamında Nefis-Beden İlişkisi,* Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi. Bursa.

RAWLS'UN ADALET İLKELERİ BAĞLAMINDA AİLE KURUMU ve KADINLARIN EŞİTLİĞİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Yağmur YILMAZ

Bartın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

ORCID ID: 0000-0002-4321-9964

ÖZET

İnsan toplumsal bir varlıktır. Toplumun dengede durabilmesi için de adaletin olması gerekir. Bireylerin temel hak ve özgürlüklere sahip olması ve toplum içerisindeki dengenin işleyişi adalet sayesinde gerçekleşmektedir. Her şeyin temelinde adaletin olduğunu savunan John Rawls düzenli ve adil bir toplum oluşturmayı amaçlamaktadır. Aynı zamanda adil bir toplum düzeni oluşturmak için adalet ilkelerinin topluma uygulanabilir olup olmadığını incelemektedir. Çünkü Rawls'a göre genel adalet anlayışımız bir ülkedeki temel kurumların adalet anlayışlarını da etkilemektedir. Yani siyasal adalet ilkeleri temel bir kurum olan aile kurumuna da uygulanmaktadır. Rawls, ailenin yetişkin üyelerinin bireysel olarak özgür ve eşit olduklarını düşünür. Aile içerisinde kadınlar erkeklerle aynı hak ve özgürlüğe sahiptir. Ne var ki kadınların aile içindeki iş bölümleri yüzünden bir adaletsizlik durumu oluşmaktadır. Rawls ise bu eşitsizliği telafi edecek yaptırımlar uygulanabileceğini öne sürer.

Çalışmamızda Rawls'un adalet ilkelerinin aile kurumunda geçerliliği ele alınacaktır. Daha sonra aile içerisindeki cinsiyet rolleri ve buna bağlı olarak kadınların ve çocukların ne derecede eşit ve özgür olduğu incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: John Rawls, Adalet, Eşitlik, Aile, Kadın, Çocuk

Rawls'un Adalet İlkeleri

Faydacılık felsefe tarihi boyunca pek çok açıdan eleştirilere maruz kalmış bir akımdır. İnsanın tüm yapıp etmelerinin fayda odaklı ele alınması, 'acıyı minimalize, hazzı maksimize etme', 'en çok sayıda insanın en fazla mutluluğu elde etmesi' gibi ilkelerin ileri sürülmesi itibariyle faydacılık, eleştiri oklarının hedefi olmuştur. Mutluluk ve faydayı merkeze koyan bu düşünce

akımına, mutluluk ve faydanın değişkenliği ile bunların niteliksel ayrımları hususunda argümanlarının zayıflığı hatta muğlak kalması nedeniyle karşı çıkılmıştır.

Faydacılık akımına eleştirel bir gözle yaklaşan Rawls'a göre her insan yurttaş olmak bakımından eşittir. En fazla sayıda insanın en fazla mutluluğa erişmesi gibi bir ilkenin benimsenmesi, bireyin özgürlüklerini göz ardı edeceğinden dolayı faydacılık, toplumun genel refahını dikkate alarak tek tek bireylerin mutluluğunu önemsiz kılmaktadır. Her insanın özgür olduğunu ve bireysel olarak farklı görüşleri savunabileceklerini dikkate almayan faydacılık, aynı zamanda toplumdaki adaletin dağılımı hususunda da eşit davranmamaktadır. Rawls'a göre "adalet, bazıları için özgürlük kaybının, başkaları tarafından paylaşılan daha büyük bir iyilikle düzeltilmesini reddeder" (Rawls, 1999:3). Bu sebeple çoğunluğun yarar ve mutluluğu için bireylerin hak ve özgürlüklerinin yok sayılması kabul edilemez.

Rawls faydacılığı eleştirirken ona alternatif bir kuram üretmiştir. Her şeyin temelinde adaletin olduğunu savunan Rawls'a göre toplumsal ve siyasal kurumlar da adalet ilkelerine dayanmalıdır. Rawls'un felsefesinde aile kurumunu incelemek ve buna bağlı olarak aile içi adalet konusunda; kadınların eşitliği ve çocuklar arasındaki ilişkiyi ele alabilmek için öncelikle adaletin iki ilkesini kısaca açıklamak faydalı olacaktır. Ona göre tüm siyasal ve toplumsal kurumları belirleyecek olan iki temel adalet ilkesi vardır. Bunlardan ilki herkesin eşit temel hak ve özürlüklere sahip olmasıdır.

"Her kişi, tamamen yeterli bir eşit temel özgürlükler şemasında aynı vazgeçilmez hakka sahiptir; bu şema, herkes için aynı özgürlükler şemasıyla uyumludur" (Rawls, 2021: 71).
Rawls özgürlük kavramını felsefesinin temeline almıştır. Ona göre özgürlüğe her daim öncelik verilmelidir. Rawls adalet ilkelerinden biri olan eşit temel özgürlükleri belirli bir listeyle sıralar. Bunlar: "düşünce ve vicdan özgürlüğü; kişinin (fiziksel ve psikolojik) bütünlüğü ve özgürlüğüyle belirlenen hakları ve özgürlüklerinin yanı sıra, (oy verme ve siyasete katılma hakkı) siyasal özgürlükler, örgütlenme özgürlüğü ve son olarak da hukukun üstünlüğü kapsamına giren haklar ve özgürlükler" dir (Rawls, 2021: 73). Rawls sözünü ettiği özgürlükler listesini açık bir şekilde beyan etmiştir. Ayrıca *Theory* kitabında sözü edilmese de bunların hepsi temel özgürlüklerdir.

"Toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin iki koşulu karşılaması gerekir. İlk olarak onların hakkaniyetli fırsat eşitliği koşulları altında herkese açık olan makam ve mevkilerle bağlantılı olmaları gerekir. İkinci olarak, toplumun en az avantajlı üyelerine en büyük yararı sağlamaları gerekir (fark ilkesi)" (Rawls, 2021: 71).

Rawls, adaletin ilk ilkesini yani herkesin eşit temel bir özgürlüğe sahip olduğunu ve bu özgürlüğün her şeyden önce geldiğini belirttikten sonra adaletin ikinci ilkesini ortaya koyar. Adaletin ilk ilkesinde özgürlüğü vurgulayan Rawls adaletin ikinci ilkesinde, toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin düzenlenmesi ve hakkaniyetli olmak koşuluyla fırsat eşitliğinin gerekliliğini savunur. Hakkaniyetli fırsat eşitliği toplumdaki mevkilerin ve görevlerin biçimsel manada herkese açık olmasıdır. Yani doğuştan aynı düzeyde yeteneğe ve bilgiye sahip olan insanların toplumsal sınıfları farklı olsa da hem eşit fırsata hem de aynı başarıya sahip olmaları gerekmektedir. Aslında Rawls'a göre adalet anlayışının ruhu da budur. Aynı miktarda yeteneğe ve avantaja sahip olan insanların aynı eşitliğe de sahip olmaları gerekir. Hakkaniyetli fırsat eşitliğinde Rawls'un asıl amacı toplumdaki mevki ve görevler belirlenirken ırk, cinsiyet, yetenek gibi doğuştan gelen durumların sonuçlarını gidermektir. Yani toplumdaki mevkilerin belirlenmesi bu gibi özel avantajlar sayesinde olmamalıdır.

Adaletin ikinci ilkesi olarak ileri sürülen fark ilkesi ise dağıtıcı adaleti bünyesinde barındırır. Toplumda en az avantaja sahip olanların mevcut durumlarının onlara en fazla yarar sağlanacak şekilde düzeltilmesi, fark ilkesinin temel kuralıdır. Yani toplumsal ve ekonomik eşitsizlikler en az avantajlı olanın yararına olmalıdır. Rawls'a göre fark ilkesi "…bir ömür boyu toplumun normal ve tam iş birliği yapan üyeleri olarak özgür ve eşit kabul edilen vatandaşlar için en uygun eşitlik fikrini belirlemeye çalışırken önemlidir" (Rawls, 2021: 79). Rawls'un bu iki adalet ilkesi arasında bir öncelik sonralık durumu vardır. Birinci ilke her zaman ikinci ilkeden önce gelmek zorundadır. Aynı zamanda hakkaniyetli fırsat eşitliği de fark ilkesinden önce gelmelidir. Rawls'a göre bu zorunlu sıralama bozulursa yani ilk ilke gerçekleşmezse ikinci ilkenin uygulanabilmesi mümkün değildir. Ayrıca iki ilke arasında bir ayrım yapan Rawls'a göre "birinci ilke (…) anayasal esasları kapsar. İkinci ilkeyse toplumsal ve ekonomik eşitsizliklerin (…) fark ilkesiyle düzenlenmesini ve hakkaniyetli fırsat eşitliğini gerektirir (Rawls, 2021: 77). Rawls'un yaptığı bu ayrım her ne kadar ikinci ilkenin siyasal değerlerinin olmadığını göstermiş gibi olsa da aslında hem birinci hem de ikinci ilke anayasal değerleri ifade eder.

Peki, adalet ilkelerine nasıl ulaşırız? Adalet ilkelerinin gerçekleştirilebilmesi için Rawls 'başlangıç durumu' adını verdiği bir ortamı kurgular. "…[B]aşlangıç durumu sadece bir temsil aracıdır: Bu araç, her biri adilane konumlanmış ve iyi bir sebep olarak önerecekleri şeyleri sınırlayan şartlar altında anlaşmaya varan özgür ve eşit vatandaşların çıkarlarını temsil eden tarafları tarif etmektedir" (Rawls: 2019, 70). O halde Rawls'a göre adalet ilkelerini geliştirmek adına bir grup insanın toplanarak anlaşma sağladığını varsaymamız gerekir. Bu bir grup insan

elbette ki özgür ve eşit kişilerdir. Aynı zamanda hakkaniyetli iş birliği içerisindedirler. Dolayısıyla Rawls'un başlangıç durumunu ortaya atmasının temel sebeplerinden birisi de hakkaniyetli iş birliğinin ne şekilde belirlenmesi gerektiğinin sınırlarını çizmektir. Başlangıç durumu, adalet kuramıyla bağlantılı ve her şeyin başlangıcı olan yerdir. Böylece hakkaniyete uygundur.

Başlangıç durumunda taraflar ilk etapta bilinmezlik peçesi (*veil of ignorance*) altındadırlar. Bilinmezlik peçesi ya da bir diğer adıyla cehalet perdesi sayesinde anlaşmaya katılan kişiler, temsil edecekleri kişilerin toplumdaki makam ve mevkilerini bilemezler. Böylece taraflar, toplumda var olacakları kişilerin ırklarını, cinsiyetlerini, yeteneklerini, zekalarını bilmemektedirler. "Her şeyden önce kimse toplumdaki yerini, sınıfsal konumunu ya da sosyal statüsünü bilmez; doğal varlıkların ve yeteneklerin dağılımındaki şansını, zekasını ve gücünü vb. şeyleri de bilmezler" (Rawls, 1999: 118). Yani tarafların toplum içerisindeki konumlarına dair bir bilgileri olmayacaktır. Bu sebeple taraflar, toplumdaki mevki ve görevleri bilmedikleri için yapılan anlaşmada kendi çıkarları doğrultusunda hareket edemeyerek genel bir çıkar baz alacaklardır. Çünkü "peçe Rawls'da hem adalet ilkelerini seçerken tarafların birbirleri üzerindeki tahakkümünü ortadan kaldırmayı ve doğadan gelen avantajların, üstünlüklerin, çıkarın etkisini önlemeyi hem de eşit muameleyi ve tarafsızlığı sağlamanın bir vasıtası durumundadır" (Cengiz, 2023: 563). Dolayısıyla peçe sayesinde bireysel çıkarlar görünmediği için anlaşmaya katılan kişiler bu genel çıkarı korumak durumunda kalarak uzlaşma sağlayacaklardır. Genel olarak eşitsizliğin o gruptaki herkesin çıkarına olması gerekir. Yani bir tarafın çok diğer tarafın daha az olduğu bir durum değil de herkesin aza kanaat edeceği durum seçilir. "Eğer biri, gereğince düşündükten sonra bir adalet anlayışını bir başkasına tercih ederse, o zaman hepsi bunu yapar ve oybirliğiyle bir anlaşmaya varılabilir" (Rawls, 1999: 120). Bu şekilde gruptaki bütün üyelerin yararına olacak şekilde dağıtım yapılır. Bu noktadan sonra bilinmezlik peçesi ortadan kalktığı andan itibaren diğer taraflardan düşük bir mevki veya göreve tabi tutulan kişide eşitlik durumu baz alındığında avantajlı bir konumda olur. Ayrıca başlangıç durumuna katılmak hem adalet ilkelerinin belirlenmesine hem de insanların bir araya gelerek bir anlaşma sağlamasına yardımcı olur. Çünkü Rawls'a göre "hakkaniyet olarak adalet son cevabın formlarından birini kabul eder; toplumsal iş birliğinin hakkaniyetli şartları bu iş birliğine katılanların yaptıkları bir anlaşmayla belirlenir" (Rawls, 2021: 37). Daha doğrusu başlangıç durumu, insanların iş birliği içerisinde farklı adalet ilkeleriyle birlikte seçim yapılan bir ortamdır.

Rawls'a göre siyasal adalet anlayışı için sağlanan iş birliği ve yapılan anlaşmaların da belirli koşullarının olması gerekir. "Özellikle, bu koşullar özgür ve eşit kişileri hakkaniyetli bir şekilde konumlandırmalı, bazılarının başkaları üzerinde hakkaniyetli olmayan pazarlık avantajı elde etmesine izin verilmemelidir" (Rawls, 2021: 38). Eğer ki hakkaniyetli bir anlaşma için bu tip koşullar uygulanmazsa anlaşmaya varılan şartlar hakkaniyetli olmayacaktır.

Başlangıç durumunda, özgür ve eşit kişiler arasında hakkaniyetli bir anlaşma sağlamamız daha doğrusu bunu yapabilmek için bir bakış açısı belirlememiz gerekir. Fakat Rawls'a göre bu bakış açısının kendi özellik ve koşullarından ayrılması gerekmektedir. "Başlangıç durumu, 'cehalet perdesi' dediğim özelliğiyle birlikte bu bakış açısını getirir" (Rawls, 2021: 38). Rawls böylece cehalet perdesiyle birlikte daha adil bir seçim yapılabileceğini düşünmektedir. Çünkü "cehalet perdesi, belirli bir adalet anlayışının oybirliğiyle seçilmesini mümkün kılar" (Rawls, 1999: 121). Ayrıca adalet ilkelerinin öznel değil de nesnel bir şekilde belirlenebileceğini iddia etmektedir. Dolayısıyla tarafların hepsi eşit olmaktadır yani aralarında avantajlı ve dezavantajlı konumunda bulunan bir taraf olmayacaktır. Gruptaki bir kişi bir şeyi her ne kadar kendisi için istese de bilinmezlik peçesi ile birlikte istenilen şey diğer kişilerin yararına da olacaktır. Bu sayede hakkaniyete uygunluk temele alınmaktadır.

Rawls'un asıl amacı adalet ilkelerini temele alarak adil bir toplum düzeni oluşturmaktır. Böylece düzenli bir toplum kurarak bu ilkelerin uygulanabilir olup olmadığını incelemektedir. "Şirketler, işçi sendikaları, kiliseler, üniversiteler ve aile adalet ilkelerinden doğan sınırlamalarla çevrilidir, ancak bu sınırlamalar, içinde toplulukların ve grupların bulunduğu ve üyelerinin davranışlarını sınırlandıran arka plandaki adil kurumlardan dolaylı olarak doğar" (Rawls, 2021: 32). Adalet ilkeleri bu yapılara doğrudan değil dolaylı yoldan uygulanarak kurumların iç yapısını değiştirmez. Kurumlara belirli sınırlamalar getirerek bireylerin hak ve özgürlüklerini güven altına alırlar.

Aile Kurumu ve Kadın Eşitliği

Temel yapının bir parçası olan aile, kültürlerin nesilden nesile aktarılmasını sağlamaktadır. İçinde yaşadığımız toplumun sürekli olarak iş birliği içerisinde olması gerekir. Aksi zaten toplum anlayışına karşıdır. İş birliği içerisinde olan aile ise çocuklarına kültürlerini aktarmasıyla birlikte aynı zamanda eğitimlerini de makul bir şekilde gerçekleştirebilmektedir. Rawls ise adalet ilkelerinin aile içinde geçerli olduğunu belirtir. "Siyasal ilkeler ailenin iç yaşamını doğrudan etkilemez, ancak bir kurum olarak aileye bazı sınırlamalar getirir ve böylelikle ailenin bütün bireyleri için temel hak ve özgürlükleri, diğer özgürlük ve fırsatları

güven altına alır" (Rawls, 2019: 492). O halde adalet ilkeleri aileye doğrudan değil dolaylı yoldan uygulanmaktadır.

Peki, adalet ilkeleri aileye dolaylı yoldan nasıl uygulanmaktadır? Adalet ilkeleri, diğer kurumlarda da olduğu gibi bütün aile üyelerinin temel hak ve özgürlüklerini de garantiye almakla beraber ailenin iç yaşamını doğrudan etkilemez fakat aileye kısıtlamalar getirir. Aile ise temel yapının bir parçası olması sebebiyle bu özgürlükleri bertaraf edemez. Ayrıca ilkeler aile içine doğrudan uygulanırsa anne ve baba çocuklarına siyasi ilkeler temelinde davranmak zorunda kalırlar. Bu durum uygun olmayacağından dolayı bu ilkelerin geçerliliği yoktur (Rawls, 2021: 221). Elbette ebeveynlerin belirli sınırlar dahilinde çocuklarına adaletli ve saygılı davranması gerekir fakat bu sınırların ne olduğunu söylemek siyasal ilkelerle alakalı bir durum değildir. Ayrıca çocuk istismarı gibi olaylar aile hukukunu da ilgilendirmektedir. Rawls'a göre "ancak bir noktada toplum, ebeveynlerin doğal şefkatine ve iyi niyetine güvenmek zorundadır" (Rawls, 2021: 222). Çünkü aile kurumunda daha çok gönüllülük ilişkisi esastır. Böylece ilkeler doğrudan olmasa da dolaylı yoldan uygulanabilmektedir.

Her insan doğduğu andan itibaren bir aileye sahiptir ve her ebeveyn, çocuğunu yetiştirirken toplumsal cinsiyet rollerini eşit seviyede tutmalıdır. Çünkü her çocuk aileden aldığı bilgiyle hayatına devam eder. Bu sebeple ebeveynlerin her davranışı çocuğun karakteristik eğilimi için çok önemlidir. Bir çocuk sürekli olarak annesinin hem kendisiyle hem de ev işleriyle ilgilendiğini, babasının ise evin işleriyle alakadar olmadığını sadece işe gidip geldiğini görüyorsa çocuğun bilincinde, ev işlerine dair her şeyin kadının görevi olduğu, bu tarz işlerin kadının yükümlülüğünde yer aldığı gibi bir algı oluşabilmektedir. Nesilden nesile bu şekilde gelen bir aile düzeni kadınları doğuştan eşitsizliğe maruz bırakmaktadır. Rawls'a göre sadece kadınlar değil çocuklar da bu eşitsizlik ve adaletsizliklerle karşı karşıya kalmaktadırlar. "Bu haksızlıklar sadece kadınlara zarar vermekle kalmaz onların çocuklarını da olumsuz etkiler; ve çocukların tutarlı bir demokratik toplumun gelecekteki vatandaşları olarak gerekli siyasal meziyetleri kazanma yeteneklerini köstekler" (Rawls, 2019: 494). Çünkü ailenin temel görevi makul bir biçimde olmak koşuluyla çocukların ahlaki gelişim ve eğitimlerine katkı sağlamaktır.

Bilindiği üzere kadınlar çoğu zaman adaletsiz durumlar içerisinde kalmaktadırlar. Ataerkil bir toplum ile birlikte yaşanan cinsiyetler arasındaki adaletsizlikler, kadını erkek karşısında geri plana atmaktadır. Bu kabul görmüş toplumsal cinsiyet rolleri kadını; iyi bir ev kadını, anne veya eş olarak sınırlandırmıştır. Yani ev işleri, çocukların bakımı, büyütülmesi ve hatta hukuki olaylarda bile geri planda bırakılmaları kadınları adaletsiz bir durum ile karşı karşıya getirmiş

ve kadın-erkek eşitsizliğini gözler önüne sermiştir. Sadece kadınlar değil çocuklar da bu adaletsiz tutumlara maruz kalmışlardır. Rawls'a göre "kadınlar kocaları ile eşit vatandaşlar olduklarından kocaları ile aynı temel haklara, özgürlüklere ve fırsatlara sahiptirler; ve bu diğer adalet ilkeleriyle birlikte doğru biçimde uygulandığında onların eşitlik ve bağımsızlığını sağlamaya yeterlidir" (Rawls, 2019: 493). Çünkü adalet ilkeleri aileye yani aile içindeki üyelere kısıtlamalar getirerek her bir üyenin eşit olduğunu savunur. Dolayısıyla adalet ilkelerinin aileye doğru bir şekilde uygulanması bu eşitliğinde garantiye alındığını göstermektedir.

Peki, temel yapının bir parçası olan aile dediğimizde temel yapı olarak kastettiğimiz şey nedir? Rawls'a göre temel yapı adaletin önemli konularından biridir. Adil bir toplum düzeninin kurulabilmesi için de temel yapının dikkate alınması gerekir. Çünkü temel yapı "hak ve özgürlüklerin, statülerin dağıtımını tayin edeceği için kişilerin yaşamlarını etkilemektedir" (Cengiz, 2023: 561). Bu sebeple toplumsal kurumlar aracılığıyla oluşan temel yapı, bireylerin yaşamlarını etkileme durumundadır. Rawls'a göre "temel yapının siyasal adalet ilkeleri onun ana bölümlerini belirler ve temel haklar bu bölümlere nüfuz eder" (Rawls, 2006: 174). Aile ise hem temel yapının bir parçasıdır hem de toplumsal sistemdeki bölümlerden biridir. Bu sistemdeki her bölümde birbirini etkilemektedir. Toplumsal sistemin en önemli bölümü olan ailede toplumsal bir iş bölümü mevcuttur. İş hayatında uygulanan kadın ve erkek eşitsizliğinin aile yaşamı içindeki iş bölümünden kaynaklandığını savunan kişiler de vardır. "Bunun sonucunda kadın ve erkeklerin aldıkları ücretler arasındaki fark, kadınların çocuklarına kocalarından daha fazla zaman ayırmalarını ekonomik açıdan mantıklı gösterir" (Rawls, 2006: 174-175). Bu durum sonucunda çoğu kişi toplumda cinsiyete dayalı iş bölümünün azaltılmasını ister. Ancak Rawls'a göre siyasal liberalizm bu tip bir iş bölümünü bertaraf etmez. Çünkü iş bölümü dediğimiz şey temel özgürlükleri bünyesinde barındırır. Dolayısıyla "cinsiyete göre iş bölümünü en aza indirmeye çalışmak, siyasal liberalizmde geri kalan iş bölümünün isteğe bağlı olduğu bir toplumsal konuma ulaşmaya çalışmak demektir" (Rawls, 2006: 175). Asıl olması gereken şey isteğe bağlı iş bölümünü azaltmak değil zarara dayalı iş bölümünü azaltmak hatta sıfıra indirmektir. Çünkü "eğer aile içindeki cinsiyete dayalı işbölümü gerçekten de tamamen isteğe bağlı ise, o takdirde bu tek sistemin her iki cinse de hakkaniyetli bir eşitlik sağladığını düşünmek için yeterli neden vardır" (Rawls, 2019: 496). Daha açık bir ifadeyle bir aile içerisinde yapılan iş bölümleri isteğe dayalı ise bu temel yapı kadın ve erkeğe hakkaniyetli bir eşitlik sağlamış demektir.

Rawls'a göre demokrasi, cinsiyet ayırt etmeksizin tüm vatandaşlara tam eşitlik sağlar. "Kadınlara eşit haklar tanınmamasının ana nedeni olmasa bile temel nedenlerinden biri, onların

aile içindeki geleneksel işbölümüne göre ağırlıklı olarak paylarına düşen çocuk doğurmak, beslemek ve bakmak ise; ya onların bu işteki paylarını eşitleyecek, ya da bunu telafi edecek adımların atılması gerekir" (Rawls: 2019, 496). Bu tip bir iş bölümü sadece kadınlara yüklendiği müddetçe eşitsizlik her zaman var olur. Rawls'un da bahsettiği gibi aile içerisindeki eşitsizliklerin önüne geçecek gerekçelerin hazırlanması gerekmektedir. Yani ailedeki iş bölümlerini eşit paylara bölmek gerekir. Bunun için de Rawls "…çocukları büyütürken kadının ortaya koyduğu emeği evlilik sırasında kocanın kazandığı gelirde eşit paya sahip olmasının gerekçesi olarak görmesi gerektiğini öne sürer" (Rawls, 2021: 224). Tam tersi bir durum yaşandığında ise yani kocanın, karısı ve çocuklarını terk etmesi ve onları daha az avantajlı bir durumda bırakması kesinlikle yanlıştır. Bu duruma göz yuman bir toplum Rawls için kadınları ve çocukları geri plana atan bir toplumdur. Hatta siyasal bir toplum dahi değildir (Rawls, 2021: 224).

Rawls'un aile kurumuna dair görüşlerine liberal feministler tarafından birçok eleştiri gelmiştir. Rawls bu eleştirilerin bir kısmına son dönemlerinde cevap verirken bir kısım eleştirileri de görmezden gelmiştir. Gelen eleştiriler genel olarak kadın eşitliği, aile ve toplumsal cinsiyet rolleri üzerinedir. Bu eleştirmenlerden biri olan Susan Moller Okin; Rawls'un adalet ilkelerinin hem aile içerisinde geçerli olmadığını hem de kadın ve çocukların eşitliğinin korunmadığını belirterek ailenin büyük ölçüde göz ardı edildiğini savunur (Okin, 1989: 92-93). Rawls ise bu eleştiriyi yanlış bularak adalet ilkelerinin temel yapıya doğrudan uygulandığını ancak temel yapının bir parçası olan kurumlara dolaylı yoldan uygulandığını belirtir (Rawls, 2006: 171). Rawls'un bu cevabı sonucunda siyasal adalet ilkelerinin doğrudan değil de dolaylı olarak ailenin iç yaşamına uygulanması kadınlar ile eşlerinin eşit şartlarda adalete sahip olmadığı konusunu meydana getirerek akıllarda soru işareti bırakmıştır. Rawls bu eleştirilere itiraz eder ve bunu aile ve kilise arasında bir benzerlik kurarak açıklar. Rawls'a göre kamusal aklın aile kurumuna uygulanabilmesi için ilk olarak siyasal adalet ile bağlantılı olması gerekir. Rawls sadece aile kurumunda değil aynı zamanda kiliseler, üniversiteler, sendikalar veya şirketlerde de adalet ilkelerinin dolaylı yoldan uygulandığını ve bu kurumların iç yaşamlarına müdahale edilmediğini belirtir (Rawls, 2019: 492). Örneğin adalet ilkeleri kiliselerin demokratik olması için din tabanlı bir yönetim sistemi gerektirmez. "Ne piskoposların ve kardinallerin seçimle gelmesi gerekir ne de bir kilisenin makam hiyerarşisinden doğan menfaatlerin fark ilkesini yerine getirmesi gerekir" (Rawls, 2021: 220). Dolayısıyla adalet ilkeleri kilisenin iç yaşamına -tıpkı aile kurumunda olduğu gibi- doğrudan uygulanmaz. Ancak kilise üyeleri inançlarını değiştirme özgürlüğüne sahiplerdir. Kilise yönetimi bu durum karşısında bireyi aforoz edebilme

yetkisine sahipken ona fiziksel bir zarar verme yetkisine sahip değildir. "Çünkü adalet ilkeleri gereğince kamu hukuku, sapkınlığı ve dinden çıkmayı suç olarak görmez" (Rawls, 2021: 220). Bu sebeple kurumlardaki üyelerin hak ve özgürlüklerini korumak amacıyla adalet ilkeleri sayesinde o kuruma birtakım sınırlamalar getirilir.

Okin'in bir diğer eleştirisi ise Rawls'un başlangıç durumunu kurgularken tarafların temsil edecekleri bireylerin cinsiyetlerini bilmemeleridir (Okin, 1989: 91). Aynı zamanda Okin'e göre Rawls'un adalet ilkeleri, cinsiyete bağlı bir toplumla ve aile kurumuyla tutarsızdır (Okin, 1989: 103). Rawls'a göre cinsiyete bağlı olan sistem hem kadınların hem de müstakbel vatandaş olmaları bakımından çocukların eşit temel özgürlüklerini engelleyen bir sistemse bunun kesinlikle adalet ilkelerince çözümlenmesi gerekir. Bu sayede adalet ilkelerinin cinsiyete bağlı olan sistemdeki problemleri çözüp çözemeyeceği anlaşılmış olur. "Bunun çözümü kısmen toplumsal kurama ve insan psikolojisine ve daha pek çok şeye bağlıdır" (Rawls, 2006: 177). Yani Rawls'a göre cinsiyete bağlı sistemdeki bu problemler yalnızca adalet ilkeleriyle alakalı değildir. Aynı zamanda problemin bağlı olduğu diğer konulara da bakılmalıdır.

Okin'in, Rawls'un aile kurumuna dair fikirlerine eleştirel bir gözle yaklaşmasının asıl sebebi "…Rawls'un teorisinde aile içinde adaletin gerekliliklerini geliştirmemiş olmasıdır" (Gürgey, 2017: 112). Onun haricinde Rawls'un kuramında temel yapının bir parçası olan aileden de söz etmesine olumlu bir gözle bakmaktadır.

SONUÇ

Rawls faydacılık akımına eleştiriler de bulunarak faydacılığa karşı alternatif bir kuram üretmiştir. Rawls bu kuramında her şeyin temelinde adaletin olduğunu savunur. Ona göre adaletin iki temel ilkesi vardır. İlki herkesin eşit temel hak ve özgürlüklere sahip olmasıdır. İkincisi ise hakkaniyetli fırsat eşitliği ve fark ilkesidir. Ona göre hakkaniyetli fırsat eşitliği, toplumdaki mevkilerin ve görevlerin biçimsel manada herkese açık olmasıdır. Doğuştan aynı düzeyde yeteneğe ve bilgiye sahip olan bireylerin toplumsal sınıfları her ne kadar farklı olsa da aynı eşit fırsata sahip olmaları gerekir. Fark ilkesi ise dağıtıcı adaleti bünyesinde barındırarak toplum içerisinde en az avantajlı olanın en fazla yararına olacak şekilde düzenleme yapılmasıdır. Yani toplumsal ve ekonomik eşitsizlikler en az avantajlı olanın yararına olmalıdır.

Adalet ilkelerine ulaşabilmemiz için başlangıç durumu adını verdiği bir ortamı kurgulayan Rawls, bir grup eşit ve özgür insanın toplanarak anlaşma sağladığını varsaymamızı ister.

Başlangıç durumuna katılan taraflar bilinmezlik peçesi altına girerek temsil edecekleri kişilerin toplumdaki makam ve mevkilerini bilemezler. Böylece kendi çıkarları doğrultusunda hareket edemeyen taraflar o gruptaki herkesin çıkarına olacak şekilde bir uzlaşma sağlarlar. Bu sayede gruptaki bütün üyelerin yararına olacak şekilde dağıtım yapıldıktan sonra bilinmezlik peçesi ortadan kalktığı andan itibaren diğer taraflardan düşük bir mevki veya göreve tabi tutulan kişide eşitlik durumu baz alındığında avantajlı bir konumda olur. Rawls'a göre başlangıç durumu, insanların iş birliği içerisinde farklı adalet ilkeleriyle birlikte seçim yapılan bir ortamdır.

Rawls'un asıl gayesi adil bir toplum düzeni oluşturarak adalet ilkelerinin topluma uygulanabilir olup olmadığını incelemektir. Temel yapının bir parçası olan aile, toplumu ve kültürleri kuşaktan kuşağa düzenli bir şekilde aktarır. Rawls adalet ilkelerinin aile kurumuna dolaylı yoldan uygulandığını belirterek adalet ilkeleri aileye kısıtlamalar getirdiğini ve aynı zamanda bütün aile üyelerinin temel hak ve özgürlüklerini de garantiye alındığını belirtir. Rawls'a göre adalet ilkeleri aile içine doğrudan uygulanırsa anne ve baba çocuklarına siyasi ilkeler temelinde davranmak zorunda kalır. Bu durum da adalet ilkelerince uygun olmaz. Ebeveynlerin çocuklarına belirli sınırlar çerçevesinde saygılı ve adaletli davranması gerekir ancak bu sınırın belirleyicisi ilkeler değildir. Aslında Rawls'a göre aile ilişkilerinde gönüllülük ilişkisi vardır. Toplum anne ve babanın iyi niyeti ve sevgisine güvenmelidir.

Toplumsal sistemin bir parçası olan ailede toplumsal bir iş bölümü vardır. Fakat ataerkil bir toplum ile birlikte yaşanan cinsiyetler arasındaki adaletsizlikler kadını; ev kadını, anne veya eş olarak sınırlandırmıştır. Rawls ise kadınların eşleri ile aynı temel hak ve özgürlüklere sahip olduklarını belirtir. Çünkü Rawls'a göre her insan yurttaş olmak bakımından eşittir. Bu sebeple Rawls aile içerisindeki iş bölümlerinin eşit bir şekilde dağıtılması gerektiğini belirtir. Eğer eşitlik sağlanmazsa ve bu durumda kadınlar ve çocuklar daha az avantajlı konuma düşerlerse içinde bulundukları toplum kadınları ve çocukları geri plana atan bir toplum olacaktır.

Rawls'a göre aile içi adaletsizlikleri düzeltmek için adalet ilkelerini aileye uygulamamız gerekmektedir. Aile kurumu hatta Rawls'a göre bütün kurumlar adalet ilkelerinden ayrı olarak ele alınamaz. Bu sayede kadınların eşitliği ve müstakbel vatandaş olmaları bakımından çocukların hak iddiaları her koşulda korunur ve bu haklara dokunulamaz.

KAYNAKÇA

Cengiz, E. (2023). "Bir Adalet Kritiği: John Rawls'ın Adalet Anlayışı Hakkında". *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 25(2): 556-579.

Çağlar Gürgey, İ. (2017). "John Rawls'un Ev-içi Adalet Yaklaşımının Eleştirisi". *Kadın Araştırmaları Dergisi*. 18(1): 107-125.

Okin, S. M. (1989). *Justice, Gender and Family*. New York: Basic Books, Inc., Publishers.

Rawls, J. (1999). *A Theory of Justice*. Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.

Rawls, J. (2006). *Halkların Yasası ve "Kamusal Akıl Düşüncesinin Yeniden Ele Alınması".* (Çev. Gül Evrin). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Rawls, J. (2019). *Siyasal Liberalizm* (Çev. M. Fevzi Bilgin). İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Rawls, J. (2021). *Hakkaniyet Olarak Adalet* (Çev. Osman Baş). İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

JEAN BAUDRILLARD FELSEFESİNDE TÜKETİM KAVRAMI

Arş. Gör. Sevgican AKÇA FİŞENK

Gazi Üniversitesi, - ORCID: 0000-0001-8020-9581

ÖZET

Ünlü Fransız aydını Jean Baudrillard, tüketim, modernizm ve postmodernizm, elektronik medya, simülasyon, moda, sanal gerçeklik gibi birçok alanda önemli çalışmalar ortaya koymuştur. Bir toplum ve kültür eleştiricisi olarak Baudrillard, özellikle postmodern çalışmalarıyla döneminde dikkat çekmiş, simülasyon kuramıyla zihin üzerine ilgi çekici belirlemelerde bulunmuş, toplum ve kültür eleştiricisi olarak yer almıştır. Özellikle ortaya koyduğu simülasyon kuramıyla insan zihni üzerine önemli tespitlerde bulunan Baudrillard'ın temel düşüncesi bireylerin tüketim mantığına kasıtlı olarak hazırlanması ve bunun kitle iletişim araçlarıyla yapılması konusudur. O, kapitalist sistemin, kazancını artırmak amacıyla bireyleri salt tüketici konuma getirdiğini savunur. Tüketim isteği insanları doğal ve gerçek olmayan bir yaşama mecbur bırakmaktadır. Bunun oluşmasında etkili olan birçok unsur bulunmakta birlikte en önemlisi ortak dil olarak görülmektedir. Göstergelerin oluşması ve kitlelerin böylece bütünleşmesi, tüketimin zeminini sağlamlaştıran ve sürekliliğe neden olan durumlar olarak öne çıkmaktadır. Dünya zamanla birbirinden ayrışan, ilişkileri olmayan milyarlarca insanın yaşadığı bir yer haline gelmiş ve bu durumda da teknolojik, biyolojik, çevresel vb. birçok önemli sorun meydana gelmiştir. Bununla birlikte ortaya çıkan kaos ve kargaşa ortamı önemli ruhsal problemleri de beraberinde getirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Baudrillard, postmodernizm, tüketim, simülasyon, medya.

CONSUMPTION CONCEPT IN JEAN BAUDRILLARD'S PHILOSOPHY

ABSTRACT

Famous French intellectual Jean Baudrillard has produced important studies in many fields such as consumption, modernism and postmodernism, electronic media, simulation, fashion, virtual reality. As a social and cultural critic, Baudrillard attracted attention especially with his postmodern studies, made interesting determinations on the mind with his simulation theory, and took the position of a social and cultural critic. The basic idea of Baudrillard, who made important determinations on the human mind with his simulation theory, is the deliberate preparation of individuals for the logic of consumption and this is done through mass media. He argues that the capitalist system makes individuals purely consumers in order to increase their earnings. The desire to consume compels people to live a natural and unreal life. There

are many factors that are effective in the formation of this, but the most important one is seen as a common language. The formation of indicators and thus the integration of the masses stand out as situations that strengthen the basis of consumption and cause continuity. The world has become a place where billions of people live, separated from each other over time, and in this case, many important technological, biological, environmental, etc. problems have occurred. In addition, the resulting chaos and turmoil brought along important mental problems.

Keywords: Baudrillard, postmodernism, consumption, simulation, media.

GİRİŞ

Jean Baudrillard 27 Temmuz 1929'da Fransa'nın Reims şehrinde doğmuştur. Sorbonne Üniversitesi'nde Almanca eğitimi alan Baudrillard ABD, Japonya gibi birçok ülkede öğretmenlik yapmıştır. Ayrıca Nanterre Üniversitesi'nde sosyoloji dersleri vermiş, kitle zihni üzerine önemli yazılar yayınlamıştır. Onun ün kazanmasında en çok etkili olan simülasyon kuramı, tüketime dair yaptığı açıklamalar ve özellikle Birinci Körfez Savaşı üzerine düşünceleri hala önemle tartışılmaktadır. Diğer yandan Marksizme dair çalışmalar yapan ve medya, reklam, imaj, moda gibi kavramları eleştirel boyutta ele alan Baudrillard 06 Mart 2007'de Paris'te hayatını kaybetmiştir.

Ünlü Fransız aydını Baudrillard, tüketim, modernizm ve postmodernizm, elektronik medya, simülasyon, moda, sanal gerçeklik gibi birçok alanda çalışmalar ortaya koymuştur. Birtoplum ve kültür eleştiricisi olarak Baudrillard, özellikle postmodern çalışmalarıyla dönemindedikkat çekmiş, simülasyon kuramıyla zihin üzerine ilgi çekici belirlemelerde bulunmuş ve toplum, kültür eleştiricisi pozisyonunda bulunmuştur. Özellikle ortaya koyduğu simülasyon kuramıyla insan zihni üzerine sarsıcı tespitlerde bulunan Baudrillard'ın temel düşüncesi bireylerin tüketim mantığına kasıtlı olarak hazırlanması ve bunun kitle iletişim araçlarıyla yapılması konusudur. O, kapitalist sistemin kazancını artırmak amacıyla adeta vahşileştirir biçimde bireyleri salt tüketici konuma getirdiğini savunur. Tüketim isteği, insanları doğal ve gerçek olmayan bir yaşama mecbur bırakmaktadır. Bunun oluşmasını sağlayan şey ise ortak dil fonksiyonudur. Göstergelerin oluşması ve kitlelerin böylece bütünleşmesi, tüketimin zeminini oluşturan durumlardır. Dünya zamanla birbirinden ayrışan, ilişkileri olmayan milyarlarcainsanın yaşadığı bir yer haline gelmiştir. Bu durumda da teknolojik ve biyolojik kirlenmelerdendaha çok, ruhsal kirlenmeler ortaya çıkmıştır. Baudrillard'ın düşüncesine göre bu yaşanılan dünyada bütün fikirler kaos halindedir ve bu nedenle küplerin aynı renkli olan yanlarını aynı yüze toplayabilmek imkansız hale gelmiştir (Baudrillard, 2018, s. s.24).

Postmodernizmle birlikte insan artık özgür olmayan, adeta bağımlı köleler halinegelmiştir. Bunun nedeni insan aklının yerine geçen teknoloji ve makinelerdir. İhtiyaçların giderilmesi adına gelişen teknolojik aletler ve makineler, artık tamamen insan zihnini kullanılmaz duruma getirerek onun yerine geçmiştir. Öyle ki bu durumu yaratan da aslında insanın kendisidir. Orjinal makineler icat etme isteğiyle insanlar kendi orjinalliklerinden feragatetmişlerdir. Bunun sebebi de insanın kendi zihninden yavaş yavaş umudunu yitirmesidir (Baudrillard, 2018, s. 56).

Bu dönemde kitle iletişim araçlarının gelişimi ve medyanın yarattığı etkiyle insan davranışları karmaşık bir biçimde iç içe geçmiştir. Özellikle elektronik medyanın yani televizyonun egemenliğiyle birlikte yeni bir tür gerçeklik ortaya çıkmıştır. Baudrillard'ın hiper-gerçeklik (hyperreality) dediği bu tür, göstergeler ve taklitlerden başka bir şey içermemektedir. Simülasyon kuramı olarak öne sürülen bu önemli düşüncesiyle Baudrillard, postmodernizmle gelen tüketim çılgınlığının ve kapitalist sermayeci sistemin meydana getirdiği anlam kaybı ile yeni bir anlam arayışının, bu göstergeler ve benzetmelerin neden olduğu gerçeklikten uzaklaşma sebebiyle ortaya çıktığını savunmaktadır.

İHTİYAÇ VE TÜKETİM

İhtiyaç kavramına dair literatürde birçok tanımlama mevcuttur. İnsanlar ve toplumlar arasında görülen değişiklikler, ihtiyaçlar konusunda da farklılaşmaları zorunlu kılar. Abraham Maslow, ihtiyaçları güdülenme ile açıklarken, biyolojik ve içgüdüsel olarak tanımlamalar ortaya koymaktadır. O, ihtiyaçlar hiyerarşisinin ilk üç basamağında yer alan fizyolojik, güvenlik ve sosyal ihtiyaçların temelde olduğunu ve çoğu insan tarafından karşılanabildiğini, saygınlık kazanma ve kendini gerçekleştirme basamağının ise çok az insan tarafından karşılandığını ifade eder. Fakat Baudrillard'ın belirttiği biçimde tüketim toplumu açısından düşünürsek, zamanla insanların ve kitlelerin ihtiyaçtan anladıkları şeylerde büyük değişimler olacaktır. Bu nedenle statik bir hiyerarşik ihtiyaç dizgesinden yola çıkarak tüketimi ve tüketicileri anlamak oldukça zordur. Neo-klasik yaklaşımlara baktığımızda ise ihtiyaç kavramı "İnsanların yaşayabilmeleri için doğal ve toplumsal gerekliliklerin tümü'' ya da "tatmin edildikleri sürece haz, tatmin edilmedikleri zaman ızdırap veren her şey'' olarak tanımlanmaktadır (Pekcan, 2003, s. 525-526).

14. yüzyılın önemli düşünürü İbn Haldun ise ihtiyaç kavramını umran teorisi üzerinden oluşturmuştur. Buna göre toplumlar göçebelikten yerleşik hayata ve oradan da modern yaşama ihtiyaçlarının şekillenmelerine göre aşama aşama geçerler. Onun düşüncesinde ihtiyaçlar kitlelerin uygarlaşma ya da gerileme süreçlerinde en önemli itici güç olarak karşımıza çıkar.

''İbn Haldun'a göre insanın "zaruri", "hâci" ve "kemali" olmak üzere üç çeşit ihtiyacı vardır. Zaruri ihtiyaçlar insanın yaşamını devam ettirebilmesi için gerekli olan asgari ihtiyaçlarını ifade ederken, hâci ihtiyaçlar, zarurî olmayan fakat insanın rahatına katkı sağlayan, o an olmasa bile ilerde ihtiyaç duyulabileceği şeyleri ifade etmektedir. Kemali ihtiyaçlar ise gelecekteki ihtiyaçlarını da karşılamış insanların fikir, estetik gibi kaygılarını karşılamaya yönelik ihtiyaçlardır'' (Görgün, 1999, s. 547).

Baudrillard'a bakıldığında ise ihtiyaç kavramı artık tikel nesnelere duyulan gereksinim olarak değil, farklılaşmaya duyulan gereksinim olarak tanımlanacaktır (Baudrillard, 2021, s. 112). *Tüketim Toplumu* eserinde Baudrillard, ihtiyaç kavramını açıklarken onu psikolojik bir kavram olan isteri sözcüğüyle açıklar:

''Nesneler ve ihtiyaçlar dünyası böyle bir yaygınlaşmış isteri dünyası olacaktır. Nasıl tüm bedensel organlar ve işlevler dönüşümde semptomun belirttiği devasa bir paradigma haline geliyorsa, aynı şekilde nesneler de tüketim içinde başka bir dilin kendini ifade ettiği, başka bir şeyin konuştuğu büyük bir paradigma haline gelir'' (Baudrillard, 2021, s. 90).

İhtiyaç kavramına klasik bakış açısından farklılık getirdiği gibi, tüketim kavramını da ele alırken standartlaşmış açıklamalardan kaçınan Baudrillard, tüketimi, günümüzde ihtiyaçların mallarla ya da hizmetlerle tatmini olarak değil, kodlarla oluşturulmuş göstergeler sistemi olarak

ifade eder. Burada artık ihtiyaç ve hazlara bağlı biyolojik ve doğal yapının yerini, toplumsal sınıflaşma yapısı almıştır. O, tüketim olgusunu açıklarken zaruri olan ve olmayan ihtiyaçlar ile gerçek dışı ihtiyaçlar arasındaki farkın ortadan kalkışın göz önüne alır. Postmodern çağda artık şekiller, görünüş, görkemlilik çok büyük imajlar haline gelmiştir ve bu nedenle artık insanlara sanki gerçekten ihtiyaçları varmış şeklinde pazarlanan şeyler tamamen gereksiz ve sahte ihtiyaçlardır. Bu şeyler postmodern çağda sosyal statü kodları halini almış, lüks marka ve moda ürünlerdir. İnsanlar bu ürünlere adeta bağımlı duruma gelmiş, özgür olmadıklarının bile farkına varamaz bir halde yaşamaktadırlar. Böylesine sahte bir yaşamda mutlu olduklarına inandırılan insanlar, sistemin istediği kodlar tarafından ele geçirilmiş durumdadırlar.

"Tüketim ve şekiller arasında örtülü bir işbirliği söz konusudur ayrıca ikisi de aynı mantıkla çalışmaktadır. Kapitalizm, bugün gelmiş olduğu aktüel zihniyet dâhilinde şekillere anlam kazandırma konusunda eski ürün mantığından kurtularak yeni bir kural dizgesi var etmiştir. Var edilen bu dizgeyi Baudrillard 'kod' kavramıyla açıklamaktadır. Hayatın tüm yerlerinde sistemin dilediği kodlar vardır. İnsanlar hali hazırdaki kodlara karşı durmadan hayatlarını geçirerek sisteme hizmetini sürdürmelidir'' (Zıraman, 2011, s.57).

Postmodernizmle birlikte kitle iletişim araçlarında, sanayide, medya ve moda anlayışlarında birçok değişiklik meydana gelmiştir. Bu değişimlerle birlikte insanlar artık simgelerin çoğaldığı, gizli ikna edici göstergelerle istenilen her tarafa yönlendirilebilmektedir. Her şey oldukça görkemli ve göz alıcıdır. İnsanlar bu sahte yaşamın ışıkları altında kendini mutlu sanan köleler haline dönüştüklerinin farkında değillerdir. İnsan adeta tüketimin esiri olmuş durumdadırlar.

"Baudrillard, tüketim toplumunun kapitalizmin son aşaması olduğunu ve tüketim anlayışının tam olarak kapitalist görünümler ortaya koyduğunu daima belirtmiştir'' (Adanır, 2011, s. 7-8). Ona göre kapitalizmin son biçimi, ekonomik alandan çıkıp kültürel alana doğru yayılmıştır. İnsanlar özellikle postmodern dönemde kültürel kodlarla yönlendirilmektedir. Bu biçimdeki bir kapitalist sistemde artık her şey anlam yitimine uğramak mecburiyetindedir. Artık üretim kuralları değil, tüketim kurallar geçerlidir. Bu durum da çağdaş tüketim toplumu, vahşi unsurlarıyla insanların etrafını kuşatmış durumdadır. Bu unsurları anlayabilmek için Baudrillard felsefesinde tüketim kavramını merkeze almak yerinde olacaktır.

Sanayi toplumundan, kültür temelli tüketim toplumuna geçişle birlikte artık ekonomi yerini kültür egemenliğine bırakmıştır. Bu kültür nesnelerinden en önemlisi ise elektronik medya, yani somut şekliyle televizyondur (Baudrillard, 2016, s. 25). İletişim araçları postmodern çağda en fazla gereksinim duyulan faktörler olarak görünür. Bu bağlamda televizyon, tüketicilere bütün tüketim ürünlerini sunmakla görevlidir.

"Neo kapitalist sistem imal etmiş olduğu nesneleri televizyon vasıtasıyla tüketicilere tanıtırken işin sadece tanıtım kısmıyla sınırlı kalmamıştır. Eşzamanlı olarak kültürel, zihinsel ve manevi anlamda da yeni bir öbeğin oluşmasını hedeflemiştir. Bu sistem öylesine güçlüdür ki bütün bir uygarlığın bu düzene boyun eğmemesi neredeyse imkânsız gibidir. Çünkü tüketim, sistem halini almadan önce ideolojik değerler sisteminin nabzına dokunabilmiş ve kültür halini almıştır" (Baudrillard, 2018, s. 78).

Bütün kitle iletişim araçları, ama özellikle de televizyon, reklamlarla tüketim ürünlerine yönelik arzu duyulmasını amaçlayarak, bireylerde merak uyandırır ve bu merak doğrultusunda davranışa geçmelerini sağlarlar. Reklamlar aracılığıyla dil fonksiyonu yeniden bir

yapılandırmaya girerek bireylerin aklında yer edinmeye hizmet eden simgelerle donatılmıştır. Baudrillard Sessiz Çoğunlukların Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu adlı eserinde insanların elektronik medya vasıtasıyla, bu dilin hegemonyası altında tepki veremeyecek biçimde uyuştuklarından söz eder. Postmodern çağda eski devrim düşüncesinin bu yönde işe yaramayacağını belirten Baudrillard, tüketim toplumu içerisinde kitle iletişim araçlarını dikkate alan yeni bir direniş biçiminin oluşturulmasının gerekliliğine vurgu yapar. Postmodern dönemde bütün hevesler, arzular ve ilişkiler pazarlanma ve harcanma amacıyla göstergelere benzemek zorundadırlar. Örneğin ‘’Baudrillard'a göre, evlenmenin asıl amacı artık nesne tüketimidir ve bu nesne tüketimini ifade eden şeyler arasında simgesel nesnelerden olan evlilik yüzükleri de vardır. Bunun en bariz örneği ise, ABD'de her yıl evli kişilerin yüzük değiştirmesine yönelik reklam kampanyalarıdır. Evli çiftler her yıl yüzüklerini değiştirmek suretiyle ilişkiyi belirleyen temel şeyin birbirleri arasında yapacakları harcamalar olduğunu söylemektedir'' (Dikmen, 2018, s. 72). Ya da örneğin reklamlarda yüksek sesle yapılan indirim haberleri, mağazaların afişleri, eskiyi getir yeniyi indirimli al gibi çağrılar, tüketicinin zihninde farklı anlamlar biçiminde yer edinerek onları alışverişe sevk ederler. Kuşkusuz eski bir makinenin içindeki parçalar geri dönüşümle işe yarayacaktır fakat burada satıcının asıl amacı tüketiciye iç rahatlığı sağlamak ve vicdanen satın almayı meşrulaştırmaktır. Bu alışveriş türü ile tüketici eski eşyasını atıp savurganlık etmemiş olacak ve aynı zamanda sembolik bile olsa yapılan indirimden kâr etmiş olacaktır. İşte reklamın tüketim toplumu üzerindeki can alıcı etkisi en net biçimde bu şekilde görülmektedir.

SİMÜLAKRLAR VE SİMÜLASYON

Simülasyon terimi, similis kökünden gelmektedir ve bir şeyin taklidini yapmak anlamında, benzer anlamında kullanılmaktadır. Latince'de simülare kelimesinden türetilen simülasyon kavramı 20. Yüzyılda teknik bir anlam kazanmıştır. Gerçek dünya içerisindeki bir durumun veya yapının zamana bağlı taklidi olarak ifade edilmektedir. Baudrillard'a göre simülasyon, ‘’gerçek olana karşı kısa devre yaptırılarak, göstergeler üzerinden yeni baştan üretilen durumdur" (Baudrillard, 2018, s. 47).

II. Dünya Savaşı ile birlikte ideolojilerde meydana gelen farklılık simülasyonun ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Baudrillard'a göre sağ görüş, sol görüşün fonksiyonlarını gerçekleştirme eğilimine geçmiştir. Öte yandan yaygın olan sanayi ve tarımken, iletişim ve hizmet alanlarının gelişimiyle arka planda kalmıştır. Bu gelişmeler batının durgunlaşmasına ve adeta kendi etrafında dönüp durmasına neden olmuştur. Artık sanayi kapitalizmindeki modernite çağı sona ermiştir ve yeni oluşan postmodernite dönemi taklit yani simülasyon modellerinin egemenliğindedir. ‘’Teknolojik değişken ve bu değişkene bağlı olarak biçimlenen, etkinlik sağlayan modeller, işaret kodları düşünüre göre postmodern dönemin toplumunu belirlemektedir" (Şaylan, 1999, s. 67).

Baudrillard Batı'daki gerçeklik anlayışının dönüşümünü, Nietzsche'den etkilenmesiyle dünyanın büyüsünün bozulması olarak izler. O, bunu hipergerçeklik kavramını kullanarak açıklar. Postmodernizmle birlikte gerçeklik algısının yerini taklitler yani simülakrlar almıştır. Simülasyon kuramı bu anlamda hipergerçekliği işaret etmektedir. Artık yaşamdaki hiçbir şey asıllardan oluşmamaktadır. Evren tam anlamıyla bir simülasyon evrenine dönüşmüş ve bütün bu taklitler tüketim toplumuna hizmet etmektedirler. ‘’Onun için var olan, yani göstergeler mevcuttur.

"Şeyler" vardır. Ama bugün, onun bilgisinin bize aktarılması veya iletilmesinde problemler vardır. Yani araya aracı girdiği durumlarda gösteren sistemi veya epistemolojik töz sistemi bir simülasyona yani kopyanın kopyasına dönüşebilmektedir. Ayrıca Postmodern dönem düşüncesine hâkim olduğu biçimiyle, şeylerin bilgisini edinme sürecimize müdahale edebilen faktörler vardır. Bu örneğin Foucault'da iktidar iken, Baudrillard'da üretim güçleri olabilmektedir'' (Güzel, 2015, s. 68).

Baudrillard açıklamalarında temelde Batı'nın örnek alınmasına karşın gerçekliğin ve anlamın yitimiyle birlikte çöküşü vurgusunu yapar. Artık sistemde gerçek ve hakikatle ilişkili şeyler kalmamaktadır. Simülasyon çağına giriş ile birlikte Batı toplumlarının gerçeklikle bir bağlantısı kalmamıştır. Mevcut toplumlar, gerçek toplumların olsa olsa simülakrlarıdır ve hipergerçeklik evreninin egemenliği altındadır. Bu durumda anlamın kayboluşuyla birlikte yaşamın ve kitlelerin hakikatlerle ilişkisi tamamen kesilmiş durumdadır.

''(…) Batı uygarlığı 'simgesel' (yani içerik, ideolojik, politik, felsefi, kültürel düzeyde bir model olma özelliğini) anlamını yitirmiştir. Buna karşın, 'maddi' anlamda sahip olduklarını yitirmemek için bu bitmişliğini yadsımaya daha doğrusu gizlemeye gayret etmektedir. Simülasyon evreni, işte bu bitmişliğin gizlenmeye çalışıldığı evrenin kendisidir. Baudrillard'a göre, Batı, gerçekte tarihin misyonuyla amaçlarının hiçbirini gerçekleştirememiştir. Eğer başarı buysa o zaman dünyadaki diğer toplumlara yapacak bir şey kalmamaktadır. Oysa Baudrillard, biz hiçbir şeyi beceremedik, işte bu yüzden her şeye yeniden başlamak gerekiyor demektedir. Her şeye yeniden başlayabilmek içinse var olan simülasyon düzenine bir son vermek gerekmektedir. Bu ise sanıldığı kadar kolay bir iş değildir'' (Adanır, 2008, s. 12-13).

Görüldüğü üzere Baudrillard, postmodern çağda Batı toplumlarının gerçeklik ve anlam yitimiyle birlikte bir taklitler evreni hegemonyasına girdiğini düşünmekte, bu durumdan kurtuluşun ise kolay olmadığını vurgulamaktadır. Çünkü kitle toplumlarında artık şeylerin asılları yerlerini taklitlerine bırakmışlar ve simülakrların hakikatmiş gibi göründüğü bir yaşama girilmiştir. Bu yaşamda başta medya olmak üzere her şey taklitleri gerçeklik gibi sunmakta, bireyleri bunlar üzerine düşünmemeye yönlendirmektedir. Öyle ki bireyler artık zihinsel tembelliğin kendilerini ve toplumu ele geçirmesiyle karşı karşıya kalmışlar ve bunun farkına bile varamamış durumdadırlar.

TÜKETİM NESNESİ OLARAK BEDEN

Her tarihsel dönemde farklı bakış açılarıyla ele alınan beden, postmodernizmle birlikte özellikle etik boyutta başka bir boyuta geçmiştir denilebilir. Postmodern etik anlayışının 'yeniden inşa' temelinde oluşmasıyla beden üzerine düşüncelerde de başla başına bir yenileşmeye gidilmiştir. İnsanlara katı kurallarla bezenmiş bir yaşam sunan pirüten ahlak, beden üzerinde de büyük bir disiplin oluşturmaktaydı. Evlilik, cinsellik vb. bütün durumlar Tanrı'nın izniyle ve onun şanını yüceltmek adına yapılmaktaydı.

Postmodern etikle birlikte ise bireylerin kendi kendisinden sorumlu olması durumu öne çıkar. Bu doğrultuda evlilik, cinsellik ve diğer bireysel ilişkilerde de Tanrı değil bireyin kendisi ve onun arzuları temele alınmaktadır. Bu anlamda bakıldığında çevreye duyarsız olmak yönüyle eleştirilen postmodern etik içerisinde beden meselesi, kapitalist toplumlarda veya daha geniş anlamda Batı toplumlarında ele alındığında daha net anlaşılabilmektedir.

"Kapitalist bir toplumda özel mülkiyetin genel statüsü aynı zamanda bedene, toplumsal pratik ve bu pratiğin zihindeki temsiline de uygulanır. Geleneksel düzende, örneğin köylüde bedenini yüceltme, kendisinin mükemmel olduğunu düşünme, kendine tapınma anlamında narsizmin kuşatması, gösterisel

algılama değil, emek süreci ve doğayla ilişki aracılığıyla ulaşılmış araçsal/büyülü bir beden görüşü vardır" (Baudrillard'dan akt. Özbolat, 2011, s. 320).

Postmodern dönemde beden ele alınırken, moda, imaj, marka gibi kavramlar temel olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüketim toplumu içerisinde tüketiciler alışveriş yaptıkları zamanlarda artık yalnızca arzularına yönelik hareket etmemektedirler. Hatta Baudrillard'a göre arzularımızı tamamen yitirmiş bir biçimde, farkında bile olmadan bize dayatılan reklamlar doğrultusunda, markalar ve istenen imajlar doğrultusunda bedenimizi tüketiyoruz. Makyaj malzemeleri, kozmetik ürünler, botoks ve dolgu benzeri estetik müdahalelerin hepsi aslında bireysel arzuların dışında, gizlenmiş bir toplumsal dayatmanın sonucu olarak meydana gelmektedir. Öyle ki artık insanın teni, adeta bir vitrin halini almıştır. Nasıl ki mağazaların vitrinine en gösterişli ve en dikkat çeken ürünler yerleştirilerek dikkat çekilmeye çalışılmaktaysa, aynı şekilde beden üzerinde de böyle bir dayatma söz konusudur. Özellikle kadınlar tek tip bir biçimde zayıf, ölçülü vücutlara ve ölçülü yüz hatlarına sahip, genç, pürüzsüz teniyle, parlak ve gösterişli saçlarıyla yaşamda diğer kadın bedenlerinden daha öne geçmekte, böyle bir bedene sahip olmayanlar tarafından kıskanılmaktadır. ''Baudrillard, bir adım öteye gider, güzellik aynı anda hem etin yadsınmasını hem de modanın yüceltilmesini ifade eden modellerin ve mankenlerin profilinde sıska ve etsiz bir niteliğe sahip olacaktır'' (Özbolat, 2011, s. 325). Daha radikal bir örnek olarak yalnızca diğerlerinden daha fazla kiloya sahip olması ve toplumun beğeni standartlarının altında kalması sebebiyle intihara sürüklenen insanların sayısı üzücü bir biçimde çok fazladır.

SONUÇ

Baudrillard'a göre bu tür durumlar sebebiyle, daha genel anlamda tüketim toplumunda bedenin algılanışının bu denli yüzeyselleşmesiyle artık bedenin gerçeklikten koparak anlamının bulanıklaştığı açık bir durumdur. Artık sağlıklı ve formda bir beden algısı, görüngülerden ve standartlara uyumdan ibaret olmuş ve bu durumun hakikate bir bağlantısı kalmamıştır. Simülasyon toplumu her şeyde olduğu gibi güzellik algısında da hipergerçeklik evreni olarak hakikatlerden kopmuş, göstergeler ve taklitlerin gerçeklikmiş gibi algılanmasına ortam hazırlamıştır. Tüketimin bu denli etkili hegemonyası altında kitleler ve tek tek bireyler asıl ve gerçek olan her şeyden uzaklaşmış, mevcut olan her şeyi gerçekmiş gibi kabul edecek şekilde düşünmemeye başlamıştır.

Bütün bunların temelinde Batı'da postmodern çağın ve kapitalist toplumların beraberinde getirdiği anlam ve gerçeklik yitimi bulunmakta, var olan bu dehşet verici sistemden kurtuluş ise neredeyse mümkün görünmemektedir. Zira evren tamamen simülakrlar tarafından kuşatılmış bir hipergerçeklik evrenine dönüşmüş durumdadır.

KAYNAKÇA

Adanır, O. (2008). *Simülasyon kuramı üzerine notlar ve söyleşiler.* Hayal Et Kitap.

Adanır, O. (2011). Teknolojik Gelişmeden Nesne Teknolojisine ya da Toplumsal Gelişme Nasıl Durakladı? *Özne: Baudrillard Sayısı*, 14. Kitap, 7-22.

Baudrillard, J. (2016). *Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm.* (O. Adanır, Çev.) İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi.

Baudrillard, J. (2018). *Cool Anılar I-II.* (A. Sönmezay, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2018). *Kötülüğün Şeffaflığı.* (I. Ergüden, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Baudrillard, J. (2018). *Simülakrlar ve Simülasyon.* (O. Adanır, Çev.) Ankara: Doğu Batı Yayınları.

Baudrillard, J. (2021). *Tüketim Toplumu.* (N. Tutal, & F. Keskin, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Dikmen, M. (2018). Felsefi Yakınlıklar: Theodor W. Adorno ve Jean Baudrillard. *Bülent Ecevit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 63-76.

Foucault, M. (2021). *Cinselliğin Tarihi.* (H. Uğur Tanrıöver, Çev.) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Görgün, T. (1999). İbn Haldun'un Görüşleri. *Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 19*, 543-555.

Güzel, M. (2015). Gerçeklik İlkesinin Yitimi: Baudrillard'ın Simülasyon Teorisinin Temel Kavramlar. *FLSF (Felsefe ve Sosyal Bilimler Dergisi), 19*, 65-84.

Pekcan, A. (2003). İhtiyaç Kavramı ve İbn'i Haldun'un Umran Teorisi'ne Etkileri. *İslami Araştırmalar Dergisi, 16*(4), 525-526.

Şaylan, G. (1999). *Postmodernizm.* Ankara: İmge Kitabevi.

Zıraman, Z. (2011). Simgesel Değiş Tokuş ve Ölüm/Jean Baudrillard. *Özne Dergisi, 14. Kitap*.

JOSE ORTEGA GASSET'İN FELSEFESİ'NDE "İNSAN VE ÖTEKİ"PROBLEMİ

Seda YURTSEVEN

Ankara Üniversitesi - 0000-0002-5713-6836

Özet

İspanyol filozof,Jose y Ortega Gasset (1883-1955) varoluş felsefenin temel problemlerini ele alması bakımından modern dönemde ortaya çıkan varoluşçu filozof olmuştur.Ortega Y.Gasset,yaşadığı İspanya'nın I.ve II.Dünya Savaşlarından sonraki olumsuz toplum koşullarının tesiriyle geliştirdiği düşüncelerini,"ben" "öteki"gibi problemler bağlamında ele alarak geliştirmiştir. Gasset,bu problemlere çözüm arayışında bulunarak geliştirdiği felsefesinde sosyoloji ve tarih alanları da iç içe geçmiştir.

Yaşamsal akıl,kökten gerçeklik,kökten yalnızlık,çevre,insan,öteki,toplum,perspektivizm gibi kavramlar ve meseleler üzerinde durmuştur.Gasset,ben,öteki,fenomenolojik yöntem,gibi felsefesinde ele aldığı kavramlarda B.Husserl'den;Perspektivizm,yaşamsal akıl kavramında,Margburg'tan ve Yeni Kantçılık'tan etkilenerek değerlendirmelerde bulunmuştur.Gasset,H.Spencer,M.Weber,P. Sorokin gibi sosyologlardan etkilenmesinin yanında,özellikle W.Dilthey'den de etkilenerek felsefesinde düşüncelerini ifade etmiştir.Perspektivizm kavramı ve düşüncesinde Nietzsche'den etkilenmiştir.

Gasset'e göre,insan,somut birey olarak yaşamını sürdürdüğü bir çevre içerisinde "öteki" olarak nitelendirdiği bireylerle etkileşimi kaçınılmaz haldedir. Çünkü insan,intersubjektif düzleminde ele alınabilen bir varlıktır.İnsanın ben'ini keşfetmesi ve gerçekleştirmesi,somut yaşam alanında "ötekilerle" gerçekleştirdiği birtakım çatışmaları barındıran etkileşimleri aracılığıyla mümkün hale gelebilmektedir.

Gasset varoluşçu bir filozof olmanın getirdiği tavırla insanı somut bir birey olarak anlamaya çalışırken kendine ait olan yaşamını ele alması bakımından, soyut, mantıksal ve rasyonel açıklama girişimlerinden uzak durarak onun somut tecrübelerini merkeze alarak ifade etmeye çalışmıştır.

Gasset, insan kavramını varoluşsal ve sosyolojik mahiyette ele almıştır. Gasset, insan varlığına yönelik ontolojik veya epistemolojik bir felsefi sistem içerisinde fikirlerini geliştirme çabasında olmamıştır. Bununla birlikte ona göre varoluşun temel problemini karakterize eden bilgi, bilme

varlık sorunu değil var olmanın kendisidir. ”Yani insanın ne“liğinden ziyade insan neler yapabilir? Toplumun içinde insanın işlevi nedir? Toplumsal ilişkilerde bireyin duygu ve düşünce durumları nasıldır? gibi konulara yer vermiştir.”(Tezli 2010:59).Gasset felsefesini insan varlığını ve yaşamını temele alarak inşa etmiştir.

Anahtar Kelimeler: İnsan, Tarih, Yaşamsal Akıl, Tarihsel Akıl, Kökten Gerçeklik, Kökten Yalnızlık, Çevre, Perspektivizm, Nesil, Kitle İnsanı.

Yaşamsal Akıl ve Tarihsel Akıl

Yaşamsal akıl, Gasset’nin felsefesinde düşüncelerini temele yerleştirdiği kavram olmuştur. “Madem ki düşünüyorum o halde varım, demek değil, tersine düşünüyorum o halde varım. Düşünce tek ve ilk gerçek değildir, tersine düşünce ve zeka yaşamın bizi zorladığı tepkilerden biridir; kökleri ve anlamı da yaşamak denen ,o her şeyden önce gelen, o kökten ve müthiş olaydadır. Saf ve yalıtılmış akıl, yaşamsal akıl olmayı öğrenmek zorundadır.”(Gasset,1998:86).Gasset, insan ve onun yaşamıyla ilgili düşüncelerini ifade ederken, Descartes’in idealist felsefesini eleştirmekle başlamaktadır. Ona göre,Descartes idealist felsefesiyle insanı soyut ,mutlak bir akla indirgeyerek ,onu somut yaşamından ve dünyasından kopardığını ifade etmiştir. İnsan olmak, onun sadece düşünen bir varlık olması anlamına gelmemektedir. Çünkü insan somut ve gerçek olan yaşamıyla birlikte varolmaktadır. İnsan ve onun yaşamı ayrılmaz bir bütündür.

Gasset’e göre, Descartes’in idealist felsefesinde ifade ettiği gibi insan sadece düşünen bir “ben”olmayıp yaşamı, kültürü, geçmişi ve geleceği olan bir varlıktır. Bu nedenle, felsefenin temeline mutlak, matematiksel ve soyut olan bir akıldan ziyade yaşamsal ve tarihsel aklın koyulması gerektiğini ileri sürmüştür. Çünkü insan ve onun somut yaşamı, tarihi, kültürü ve geçmişiyle bir bütün olarak vardır.

“Yaşamsal akıl, gerçeği sonsuzluk terimleri içerisinde kavramaktan vazgeçer, gerçeğin kendisiyle yetinir:O an etkin bulunan ilgiler ve gereksinimler sonucunda hangi durumda,ne kadar görünüyorsa o kadarıyla. Ama bu yeniden göreceliğe düşmek anlamına gelmez, çünkü belli bir bakış açısı, eğer bilinçliyse, öbür bakış açılarının vatlığını da hesaba katar, onlara açıktır; dolayısıyla, kendi içine kapalı bir evrene dönüşme eğilimini aşmıştır. Tarihsel akıl da, yaşamsal akıl’a kıyasla yeni bir konum anlamına gelmez, yalnızca onun daha olgunlaşmış, daha belirginleşmiş biçimidir.(Gasset,1992:23-24).Tarihsel akıl kavramı Gasset’in felsefesinde

önemli olmaktadır. Çünkü tarihsel akıl, insanların deneyimlerini ve yaşamlarını, tarihini ve kültürünü daha iyi bir şekilde değerlendirebilmekte ve sistemleştirebilmektedir.

Bilinç

Gasset'e göre insan bilinç varlığı olması itibariyle,bilinci doğrultusunda seçimler yaparak edimlerini gerçekleştiren varlıktır.Yapmış olduğu bu seçimler ve edimler doğrultusunda varoluşunu gerçekleştirmeye çabalamaktadır."Bizler, her şeyden çok, içsel bir seçmeler ve itmeler dizgesinden oluşmuşuzdur. Her bir insan, dizgesini içinde taşır; bu dizge az ya da çok ölçüde, hemen yanındaki, kişinin dizgesine benzer; her zaman hazırdır; insanı, bir şeyden yana ya da bir şeye karşı harekete geçirmeyi bekler. Bir benimseme ve yadsıma düzeneği olan yürek, kişiliğin temelidir. İnsan bir durumu bütünüyle tanımadan, belli bir yönde, belli değerlere doğru çekilmekte olur. Bundan dolayı, yeğlenen değerlerin öne çıktığı durumlarda duyarlıklarına yabancı olan eşit ya da üstün değerlerin öne çıktığı durumları görmez olur (Gasset,2005:59).

Gasset'in felsefesinde bilinç ile benlik birbiriyle ilintili olduğundan dolayı, benliğe dalmayı ele aldığında; insan düşünme yetisi sayesinde geçiçi de olsa ilgisini dış dünyadaki şeylerden uzaklaşarak kendi iç dünyasına yoğunlaşabilmektedir. Bununla birlikte insan,bu yetisi sayesinde iç dünyasında geliştirmiş olduğu tasarılarını kabul ettirmek maksatıyla dış dünyaya tekrar dönebilmektedir. "Gasset'e göre bilinç kavramının vardığı nihai son nokta kökten gerçekliktir."(Tezli,2010:26).

Kökten Gerçeklik ve Kökten Yalnızlık

Gasset'in felsefesinde kökten gerçeklik kavramı önemli bir yere ve anlama sahip olmaktadır.Gasset'e göre gerçeklik olarak nitelendirilebilen herşeyin bu temel üzerinde zorunlu olarak köklerinin bulunması ve onların yerleştirilmesi gerekmektedir.Bununla beraber diğer gerçeklikler,kökten gerçeklik olan insan ve yaşamıyla ilişkisi doğrultusunda anlam ve değer kazanmaktadır."Gasset'in felsefesi insan üzerine inşa edildiğinden bu gerçekliğinde insan yaşamı olduğunu söylemektedir."(Tezli,2010:28).

Onu "kökten gerçeklik" diye adlandırdığımda, ne tek gerçeklik ne de en yüce, saygıdeğer, ileri ya da son gerçeklik olduğunu söylemek istiyorum, yalnızca bütün öbür gerçekliklerin kökü olduğunu anlatmak istiyorum; öyle gerçekliklerdir ki bunlar, ne olursa olsun, bizim açımızdan gerçeklik olabilmeleri için bizim yaşamımızda var olmaları, ya da en azından bizim yaşantımızın can alıcı noktalarında kendilerini duyurmaları gerekir.(Gasset,1995:54).

Gasset'e göre kökten gerçekliği yaşamı olan her insan, yaşadığı veya deneyimlediği her şeyde yalnız olduğunu fark etmektedir."Yaşam başkasına aktarılamaz. Herkes kendi yaşamını yaşamakla yükümlüdür; kimse yaşamı uğraşında başkasının yerini alamaz; çektiği diş ağrısıyla kendi canı yanmak zorundadır. Bir şeye inanmak ya da inanmamak, insanın ancak tek başına yapmak zorunda olduğu bir şeydir."(Gasset,1995:59).

Çevre\Ortam ve Yaşam

Gasset'e göre insan,kökten gerçeklik olan,kendisiyle bir bütünlük içeren yaşamını,bir çevrede sürdürmek zorundadır. Çünkü bir çevre içerisinde seçimlerini,edimlerini veya kendisini gerçekleştirebilmektedir."İnsan,içine düştüğü ortamda varolmak için orada tutunmaya çabalamak zorundadır.Hep bir şeyler yapar olmalıdır.(Gasset,1992:56).Gasset'e göre,insanın bulunduğu ortamda yaşamını sürdürebilmesi için,sürekli bir şeylerle uğraşmak veya bir şeyler yapmak durumundadır.Bu yüzden insanın varoluşu pasif olmayıp aktif bir biçimde kendi varlığını ortaya koymaktadır.

Gasset'e göre insan ve onun yaşamının bir ortamsallığı bulunmaktadır.Bunun yanında yaşam,insanın nedeni ve nasılı hakkında bilgi sahibi olmaksızın sürekli olarak edimde bulunmasını gerektirmektedir.Gasset'in ortam düşüncesi,hem somut anlamıyla "o an" içerisinde bulunduğumuz, "burada ve şimdi olmaklık" yaşadığımız ortam olarak ele alınmıştır.(Karaca,2016:156).Ortam,çeşitli oluş ihtimallerini içinde bulundurmaktadır İnsanların her biri, yaşam ve yaşamını sürdürdüğü ortam içerisinde yapacağı veya olacağı varlığı seçmek zorundadır .İnsanın yaşamını sürdürdüğü ortamı ve dünyası birbirinden ayrılmayan,bir bütünlüğe sahip gerçekliğe karşılık gelmektedir.

"Yaşamımız kaçınılmaz biçimde biçimde bize bu –bize yabancı olan, tanımadığımız bir ortamda ayakta kalma zorunluluğu olduğuna göre, kendi konumumuzu yorumlamaktan, sanki bir deniz kazasından artakalmışız gibi kulaçladığımız bu dünyanın nemene şey olduğunu, bizimle ne ilişkisi bulunduğunu anlamaktan başka çaremiz yoktur."(Gasset,1998:83) Dolayısıyla Gasset'e göre insanın nedenini ve nasılının bilgisini kavrayamadığı, önceden belirleyemediği ve yaşamını devam ettirdiği ortamı içerisinde yaşamının nedenini kendisi keşfetmek durumundadır.

İnsanın önünde varolan çeşitli oluş biçimleri vardır. Bu oluş biçimleri şu şekilde ifade edilebilir: "Bana öylece armağan edilmiş değildirler, benim yapıp yakıştırmam gerekir onları, ister yaratıcılığımla, ister kendi yaşamım bağlamındaki başka insanlardan devralarak. Ortam koşullarını göz önüne alarak yapma ve olma projeleri icat ederim. Karşıma çıkan, bana verilmiş

olan tek şey budur: Ortam koşulu. İnsanın düş gücünden kendini bir yaşam görüntüsü icat etme, olacağı kişiliği "tasarlama" yeteneğinden yoksun olamayacağı çok sık unutuluyor. İnsan kendi romanının yazarıdır, ister özgün roman olsun,ister aşırmaca."; Bu olanaklar arasında seçim yapmak durumundayım. Dolayısıyla özgürüm. Ama şu noktanın iyi anlaşılması gerekiyor, istesem de istemesem de zorunlu olarak özgürüm. Özgürlük bir kendiliğin uyguladığı bir etkinlik değildir, çünkü onu uygulamaktan başkaca ve daha öncesinde sabit bir varlığa sahiptir. Özgür olmak demek bir oluşumsal kimlikten yoksun olmak demektir, belli bir varlığa bağlanmamış olmaktır, önce olduğu şeyden başka bir şey olabilmek, hiçbir belirlenmiş varlığa yerleşip kalmamak demektir. Özgür olmada sabit ve kalıcı olan şey, oluşumsal istikrarsızlıktır."(Gasset,2011:29)

Gasset'e göre, insanın, önceden planlanmış veya belirlenmiş özü bulunmamaktadır. Bu yüzden insan ve onun varlığı, var olma özgürlüğünü içinde barındırmaktadır. İnsan, eylem varlığı olması nedeniyle yaşamıyla beraber oluş ve değişim içerisinde varoluşunu gerçekleştirmektedir. Gasset'e göre insanın yaşamı, yapmakla yükümlü olduğu görevler ve uğraşlara yönelik çabalaması ve yapmış olduğu seçimler doğrultusunda özgürlüğünü kullanarak, kendisinin sürekli edimleriyle şekillendirdiği bir yaşam olmaktadır."Eğer yaşamımızı oluşturan edimler ve uğraşlar kendiliğinden ortaya çıksaydı, yaşamak insan yaşamı diye bir şey olmazdı."(Gasset,1998:58).

Yaşamla birlikte tabi bizlere kaçınılması mümkün olmayan birçok gereklilik de yüklenmiştir.Eğer bunlara yenik düşmek istemiyorsak,onları göğüslemek zorundayız.Ancak bunun için gerekli yollar ve yöntemler verilmediğinden onları kendimiz yaratmak zorundayız.(Gasset,2005:16).Gasset'e göre yaşam,insana boş olarak verildiğinden dolayı, insan bilinci doğrultusunda yapmış olduğu seçimlerle yaşamını anlamlandırmak durumundadır.İnsanın yaşama yönelik bilgisi de sürekli değişim ve dönüşüm geçirmektedir.

Gasset'e göre, yaşam, insanın gözüne hep olanaklar ufku olarak gözükmektedir. Yaşamın insana sürekli bir şekilde çeşitli alternatifler sunmasıyla birlikte, insan yaptığı seçimler doğrultusunda özgürlüğünü kullanarak yaşamını yapılandırmak zorundadır. Ona göre yaşam, insanın kendi varlığını kendisinin seçtiği durumuna da karşılık gelmektedir. "İnsanoğlu son derece yoğrulabilir kendiliktir".Gasset'e göre yaşam,insanın kendi varlığını seçmek durumuna da karşılık gelmektedir. İnsanın belirlenmiş, tamamlanmış doğası ve özü olmaması nedeniyle özgür seçimleri ve tasarılarıyla kendini sürekli yenilemek ve dönüştürmek durumunda olan varlıktır.

.Öteki'nin Ortaya Çıkması

Gerek çeşitli algılarımda gerekse kımıldamalarımda,kendisine her zaman bağlı olduğum temel,herşeyi kendisine göre yaşadığım merkez,bedenimdir.Neyi algılarsam algılayım,nereye gidersem gideyim,herşeyi hep bedenime olan ilintisi bakımından denerim.'Yukarı','aşağı','uzak','yakın','sağ','sol','orası'…-bütün boyutlar hep esas olan bedenime göre bir anlam kazanır.Bana verilen herşey bedenimle verilir;her işimde,dünya içindeki bütün etkenlerimde,algı alanıma giren herşeyle birlikte bana bedenimde verilir.(Uygur,1998:127).Gasset'e göre insanın bedeni,somut,bireysel varoluşunun ve hissetme ediminin sürekliliğidir.Bununla beraber somut insan bedeni vasıtasıyla,dünya ve dünyadaki öteki varlıkları da hissedebilmektedir.Ona göre duyum ve hissetmek,somut varoluşun belirtilerine karşılık gelmektedir.

"Dokunduğumuz zaman nesneleri içerimizde duyabiliriz denebilir,yani bedenimizin içinde,görürken ya da işitirken olduğu gibi dışımzda değil.Çevremizin,gözümüzle gördüğümüz ortamımızın her şeyden önceden temelde orada hazır bulunan bir şeylerden,birer beden olan nesnelerden oluştuğunu fark ederiz.Beden deriz,çünkü varolan insana en yakın şeyle,herkesin kendi ben'iyle yani bedeniyle çarpışıyorlardı.Bedenimiz tüm öteki şeylerin de birer beden olmasına yol açar dünyanın da.(Gasset,1995:84).Gasset'e göre,insan,duyu organları aracılığıyla algıladığı nesneleri,bedeninin içinde duyumsayarak onları bir nevi içselleştirerek algılamaktadır. Ona göre beden,somut dünyasında varolan şeyleri hissetme edimiminin sürekliliğini ifade etmektedir. İnsan bunları fark ettiği zaman çevrenin de beden olan nesnelerden ve hazır bulunan şeylerden oluştuğunu da fark etmektedir. Beden olarak adlandırılmasının nedeni, insanın bedeniyle çarpışarak, her ben'in bedeni,ötekilerin de beden olmasına sebebiyet vermesidir. İnsanın somut varlığını belirleyen durum, bedeni ve bedeniyle beraber dünya içinde yer almasıdır.Gasset'e göre insanın bu şekilde bedeniyle özdeş olması, dünya ile ilişkilerinin bütünlüğünü ve dünyanın somut yapısını belirleyen durum olmaktadır.Bunun yanında Gasset'e göre insanın bedensel somut varlık olması,varolan diğer şeylerin de beden olmasına katkıda bulunarak,insan yaşamıyla ilintili olarak bulunmalarına da neden olmaktadır.

Herkes dünyayı kendi açısından,perspektivinden algılamaktadır.Herkes dünyanın belli bir kesitini yalnızca kendisinin olan bir biriciklik ve özgünlükle yaşamaktadır.Herkesin kişisel bir dünya-tasarımı vardır;herkes dünyayı başka türlü görür.Herkes belli bir "-dünya ufkuna-" sahiptir.Herkesin doğrudan kendisine verilen,ilkece hiçbir zaman başkasının tıpatıp algılayamayacağı bir "-yaşama dünyası- vardır.(Uygur,1998:190).Gasset'e göre,*ben* ve

öteki'nin somut dünyaya yönelip anlamlandırma biçimleri farklılık göstermektedir..Bu yüzden ona göre dünyanın gerçekliği,perspektif olarak nitelendirilebilmektedir.Gasset'in söz konusu perspektivizm anlayışına göre,her insan,içinde yaşadığı çevreyi ve dünyayı farklı şekilde kendi konumuna göre yapılandırmaktadır."Gasset'e göre her birey,kendi yaşamından kaynaklanan bakış açılarıyla,olgulara yaklaşabilmektedir.(Cihan,2010:76).

Gasset'e göre yukarıda söylenenlerin hiç biri gerçek ya da diğerlerinin kaynağında bulunan olgular değildir.Bunlar insan zihninin dünyanın nesneleri karşısında gösterdiği tepki sonucu oluşturduğu hayali yorumlar, insanın ilk perspektifi ve kendi kişiliğiyle ilintili olarak yaptığı konumlandırmalardır.O amaçla düşsel şeyler icat edip düşsel bölgelere yerleştirirler. Bunlar; insanda kendisini, içinde her şeyi belli bir bölgeye ait olarak bulduğu, bölgeselleştirilmiş bir dünyada yaşadığı duygusunun ne denli temel olduğunu göstermektir. Ama yaşamsal dünyanın böyle bir envanteri çıkarılırken, herkesin kendine en yakın şey olan bedeniyle onunla çatışma halinde diğer bütün bedenlerin ortaya çıkması ve bunların bir perspektif çerçevesinde, belli bölgelerde yerleştirilmeleri, şeylerin aynı zamanda ben"in yaşamı için araç ya da köstek olması, varlıklarının her biri kendisi için değil başkası için var olmasıdır.(Gasset,1995:88).

Gasset'e göre, *ben'in* gözünde *öteki*, nesnelerle uğraş içerisinde bulunan, gözlemlenebilir edimler gerçekleştirebilen, sürekli hareket halinde bulunan somut beden varlığıdır. Bunun yanında öteki'nin gözle görünemeyen, duyumsanabilir ve gözlemlenebilir niteliklerden yoksun, insanın duygusu, düşüncesi ve sevgisi gibi "mahremiyet" olarak nitelendirilen özellikleri de bulunmaktadır. Ben'lerin mahremiyetlerinin belirtileri, bedeninin sergilemis olduğu, el-kol hareketleri, bedeninin hareketleri ve yüz ifadeleridir. Ben'in mahremiyetinin belirtilerinden biri beden olmasının yanında anlatım da mahremiyeti belirtme durumlarından biri olmaktadır. Ben'in önünde ötekinin mahremiyeti hazır bulunmamakta olup varlığını tam olarak göstermese de o daima bedenle birlikte bulunmaktadır.

İnsan yaşamında açık seçik olan bir şey başka insan yaşamlarının olduğunun belirtisidir,ama insan yaşamı köktenliği içinde yalnızca benimki olduğundan ve o yaşamlar bana benzer başka insanların,her biri birisinin olacaklarından,bu nedenle,başkaları olmaları nedeniyle,yaşamları benimkinin dışında,ötesindedir;aşkındır.(Gasset,1995:104).Gasset'e göre insanın kendi kökten yaşamı,açık seçik ve birincil derecede olan kendi gerçekliğidir.Öteki'nin yaşamı ise,varsayımsal ve ikincil derecede olan bir yaşama karşılık gelmektedir.Bunun yanında insanın kendi yaşamı ona içkin olmak durumundadır.Ötekilerin yaşamı ise insanın –*ben'in*- yaşamına aşkın olmaktadır.

"Öteki,alışverişim olabilecek ve –istemesem de-olması gereken kişi-dir;çünkü ötekinden nefret de etsem,hiç varolmamasını istiyor olsam da,ortaya çıkan sonuç onun için benim kaçınılmaz biçimde varolduğumdur; bu da beni,istesem de istemesem de onu ve benim hakkımdaki,belki de kötü olan niyetlerini hesaba katmaya zorlar."(Gasset,1995:111). Gasset'e göre öteki'nin benle olan bazı ortak nitelikleri,birbirlerine yönelik etkileşimini olanaklı hale getirmektedir.Toplumsal bir ilişkinin ortaya çıkması için,ben ve öteki'nin eylemlerine karşılık "yanıt" verebilecek yetiye sahip bir varlığın olması gerekmektedir.Gasset'e göre hem ben hem de öteki^nde karşılık verme veya davranışlarını ve niyetlerini hesaba katma yetisi bulunmaktadır.Fakat hayvan,nesneler ve bitkiler insanın eylemlerine yanıt verebilme –karşılıklık-yetisinden yoksundur.Bu yüzden insanın onlarla etkileşimi söz konusu değildir.*Ben* ve *öteki* birbirlerine yönelik olumlu yada olumsuz nitelikte gerçekleştirebilecekleri edimlerini dikkate alma yetisine sahip olmaları,bu durumu toplumsal ilişki olarak nitelendirmeye olanak vermektedir.

İnsan doğumundan başlayarak ötekine, kendisi olmayana açık olduğundan istese de istemese de, doğumundan başlayarak diğerkâmdır. Ötekine, ötekilere açık bulunmak İnsan'ın sürekli ve oluşturucu bir durumudur.(Gasset,1995:114).Gasset'e göre, *öteki'ne* açık olmanın anlamı, *ben'in* ona yönelik henüz gerçekleştirdiği bir edim durumuna karşılık gelmemektedir. Ben'in,öteki'nden yana veya ötekine karşıt bir şeyler yapma durumundan önce toplumsal bir ilişkinin temelini oluşturan, *ben* ve *öteki'nin* birlikte bulunması durumunu gerektirmektedir. Bu durumda *öteki'nin* insan *ben'ine* karşı tanışıklığı soyut olup henüz bir eylemde bulunmamaktadır. Öteki, henüz ben'in kendisinin davranışlarına yanıt verebilen soyut bir gerçekliktir.Ben'in ötekiyle olan bu soyut ilişkinin somut hale gelmesinde iki farklı durum söz konusudur: Birinci durum, ben, ötekinin beden hareketlerinden, ötekini daha iyi tanıyabilmektedir. İkinci durum,*ben'in* hem kendisine hem de *ötekine* yönelik somut edimlerde bulunarak, karşılıklı ilişkilerinin etken hale gelmesidir.

Gasset'e göre *ben* ve *öteki* arasında birlikte yaşamın olabilmesi ve toplumsal bir ilişkinin ortaya çıkması için ötekine açık olma "diğerkâmlık"durumunu terk etmek gerekir. Bu durum edilgen olup etken hale dönüşebilmesi için, ben'in ötekini edimde bulunmaya teşvik edecek bir eylemle, henüz soyut olan ilişkilerini somut hale dönüştürmesi mümkün olabilmektedir. Öteki ben'in edimlerine yanıt vermeye başladığı zaman, *ben* ve *öteki* birbirleri için varolmaktadır.Bunun nedeni benin ötekine yönelik gerçekleştirdiği edim ikisi arasında yaşanıp gerçekleşmektedir.Ben ve ötekinin birlikte varoluşu veya iki mahremiyetin varoluşu,bizlik

olarak nitelendirilmektedir.Öptüğümüzde,dövdüğümüz de birbirimiziz."Önemli olan bu biz'dir.Onda yaşadığım artık kendi yaşamım değildir,birlikte yaşarız."(Gasset,1995:150)Dolayısıyla Gasset'e göre,toplumsal ilişki,*ben* ve *öteki'nin* somut ve varoluşsal ilişkisine karşılık gelmektedir.

Ben'in ötekinin kendisine karşılık verme özelliği ve ben'inde bu karşılığını hesaba katmak zorunda olmasından dolayı, ilişkileri sürekli hale geldiği zaman, öteki somut varlık haline gelir. Bu durumda diğeri ötekilerden farklılaşmaya başlamaktadır. Ben ve öteki'nin karşılıklı ilişkisi geliştikçe mahremiyet adını almaktadır. Öteki ben'e yakın hale gelerek ötekilerden tamamen ayrılmaktadır. Burada eşsiz olan öteki, başkalarına benzemeyen bir *"sen"* olmaktadır. Ancak bu durum yalnızca bir insanla gerçekleşmeyip diğer insanlarla da gerçekleştiğinden dolayı, *ben'in* gözünün önünde, insanlardan oluşan bir ufuk olarak görünmektedir. Dolayısıyla insani dünya, *ben* ve *öteki'nin* önünde bireysellik, yakın veya uzak olan bir insani perspektif olarak belirmektedir.

Öteki'nin beden hareketleri ve yüz ifadeleri, *ben'in* karşısında *öteki'nin* sen haline dönüşme sürecinde onun yaşamına tanık olma imkanını sağlasa bile, onun yaşamının, bizzat gözünün önünde açık seçik bir şekilde görünmesi anlamına gelmemektedir. Bu durum ben'in ötekinin yaşamını sezinlemesi ve birlikte bulunması durumuna karşılık gelmektedir. Bunun yanında ben, öteki'nin tüm yaşantısını göremeyip, önemli kesitlerine tanık olmaktadır. Ben'in ötekinin varlığının gerisinde ulaşamadığı karanlık ve gizli bölgeleri de bulunmaktadır.

"Bireyleri birbirlerine en sıcak sevecenlik bağlarıyla bağlı bulunan, örnek derecede uyumlu bir ailenin o örnek uyumu, ancak her birinin ötekiyle sayısız çatışma ve çarpışmalarının sonunda ulaştıkları iyi bir uzlaşma ve karşılıklı uyarlanmadır ;o çatışmalar ne denli ufak olursa olsun ,aslında hepsi düpedüz savaşımdır. O savaşım sırasında, öteki'nin oluş biçiminin gidip tökezlediği sivri köşeleri nelerdir öğrenmişizdir; yani onunla birlikte yaşayışımızın bizim ve onun kendi için yarattığı sayısız bir dizi ufak tehlikeyi keşfetmişizdir."(Gasset,1995:1662).Gasset'e göre ben, ötekiyle gerçekleştirdiği etkileşimler sonucu, "*sen"* haline dönüşen ötekinin varoluş biçimini, isteklerini, karakterini, duygu ve düşüncelerini keşfederek, kendi beniyle örtüşmediği yönlerinin farkına varmaktadır. Ben'in varlığını, düşünme ve duygu biçimlerini *sen* haline gelen öteki yadsımaktadır. Bunun nedeni, ben ve senin aynı şeyi isteyerek bunun için savaşma ve çatışma durumunda olmasıdır. Uğruna savaşılan, toplumsal konum, başarı veya kadın vs.olabilmektedir. Bunun yanında ben ötekiyle her ne kadar eş konumda olsa bile sürekli çarpışarak birbirlerini yadsımaktadır. Ötekinin ben'e yönelttiği yadsımalar ve çatışmalar sonucu, birliktelikleri sürekli bir çarpışma haline dönüşerek,

ben'in kendi sınırlarını, senin sınırlarını ve somut dünyasıyla olan sınırlarını fark etmektedir. Böylelikle insanın,çocukluğundan itibaren hep "ben" dediğinin soyut,muğlak ve belirgin bir içeriğe sahip olmayan bir kavram olduğunu da fark etmektedir.

Gasset'e göre, *öteki* doğası itibariyle tehlikeli olmasından dolayı,benle ötekinin toplumsal ilişkisi çatışma niteliği taşımaktadır. Fakat ben, öteki olan sen'lerle gerçekleştirdiği savaşım niteliği taşıyan etkileşimleri sonucu, somut "ben" kendisini kademeli olarak keşfedebilmektedir. "Ben","sen" haline dönüşen ötekilerle tanıştıkça, çocukluğunda belirsiz ve sınırsız olan ben'i belirginleşerek somut hale gelmektedir. Gasset'e göre, ben'in, sendeki yetenekleri veya kusurları görrmesi, kendisinin yeteneklerini veya eksikliklerinin fark etmesine neden olur. Gasset'e göre insanın kendi "ben'ini" keşfedebilmesi, kendi imkan ve olanaklarını fark edebilmesi, "sen" konumuna geçen "öteki'ler" arasındaki olumsuz nitelikler taşıyan ilişkilerden geçmesi gerekmektedir.

Varoluşunu bu dünyada tamamlamak üzere gönderilmiş tek varlık insan iken, diğer bütün varlıklar bu potansiyelden yoksundurlar. Oysa insan doğuştan sahip olduğu bu potansiyelini "öteki"lerle paylaşıma geçerek gerçekleştirir. Dolayısıyla insan, yaşadığı dünyada tek başına bir anlam ifade etmez. Onun varlığının bir anlam kazanabilmesi için, öteki insanlara ihtiyaç vardır.(Cihan,2010:93).Dolayısıyla insan, intersubjektif düzlemde öteki dediği varlıklarla kendi varoluşunun biricikliğine ulaşabilmektedir.

Doğasının bir sonucu olarak insan, belirlenim sınırlarına sahip değildir. Bu belirlenimin sınırları ancak diğer "ben"lerle ilişki kurulmaya başlandığında ortaya çıkar. Gasset'e göre "ben"in diğer "ben"lerle ilişkisi derin bir birlikteliktir. "Ben" sadece kendisi için değil, başka "ben"ler için de eylemini geliştirirken, başka "ben"leri de hesaba katmak zorundadır. Çünkü "ben"in varlığına anlam katan, başka "ben"lerin varlığıdır.Böylece Gasset, "öteki"nin gerçekliğini,"ben"in gerçekliği kadar temel bir nitelik olarak kabul etmiştir. (Cihan,2010:15).

SONUÇ

Gasset, yaşadığı dönem içerisinde 19.ve 20.yy. sorunlarına şahit olarak bu dönem içerisinde de I.ve II. Dünya Savaşları'nın ve İç Savaş'ın etkisinde kalmıştır. Yaşadığı İspanya döneminin sosyal ve siyasi sorunlarını bizzat kendisi de yaşayan Gasset, tarihsel ve sosyolojik nitelik taşıyan felsefesinde ben, öteki, ötekileşme, bireysellikten koparak kitle insanı haline dönüşme gibi problemler üzerinde yoğunlaşmıştır.

Gasset, özellikle Descartes'in felsefi idealizmini, insanı soyut, mutlak bir varlık olarak ele alması nedeniyle eleştirmiştir. insan varoluşu, kategorik, tözsel ve nesnel bir şekilde kavranılmamaktadırOna göre, Descartes ve onun idealist felsefesi, insanı salt bir düşünce varlığı olarak gören bir düşünce ekolü olması itibariyle insan ve yaşamını sürdürdüğü ortamını aynı gerçeklik düzleminde görmemiştir. Fakat Gasset'e göre insan ve yaşamı birbirinden ayrılmaz bir bütünlük oluşturmaktadır ve aynı gerçeklik değerine sahiptir. Gasset felsefesini, yaşayan ve düşünen somut insan yaşamı ve somut varlığı üzerinde temellendirmektedir. Bunun yanında Gasset'e göre, insan yaşamı, onun somut bir varlık olması anlamına gelmektedir. O felsefesinde insan yaşamına önem vermiştir. Kökten gerçekliği olan insan yaşamı, tarihsel ve yaşamsal bir akılla anlaşılabilmektedir. Aynı zamanda insanın yaşamı, bir başkasına devredilemeyip kendisi yaşadığı için onun kökten yalnızlığına karşılık gelmektedir.

Gasset'e göre insanın belirlenmiş bir özü ve doğası bulunmamaktadır. İnsan somut, ruh ve beden bütünlüğüdür. Belli bir ortam ve zaman içerisinde yaşayan insan, bilinci doğrultusunda yapmış olduğu seçimler doğrultusunda edimlerde bulunarak varoluşunu gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda insan zorunlu olarak özgür bir varlıktır. Yapmış olduğu seçimlerin getirdiği sorumluluklarla başbaşadır. İnsan yaptığı seçimler ve tasarıları doğrultusunda yaşamını inşa etmek zorundadır.

Gasset, insan ve insan yaşamına felsefesinde büyük önem vermiştir. Ona göre insan sosyal bir varlık olması nedeniyle yaşamını sürdürürken "öteki"olarak nitelendirdiği" insanlarla etkileşim ve katılım halinde olmak zorundadır.Ona göre insan ben'inini gerçekleştirmeye çalışırken her ne kadar "öteki"yi tehlikeli bir varlık olarak görse de diğer "ben''leri de hesaba katmak zorundadır. Bunun nedeni, insanın kendi varlığını, ben'ini keşfedebilmesi, her ne kadar öteki'ni tehlikeli olarak görse de onunla gerçekleştirdiği intersubjektif düzlemdeki ilişkileriyle mümkün olmaktadır.

Gasset, öteki ve ötekileşme problemini kitle insanı kavramından yola çıkarak değerlendirmiştir. Bireyselliğinden gittikçe uzaklaşarak, kitle içerisinde keyfi bir yaşam sürdüren kitle, yaşamının ve varoluşunun temelini oluşturan yaşamını düzenleyen kültür ve kültür ilkelerinden koparak hayatını sürdürmesi, onun yaşam düzeyini indirgemektedir. Gasset'nin kitleleşme sorununa getirmiş olduğu çözüm önerisi, yaşamsal aklı" yöntem bakımından merkeze bilim ve kültür eğitimi olmaktadır.

KAYNAKLAR

Cihan, M. (2010). Jose Ortega y Gasset'de insan ve tarih felsefesi. Konya: Çizgi.

Ortega y Gasset, J. (1961). Modern theme. (J. Cleugh, Çev.). New York: Harper.

Ortega y Gasset, J. (1962). Man and crisis. (M. Adams, Çev.). (Birinci basım). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1963). Concord and liberty. (H. Weyl, Çev.). (Birinci basım). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1963). Man and people. (W. R. Trask, Çev.). (Birinci basım). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1964). What is philosophy? (M. Adams, Çev.). (Birinci Basım). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1968). İhtisaslaşma barbarlığı. (H. Topçuoğlu, Çev.). Ankara Üniversitesi: Eğitim Fakültesi Kütüphanesi, 43-49.

Ortega y Gasset, J. (1984). Historical reason. (P. W. Sılver, Çev.). (Birinci basım). New York: W.W. Norton Com

Ortega y Gasset, J. (1992). Tarihsel bunalım ve insan. (N. G. Işık, Çev.). İstanbul: Metis.

Ortega y Gasset, J. (1995). İnsan ve herkes (Birinci basım). (N. G. Işık, Çev.). İstanbul: Metis.

Ortega y Gasset, J. (1997). Üniversitenin misyonu. (B. Üçpınar, Çev.). İstanbul: Birleşik.

Ortega y Gasset, J. (2002). Mission of the university. (H. L. Nostrand, Çev.). Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group.

Ortega y Gasset, J. (2010). Kitlelerin ayaklanması. (N. G. Işık, Çev.). (Birinci basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Ortega y Gasset, J. (2011). Sistem olarak tarih (N. G. Işık, Çev.). (Birinci basım). İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Ortega y Gasset, J. (1941). History as a system. Toward a philosophy of history. (Birinci basım). (H. Weyl, Çev.). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1957). The revolt of the masses. (W. W. Anonymous, Çev.). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1967). The origin of philosophy (T. Talbot, Çev.). (Birinci Basım). New York: W.W. Norton Com.

Ortega y Gasset, J. (1974). Invertebrate Spain. (M. Adams, Çev.). Howard Fertıg

FREE ZONES IN TERMS OF TAX ADVANTAGES: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF LOGISTICS SECTOR

YÖK 100/2000 PhD Candidate Bahar ÖZBEK
Kahramanmaraş Sütçü İmam University, , 0000-0002-4335-9086

Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
Tarsus University, , 0000-0002-1043-2056

ABSTRACT
Foreign trade balance is among the main macroeconomic targets. Many factors play a role in achieving this goal. The most important of these factors is the implementation of economic policy. The abandonment of import substitution policies and the adoption of export-based growth strategies in the 1980s can be given as an example to this situation. In this sense, following the liberalization steps, it is seen that the globalization process has deepened and foreign trade volumes have increased. In this study, the importance of free zones in terms of increasing foreign trade and attracting foreign investors is mentioned. The exemptions and incentives provided in free zones are mentioned and the importance of this situation in terms of economic growth and development is revealed. On the other hand, information about the logistics sector, which is among the important sectors in terms of foreign trade, is given and its relationship with free zones is evaluated.
Keywords: Tax, Free Zone, Logistics Sector, Green Logistics, Customs.

1. INTRODUCTION
When the international economics literature is analysed, it is seen that competitive advantage is very important in terms of foreign trade. Competitive advantage can sometimes occur through foreign exchange regimes, sometimes through economic integrations and sometimes through tax exemptions. Exports are of great importance for countries to earn foreign exchange and to reduce foreign trade deficit. In this sense, some incentives are given by the authorities with free zones. In this context, there are also free zone applications. The main purpose of free zones is to reduce unemployment, create technological innovation and increase foreign currency supply. The presence of cheap labour force and tax incentives are attractive for foreign investors in free zones [1]. Politicians can effectively use free zones in their economic policies. The means of use of free zones differ in developed and developing countries. In this study, the applications of free zones in Turkey and in the world will be evaluated in terms of tax planning and economic policy. On the other hand, the development of the sector and its interaction with the free zones will be examined by considering the logistics sector. It is considered that these aspects will contribute to the literature.

In the following part of this study, free zones in Turkey and in the world will be mentioned. In this context, contributions to foreign trade will be revealed. In the third part, information about the logistics sector will be given and its relationship with the free zone will be expressed. Finally, evaluations will be made and policy recommendations will be listed.

2. TAX PLANNING AND FREE ZONES

The realisation of international trade is of great importance for the development goals of countries. Foreign trade balance should be ensured in order to increase the welfare of the people, to increase purchasing power and to realise development goals in general. In this respect, exports should be encouraged and increased. In order to realise this mission, providing small incentives can be effective. These incentives can either be provided by national governments to companies or through international economic integrations. Tax exemptions or privileges are among the prominent practices in this sense. In this context, the importance of tax planning emerges. In 1920, the concept of tax planning, which was used for the first time, was expressed as "business taxation" [2]. This expression used in Germany was transferred to the USA as tax planning. Turkey became acquainted with tax planning through the influence of scientists who travelled to Turkey after World War II. [3]. Tax planning can be conceptually defined as "the endeavour to reduce the taxes to be paid by taxpayers by staying within the legal limits" [4]. This practice stands out as a practice that reduces the cost of capital, especially for multinational companies. Companies categorise their tax plans in seven different ways. This classification is shown in Figure 1 below ([4], [5]).

A. Classification in terms of Place of Application	B. Classification in terms of time	C. Classification in terms of Applicability	D. Classification in terms of Risk	E. Result Oriented Classification	F. Functional Classification	G. Structural Classification
a) Instruments Relating to a Country	a) Short Term Instruments	a) Simple Tools	a) Risky Instruments	a) Tax Burden Deferral Instruments	a) Expense Increasing Tools	a) Immediately Applicable Tools
b) Vehicles Involving Multiple Countries	b) Long Term Vehicles	b) Complex Tools	b) Risk-Free Tools	b) Tax Burden Lifting Instruments	b) Expense Reduction Tools	b) Vehicles Requiring Additional Structure

Figure 1. Classification of Tax Plans

In Figure 1, there are seven different situations as the first classification. Some of these classifications will be explained and their relation with free zone applications will be emphasised. "Classification in terms of place of application" in Figure 1 indicates whether the tax plan will be implemented only within the borders of the country or whether it will also cover other countries. "Classification in terms of time" indicates that some of the tax planning tools will be used in the short term and some in the long term. Finally, the "structural classification" refers to the classification indicating the need for structural arrangements to be made in order to use tax planning instruments. According to this classification, while some tax instruments allow tax planning within the ordinary functioning of the system, the use of some tax

instruments requires some structural arrangements in terms of taxation [6]. Considering tax planning and some classifications, the issue of tax advantages in free zones can be related. In fact, free zone applications, which have an important place in international trade, stand out as an application based on some tax incentives and exemptions. Free zones attract much more attention with the advantages they provide to firms (tax advantage) and the support incentives of the government. Firms that have the opportunity to have a cost advantage do not pay tax for the imported products they bring into the zone. On the other hand, they can more easily make profit from the products going out of the region. In addition, thanks to the incentives provided by the state under certain conditions, they can realise their business life and investments more safely [7]. When the development of free zones in Turkey is analysed, it is seen that the activities regarding the establishment of free zones have made significant progress since 1983. In 1985, the "Free Zones Law" entered into force. Figure 2 shows the free zones established in Turkey respectively [8].

	Free Zones	**Foundation Year**
1	Mersin Free Zone	1985
2	Antalya Free Zone	1985
3	Ege Free Zone	1987
4	İstanbul Atatürk Airport	1990
5	Trabzon Free Zone	1990
6	İstanbul Trakya Free Zone	1990
7	Adana Yumurtalık Free Zone	1992
8	Istanbul Industrial and Trade Free Zone	1992
9	Mardin Free Zone	1994
10	Samsun Free Zone	1995
11	Avrupa Free Zone	1996
12	Rize Free Zone	1997
13	Kayseri Free Zone	1997
14	İzmir Free Zone	1997
15	Gaziantep Free Zone	1998
16	Tübitak-Mam Free Zone	1999
17	Denizli Free Zone	2000
18	Bursa Free Zone	2000
19	Kocaeli Free Zone	2000

Figure 2. Free Zones in Turkey by Years

Figure 2 lists the free zones established in Turkey respectively. Mersin free zone, which attracts attention as the first free zone established, has led to significant developments in the city's trade. It can be stated that Mersin, which is an important port city in the region, has improved its foreign trade activities with the establishment of a free zone. It is observed that the number of free zones has been increasing over the years and the rate of increase has been increasing especially in the 1990s. One of the reasons for this situation is considered as liberalisation

mobility and globalisation. Within the framework of the regulations made in free zones, tax advantages are provided to the companies operating in free zones in the form of real estate tax exemption, value added tax, corporate tax exemption, customs tax exemption, income tax exemption, stamp tax, duties and fees exemption, income tax withholding support provided that 85% or more of the production is exported [9]. Law No. 5810 on the Amendment of the Law on Free Zones and the Customs Law exempted from income and corporate tax the earnings of companies engaged in production activities in free zones as a result of their activities in free zones [10]. These exemptions and incentives can be realised with the mutual sacrifices of both the relevant state and the relevant firm. In fact, when a foreign firm operates in a free zone, in order to benefit from the incentives and exemptions mentioned above, it is required to make its capital in the regions indicated by the states of the country. Thus, the advantages offered to free zones after mutual sacrifices can indirectly benefit the whole country.

3. LOGISTICS SECTOR AND FREE ZONES

With the steps taken for trade liberalisation, the importance of the logistics sector has started to increase. Logistics sector has become one of the important determinants of economic growth and development for both developed and developing countries. In countries that have a significant share in world trade, the critical importance of the logistics sector draws attention. Logistics performance index (LPI) is frequently used to compare the development of the logistics sector. Figure 3 shows the LPI values for 2018 [11].

Ranking	*Countries*	*LPI*	*Customs Operations*	*Logistics Infrastructure*	*International Shipment*	*Logistics Quality and Competence*	*Monitoring and Tracking*	*Delivery on Time*
1	Germany	4.201444	4.092256	4.374447	3.858998	4.31065	4.239401	4.392114
2	Sweden	4.052905	4.049361	4.239947	3.915837	3.976896	3.876315	4.284866
3	Belgium	4.039084	3.663064	3.984249	3.994913	4.130972	4.051289	4.410293
4	Austria	4.026005	3.714068	4.181584	3.87753	4.083611	4.087098	4.250803
5	Japan	4.02565	3.99399	4.24824	3.591916	4.088451	4.049101	4.254069
50	Türkiye	3.145809	2.713469	3.210029	3.060677	3.046799	3.233056	3.628118

Fıgure 3. Top 5 Countries in Logistics Performance Index and Turkey (2018)

Figure 3 shows that the logistics performance index is calculated with six different evaluation criteria. As of 2018, Germany has achieved the highest levels in this index. Following Germany, Sweden, Belgium, Austria and Japan achieved the highest scores, respectively. Turkey, on the other hand, ranked 50th. Turkey has been ranked higher in previous years. This situation reveals that Turkey needs to take more serious steps in the logistics sector compared to other countries. It is essential to develop the logistics sector and to give importance to green logistics activities, especially in today's global climate crisis [12]. Especially considering the geopolitical position of Turkey, it is necessary to address the logistics sector in a special way in order to use the competitive advantage. With the deepening of globalisation, manufacturing companies are in competition not only with their competitor companies operating in their own countries, but also with companies operating in the same sector in the

world. In this context, international integrations and free zone activities are considered important. In this process, every development that provides cost advantage for companies can be very important. Situations such as being exempt from customs duties, benefiting from incentives, rapid realisation of commercial activities reveal the importance of free zones. In order for the country's economies to benefit from these applications in an optimum way, the logistics performance index, including the logistics infrastructure, should be improved. It should be taken into consideration that the logistics sector is comprehensive in terms of many aspects and factor diversity. However, Turkey, which has a significant number of free zones, is considered to accelerate the development of the logistics sector. In free zones, transport services, handling, storage and warehousing, customs clearance activities stand out as the most applied logistics activities [13]. When the logistics enterprises in Turkey are analysed, it is seen that the most enterprises are located in the Marmara region. It is known that there are approximately 4.700 registered international road transport authorisation certificates in Turkey and almost 1.000 of these companies operate in and around Istanbul. Approximately one third of the companies with domestic transport authorisation certificates operate in the Istanbul region. On the other hand, there are 447 logistics companies affiliated to the International Transport and Logistics Service Producers Association (ITLSPA), of which there are 1,079 members registered to the International Transporters Association. [14]. When these figures are analysed, it is noteworthy that the concentration is in and around Istanbul. In order to increase the efficiency of the logistics sector and to develop foreign trade, it is important to distribute this concentration effectively. Thus, both commercial activities will develop and logistics service network will increase in many regions of Turkey.

4. GENERAL ASSESSMENT AND CONCLUSIONS

Foreign trade is an important component in the development of national economies. Many factors are involved in the development of foreign trade. In this study, free zone applications, tax advantages and logistics sector are analysed. The conceptual framework on related issues is presented and the general development process is discussed. In this context, tax exemptions and incentives are emphasised. The development process of free zones in Turkey is discussed in detail. Expectations from free zones have been discussed and relations with the logistics sector have been revealed. In this framework, the importance of increasing the efficiency of free zones is emphasised. On the other hand, the development process of the logistics sector, which is critical for both foreign trade and the development of free zones, has been discussed. In this context, the importance of logistics performance index and green logistics practices have been mentioned. The importance of the logistics performance index has been revealed descriptively. In the researches following this study, the relationship between foreign trade, logistics sector and tax incentives applied in free zones can be empirically tested and policy recommendations can be presented if the data constraint is overcome.

REFERENCES

[1] Arslaner, H. and Çobanoğlu, S. (2016). Serbest Bölgelerde Vergi Avantajları. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(3), 1-14.

[2] Eroğlu, O. and Eftekin, Ö. (2015). Vergi Planlaması Çerçevesinde Uzlaşma Kurumu. Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11(2), 233-250.

[3] Tuncer, S. (2008). İşletme Vergiciliğinde Vergi Planlaması. Yaklaşım Yayınları. (181), 9-15.

[4] Yılmaz Önder, B. (2017). Vergi Planlaması ve Türk Kurumlar Vergisinde Vergi Planlaması Olanakları. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.

[5] Uğur, A. and Kömürcüler, E. (2008, Ocak). Vergi Planlamasına Yönelik Uluslararası Stratejiler ve Türkiye'deki Yansımaları. Finans, Politik & Ekonomik Yorumlar, 45(515).

[6] Şişman, B. (2003). İşletmelerde Vergi Planlaması Yöntemleri. Yaklaşım Yayınları.

[7] Buyrukoğlu, S. and Şimşek, M. H. (2022). Türkiye'de Vergi Planlaması Aracı Olarak Serbest Bölgeler. Gümrük ve Ticaret Dergisi, 9(29), 58-75.

[8] Öncel, A. and Demirtaş, Ş. C. (2017). Serbest Bölgelerin Dış Ticarete Etkileri: Türkiye Üzerine ARDL Modeli İle Ampirik Bir Uygulama. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12(1), 65-82.

[9] Ticaret Bakanlığı (2023) http://www.ekonomi.gov.tr/portal/content/conn/UCM/path/Contribution%20Folders/web/Yat%C4%B1r%C4%B1m/Serbest%20B%C3%B6lgeler/ekler/01.Serbest%20B%C3%B6lgeler%20Genel_Bilgi.pdf?lve

[9] Koçak, Y. (2016). Serbest Bölgelerde Vergi Uygulamaları. Gümrük ve Ticaret Dergisi, 7, 43-51.

[10] Ateş, M. S., Ateş, G., Toktaş, D. and Gökçe, E. C. (2023). Serbest Bölgelerdeki İthalat-İhracat ile Türkiye'nin Dış Ticaret ve İstihdam İlişkisi: Fourier ADL Saklı Eşbütünleşme Testi. İstanbul İktisat Dergisi, 73(1), 385-418.

[11] Özbek, S. (2022). Türkiye Ekonomisinde Gümrük ve Lojistik Faaliyetleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisinin Ardl, Fmols ve Ccr Yöntemleri İle Analizi. Journal of Economics and Research, 3(1), 87-108.

[12] Yurtkuran, S. (2021). Çevresel Kuznets eğrisi hipotezinin geçerliliği ve yeşil lojistik: Türkiye örneği. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 24(45), 171-201.

[13] Türkoğlu, M. and Duran, G. (2023). Lojistik Sektörünün Rekabet Gücü Yönüyle Değerlendirilmesi: Antalya Serbest Bölge Örneği. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 14(1), 81-99.

[14] Pelit, İ. (2023). Türkiye'nin Lojistik Performans Endeksinin İncelenmesi. Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 9(1), 37-49.

CUSTOMS UNION AND GREEN LOGISTICS: AN EVALUATION IN THE CONTEXT OF CLIMATE CHANGE

YÖK 100/2000 PhD Candidate Bahar ÖZBEK
Kahramanmaraş Sütçü İmam University, 0000-0002-4335-9086
Assoc. Prof. Sefa ÖZBEK
Tarsus University, 0000-0002-1043-2056

ABSTRACT
Turkey's Customs Union agreement with the European Union countries is considered very important both economically and politically. The Customs Union has important advantages in terms of international competition, especially for Turkey, which makes about half of its exports to European countries. On the other hand, climate change, which has become a global problem, is among the most important problems to be solved. In this context, many measures have started to be taken in the world. In this study, the development of the logistics sector in the world and in Turkey, climate change and solution proposals and green logistics in terms of green measures are discussed. In the study, the current situation and future perspective are put forward and suggestions are presented.
Keywords: Customs Union, Logistics, Climate Change.

1. INTRODUCTION
From the late 18th century to the present day, industrial revolutions, liberalisation mobility, globalisation, etc. have led to serious developments in the economies of countries. However, this growth process has generally led to environmental degradation. This situation causes a decrease in environmental quality and many environmental problems. In order to prevent these situations, each sector has homework to do. The logistics sector operating in the service sector also plays an important role. Because climate change, which is one of the most important consequences of environmental degradation, is largely caused by greenhouse gas emissions [1]. Approximately 24% of greenhouse gas emission is caused by logistics activities. Therefore, it is of serious importance to prevent this situation and to encourage green logistics practices. In today's world where climate change is a global problem, it is considered that this study, which focuses on green logistics and customs activities, will contribute to the literature and may be a source for other studies to be conducted in the field.

In this study, information about the development process of the Customs Union will be given in the following section. On the other hand, the logistics sector will be introduced and the developments in Turkey will be revealed. In the logistics applications, the issue of green logistics will be addressed and the developments in Turkey will be discussed. In the third part, the global climate crisis is discussed and solution proposals are emphasised. In this sense, customs and logistics sector is analysed. Finally, the study is finalised by making general evaluations and suggestions.

2. CUSTOMS UNION AND LOGISTICS SECTOR

Many integrations are established in order to have a competitive advantage in international trade and to gain some advantages. The Customs Union, which can be considered as an economic integration, was established between Turkey and the European Union. With this agreement, member countries have some exemptions. This development has caused the most developments in the field of foreign trade. In this context, important developments have occurred in the logistics sector. With the deepening of climate change, green practices have started in the world. In terms of logistics, measures have started to be taken against this global crisis with green logistics applications.

2.1. Development of the Customs Union

Turkey entered an important process of economic change with the liberalisation steps in the 1980s. It was aimed to replace import substitution policies with export-incentivising policies. For this purpose, trade and financial liberalisation movements started to increase. On the other hand, both economic and social changes started to take place in the 1990s with the increase in globalisation mobility and other political-social transformations. As a result of its long-term relationship with the European Union, Turkey reached a Customs Union agreement in 1996, despite not being a full member. This stands out as the only example without full membership [2]. With this agreement, Turkey's liberalisation steps have brought along an important momentum in order to make them concrete. One of the most important achievements of this agreement is that it shows that Turkey has entered the final stage in the membership process together with the Ankara Agreement. With this agreement, Turkey has gained significant advantages in terms of international competition. In fact, customs duties, quantity restrictions and co-effective measures in the trade of industrial products between Turkey and the European Union have been abolished. On the other hand, it was decided to apply a common customs tariff to other countries that are not party to the agreement. This decision was later not valid in some specific cases. In fact, in some products such as shoes and automobiles, tax rates much higher than the common customs tariff were applied against other countries. As of 2000, with this exception, some exceptions were introduced in the following years. In this context, as of 2001, the Common Customs Tariff rates were applied to all industrial products and on 1 January 2008, the products within the scope of the Customs Union were harmonised with the Generalised System of Preferences, which covers the autonomous tariff concessions applied by the EU to developing and less developed countries [3]. Within the framework of these changes, updates have occurred within the framework of countries and country groups over the years. With the Supplementary Decree to the Import Regime Decree No. 2017/10725 published in the Official Gazette dated 16.09.2017, the List of Countries to Benefit from the Generalised System of Preferences was amended. With this amendment, Bolivia, Cape Verde, Mongolia and Paraguay were removed from the list of Countries to Benefit from Special Incentive Arrangements and included in the list of Countries on the Road to Development. As a result, the list of GSP Countries has been updated as two country groups, namely, Countries on the Road to Development and Least Developed Countries [4]. It is seen that the Turkish economy is compatible with the market economy and integrated with the European economy through the Customs Union. It is considered that this integration is deepening and trade volumes should be

increased [5]. It is thought that both European Union countries and Turkey will benefit from this situation.

2.2. Logistics Sector and Green Logistics

With the deepening of the globalisation process in international economic activities, the importance of the logistics sector has started to increase. Trade volumes have increased with the prominence of liberalisation mobility in the world. This situation has accelerated the demand for supply chain management, including logistics services [6]. The logistics sector plays a serious role in the availability of goods or services produced anywhere. In terms of the implementation of new production strategies, logistics constitutes an important area in terms of production systems such as inventory management and full-time production. Logistics, which is a narrowly military concept, has become one of the most developing sectors in the world with liberalisation. Logistics, which has such a sectoral importance, is also of serious importance for Turkey. Turkey is a country where logistics is expected to be among the leading sectors especially due to its geopolitical position. Located at the crossroads of the Middle East, Europe and Asia, Turkey has important advantages for the development of the logistics sector. With this advantage, Turkey has shown significant developments in this sector [7].

The logistics sector has been among the determinants of competitive advantage in Turkey as well as in international trade for about 30 years. Reducing logistics costs is considered important for companies in terms of sustainability of economic growth and development. Therefore, many countries endeavour to develop new logistics applications in order to ensure competitive advantage [8]. There are many studies in the literature on this development demand. It is seen that the studies generally focus on the relationship between logistics sector and economic growth ([9], [10], [11], [12], [13], [14]). It is seen that countries that focus on economic growth realise dirty growth as in many examples. Polluted growth occurs when the quality of the environment decreases while economic growth is realised and problems such as climate change, air pollution, etc. occur [15]. This situation threatens the development process. Environmentally friendly green practices are developed to minimise environmental degradation. In terms of the logistics sector, this situation is expressed by the concept of green logistics. This concept can be defined as practices and strategies covering supply chain management that can reduce the environmental and energy impact of transport. [16]. The realisation of development with sustainable logistics practices is among the goals of green logistics. The aim of green logistics is not only growth but also development, which is demonstrated by considering environmental factors. There are some standards for companies that implement green logistics practices in the sector. The documents showing these standards are; It is important to have an environmental certificate for businesses that show ethics. Standards and certifications related to green logistics are as follows [17];

ISO 14064 Greenhouse gas emission measurement and auditing standards
ISO 14025 Environmental product declarations
ISO 14067 Carbon footprint standard
ISO 14040-44 Life cycle assessment standard series

The most important difference of green logistics activities from traditional ones is that they prioritise development rather than growth and prioritise green growth. In this sense, it is of serious importance not to deteriorate the environmental quality [18]. Sustainable logistics can

be defined as an endeavour to examine the methods of creating a sustainable balance between economic, environmental and social objectives as shown in Figure 1. All these efforts in the field of green logistics focus on contributing to and ensuring sustainability [19].

3. CLIMATE CHANGE PROBLEM AND CUSTOMS-LOGISTICS SECTOR

The first of the industrial revolutions started after the middle of the 18th century. This process manifested itself in the form of a number of technical and scientific developments occurring in British territory [20]. Later on, other industrial revolutions occurred. In this process, production increased and periods of development of the information-communication sector, especially technology, emerged [21]. As a result, it is seen that the world trade volume has grown, production has increased, and economies have grown quantitatively in the period from the first industrial revolution to the present day. However, the fact that this growth is not through green methods has led to environmental degradation. So much so that this situation has taken its place among the main actors leading to global warming / global climate change problems. Therefore, combating these globalised problems has become important for politicians. In this sense, issues such as green practices (encouraging the use of renewable energy, expanding green logistics practices, increasing e-customs activities) have become important. When many production activities are analysed, it is stated that they have an increasing effect on greenhouse gas emissions. The share of logistics activities in this emission is around 24 per cent. In order to reduce this high rate, it is essential to increase green logistics practices and reduce greenhouse gas emissions, which are among the most important causes of climate change [19].

When the literature on green logistics applications is examined, it is seen that there are few studies ([22], [23], [24], [25], [26], [27], [28]). In these studies, selection of transport mode, optimisation of transport routes and monitoring of vehicle driving mileage are stated as three important green logistics activities. With these practices, it is revealed that vehicle route optimisation, efficient loading and unloading systems and fuel use will support environmental quality. Increasing the use of biofuels and reducing the use of energy obtained from fossil fuels are among the most important recommendations [29]. It is evaluated that the requirement of the Paris Climate Agreement, which was signed in 2015 and planned to be effective at the international level, will be fulfilled by implementing and promoting these practices without interruption. Therefore, green logistics activities have an important place in ensuring environmental sustainability and preventing the global climate crisis. On the other hand, customs procedures, which cannot be considered separately from logistics activities, will play a role in reducing environmental degradation through digitalisation and e-customs practices. On the other hand, qualifying the employees working in customs directorates and providing trainings in terms of environmental awareness are also thought to lead to positive developments in terms of climate change indirectly by reducing environmental degradation.

4. CONCLUSION AND EVALUATION

Today, when climate change has become a global problem, it is important to discuss what each sector and activity can do in this regard. In this study, environmental degradation with globalisation from the customs union process to the present day has been examined. In addition, by making discussions specific to the logistics sector, the issue of reducing greenhouse gas emissions has been discussed. In this context, green practices are mentioned. Green logistics

applications in the logistics sector have been examined and the relevant literature has been put forward. At the end of the literature and descriptive applications given in the study, it was concluded that important steps have been taken in preventing climate change. However, it is evaluated that both Turkey and the world countries will contribute to the solution of the climate change problem by implementing measures, especially green logistics practices, seriously. In the following studies, empirical estimations can be made for country/country groups by using logistics performance index, green innovation, green logistics, climate change indicators.

REFERENCES

[1] Özkan, O. and Çoban, M. N. (2022). Türkiye'de Kirlilik Hale Hipotezi ve Ekonomik Büyüme, Ekonomik Küreselleşme ve Ekolojik Ayak İzi Bağlantısı: Krls'den Kanıtlar. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 18(4), 1049-1068.

[2] Doğan, S. and Kaya, S. S. (2011). Gümrük Birliği Sonrasında (1996-2009) Türkiye'nin Avrupa Birliği ile Dış Ticaretinin Ülke ve Fasıl Bazlı Yoğunlaşma Analizi. Istanbul University Econometrics and Statistics e-Journal, (14), 1-18.

[3] Hacıköylü, C. (2015). İthalat Sirasinda Ödenen Vergiler ve Diğer Mali Yükümlülükler: Türkiye ve Cep Telefonu İthalatı. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(1), 21-36.

[4] Bahadır, S. (2017). Gümrükte ve Ticarette Gündem. Gümrük ve Ticaret Dergisi, (9), 96-101.

[5] Çalışkan, A. (2023). Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne Üyelik Sürecinin Ekonomik Kriterler Açısından Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28(3), 349-363

[6] Lai, K. H. and Cheng, T. E. (2016). Just-in-Time Logistics. Routledge

[7] Pelit, İ. (2023). Türkiye'nin Lojistik Performans Endeksinin İncelenmesi. Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi, 9(1), 37-49.

[8] Sezer, S. (2023). BRICS-T ve G7 Ülkelerinde Yeşil Lojistik Üzerindeki Finansal ve Ekonomik Etkiler. Paradoks Ekonomi Sosyoloji ve Politika Dergisi, 19(1), 27-51.

[9] Bozma, G., Başar, S. İ. and Aydın, S. (2017). Lojistik Performansının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi. The International New Issues in Social Sciences, 5(5), 401-414.

[10] Yurdakul, E. M. (2020). Türkiye'de Lojistik Sektörü ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin VAR Analizi ile İncelenmesi. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 20(40), 174-185.

[11] Arabacı, H. and Yücel, D. (2020). Lojistik Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, 6(4), 78-84.

[12] Yaman, S., Demir, B., Batırlık, S. N. and Zeren, F. (2021). Lojistik Sektörü ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkinin İncelemesi: G20 Ülkeleri Üzerine Bir Araştırma. The Journal of International Scientific Researches, 6(1), 1-9.

[13] Özbek, S. (2022). Türkiye Ekonomisinde Gümrük ve Lojistik Faaliyetleri ile Ekonomik Büyüme İlişkisinin ARDL, FMOLS ve CCR Yöntemleri ile Analizi. Journal of Economics and Research, 3(1), 87-108.

[14] Özbek, S. (2023). Ekonomik Büyüme ile Gümrük ve Lojistik Sektörü İlişkisi: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Panel Veri Analizi. Gümrük ve Ticaret Dergisi, 11(31), 53-65.

[15] Palokangas, T. (2012). Clean Versus Dirty Economic Growth. Discussion Paper No. 649.

[16] Ashfaq, M., Qureshi, I., Irum, S., Mehmood, N., Khan, N. and Ahmad, H. (2020). Effect of Green Logistics on Sustainability Performance in Malaysia Manufacturing Companies. International Journal of Psychosocial Rehabilitation, 24(1), 784-792.

[17] Özkök, G.A., Yardımcı, İ. (2016). Perakende Sektöründe Yeşil Lojistik Uygulamaları. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi 2016, Mersin.

[18] Yurtkuran, S. (2021). Çevresel Kuznets Eğrisi Hipotezinin Geçerliliği ve Yeşil Lojistik: Türkiye Örneği. Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute, 24(45): 171-2021.

[19] Akbal, H. (2022). Sürdürülebilir Lojistik Kapsamında Yeşil Lojistik Uygulamaları. Kapadokya Akademik Bakış, 6(1), 15-23.

[20] Tunzelmann, N. v. (2003). Historical Coevolution of Governance and Technology in The Industrial Revolutions. Structural Change and Economic Dynamics, 365-384.

[21] Öcal, F. M. and Altıntaş, K. (2018). Dördüncü Sanayi Devriminin Emek Piyasaları Üzerindeki Olası Etkilerinin İncelenmesi ve Çözüm Önerileri. OPUS International Journal of Society Researches, 8(15), 2066-2092.

[22] Wu, H. and Dunn, C. (1995). Environmentally Responsible Logistics Systems. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management, 25(2), 20-39.

[23] Shang, K.C., Lu, C.S. and Li, S. (2010). A Taxonomy of Green Supply Chain Management Capability Among Electronics-Related Manufacturing Firms in Taiwan. Journal of Environmental Management 91, 1218-1226.

[24] Zhang, Y., Thompson, G.R., Bao, X. and Jiang, Y. (2014). Analyzing The Promoting Factors for Adopting Green Logistics Practices: A Case Study of Road Freight Industry in Nanjing, China. Procedia-Social and Behavioral Sciences 125, 432-444.

[25] Kumar, N., Agrahari, P.R. and Roy, D. (2015). Review of Green Supply Chain Processes. International Federation of Automatic Control (IFAC), 48(3), 374-381.

[26] Khan, A.R., Zhang, Y., Kumar, A., Zavadskas, E. and Streimikiene, D. (2019). Measuring The Impact of Renewable Energy, Public Health Expenditure, Logistics, and Environmental Performance on Sustainable Economic Growth. Sustainable Development, 833-843.

[27] Mutie, M.D., Odock, S. and Litondo, K. (2020). Green Logistics Practices and Firm Performance: The Mediating Effect of Economic Performance among Logistics Firms in Kenya. European Scientific Journal September 2020 edition, 16(25), 142-159.

[28] Wandosell, G., Parra-Meroño, M.C., Alcayde, A. and Baños, R. (2021). Green packaging from consumer and business perspectives. Sustainability, 13, 1356, 1-19.

[29] Delice Akca, T. and Akdoğan, M. Ş. (2023). Gıda İşletmelerinin Yeşil Lojistik Uygulamaları ve Lojistik Performanslarının Demografik Faktörlere Göre İncelenmesi. İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi, 8(21), 491-512.

MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ YÖNETİMİ VE MÜŞTERİ SADAKATİ ARASINDAKİ İLİŞKİDE AĞIZDAN AĞIZA İLETİŞİMİN ARACI ETKİSİ

Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), işletmeler arasında müşteri tabanını korumak ve artırmak için önemli bir iş anahtarı olarak tanımlanmaktadır. CRM, işi kolaylaştırmak, böylece kuruluşlarla müşteri ilişkisini geliştirmek için bir nevi araç görevi görmektedir. Etkin müşteri ilişkilerinin işletmelere sağladığı en önemli katkının, müşteri memnuniyeti olduğu belirtilmektedir ve tatmin olmuş memnun bir müşterinin de sadakate yönelmesi beklenen bir davranıştır. Bağlılığın, tekrar müşteri olma ve satın alma gibi olumlu tutum ve davranışlara ve diğer gerçek veya potansiyel müşterileri etkileyebilecek olumlu tavsiyelere yol açması muhtemeldir.

Ağızdan ağıza iletişim (WOMM), müşterinin şirket veya ürünleri hakkında deneyimlerini içeren olumlu veya olumsuz ifadelerdir. Müşteriler ve çalışanlar arasındaki güçlü ilişkilerin, müşteriler arasındaki olumlu ağızdan ağıza iletişimden etkilendiği düşünülmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda elde edilen bulgulara göre, memnun bir müşteri, memnuniyetini bir müşteriye aktarmayı tercih ederken, memnuniyetsiz müşterinin deneyimini on bir kişiye anlattığı yönündedir. Bu istatistiksel gerçek, olumlu bilgi ve deneyimleri, müşteriler kanalıyla yaymak için özellikli ve önemli bir çaba harcamanın gerekliliğini ve önemini ortaya koymaktadır. Bu nedenle, birçok şirket, olumlu ağızdan ağıza iletişim sağlamak için müşterilerle ilişki kurmaya odaklanmaktadır. Böylece, ilişkisel pazarlama yönelimine sahip bir firmanın, olumlu ağızdan ağza sözler ve müşteri sadakati yaratarak iş hayatında başarılı olma şansı daha yüksek olabileceği söylenebilir. Bu çalışmanın amacı, müşteri ilişkileri yönetimi ve müşteri sadakati arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide ağızdan ağıza iletişimin aracı rolünü ele alıp değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Sadakati, Ağızdan Ağıza İletişim (WOMM).

1. GİRİŞ

Rekabetçi pazarlarda, müşterileri korumak, güven ve sadakat oluşturmak pazarlama ilişkilerinde önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle günümüzde pek çok işletme, faaliyetlerini geliştirmek amacıyla müşteri bağlılığını artırmaya yönelik bazı yatırımlara yönelmişlerdir. Kuşkusuz sadakatin yaratılmasında müşteri ilişkilerinin geliştirilmesi son derece önemli bir faktördür.

Rahimi and Gunlu (2016) ve Sofi vd. (2020) göre müşteri ilişkileri yönetimi, çok boyutlu bir yapıdır ve çeşitli açılardan ele alıp değerlendirilmesi gerekir. İş ve teknoloji ile ilgili çeşitli süreçleri içeren CRM, işlem destek sistemleri, karar destek sistemleri, pazarlama bilgi sistemleri, veri tabanı pazarlaması ve çağrı merkezi yönetimi dahil olmak üzere çeşitli sistemlerin ilerlemesinin bir sonucu olarak tanımlanmaktadır (Al-Gasawneh vd., 2021, s. 28). Alwahaishi ve Amine (2018) göre CRM ayrıca, kuruluşların karlı müşterileri tanımasını, çekmesini ve bu müşterilerle ilişkileri sürdürerek elde tutmaların artırmasını kolaylaştıran organizasyonel bir yaklaşımı da kapsamaktadır. Müşteri ilişkileri yönetimine (CRM) olan ilgi 1990'lı yıllarda artmaya başlamıştır. Kuruluşun büyüklüğü ne olursa olsun, işletmeler müşterileriyle ilişkileri daha etkili bir şekilde oluşturmak ve yönetmek için CRM'i benimseme konusunda hala motivedir. Müşterilerle gelişmiş bir ilişki, sonuçta daha fazla müşteri sadakati ve elde tutulmaya ve ayrıca kârlılığa yol açabilir. Ayrıca, internetin ve onunla bağlantılı teknolojilerin hızlı büyümesi, pazarlama fırsatlarını büyük ölçüde artırmıştır ve şirketler ile müşterileri arasındaki ilişkilerin yönetilme biçimini dönüştürmüştür (Ngai, 2005, s. 582).

Gelişmiş MİY uygulamalarının sadakate etkisinde etkili ağızdan ağıza iletişimin son derece önemli bir katkısı olduğu düşünülmektedir. Ağızdan ağıza iletişim olumlu ya da olumsuz olabilir. Olumlu ağızdan ağza iletişim, insanların başkalarına ürünler, hizmetler veya markalar hakkında iyi tavsiyelerde bulunmasıdır. Ancak olumsuz ağızdan ağıza iletişim, tüketicilerin ürün ve hizmet markaları hakkında birbirlerine söyledikleri olumsuz ve istenmeyen tavsiyeleri içeren şikayet etme davranışıdır (Akbari vd., 2016, s. 64). Olumlu WOMM'un müşterileri işletmeye çekmekle kalmadığı aynı zamanda artan memnuniyetle gelişen sadakat davranışına yol açabileceği söylenebilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Müşteri İlişkileri Yönetimi

CRM, bir firmanın en karlı şekilde hizmet verebileceği müşterilerin seçilmesi ve şirket ile bu müşteriler arasındaki etkileşimlerin şekillendirilmesine yönelik stratejik bir süreçtir. Nihai hedef, müşterilerin şirket için mevcut ve gelecekteki değerini optimize etmektir (Kumar ve Reinartz, 2018, s. 5). CRM, önemli bir iş yaklaşımı olarak geniş çapta kabul görmüş olmasına rağmen, CRM'in evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı yoktur. Ngai (2005) CRM'i "müşteri kazanımını, müşteriyi elde tutmayı, müşteri bağlılığını ve müşteri karlılığını geliştirmek amacıyla anlamlı iletişimler yoluyla müşteri davranışlarını anlamaya ve etkilemeye yönelik kurumsal bir yaklaşım olarak tanımlamıştır.

CRM farklı insanlar için farklı şeyler ifade eder. Bazıları için CRM, doğrudan e-posta anlamına gelir. Bazıları için ise, kitlesel kişiselleştirme veya bireysel müşterinin ihtiyaçlarına uygun ürünler geliştirmektir. BT danışmanları için CRM, OLAP (çevrimiçi analitik işleme) ve CIC'ler (müşteri etkileşim merkezleri) gibi terimlerle ilgili karmaşık teknik jargona tercüme edilir (Richards ve Jones, 2008, s.121).

CRM, kilit müşteriler ve müşteri segmentleriyle uygun ilişkilerin geliştirilmesi yoluyla iyileştirilmiş hissedar değeri yaratmayla ilgilenen, işlevler arası stratejik bir yaklaşımdır. Tipik

olarak, uygun iş ve müşteri stratejilerinin belirlenmesini, müşteri bilgisinin edinilmesini ve yayılmasını, uygun segment ayrıntı düzeyine karar verilmesini, müşteri değerinin birlikte yaratılmasının yönetilmesini, entegre kanal stratejilerinin geliştirilmesini ve üstün müşteri deneyimleri yaratmak için veri ve teknoloji çözümlerinin akıllı kullanımını içerir (Frow, 2019, s.11). CRM, hem müşterileri anlamak hem de onlarla birlikte değer yaratmak için veri ve bilgilerin kullanılmasına yönelik gelişmiş fırsatlar sağlar. Bu, bilgi, teknoloji ve uygulamalar yoluyla sağlanan süreçlerin, kişilerin, operasyonların ve pazarlama yeteneklerinin işlevler arası entegrasyonunu gerektirmektedir (Payne ve Frow, 2005, s.168). Bu tanımlar, CRM'yi, müşterilerle olan ve kuruluş içindeki genel pazarlama, satış, hizmet ve destek süreciyle ilgili ilişkileri yönetmeye yönelik kapsamlı bir stratejiler dizisi olarak görmenin önemini vurgulamaktadır.

Modern pazarlamanın temel gelişim alanlarından biri olarak kabul edilen ve büyük araştırma ilgisi yaratan ilişkisel pazarlamanın ilkelerine dayanan CRM'nin amacı, karlı müşterilerin kazanılmasını ve elde tutulmasını, onlarla uygun ilişkileri seçici bir şekilde başlatarak, kurarak ve sürdürerek verimli ve etkili bir şekilde arttırmaktır (Payne ve Frow, 2006, s. 136). Bilgi teknolojisindeki ilerlemeler, müşteri ilişkilerinin gelişmesine büyük ölçüde yardımcı olmuştur. Şirketlerin emrinde bir dizi veritabanı, veri pazarı ve veri ambarı teknolojisinin yanı sıra sayıları giderek artan CRM uygulamaları bulunmaktadır. Bu tür gelişmeler, çok miktarda müşteri verisinin toplanmasını ve bunların analiz edilmesini, yorumlanmasını ve yapıcı bir şekilde kullanılmasını mümkün kılmaktadır. Ayrıca, giderek daha güçlü hale gelen bilgisayar donanımı, yazılımı ve e-hizmetlerin sunduğu avantajlar, bunları çalıştırma maliyetlerinin azalmasıyla daha da artmaktadır. Şirketler, çok çeşitli CRM araçları kullanarak potansiyel olarak en umut verici müşteri fırsatlarını daha etkili bir şekilde hedefleyebilirler.

CRM'in kesin mantığı, herhangi bir yönetimsel buluş gibi, müşteri memnuniyeti yoluyla geliri arttırmaktır. Bu durumda CRM'in başarısı çoğunlukla müşterilere gelişmiş kalitede hizmetler sunmaktan geçmektedir. Ayrıca, CRM'e yönelik önemli ihtiyaçlar Khedkar (2015) tarafından aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

a. Müşterilerin beklentilerini anlamak,

b. Müşterilerin nasıl yönetileceğini anlamak,

c. İlişkiler kurmaya odaklanmak,

d. Müşteri odaklı bir CRM çözümü oluşturmak,

e. Müşterilerin ihtiyaçlarını anlamak ve gidermeye başlamak.

Dört ana CRM stratejik yeteneği vardır. Bunlar, teknoloji, insan, süreç ve bilgi ve içgörüdür (Gordon, 2002, s.2; Zablah, 2004, s. 477):

Teknoloji: CRM'yi destekleyen teknolojik altyapıyı ifade eder. CRM teknolojiyi, müşterilerle ortaklıklar kurmak amacıyla satış, pazarlama ve hizmet bilgi sistemlerini harmanlamak için kullanır.
İnsanlar: CRM'yi yöneten kişilerin becerileri, yetenekleri ve tutumlarını kapsar.

Süreç: Şirketlerin yeni değer ve karşılıklı arayışta müşterilerine erişmek ve onlarla etkileşimde bulunmak için kullandıkları süreçleri ifade eder. Bir diğer değişle, bir iş süreci, organizasyonel girdileri (örneğin insan kaynakları) istenen çıktılara dönüştüren bir grup faaliyeti ifade eder.
• Bilgi ve İçgörü: Önemli ilişkileri derinleştirmek için gereken bilgi ve içgörüyü elde edebilmeleri amacıyla şirketin müşteri verilerine değer katmak için kullandığı yaklaşımları ifade eder.

2.2. Müşteri İlişkileri Yönetimi Türleri

Stratejik Müşteri İlişkileri Yönetimi: Genel olarak, stratejik müşteri ilişkileri yönetimi, kurumsal ve müşteri çıkarlarını dikkatli bir şekilde dengeleme ihtiyacını kabul eden yerleşik pazarlama ilkelerine dayanan bir ilişki yönetimi kavramıdır (Kumar ve Reinartz, 2018, s. 5).

Analitik Müşteri İlişkileri Yönetimi: Analitik CRM, Müşteri İlişkileri Yönetimi ile ilgili bilgilerin elde edilmesi amacıyla verilerin toplanması, işlenmesi ve sistemleştirilmesi yoluyla gerçekleştirilir (Laketa vd., 2015, s. 245). Operasyonel CRM'i temel alır ve istatistiksel yöntemler kullanarak müşteri segmentleri, davranışları ve değeri hakkında bilgi oluşturur. Yönetim ve değerlendirme amaçları için faydalıdır; operasyonel müşteri verileri, belirli kriterlere (örneğin satışlar, karlar) dayalı olarak konsolide verilerden oluşan merkezi bir veri ambarıyla entegre edilir (Mishra vd., 2009, s. 86). Burada veri madenciliği aracı tanımlanmış boyutları analiz eder; Bir müşterinin özelliklerini diğeriyle karşılaştırarak bir müşteri segmentinin belirlenmesine yol açar ve böylece hedefe yönelik pazarlama kampanyalarının temelini oluşturur.

İşbirlikçi Müşteri İlişkileri Yönetimi: Çevrimiçi mağazalar ve çağrı merkezleri gibi etkileşim kanallarının çok kanallı yönetimi şeklinde koordineli bir karışımını kullanarak müşteri entegrasyonuna odaklanmaktadır (Mishra vd., 2009, s.86).

Operasyonel Müşteri İlişkileri Yönetimi: Operasyonel CRM, çağrı merkezindeki personeli kapsayan ön büro süreçlerini desteklemektedir (Puschmann, 2004, s.1). Organizasyonel CRM, müşterilere yönelik faaliyetleri optimize etmek, çoklu iletişim kanallarını kullanarak banka ve müşteri için değer yaratmak amacıyla pazarlama fonksiyonları ile altyapı arasında işbirliğini gerektirir. Bu CRM, uygun iletişim kanalı aracılığıyla müşteri etkileşiminin kurulmasından sorumludur (Laketa vd., 2015, s. 245).

2.3. Müşteri Sadakati

CRM'in temel hedeflerinden biri müşteri sadakati veya müşteriyi elde tutmaktır. Yeni müşteri edinmenin maliyeti mevcut müşteriyi elde tutmaktan çok daha yüksek olduğu göz önüne alındığında, müşteri sadakati kazanmanın, rekabetçi pazarlardaki kuruluşlar için iki ucu keskin bir kılıç olduğu söylenebilir (Lubis vd., 2017, s. 87).

Müşteri sadakati, bir ilerleme süreciyle gelişmektedir. Bowen vd., (2015) sadakat gelişiminin bilişsel duygusal-bağlantı modelini takip ettiğini belirtmiştir. İlk aşama, tüketicilerin yalnızca marka inancına dayalı alternatifler yerine bir markayı tercih ettiği bilişsel

sadakattir. İkinci aşama, sürekli tatmin edici deneyimlere dayalı olarak ürünü beğenmenin ve markaya karşı olumlu bir tutumun geliştiği duygusal sadakattir. Barber vd., (2010) yaptığı literatür taraması sonucunda, bu aşamada yeniden satın alma niyeti oluşturma konusunda güçlü bir taahhütün olmadığını ve hatta memnun müşterilerin bazen geri dönmeyeceği bulgularına ulaşmıştır. Üçüncü sadakat aşamasında, markaya özgü bir yeniden satın alma taahhüdü oluştuğu için geri dönme niyeti oluşmuştur. Son olarak müşterilerin geri dönüş niyeti "harekete geçmeye hazırlığa dönüştüğünde" eylem sadakati aşamasına geçmiş olurlar. Chaudhuri ve Holbrook (2001), Matzler vd., (2008), ve Lin ve Lee (2012) tüketicilerin bu derin bağlılık düzeyini geliştirdikten sonra, rakiplerin tekliflerini değiştirmeye karşı bir dirence sahip olacaklarını ve değiştirme davranışlarının en aza indirileceğini ifade etmişlerdir. Gerçek sadık müşteriler, hizmet sağlayıcıya karşı olumlu tutum sergileyen ve aynı zamanda tekrar satın alma davranışı sergileyen müşterilerdir.

2.4. Ağızdan Ağıza İletişim (WOOM)

Ağızdan ağıza pazarlama, müşterilerin bir ürün veya şirket hakkındaki deneyimlerinin olumlu veya olumsuz beyanı olarak tanımlanmaktadır. Ngoma ve Ntale (2019) WOM'u canlı ve yeni olarak tanımlamışlar ve pozitif WOM'un hoş deneyimleri ifade ederken, olumsuz WOM'un ürüne yönelik kötülemeyi, hoş olmayan deneyimleri, söylentileri ve özel şikayetleri içerdiğini eklemişlerdir. Stokes ve Lomax (2002) ise WOM iletişimini, bir alıcı ile kişinin ticari olmayan olarak algıladığı bir iletişimci arasında marka, ürün veya hizmetle ilgili sözlü kişiden kişiye iletişim tanımlamıştır. Ağızdan ağıza (WOM) pazarlama firmaların tüketici-tüketici iletişimini kasıtlı olarak etkilemesi önemi giderek artan bir tekniktir.

Kumar, Petersen ve Leon (2010) göre, bir ürünün/hizmetin kullanışlılığı, başlıca avantajları ve özellikleri, müşteriler tarafından kulaktan kulağa kolaylıkla başkalarına yayılır. Şirkete güvenen ve ilişkilere bağlı olan müşterilerin, şirket ve ürünleri hakkında olumlu konuşmaları beklenir.

2.5. Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Müşteri Sadakati Arasındaki İlişki

Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) organizasyonun çok önemli bir aracıdır ve kurumlar ve müşteriler arasında uzun vadeli olarak yönetilmesi, müşterinin sadakatini ve memnuniyetini artırmaya yardımcı olur (Khan vd., 2020, s.4). Rahimi vd., (2017) ve Mang'unyi vd., (2018) tarafından yürütülen araştırma sonucunda elde edilen bulgu, her organizasyonun farklı müşteri ilişkileri stratejisi oluşturabilmesi nedeniyle, müşteri ilişkileri yönetimi (CRM) farklı organizasyon yapıları üzerinde farklı bir etkiye sahiptir. Ayrıca müşteri memnuniyeti ve sadakatini uzun vadede artırmak için hizmet sektörlerinde müşteri ilişkileri yönetimi stratejileri yaygın olarak kullanılmaktadır. Çünkü, bir pazarlama işinde müşteri memnuniyetini sağlamak ve uzun vadede korumak çok zor bir iştir. Nitekim, Mang'unyi vd., (2018), bir kuruluşun yüksek satış oranlarıyla karlılığını artırarak rekabet avantajı kazanabilmesinin ancak müşteri sadakatini doğrudan etkileyen iyi bir müşteri ilişkileri stratejisi oluşturarak elde edebileceğini

öne sürmüştür. Khan ve Fasih'e (2014) göre, bir ürün veya hizmetin tekrar tekrar satın alınmasını ve başkalarına tavsiye edilmesini teşvik etmek müşteri sadakati anlamına gelir.

Khedkar (2015) tarafından yürütülen araştırma sonucunda, CRM uygulamalarının organizasyon genelinde başarıyla uygulanmasıyla müşteri memnuniyetinin arttığı gözlemlenmiştir. Değişim programları yoluyla tekrar satın alma ve sadakat eklemeleri, önceki satın alma deneyimlerinden ve kuruluşun satış sonrası hizmetlerinden memnun olan müşteriler tarafından daha fazla kabul görmüştür.

2.6. Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Müşteri Sadakati Arasındaki İlişkide Ağızdan Ağıza İletişimin Aracı Etkisi

Müşteriler ve çalışanlar arasındaki güçlü ilişkilerin müşteriler arasında olumlu söylentileri teşvik etmesi nedeniyle birçok şirket, olumlu ağızdan ağıza pazarlamayı teşvik etmek için müşterilerle ilişki kurmaya odaklanmaktadır. Lubis vd., (2017) müşteri sadakatinin, belirli bir markanın uzun vadeli başarısının, markayı yalnızca bir kez satın alan tüketici sayısına değil, tekrar satın alan tüketici sayısına dayandırılması olarak tanımlamaktadır ve sadakatin şu üç şey ile ölçüleceğini ifade etmektedir: Ağızdan ağıza iletişim, tekrarlanan satın alma ve diğer ürün ile markaları reddetmek.

Bir şirketin sadık müşteriler yaratmadaki başarısı veya başarısızlığı, büyük ölçüde şirketin değer yaratma yeteneğine ve bunu sürekli olarak geliştirmeye çabalamasına bağlıdır. Memnuniyeti artırmak için şirketlerin, müşterilerinin ödedikleri parayı veya beklediklerinden daha fazlasını almalarını sağlayacak değer katmaları gerekir; böylece hayatta kalabilirler ve tekrar satın almalara, ağızdan ağıza pazarlama yöntemi olan tavsiyelere ve artan tavsiyelere yol açabilirler.

Etkili kulaktan kulağa pazarlamanın daha yüksek satışlara katkıda bulunduğu ve mevcut müşterilere yeni teklifleri çapraz satmanın, yeni müşteriler kazanmaktan ve onları ürünün faydaları ve teklifleri konusunda ikna etmekten daha kolay olduğu birçok çalışma aracılığıyla deneyimlenmiştir (Khedkar, 2015, s. 3).

Ağızdan ağıza iletişim, işletmelerin yeni müşterilerin dikkatini çekmesinin iyi bir yoludur çünkü bu müşteriler büyük ölçüde mevcut müşterilerin şirket ve hizmetleri hakkında söylediklerine bağlı olacaktır. Yeni müşteri sonuçta şirkete, hizmetlerine ve ürününe bağlılığı artacak ve bu da sadakate yol açacaktır (Ngoma ve Ntale, 2019, s. 20). Ağızdan ağza iletişim, bir firmanın ürün ve hizmetlerini tanıtmak ve aslında müşteri sadakatini artırmak için özellikle değerli bir araç olarak kabul edilmektedir. Pozitif WOM tavsiyesi şüpheyi ortadan kaldırır, müşteri heyecanı yaratır ve hatta müşterilerin ilişkiyi kesmesini engelleyerek geçiş engeli yaratabilir. Müşterinin şirkete ve hizmetlerine olan güvenini artırır ve müşterilerin doğru seçimi yaptıklarını hissetmelerini sağlar. Aslında Fornell (1992) ve Ferguson ve Paulin (2006) sadakatin memnuniyetini, engelleri aşmanın ve kulaktan kulağa yayılmanın bir işlevi olduğunu düşünmektedir. Şirketler, müşterilerini teklifleri hakkında iyi konuşmaya ne kadar motive ederse, müşteri tabanları arasında o kadar sadakat yaratacaklardır.

SONUÇ

Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM), müşteri gruplarının yönetimini, bir kuruluşun yönetim başkanlarını ve işi etkili bir şekilde yönetmeyi bütünleştiren bir süreçtir. CRM, işi kolaylaştırmak ve böylece kuruluşlarla müşteri ilişkilerini geliştirmek için bir araç görevi görür. Yapılan literatür taraması sonucunda etkin bir müşteri ilişkileri yönetiminin müşteri sadakatine olumlu katkı sağlayacağı ve bu katkıda ağızdan ağıza iletişimin önemli bir yordayıcı etkisi olduğu bulgularına ulaşılmıştır. Müşterilerin artık şirketlerin pazarlama mesajlarına güvendiği ve gerçek müşteri deneyimlerini dinlemek istedikleri göz önüne alındığında, müşterileri işletmeye çekmek onları sadık hale getirmede pozitif WOM'un müşteri sadakati yaratmada güçlü bir pazarlama aracı olduğu söylenebilir.

Piyasaların giderek daha rekabetçi ve daha az kârlı hale gelmesiyle birlikte şirketler, promosyon harcamalarını azaltma yoluna gitmişlerdir ancak pazarda rekabetçi kalmayı sürdürmüşlerdir. Ağızdan ağıza pazarlamanın, müşteri sadakati sağlayan düşük maliyetli bir yatırım tanıtım aracı olduğu söylenebilir. Bu açıdan işletmelerin, doğru ve etkili iletişim kanalları aracılığıyla müşterilerle olan etkileşimlerini ve ilişkilerini güçlendirme yönünde pazarlama çalışmalarına yön vermeleri sadakatin sağlanmasında önemli aşama olarak ifade edilebilir.

KAYNAKÇA

Akbari, M., Kazemi, R., & Haddadi, M. (2016). Relationship marketing and word-of-mouth communications: Examining the mediating role of customer loyalty. *Marketing and Branding Research, 3,* 63-74.

Al-Gasawneh, J. A., Anuar, M. M., Dacko-Pikiewicz, Z., & Saputra, J. (2021). The impact of customer relationship management dimensions on service quality. *Polish Journal of Management Studies, 23*(2), 24-41.

Alwahaishi, S., & Amine, N. T. (2018). The efficiency of listening tools' usage in customer relationship management: The case of telecom companies. *International Journal of Marketing, Communication and New Media, 11*(6), 31-51.

Alt, R., & Puschmann, T. (2004). Successful practices in customer relationship management. *In 37th Annual Hawaii International Conference on System Sciences,* 1-9.

Bowen, J. T., & McCain, S. L. C. (2015). Transitioning loyalty programs: A commentary on "the relationship between customer loyalty and customer satisfaction". *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 27*(3), 415-430.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. *Journal of Marketing, 65*(2), 81-93.

Ferguson, R. J., Paulin, M., & Leiriao, E. (2006). Loyalty and positive word-of-mouth: Patients and hospital personnel as advocates of a customer-centric health care organization. *Health Marketing Quarterly, 23*(3), 59-77.

Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, *56*(1), 6-21.

Frow, P. E., & Payne, A. F. (2009). Customer relationship management: A strategic perspective. *Journal of business market management*, *3*, 7-27.

Gordon, I. (2002). Best practices: Customer relationship management. *Ivey Business Journal*, *67*(2), 1-5.

Khan, M. M., & Fasih, M. (2014). Impact of service quality on customer satisfaction and customer loyalty: Evidence from banking sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences (PJCSS)*, *8*(2), 331-354.

Khan, R. U., Salamzadeh, Y., Iqbal, Q., & Yang, S. (2022). The impact of customer relationship management and company reputation on customer loyalty: The mediating role of customer satisfaction. *Journal of Relationship Marketing*, *21*(1), 1-26.

Khedkar, E. B. (2015). Effect of customer relatıonshıp management on customer satısfactıon and loyalty. *International Journal of Management (IJM)*, *6*(5), 1-7.

Kumar, V., Petersen, J. A., & Leone, R. P. (2010). Driving profitability by encouraging customer referrals: Who, when, and how. *Journal of Marketing*, *74*(5), 1-17.

Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer relationship management*. Springer-Verlag GmbH Germany, part of Springer Nature 2006, 2012, 2018.

Laketa, M., Sanader, D., Laketa, L., & Misic, Z. (2015). Customer relationship management: concept and importance for banking sector. *UTMS Journal of Economics*, *6*(2), 241-254.

Lin, M. Q., & Lee, B. C. (2012). The influence of website environment on brand loyalty: Brand trust and brand affect as mediators. *International Journal of Electronic Business Management*, *10*(4), 308.

Lubis, A., Dalimunthe, R., Absah, Y., & Fawzeea, B. K. (2020). The influence of customer relationship management (CRM) indicators on customer loyalty of sharia based banking system. *Journal of Management and Marketing Review*, *5*(1) 84-92.

Matzler, K., Grabner-Kräuter, S., & Bidmon, S. (2008). Risk aversion and brand loyalty: The mediating role of brand trust and brand affect. *Journal of Product & Brand Management*, *17*(3), 154-162.

Mang'unyi, E. E., Khabala, O. T., & Govender, K. K. (2018). Bank customer loyalty and satisfaction: the influence of virtual e-CRM. *African Journal of Economic and Management Studies*, *9*(2), 250-265.

Mishra, A., & Mishra, D. (2009). Customer Relationship Management: Implementation process perspective. *Acta Polytechnica Hungarica*, *6*(4), 83-99.

Ngai, E. W. (2005). Customer relationship management research (1992-2002) An academic literature review and classification. *Marketing Intelligence & Planning*, *23*(6), 582-605.

Ngoma, M., & Ntale, P. D. (2019). Word of mouth communication: A mediator of relationship marketing and customer loyalty. *Cogent Business & Management*, 1-20.

Payne, A., & Frow, P. (2016). Customer relationship management: Strategy and implementation. *Journal of Marketing Management, 22,* 135-168.

Payne, A., & Frow, P. (2005). A strategic framework for customer relationship management. *Journal of Marketing*, *69*(4), 167-176.

Rahimi, R., & Gunlu, E. (2016). Implementing customer relationship management (CRM) in hotel industry from organizational culture perspective: Case of a chain hotel in the UK. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *28*(1), 89-112.

Rahimi, R., Köseoglu, M. A., Ersoy, A. B., & Okumus, F. (2017). Customer relationship management research in tourism and hospitality: A state-of-the-art. *Tourism review*, *72*(2), 209-220.

Richards, K. A., & Jones, E. (2008). Customer relationship management: Finding value drivers. *Industrial marketing management*, *37*(2), 120-130.

Sofi, M. R., Bashir, I., Parry, M. A., & Dar, A. (2020). The effect of customer relationship management (CRM) dimensions on hotel customer's satisfaction in Kashmir. *International Journal of Tourism Cities*, *6*(3), 601-620.

Stokes, D., & Lomax, W. (2002). Taking control of word of mouth marketing: The case of an entrepreneurial hotelier. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, *9*(4), 349-357.

Zablah, A. R., Bellenger, D. N., & Johnston, W. J. (2004). An evaluation of divergent perspectives on customer relationship management: Towards a common understanding of an emerging phenomenon. *Industrial Marketing Management*, *33*(6), 475-489.

YEŞİL AĞIZDAN AĞIZA PAZARLAMA İLE YEŞİL MARKA DEĞERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ VE ÖNEMİ

Ebru ERDOĞAN

İnönü Üniversitesi - 0000-0001-6981-8335

ÖZET

Tüketicilerin karar verme sürecinde rol oynayan önemli bir faktör olarak kabul edilen ağızdan ağıza iletişim (WOMM), tüketici davranışlarında nihai faktörlerden biri olarak ifade edilmektedir. Bu denli önemli bir faktör olarak kabul edilmesinde, elbette ki ağızdan ağıza iletişimin tüketicilerin satın alma tutumlarını ve davranışsal niyetlerini ve en önemlisi marka değerini etkilemesinden ve biçimlendirmesinden kaynaklandığı söylenebilir.

Günümüzde, şirketlerin yenilenemeyen enerji kaynakları ve çevresel sorunları azaltması yeniden pazarlama stratejilerinin oluşturulmasına ve geliştirmesine yol açmıştır ki, şirketlerin sosyal sorumluluk taahhüdünü gösteren böylesi bir yaklaşım tüketicilerin daha fazla ilgisini çekmeyi sağlamıştır. Tüketicilerin, çeşitli sebeplerle yeşil ürünleri yüksek fiyatlarla satın alma eğiliminde olmaları nedeniyle, çevre bilincine sahip şirketler, son yıllarda yeşil ürünlerini tanıtma ve yeşil marka değeri yaratmak için önemli bir gayret içerisindedirler. Tüketici karar sürecinde önemli olmakla birlikte işletmeler ve pazarlamacılar için faydalı ve pratik bir strateji olan GWOMM ise, tüketicilerin, ürün ve markalara ilişkin olumlu ve olumsuz çevresel mesajları başkalarına aktarma derecesidir. Bu çalışma ile yeşil marka değeri yaratmada, yeşil ağızdan ağıza pazarlamanın etkisini ve önemini ortaya koymak amaçlanmaktadır. Böylece, hem pazarlama uygulayıcılarına konunun stratejik değeri hakkında bir farkındalık yaratmak hem de literatüre konunun önemi hakkında katkı sağlamak hedeflenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ağızdan Ağıza Pazarlama (WOMM), Yeşil Ağızdan Ağıza Pazarlama (GWOMM), Yeşil Ürün, Çevresel Sorunlar, Sosyal Sorumluluk.

1. GİRİŞ

Sürdürülebilir kalkınma, çevreyi korurken mevcut neslin insan ihtiyaçlarını karşılamayı ve aynı zamanda gelecek nesillerin ihtiyaçlarını da gidermeyi amaçlayan bir kaynak kullanım şeklidir. Mehdikhani ve Valmohammadi (2019), bunun, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyo-politik sürdürülebilirlik olmak üzere üç alanı kapsadığını belirtmektedir. Sürdürülebilir kalkınma insan yaşamının tüm yönlerini etkiler ve ekonomik refahın, çevresel kalitenin ve sosyal eşitliğin eş zamanlı olarak takip edilmesini içerir.

Çevresel uygulamaların ve küresel ısınmanın yönetimi, çevreye ve tüketicilerin ihtiyaçlarına uyum sağlamak için çeşitli yöntemlerin geliştirilmesine yol açmıştır. Mehdikhani and Valmohammadi (2019) göre sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleşmesi için, şirketlerin çevreyi korurken pazarlamanın ve çevresel açıdan sürdürülebilir çabaların tüm

pazarlama yönlerine odaklanmasını sağlamak için yeşil pazarlama stratejileri izlemesini gerektirir.

İçinde bulunduğumuz yüzyılda tüketiciler daha bilinçli hale geldikçe, satın aldıkları ürün ve hizmetlerin güvenirliği ve çevreci olma konusunda daha titiz davranır olmuşlardır. Tüketicilerin dikkatini çekmede yeşil pazarlamanın kritik bir araç haline gelmesi nedeniyle her geçen gün daha fazla işletme yeşil ürünlerini farklılaştırmak için yeşil pazarlamadan yararlanma yolunu tercih etmektedir. Sonuç olarak 'yeşil', 'eko', 'çevresel' gibi reklam terimleri 'dost', 'sürdürülebilirlik' ve 'toprak dostu' uygulamalarda daha popüler hale gelmeye başlamıştır. Chen (2008), Chen ve Chang (2012), Chen ve Chang (2013) küresel ısınmaya ve çevre kirliliğine yönelik endişelerin artması nedeniyle tüketiciler çevre duyarlılığı konusunda daha bilinçlidir ve çevre dostu yeşil ürünleri almaya daha isteklidirler.

Pazarlama Bilimi Enstitüsü'ne (2002) göre, pazarlama araştırmasının temel amaçlarından biri marka değerinin gücünü değerlendirmektir. Marka değerinin pazarlamanın ayrılmaz bir parçası olduğu ve şirketlerin temel yetkinlikleri oluşturması ve tüketici karar verme sürecini etkileyecek güçlü marka deneyimi oluşturması açısından gerekli olduğunu kabul etmek zorunludur (Severi ve Ling, 2013, s.125). GWOM ise, tüketicinin ürün ve markalara ilişkin olumlu ve olumsuz çevresel mesajlarını başkalarına ne ölçüde aktardığıdır. Tüketicinin karar vermesinde kritik bir faktördür ve pazarlamacılar ve şirketler için yararlı ve pratik bir stratejidir (Mehdikhani, 2021, s.1). Chaniotakis and Lymperopoulos (2009), sosyal ağlarda müşteriler arasındaki sözlü iletişimin, müşterilerin satın alma davranışları üzerinde güçlü bir etkiye yol açtığını ifade etmiştir. Bu açıdan, çevresel kaygıları dikkate alarak üretim ve pazarlama faaliyetini yürüten işletmelerin etkin bir marka değeri uygulaması ile pozitif WOOM arasında bir bağlantı olabileceği söylenebilir.

2. LİTERATÜR TARAMASI

2.1. Ağızdan Ağıza Pazarlama

Ağızdan ağıza iletişim, müşteriler arasında daha iyi hizmet almak için bilgi paylaşımı ve iletişimi ifade eder (Akbari vd., 2016, s. 64). Goyette vd. (2013) ve Jamalzadeh (2014) göre bu tür bir ilişkide bir üründen, hizmetten ya da bir olaydan memnun kalan müşteriler, memnuniyetlerini diğer insanlara anlatarak giderek onların dikkatini ürüne çekerler. Bu durum, bir kişinin iki kişiye, iki kişinin dört kişiye, dördünün sekiz kişiye söylemesi şeklinde bir döngü halinde yayılmaktadır. Ağızdan ağıza iletişimin farklı türleri ve farklı düzeyleri bulunmaktadır. Tablo 1 yardımıyla bunları aşağıdaki gibi ifade edebiliriz.

Tablo 1

Ağızdan Ağıza İletişimin Farklı Türleri

Değer	İnsanlar niteliksel deneyimlerini başkalarıyla paylaşırlar. Bir kişi bir ürünü dener ve memnun kalırsa bir başkasına denemesini söyler.
Kandırmak	İnsanlar başkalarını teşvik ederek ürünlerini satmaya çalışırlar. A kişisi, B kişisini ürünü almaya ikna etmeye çalışır ve B kişisi ürünü denemeye ikna edilirse A kişisi ödüllendirilir.

Hayati	İnsanlar deneyimlerini kesin ve spesifik bir ürüne ihtiyaç duyabilecek kişilerle paylaşmak isterler. A kişisi bir ürünle ilgili deneyimini paylaşmak isterken B kişisi ise başka bir ürüne ihtiyaç duyabilir.
Sarmal	Kişiler neşeli ve eğlenceli deneyimlerde başkalarıyla birlikte olmak isterler. A kişisi B kişisi ile yaşadığı deneyimi tartışmayı B kişisinin de bu konuda aynı görüşte olduğunu düşünüyor olması sebebiyle istiyor olabilir.
Hoşnutsuzluk	Kişiler olumsuz deneyimleri konusunda başkalarını uyarırlar. A kişisi ürünü kullanıyor ve ürünün çok kötü olduğunu düşünüyor ise A kişisi B kişisinin bu ürünü kullanmasını engelleyebilmektedir.

Not. Tablo Akbari (2016)'dan uyarlanmıştır.

Ağızdan ağıza iletişimin bilgi düzeyleri Tablo 2'de belirtildiği gibi 9 düzeye ayrılmıştır.

Tablo 2

Ağızdan Ağıza İletişimin Bilgi Düzeyleri Türleri

Negatif Dördüncü Seviye	En kötü seviyedir ve insanlar ürünler hakkında kötü konuşur ve birbirlerinin ürünlerini kullanmasını engellerler.
Negatif Üçüncü Seviye	Müşteriler veya müşteri olmayanlar, başkalarının bir ürünü kullanmasını engellemenin bir yolunu bulmayı bırakırlar.
Negatif İkinci Seviye	İnsanlar üretim hakkında konuşurlar.
Negatif Birinci Seviye	İnsanların ürünlerden şikayeti yoktur ancak üretimle ilgili soru sorulduğunda üretim süreciyle ilgili kötü konuşurlar.
Sıfırıncı Seviye	İnsanlar ürünleri kullanır ancak araştırma ve yorum yapmazlar.
Olumlu Birinci Seviye	Kişiler ürünler hakkında güzel yorumlarda bulunurlar.
Olumlu İkinci Seviye	İnsanlar sürekli olarak bir ürün ve onun çekiciliği hakkında şaşırtıcı şekilde konuşurlar.
Olumlu Üçüncü Seviye	Müşteriler insanları ürünü kullanmaya teşvik etmeye çalışırlar.
Olumlu Dördüncü Seviye	Bu en iyi seviyedir ve insanlar sürekli olarak ürün hakkında konuşurlar. Profesyoneller, etkili kişiler, ünlüler ve elit müşteriler sürekli üründen bahsederler.

Not. Tablo Akbari (2016)'dan uyarlanmıştır.

Ağızdan ağza iletişim üzerine yapılan çalışmalar, etkinliğinin tüketici davranışı üzerindeki büyük etkisine dayandığını göstermiştir. Ağızdan ağıza iletişimin müşteri güven düzeyleri, hizmet kalitesi, memnuniyet, ilişki kalitesi ve müşterilerin satın alma niyeti ile güçlü ve olumlu bir şekilde ilişkili olduğunu göstermiştir (Goyette vd., 2013, s.6).

Günümüzün sanal çağında ağızdan ağza iletişimin gücü katlanarak artmıştır. Örneğin, uluslararası banka HSBC, 2007 yazında, bakiyesi 1.500 Sterlin'in (yaklaşık 3000 Kanada Doları) altında olan her öğrenci hesabı için (daha önce ücretsiz) %9,9 faiz ücreti uygulayacağını duyurmuştur. Ulusal Öğrenci Birliği (NUS) hemen bir grup oluşturmuştur. HSBC'deki bu politika değişikliğine karşı çıkan mümkün olan en fazla sayıda öğrenciyi Facebook web sitesinde bir araya getirmek için çaba sarf etmiştir.

2.2. Yeşil Satın Alma Niyeti

Speer (2011) göre genel olarak yeşil ürünler, doğal çevreye veya insan sağlığına geleneksel ürünler kadar zarar vermeyen ürünlerdir. Bu çevreci ürünler, düşük kirlilik üreten, kaynaklardan tasarruf sağlayan ve geri dönüştürülebilen ürünler olarak tanımlanmaktadır. Hasan ve Mohammad (2013), bu ürünlerin ekolojik veya çevre dostu olarak bilindiğini ve genellikle bu ürünlerin bir dereceye kadar geri dönüşüm içerdiği, geleneksel ürünlere göre daha az ambalajlandığı veya üretim veya ambalajlamada daha az toksik madde kullanıldığı bariz bir şekilde görüldüğünü ifade etmiştir. Bunların hepsi çevredeki doğal çevre üzerindeki olumsuz etkileri sınırlamak için etkili adımlardır. Genel olarak bu yeşil ürünlerin çevre açısından daha güvenli olduğu düşünülmekte ve örnekler arasında yeşil arabalar (örneğin hibrit arabalar), geri dönüştürülmüş ürünler, enerji tasarruflu elektronikler, organik çay ve doğal vücut bakım ürünleri yer almaktadır. Satın alma niyeti, bir tüketicinin, ihtiyaçlarını karşıladığını ve genel bakış açısına uygun olduğunu düşündüğü için ürün veya hizmetleri satın almayı seçme şekli olarak tanımlanabilir. Bu doğrultuda, yeşil satın alma niyeti de, bir kişinin satın alma değerlendirmeleri kapsamında diğer geleneksel ürünlere göre özellikle çevre dostu özelliklere sahip bir ürünü seçme olasılığı olarak tanımlanmaktadır (Al-Gasawneh ve Al-Adamat, 2020, s. 1702). Yeşil satın alma niyeti, tüketicinin gerçek yeşil satın alma davranışının gerekli bir yönüdür ve müşterinin, kendisine çekici gelen yeşil bir ürünü satın almayı amaçladığını ifade eder.

2.3.Yeşil Ağızdan Ağıza Pazarlama

WOM, pazarlama bilgilerinin tüketiciler arasında, bir ürün veya hizmetle ilgili davranış ve tutumlarını etkileyecek ölçüde paylaşıldığı yerdir (Al-Gasawneh, 2020, s.1702). Günümüzde çevre bilincine sahip işletmeler kendi yeşil ürünlerini müşterilere tanıtmanın yeni yollarını arama konusunda gayret içerisindedir. Bu doğrultuda, yeşil ağızdan ağıza pazarlama da bu girişimlerden biridir. Chen vd. (2014) göre yeşil WOM, "bir müşterinin arkadaşlarına, akrabalarına ve meslektaşlarına bir ürün veya markanın olumlu çevresel mesajları hakkında ne ölçüde çıkarım yapacağı" olarak tanımlanmaktadır.

Bu kategorideki müşterilerin, yeşil WOOM'a yönelik şu dört davranışı gerçekleştirmesi beklenmektedir. Birincisi, çevresel imajı nedeniyle bu ürünü başkalarına şiddetle tavsiye ederler. İkincisi, çevresel işlevselliği nedeniyle bu ürün hakkında başkalarına olumlu şeyler söylerler. Üçüncüsü, Yeşil WOOM sayesinde, çevre dostu olduğu için başkalarını bu ürünü satın almaya teşvik edebilirler. Dördüncüsü ise, çevresel performansı nedeniyle bu ürünü başkalarına tanıtırlar (Chen vd., 2014, s. 2418).

2.4. Marka Değeri

Marka, anlam ve çağrışım taşıyan herhangi bir etikettir ve bir ürün ve hizmete renk ve rezonans katan harika bir markadan fazlasıdır (Emari vd., 2012, 5692). Başlangıçta, tüketicilerin marka farkındalığı, bilgisi ve imajını içeren marka çağrışımlarından oluşacak şekilde kavramsallaştırılan marka değeri, son on yılda hem akademisyenler hem de

uygulayıcılar tarafından kapsamlı bir şekilde tartışılan en popüler ve potansiyel olarak önemli pazarlama kavramlarından biri halin gelmiştir. Bunun nedeni, başarılı markaların pazarlamacılara rekabet avantajı kazandırabilmesidir (Emari vd., 2012, 5692).

Marka değeri, "gerçek tescilli marka varlıkları, marka adı farkındalığı, marka sadakati, algılanan marka kalitesi ve marka çağrışımları da dahil olmak üzere, bir markanın pazardaki gücüyle bağlantılı pazarlama ve finansal değerler" olarak tanımlanabilir (Severi ve Ling, 2013, s.125). Müşteri temelli marka değeri, marka bilgisinin, markanın pazarlanmasına yönelik tüketici tepkisi üzerindeki farklı etkisi olarak tanımlanmaktadır. Böylece marka değeri, bireysel tüketici perspektifinden kavramsallaştırılır ve müşteri temelli marka değeri, tüketicinin markaya aşina olması ve hafızasında bazı olumlu, güçlü ve benzersiz marka çağrışımlarını tutması durumunda ortaya çıkar (Lassar vd. 1995, s. 12). Bu tanıma dayanarak, marka değerini tanımlamada beş önemli hususun olduğuna inanılmaktadır. Birincisi, marka değeri herhangi bir nesnel göstergeden ziyade tüketici algılarını ifade eder. İkincisi, marka değeri, bir markayla ilişkilendirilen küresel değeri ifade eder. Üçüncüsü, markayla ilişkilendirilen küresel değer, markanın yalnızca fiziksel yönlerinden değil, marka adından da kaynaklanmaktadır. Dördüncüsü, marka değeri mutlak değil rekabete göredir. Son olarak, marka değeri finansal performansı olumlu yönde etkilemektedir.

2.5. Yeşil Ağızdan Ağıza Pazarlama ve Yeşil Marka Değeri Arasındaki İlişki ve Önemi

Literatür incelendiğinde yeşil marka alanında ampirik çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Papista ve Dimitriadis (2019), ilişkilerin kalitesinin ve yeşil marka memnuniyetinin davranışsal sonuçlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir. Chu ve Chen (2019) ile Wu ve Wang (2011), marka tutumunun elektronik ağızdan ağıza iletişim ve satın alma niyeti üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır. Kwon ve Mattila (2015), marka bağlantısının ve benlik kurgusunun marka severlerin WOM'u üzerinde olumlu etkileri olduğunu belirtmiştir. Rambocas ve Ramsubhag (2018), marka değerinin WOM üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu doğrulamıştır. Chen'in (2010) çalışması ise yeşil imajın ve bunun sonucunda ortaya çıkan memnuniyetin yeşil marka değerine olumlu katkıda bulunduğunu göstermiştir. Dwivedi vd. (2015), tüketici temelli marka değeri üzerinde yeşil WOOM aracılığıyla oluşan öz marka bağlantısının, olumlu bir etkisi olduğu bulgularına ulaşmıştır. Ayrıca Bekk vd. (2016), yeşil marka algısı, yeşil marka imajı ve yeşil güvenin, yeşil marka değeri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu belirtmişlerdir ve olumlu WOM iletişimi ve marka tutumu arasında pozitif bir ilişki olduğu bulgularına ulaşmışlardır.

Alanyazındaki önceki çalışmalar genel olarak değerlendirildiğinde, araştırmalarda, marka değeri ile yeşil WOM arasında pozitif bir ilişki olduğu ortaya koyulduğu ve yüksek değerli markların yeşil WOOM aracılığıyla tüketicilerin tutumlarını değiştirme gücüne sahip olduğu ifade edilebilir.

SONUÇ

Sürdürülebilirlik, çevresel sürdürülebilirlik, ekonomik sürdürülebilirlik ve sosyo-politik sürdürülebilirlik olmak üzere üç alanı kapsamaktadır. Son derece önemli bir konu olan

sürdürülebilir kalkınma insan yaşamının tüm yönlerini etkiler ve ekonomik refah, çevresel kalite ve sosyal eşitliğin eş zamanlı olarak takip edilmesini içerir (Mehdikhani ve Valmohammadi, 2022, s. 3). Mehdikhani ve Valmohammadi (2019) çevresel uygulamaların ve küresel ısınmanın yönetimi, çevreye ve tüketicilerin ihtiyaçlarına uyum sağlamak için çeşitli yöntemlerin geliştirilmesine yol açtığını belirtmiştir. Kinoti (2011) göre bu bağlamda sürdürülebilir kalkınma, şirketlerin çevreyi korurken pazarlama ve çevresel açıdan sürdürülebilir çabaların tüm pazarlama yönlerine odaklanmasını sağlamak için yeşil pazarlama stratejileri izlemesini gerektirmektedir.

Öte yandan, Mehdikhani ve Valmohammadi (2022) göre, marka değerine dayalı sinyalizasyon teorisi, yeni girişimler, yeni hizmet ortamları yaratmak ve tüketicilere olumlu işbirliği kurmaları için sinyaller göndermek üzere tasarlanmıştır. Zhang vd. (2015) göre, bu yeni girişimler, müşterilere olumlu sinyaller iletir ve bir şirketle etkileşime girer. Bu etkileşim sonucu değer yaratmak, şirketin yeteneklerini müşteri değeri ve marka değeri şeklinde üstün bir sonuca dönüştürmesini sağlar.

Literatür incelemesi sonucunda ifade edilebilir ki, yüksek marka değerinin tüketici tutumlarını değiştirme ihtimali ve olumlu yeşil tutuma sahip tüketicilerin yeşil ürünleri satın alma eğiliminde potansiyelleri yüksektir. Bu araştırmanın amacı, firmaların daha güvenilir yeşil iddialarda bulunmalarına yardımcı olmaktır. Bu doğrultuda, yeşil ve çevreci politika sürdürmek isteyen işletmelerin yüksek marka değeri yaratmaları ve bu yeşil değerin müşteriler aracığıyla yayılmasının işletme için son derece önemli bir konu olduğu söylenebilir.

KAYNAKÇA

Akbari, M., Kazemi, R., & Haddadi, M. (2016). Relationship marketing and word-of-mouth communications: Examining the mediating role of customer loyalty. *Marketing and Branding Research, 3,* 63-74.

Bekk, M., Spörrle, M., Hedjasie, R., & Kerschreiter, R. (2016). Greening the competitive advantage: antecedents and consequences of green brand equity. *Quality & Quantity, 50,* 1727-1746.

Chaniotakis, I. E., & Lymperopoulos, C. (2009). Service quality effect on satisfaction and word of mouth in the health care industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, *19*(2), 229-242.

Chen, Y. S. (2008). The positive effect of green intellectual capital on competitive advantages of firms. *Journal of Business Ethics, 77,* 271-286.

Chen, Y. S. (2010). The drivers of green brand equity: Green brand image, green satisfaction, and green trust. *Journal of Business Ethics, 93,* 307-319.

Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2012). Enhance green purchase intentions: The roles of green perceived value, green perceived risk, and green trust. *Management Decision*, *50*(3), 502-520.

Chen, Y. S., & Chang, C. H. (2013). Enhance environmental commitments and green intangible assets toward green competitive advantages: An analysis of structural equation modeling (SEM). *Quality & Quantity*, *47*, 529-543.

Chen, Y. S., Lin, C. L., & Chang, C. H. (2014). The influence of greenwash on green word-of-mouth (green WOM): The mediation effects of green perceived quality and green satisfaction. *Quality & Quantity*, *48*, 2411-2425.

Chu, S. C., & Chen, H. T. (2019). Impact of consumers' corporate social responsibility-related activities in social media on brand attitude, electronic word-of-mouth intention, and purchase intention: A study of Chinese consumer behavior. *Journal of Consumer Behaviour*, *18*(6), 453-462.

Dwivedi, A., Johnson, L. W., & McDonald, R. E. (2015). Celebrity endorsement, self-brand connection and consumer-based brand equity. *Journal of Product & Brand Management*, *24*(5), 449-461.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM Scale: Word-of-mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, *27*(1), 5-23.

Kinoti, M. W. (2011). Green marketing intervention strategies and sustainable development: A conceptual paper. *International Journal of Business and Social Science*, *2*(23), 263-273.

Kwon, E., & Mattila, A. S. (2015). The effect of self–brand connection and self-construal on brand lovers' word of mouth (WOM). *Cornell Hospitality Quarterly*, *56*(4), 427-435.

Lassar, W., Mittal, B., & Sharma, A. (1995). Measuring customer-based brand equity. *Journal of Consumer Marketing*, *12*(4), 11-19.

Mehdikhani, R., & Valmohammadi, C. (2019). Strategic collaboration and sustainable supply chain management: The mediating role of internal and external knowledge sharing. *Journal of Enterprise Information Management*, *32*(5), 778-806.

Mehdikhani, R., & Valmohammadi, C. (2022). The effects of green brand equity on green word of mouth: The mediating roles of three green factors. *Journal of Business & Industrial Marketing*, *37*(2), 294-308.

Papista, E., & Dimitriadis, S. (2019). Consumer–green brand relationships: Revisiting benefits, relationship quality and outcomes. *Journal of Product & Brand Management*, *28*(2), 166-187.

Rambocas, M., & Ramsubhag, A. X. (2018). The moderating role of country of origin on brand equity, repeat purchase intentions, and word of mouth in Trinidad and Tobago. *Journal of Global Marketing*, *31*(1), 42-55.

Severi, E., & Ling, K. C. (2013). The mediating effects of brand association, brand loyalty, brand image and perceived quality on brand equity. *Asian Social Science*, *9*(3), 125.

Wu, P. C., & Wang, Y. C. (2011). The influences of electronic word-of-mouth message appeal and message source credibility on brand attitude. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, *23*(4), 448-472.

Zhang, J., Jiang, Y., Shabbir, R., & Du, M. (2015). Building industrial brand equity by leveraging firm capabilities and co-creating value with customers. *Industrial Marketing Management*, *51*, 47-58.

KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ VE ÖRGÜT YARARINA YÖNELİK ETİK DIŞI DAVRANIŞ İLİŞKİSİ

Dr, Murad YÜKSEL

MSB, - ORCID ID: 0000-0002-1544-2843, 0544 8711889

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı, işgörenlerin kişilik özelliklerinin, örgüt yararına yönelik etik dışı davranış sergilemeleri üzerinde anlamlı bir etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Çalışmanın örneklemini OTDÜ Teknokent'te (Ankara) görevli 195 işgören oluşturmaktadır. Veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, yeniliklere açık olma kişilik özelliği ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilirken diğer dört kişilik özellikleri (dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve duygusal denge) istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu sonuçlara göre yeniliğe açık kişilik özelliği baskın olan bireylerin örgüt yararına etik dışı davranış sergileme eğilimlerinin daha yüksek olduğu söylenebilir. Bu çalışmanın en önemli kıstı, araştırmanın tek bir bölgede ve sektörde yapılmasından dolayı genellenememesidir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik Özellikleri, Etik Dışı Davranışlar, Örgüt Yararına Yönelik Etik Dışı Davranışlar

THE RELATIONSHIP BETWEEN PERSONALITY TRAITS AND UNETHICAL PRO-ORGANIZATIONAL BEHAVIOUR

ABSTRACT

The main purpose of this study is to determine whether there is a significant effect of employees' personality traits on unethical pro-organizational behavior. The sample of the study consists of 195 employees working in METU Technopolis (Ankara). The data were collected by using questionnaires. The results of the study showed that, a significant and positive relationship was found between openness to experience and unethical pro-organizational behavior. However, no statistically significant relationship was found for the other four personality traits (extraversion, agreeableness, conscientiousness, and emotional stability). According to this result, it can be said that employees who have the higher level of openness to experience have a higher tendency to exhibit unethical pro-organizational behavior. The most important limitation of this study is that it cannot be generalized because the research was conducted in a single region and sector.

Keywords: Personality Traits, Unethical Behavior, Unethical Pro-Organizational Behavior

1. GİRİŞ

Eski çağlardan beri yazarlar/filozoflar ve akademisyenler tarafından üzerinde çokça düşünülen ve birçok tanımı yapılan kişilik kavramı (Cloninger, 2003:2) ile kişilikleri farklı sınıflara ayırarak davranışları anlamaya ve açıklamaya çalışılmıştır (Eswaran, vd., 2011:167). Ancak kişilik kavramı ile ilgili bilinen ilk akademik çalışmanın, Galton tarafından 1884 yılında *"The*

Fortnightly Review" dergisinde yayımlanan "Kişiliğin Ölçülmesi" başlıklı makale ile başladığı ve kavrama ilişkin ilk sistematik görgül çalışmaların Galton'dan yıllar sonra (Nettle,2007:15-19) Sigmund Freud tarafından geliştirilen psikanalitik kuramının olduğu ifade edilmektedir (Schultz ve Schultz, 2008:45). Freud'dan sonra ortaya atılan kişilik kuramları ile kişi ve örgüt açısından kişilik özelliklerinin önemi vurgulanmış (Asendorpf ve Denissen, 2006:486) ve personel seçiminden (Rodrigues ve Rebelo, 2013:21) işgören performansının öngörüsüne (Tett ve Burnett, 2003:500) kadar işgören davranışlarının belirleyicisi olarak alan yazınında test edilmiştir. Bu bağlamda kişilik araştırmaları insan tutumları ve davranışları ile işyeri sonuçları hakkında üretken ve bol miktarda bilgi kaynağı haline gelmiştir (Simha ve Parboteeah, 2020:451).

Nitekim son zamanlarda yönetim ve psikoloji yazınında araştırmacılar iş yerindeki etik dışı davranışlar kapsamında *yolsuzluk, zorbalık, üretim karşıtı davranışlar, duygusal istismar, psikolojik şiddet, üretim karşıtı iş davranışları, işyerinde kaba davranışlar* ve *istismarcı liderlik* gibi birçok etik dışı davranış türünü incelemiş (Chen ve Tang, 2006: 79; Lim ve Cortina, 2005:483; Spector vd., 2006: 30) ve bu ilgi ile paralel olarak, kişilik özelliklerinin ya da demografik özelliklerin etik dışı davranışların belirleyicisi olup olmadığı test edilmiştir (Bucciol, vd. 2013:249). Umphress ve meslektaşları (2010) bu bakış açısından farklı olarak işgörenlerin örgüt yararına da etik dışı (ahlaki olmayan) davranışlar sergileyebileceğini iddia etmiştir. Son on yılda Umphress ve meslektaşlarının (2010) bakış açısı alan yazınında büyük ilgi oluşturmuş ve örgütsel kimlik (Chen vd. 2016; Kong, 2016), liderlik tarzı (Miao, vd. 2013; Graham vd. 2015; Guo vd. 2020), iş-yaşam çatışması (Liu, vd. 2021), duygusal bağlılık, ahlaki kimlik (Matherne vd. 2012) ve örgütsel destek (Wang vd. 2022) gibi alanlarda test edilmiştir. Ancak ulaşılabilinen kaynakların sınırlılığı da göz önüne alındığında, kişilik özellikleri ile örgüt yararına da etik dışı (ahlaki olmayan) davranışlar arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu bağlamada çalışmanın amacı, kişilik özelikleri ve etik dışı davranış ilişkisini incelemek ve alan yazınındaki bu boşluğu doldurmaktır.

2. LİTERATÜR ÖZETİ

2.1. Kişilik Kavramı ve Kişilik Özellikleri

Genel olarak bir bireyi diğer bireylerden faklı bir kişi yapan bir dizi duygusal yetenek olarak tanımlanan kişilik (Lilford vd., 2014:147) kavramını açıklamaya çalışan *Psikodinamik, İnsancıl/Varoluşsal* ve *Ayırıcı Özellik* olmak üzere üç ana kuram bulunmaktadır (Pehlivan ve Ada, 2011:84; Yalçın, vd. 2014:77). Öncülüğünü Sigmund Freud'un yaptığı *psikodinamik kuram* (Schultz ve Schultz, 2008:41) bebeklik ve çocukluk yaşantılarının yetişkin yaşantılarının belirleyicileri olarak kabul etmiş (Geçtan, 2003:51) ve Jung, Adler, Klein, Horney, Fromm, Sullivan ve Erikson gibi kuramcıların katkılarıyla gelişmiştir (Cloninger, 2003; Feist ve Feist, 2008; Schultz ve Schultz, 2008; Cervone ve Pervin, 2013). Psikodinamik kuramdan farklı olarak, insanların sağlıklı büyüme ve gelişmeleri için doğuştan gelen potansiyelleri üzerinde duran *İnsancıl/Varoluşsal kuram* (Ewen, 2003:193) ve pozitif insan özelliklerini, yeteneklerini nasıl öğrenebileceklerini sorgulamıştır. (Schultz ve Schultz, 2008:241). İnsancıl psikoloji hareketinin kurucusu ve ruhani lideri olarak düşünülen Abraham Maslow ve daha sonraları kurama katkı yapan Carl Rogers, kişilik kuramlarının gelişmesine katkı sağlamıştır (Wong, 2005; Feist ve Feist, 2008; Schultz ve Schultz, 2008). Psikodinamik ve insancıl/varoluşsal kuramlarının aksine klinik gözlemlerden ziyade, görgül araştırmalara dayanmaktadır *ayırıcı özellik kuramı* (Ewen, 2014:257), insanları tanımlamak ya da davranışlarını tahmin edebilmek için ayırıcı özellikleri belirlemeye ve bunları birbirine zıt sıfatlar (atılgan-çekingen, gergin-rahat, güvenli-şüpheci gibi) olarak ifade etmeye çalışmıştır. (Aydın,2008:23). Ayırıcı özellik kuramına Allport, Cattell, Eysenck, McCrae ve Costa gibi kuramcılar katkıda bulunmuş (Allport ve Odbert, 1936; Cloninger, 2003; Schultz ve Schultz, 2008; Feist ve Feist, 2008;

Robbins ve Judge, 2013; Cervone ve Pervin, 2013) ve kuram kapsamında gelişen Beş Faktör Kişilik Modeli, örgütsel davranış yazınında kişiliği ölçmek için en yaygın kabul gören model olarak kabul edilmiştir (Simha ve Parboteeah, 2020:451). Bu nedenle çalışmamızda Beş Faktör Kişilik Modeli temel alınmıştır. Kişilik özelliklerinin genel bir çatı içerisinde kişilik tanımlarının çeşitli ve farklı sistemlerini bünyesinde toplayan (Kermani, 2011:3) ve kişilik özelliklerini geniş kapsamlı olarak açıklayan *Beş Faktör Kişilik Modeli* (Merdan, 2013:142; Zhou, 2015:385), kişilik özelliklerini *dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge (nevrotiklik)* ve *yeniliklere açık olma (gelişime açıklık)* olmak üzere beş faktörde açıklamıştır (Costa ve McCrae, 1992:345).

Dışa dönüklük: Bu kişilik boyutu, coşku ve heyecandan hoşlanmayı içeren, aktif olma, sosyalliği seven, çekici, konuşkan ve enerjik olmak gibi kişilik özelliklerini saran geniş bir boyuttur. Dışa dönük özellikleri yüksek olan insanlar, genellikle daha samimi, neşeli, enerji dolu, kendine güvenli, sempatik, arkadaş canlısı, konuşkan, sosyal etkileşimin yaygın olduğu yerleri tercih eden, sıcak kanlı bireylerdir (Eswaran, vd. 2011:168; Clark vd. 2012:33; Baay vd.2014:740; Chew ve Dillon, 2014:1178; Doğan, vd. 2014:2; Giluk ve Postlethwaite, 2015: 60) Bu bireylerin iş tatmini seviyeleri (Giluk ve Postlethwaite, 2015: 60) ve öğrenmeye yönelik motivasyonu yüksektir (Hassan, vd. 2015:2).

Uyumluluk: Merhametli ve iyi huylu olmaya, iş birliği yapmaya gayretli ve çatışmadan kaçınmaya eğilimli olmayı ifade eden (Chew ve Dillon, 2014:1178) bu kişilik boyutu, bireyin başkalarıyla nasıl ilişki kurduğu üzerine odaklanmaktadır (Karkoulian, vd. 2009:74; Giluk ve Postlethwaite, 2015: 60). Uyumluluk seviyesi yüksek olan bireyler, her türlü ortamda diğer insanlarla ile kolayca geçinebilen kişilerdir. Diğer bir değişle, bu özellik kişinin etkili bir takım oyuncusu olmasına yardım eder ve kişilerarası iyi ilişkiler kurma ya da sürdürmesinde büyük öneme sahiptir (Eswaran, vd. 2011:168). Uyumluluk seviyesi yüksek olan bireyler, nazik, yardımsever, saygılı (Hassan, vd. 2015:2) iş birliğine açık, dostane, yararlı, dürüst, terbiyeli ve güvenilir olarak nitelendirilirler (Clark vd. 2012:33). Ayrıca bu bireyler, iş birliği yapmak isteyen ve yardımsever kişiler olduğu için daha az çatışma algısına sahiptirler ve diğer insanlara nazaran daha az çatışmaya neden olurlar. (Giluk ve Postlethwaite, 2015: 61)

Sorumluluk: Güvenilirliğin bir belirleyicisi olarak kabul edilen bu kişilik boyutu (Karkoulian, vd. 2009:74), devamlılık, örgütlenme ve motivasyon gibi amaca yönelik davranışlar göstermeye eğilimli olmayı ifade eder (Chew ve Dillon, 2014:1178). Sorumluluk kişilik özelliği baskın olan bireyler; azimli, dikkatli, kusursuz, sorumluluk sahibi, düzenli, öz disiplinli, titiz, sıkı çalışan, sonuç odaklı, hızlı ve verimli çalışan olarak tanımlanmaktadır (Eswaran, vd. 2011:168; Clark vd. 2012:33; Doğan, vd. 2014:2; Giluk ve Postlethwaite, 2015: 61; Hassan, vd. 2015:2) Bu bireylerin motivasyon ve iş tatmini seviyelerinin yüksek olduğu söylenebilinir (Eswaran, vd. 2011:168; Giluk ve Postlethwaite, 2015: 61)

Duygusal denge: Duygusal denge seviyesi yüksek olan bireyler genellikle endişe, stres ve olumsuz etki gibi negatif duygulardan daha az etkilenirler (Baay vd.2014:740; Hassan, vd. 2015:2). Bu bireyler kendilerini güvencede, rahatlamış ve endişesiz hissederler (Eswaran, vd. 2011:168). Tam tersine, duygusal denge seviyesi düşük olan, başka bir ifadeyle nevrotik olan bireyler, daha hassastırlar ve öfke, kaygı, bunalım ya da alınganlık gibi negatif duyguları yaşamaya daha fazla eğilimlidirler (Eswaran, vd. 2011:168; Chew ve Dillon, 2014:1178; Doğan, vd. 2014:2). Nevrotik kişiler, yeni ya da zorlu bir işle karşılaştıkları zaman daha fazla stres ve duygusal çöküşler yaşarlar (Eswaran, vd. 2011:168). Bu bireylerin ruh hali geçicidir ve davranışları tepkiseldir. Psikolojik stresten daha fazla etkilenme eğilimindedirler. Büyük ihtimalle bu bireyler, sıradan durumları tehditkâr olarak değerlendirirler ve küçük hayal kırıklarını umutsuzca kahredici olarak değerlendirebilirler. Nevrotik bireyler genellikle stresle

çok zayıf olarak mücadele ederler. Nevrotikliğin başa çıkma stratejileri genellikle inkâr, geri çekilme ve iyiye yorma ile ilişkilidir (Giluk ve Postlethwaite, 2015: 60).

Yeniliklere açık olma: Bir bireyin, ilişki kurmadaki ilgisini ve risk alma arzusunun boyutunu ifade eden bu boyut (Eswaran, vd. 2011:168), bireyin meraklı, esnek, yeni fikirlere açık olup olmamasıyla ilgilidir (Baay vd.2014:740; Hassan, vd. 2015:2). Yüksek seviyede yeniliğe açık olan bireyler, farklı ve geniş bir yelpazedeki yeni deneyimleri yaşamaya daha fazla eğilimlidirler (Chew ve Dillon, 2014:1178). Sanatsal, maceracı, sıra dışı fikirlere açık olan, hayal kurmayı seven, meraklı ve cesur olan bu bireyler (Doğan, vd. 2014:2; Giluk ve Postlethwaite, 2015:60) genellikle, değişimin devam ettiği ve yenilikçiliğin sürdüğü çevrelerde çalışmaya uygundurlar (Eswaran, vd. 2011:168).

2.2. Örgüt Yararına Yönelik Etik Dışı Davranışlar

Toplum tarafından kabul gören ahlaki normlara aykırı her türlü davranış olarak tanımlanan etik dışı davranış (Jacobs vd., 2014:64), son yıllarda akademisyenler tarafından artan ilgi görmektedir (Wouters, vd. 2014:275). Konuya ilişkin yapılan çalışmalarda genellikle etik dışı davranışlara neyin sebep olduğu incelenmiş ve bireyin kendisine fayda sağlamak için bu davranışları sergilediği görüşü üzerine odaklanılmıştır (Chen vd. 2016:1; Fehr, vd. 2019:27). Ancak, Umphress ve meslektaşlarına (2010:770) göre örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşen bireyler, örgütün başarılarını ve başarısızlıklarını kendilerininmiş gibi içselleştirirler. Örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşen bireylerin de kişisel ahlaki standartları göz ardı etmeyi seçerek örgütün lehine hareketlerde etik dışı davranışlarda bulunabilirler. Başka bir ifadeyle kendi çıkarından ziyade örgütün menfaati doğrultusunda normları, yasaları ya da ahlaki değerleri ihlal eden davranışlarda bulunabilirler (Graham, vd. 2015:423; Coşkun ve Ülgen, 2017:179). Bu açıdan örgüt yararına etik dışı davranışlar, *"Örgütün veya üyelerinin (ör. liderlerin) etkin işleyişini teşvik etmeyi amaçlayan ve temel toplumsal değerleri, normları, yasaları ya da uygun davranış standartlarını ihlal eden eylemler"* olarak tanımlanmaktadır (Umphress ve Bingham, 2011:622). Bu tanımın birinci unsuru eylemin yasa dışı veya toplumsal normları ve değerleri ihlal eden eylemleri içermesi; ikinci unsuru ise bu eylemlerin iş tanımlarında resmi olarak yer almamasına rağmen, çalışanların bu eylemleri örgüte yardım etme niyetiyle gerçekleştirmiş olmasıdır (Ilie, 2012:2). Örneğin örgütün menfaati için müşterilere yalan söylemek, mali raporları tahrif etmek, suç teşkil eden belgeleri imha etmek gibi küçükten büyüğe geniş bir yelpazeyi kapsayan davranışlar örgüt yararına etik dışı davranışlar olarak kabul edilmektedir (Matherne ve Litchfield, 2012:35; Liu, vd. 2021:88). Her ne kadar çalışanlar bu etik dışı davranışları örgütün menfaati için yapsa da uzun dönemde örgütün zarar görmesine neden olabilirler. Örneğin, işgörenler kurumu korumak için mali belgelere zarar verebilir, bu da dış denetçilerin şirketin mali yönleri hakkında şüphe duymasına neden olabilir ve böylece örgütün yüklü miktarda para cezası ödemesine neden olabilir (Liu ve Qiu, 2015:151). Nitekim Volkswagen ve Mitsubishi şirketlerinde çalışan mühendisler karbon emisyon ölçümü yapan cihazlarını maniple ederek kamuoyundan gizlemişlerdir. Bu gerçeğin daha sonra ortaya çıkması ile Volkswagen şirketi 20 milyar Euro, Mitsubishi şirketi ise 3,9 milyar dolar zarar etmiş, her iki şirketin CEO'su istifa etmek zorunda kalmıştır (Coşkun ve Ülgen, 2017:178).

2.4. Değişkenler Arası İlişkiler ve Araştırma Hipotezleri

Sosyal Biliş Kuramına göre bireysel davranış, belirli bir sosyal bağlama yönelik (genellikle kişisel özelliklerden etkilenen) kendi kendini düzenlemesi ile şekillenir. Örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar açısından, etik olmayan davranışlarla yakından ilişkili niteliklerle donatılmış kişilerin bazı uyarılabilir durumlarda gerçek örgüt yararına yönelik etik dışı davranış

sergileme olasılığı daha yüksektir (Luan, vd. 2022:2). Benzer şekilde örgütleriyle güçlü bir şekilde özdeşleşen bireyler, örgütün başarılarını ve başarısızlıklarını kendilerininmiş gibi içselleştirirler. Bu bireyler kişisel ahlaki standartları göz ardı etmeyi seçerek ya da bu tür davranışları görmezden gelerek örgüt lehine etik dışı davranışlarda bulunabilirler (Umphress, vd. 2010:770).

Bu bağlamda, dışadönük özellikleri yüksek olan bireyler güvenilir kabul edilirler ve sosyal oldukları için insanlarla olumlu etkileşim içinde olurlar. Yapılan çalışmalarda bu tip insanların aynı örgütte daha uzun süre çalıştıklarını ve duygusal bağlılıkların daha fazla olduğunu göstermiştir (Panaccio ve Vandenberghe, 2012). Duygusal bağlılığı yüksek olan bireylerin örgütle daha güçlü bir özdeşleşme duygusuna sahip oldukları için örgüt yararına etik dışı davranışlarda bulunma olasılıkları daha yüksektir (Matherne ve Litchfield, 2012:37). Dolayısıyla dışadönük özellikleri yüksek olan bireylerin de örgüt yararına etik dışı davranışlarda bulunma olasılıkları daha yüksek olabileceği söylenebilinir. Bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilebilir:

Hipotez 1: Dışadönük kişilik özelliği ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Uyumluluk seviyesi yüksek olan bireyler, her türlü ortamda diğer insanlarla ile kolayca geçinebilen kişilerdir (Eswaran, vd. 2011:168). Bu bireyler ilişkileri sürdürmek için duygularını düzenleyebildiklerinden, daha dostça bir ortam oluşturabilirler, ekip bütünlüğünü geliştirebilirler ve başkalarından ilgi görebilirler, bu da onların önemli ve güvenilir örgüt üyeleri olarak kabul edilmeleriyle sonuçlanır (Panaccio ve Vandenberghe, 2012:7). Bu bireyler, başkalarıyla olumlu bir ilişki kurmaya yönelik güçlü istekleri nedeniyle etik olmayan davranışlardan uzak durma eğilimindedirler (Koodamara, vd. 2021:3). Dolayısıyla, bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilebilir:

Hipotez 2: Uyumluluk kişilik özelliği ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasında anlamlı ve negatif yönde bir ilişki vardır.

Sorumluluk kişilik özelliği baskın olan bireyler; azimli, dikkatli, kusursuz, sorumluluk sahibi, düzenli, öz disiplinli, titiz, sıkı çalışan, sonuç odaklı, hızlı ve verimli çalışan olarak tanımlanmaktadır (Eswaran, vd. 2011:168; Clark vd. 2012:33; Doğan, vd. 2014:2; Giluk ve Postlethwaite, 2015: 61; Hassan, vd. 2015:2) Güvenilirliğin bir belirleyicisi olarak kabul edilen bu kişilik boyutu (Karkoulian, vd. 2009:74), devamlılık, örgütlenme ve motivasyon gibi amaca yönelik davranışlar göstermeye eğilimli olmayı ifade eder (Chew ve Dillon, 2014:1178). Dolayısıyla bu bireylerin örgüt yararına etik dışı davranış sergilemesi olasıdır. Bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilebilir:

Hipotez 3: Sorumluluk kişilik özelliği ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Duygusal denge seviyesi yüksek olan bireyler genellikle endişe, stres ve olumsuz etki gibi negatif duygulardan daha az etkilenirler (Baay vd.2014:740; Hassan, vd. 2015:2). Dolayısıyla bu bireylerin örgüt yararına etik dışı davranış sergilemelerine ilişkin endişe duymayacağı düşünülebilinir. Dolayısıyla örgüt yararına etik dışı davranış gösterme eğiliminde bulunabilirler. Bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilebilir:

Hipotez 4: Duygusal denge seviyesi yüksek kişilik özelliği ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

Yüksek seviyede yeniliğe açık olan bireyler, farklı ve geniş bir yelpazedeki yeni deneyimleri yaşamaya daha fazla eğilimlidirler (Chew ve Dillon, 2014:1178). Sanatsal, maceracı, sıra dışı fikirlere açık olan, hayal kurmayı seven, meraklı ve cesur olan bu bireyler (Doğan, vd. 2014:2;

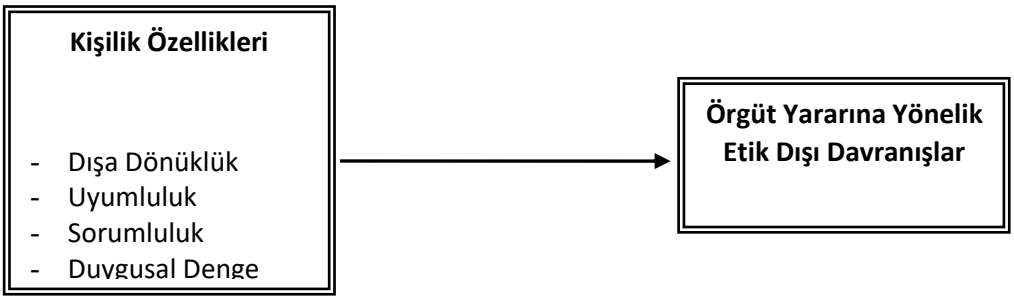
Giluk ve Postlethwaite, 2015:60) risk almayı severler (Eswaran, vd. 2011:168). Dolayısıyla örgüt yararına etik dışı davranış gösterme eğiliminde bulunabilirler. Bu açıklamalardan hareketle aşağıdaki hipotez geliştirilebilir:

Hipotez 5: Yeniliğe açıklık seviyesi yüksek kişilik özelliği ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki vardır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırma Modeli

Çalışmanın araştırma modeli Görsel 1'de görülmektedir.



Görsel 1: Araştırma Modeli

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, ODTÜ Teknokent'te (Ankara) faaliyet gören firmalar oluşturmaktadır. Teknokent yönetimi ile görüşülerek anketler Teknokent Bilgi Sistemi vasıtası ile çalışanlara iletilmiş ve gönüllülük esasına göre 195 işgören çalışmaya katılmıştır. Örneklemi oluşturan işgörenler yazılım, makine mühendisi, bilgi işlem, AR-GE, mekanizma ve aerodinamik tasarım, iş geliştirme, laboratuvar, planlama, muhasebe finans ve proje yönetimi bölümlerinde çalışmaktadırlar. Örneklemi oluşturan 195 kişinin yaş ortalaması 31,2; çalışma sürelerinin ortalaması ise 5,4 yıldır. Erkek işgörenlerin oranı %67, kadın işgörenlerin oranı %33; evlilerin oranı %46 bekârların oranı %54; lise mezunlarının oranı %5,1 ön lisans mezunlarının oranı %10,7, lisans mezunlarının oranı %65,1 ve lisansüstü mezunlarının oranı %19,1'dir.

3.3. Veri Toplama Araçları

Kişilik Özellikleri Ölçeği: İşgörenlerin kişilik özelliklerini ölçmek için Donnellan ve meslektaşları (2006) tarafından geliştirilen, Kaşlı (2009) tarafından Türkçeye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirliği test edilen 20 maddeli ve beş boyuttan (Dışa Dönüklük, Uyumluluk, Sorumluluk, Duygusal Denge, Yeniliğe Açıklık) oluşan ölçekten yararlanılmıştır.

Dışa dönüklük boyutu için ifadelere örnekler "Sohbetleri hep ben başlatırım", "Konuşkanım" şeklindedir. Bu boyutun güvenilirlik değeri 0.74 olarak ölçülmüştür.

Uyumluluk boyutu için ifadelere örnekler "Yardım severim, bencil değilim", "Ekip çalışmasından hoşlanırım" şeklindedir. Bu boyutun güvenilirlik değeri 0,83 olarak ölçülmüştür.

Sorumluluk boyutu için ifadelere örnekler "Verimli şeyler yaparım", "Verilen görevde azimle çalışırım" şeklindedir. Bu boyutun güvenilirlik değeri 0.78 olarak ölçülmüştür.

Duygusal Denge boyutu için ifadelere örnekler "Stresle baş edebilen rahat bir insanım" şeklindedir. Bu boyutun güvenilirlik değeri 0.79 olarak ölçülmüştür.

Yeniliğe Açıklık boyutu için ifadelere örnekler "Çok farklı şeyler yapmaya istekliyim" şeklindedir. Bu boyutun güvenilirlik değeri 0.72 olarak ölçülmüştür.

Örgüt Yararına Yönelik Etik Dışı Davranış Ölçeği: İşgörenlerin örgüt yararına etik dışı davranışlara yönelik algılarını ölçmek için Umphress ve meslektaşları (2010) tarafından geliştirilen 6 maddeli ve tek boyutlu ölçekten faydalanılmıştır. İfadelere örnekler "Gerekirse, işletmeme zarar verecek bilgileri toplumdan gizlerim", "Şayet işletmeme faydası dokunacaksa, işletmem ya da ürünleri ile ilgili olumsuz bilgileri müşterilerden gizlerim" şeklindedir. Çalışmada kullanılan verilerin analiz edilmesi sonucu ölçeğin güvenilirlik değeri, 0,88 olarak ölçülmüştür.

3.4. Verilerin Analizi

Veriler LISREL 8.54 ve SPSS 23.0 istatistiksel veri analizi paket programları ile analiz edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkileri ölçmek için korelasyon ve çoklu regresyon analizleri yapılmıştır.

4. BULGULAR VE YORUM

4.1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçme modelini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Bu kapsamda ölçme modeli, alternatif üç modelle karşılaştırılmıştır (Çizelge 1). Ölçme modeli; kişilik özelliklerini ölçmeye yönelik beş faktör ve örgüt yararına etik dışı davranışlara yönelik algılarını ölçmeye yönelik tek faktör olmak üzere toplam altı faktörden oluşmaktadır.

Ölçme modelinin uyum değerlerine bakıldığında, kabul edilebilir değerlere sahip olduğu görülmektedir: kikare (X^2) değeri 363,68, serbestlik derecesi (*df*) 260, kikare serbestlik derecesi oranı (X^2/df) 1,39, kök ortalama kare yaklaşımı hatası (RMSEA) 0.045, karşılaştırmalı uyum indeksi (CFI) 0.95 ve normlanmış uyum indeksi (NFI) 0.86. Ölçme modeli ve diğer modelleri karşılaştırmak için Kikare farklılık testi sonuçlarına bakılmıştır. Bu kapsamda, ölçme modelinin diğer modeller ile karşılaştırıldığında en iyi değere sahip olduğu anlaşılmaktadır (Model 2: kişilik özelliklerinin tek faktör, örgüt yararına etik dışı davranışlar faktör olmak üzere İki Faktörlü Model ($\Delta X^2 = 611.19$, $p < 0.01$) - Model 3: tüm faktörlerin tek faktöre yüklendiği Tek Faktörlü Model ($\Delta X^2 = 1580.38$, $p < 0.01$ - Model 4: değişkenler arasındaki ilişkilerin sıfıra sabitlendiği Yapısal Boş Model (ΔX^2 (10) = 144.39, $p < 0.01$).

Çizelge 1. Alternatif Ölçme Modellerinin Karşılaştırılması

Modeller	X^2	*df*	X^2/df	RMSEA	CFI	NFI	X^2_{diff}	df_{diff}
Model 1 Altı faktörlü ölçme modeli	363.68**	260	1.39	0.045	0.95	0.86		
Model 2 İki faktörlü model	974.87**	298	3.27	0.108	0.78	0.70	611.19	38**
Model 3 Tek faktörlü model	1944.06**	299	6.50	0.168	0.57	0.51	1580.38	39**
Model 4 Yapısal boş model	508.07**	275	1.84	0.066	0.90	0.82	144.39	15**

N = 195, ** $p < 0.01$.

4.2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyon Analizi Sonuçları

Kişilik özellikleri (Dışa Dönüklük, Uyumluluk, Sorumluluk, Duygusal Denge, Yeniliğe Açıklık) ve örgüt yararına yönelik etik dışı davranış boyutları ile deneklerin yaş ve çalışma süresini içeren kontrol değişkenlerine ilişkin korelasyon katsayılarını, ortalamalarını ve standart sapma değerleri Çizelge 2,'de gösterilmektedir.

Çİzelge 2. Değişkenlere İlişkin Ortalamalar, Standart Sapma Değerleri ve Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Ort.	SS	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Yaş	31,0	7,616	1							
2. Çalışma Süresi	5,26	5,509	**,634****	1						
3. Dışa Dönüklük	2,61	0,588	-,039	-,106	1					
4. Uyumluluk	2,23	0,539	-,084	-,032	**,270****	1				
5. Sorumluluk	1,97	0,504	,022	,023	,133	**,401****	1			
6. Duygusal Denge	2,43	0,806	-,017	-,016	**,170***	**,361****	,433	1		
7. Yeniliğe Açıklık	2,76	0,470	,037	,009	,080	,024	-,013	**,211****	1	
8. OYED	2,52	0,849	,050	,005	-,021	,068	,104	,094	**,228****	1

N = 195, * $p < 0.05$, ** $p < 0.01$ (OYED: Örgüt Yararına Etik Dışı Davranışlar)

Çizelge 2 incelendiğinde işgörenlerin kişilik özellikleri boyutlarından dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve duygusal denge ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranış boyutu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Ancak yeniliğe açıklık boyutu ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranış boyutu arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki (r = .228, p<.001) tespit edilmiştir.

4.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Kişilik özellikleri alt boyutları ile örgüt yararına yönelik etik dışı davranışlar arasındaki ilişkiyi belirleyebilmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Çizelge 3'te yer almaktadır.

Çizelge 3. Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları (N= 195)

Model Özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Standart Hatanın Tahmini
1	.265[a]	.070	.046	.82988

Belirleyiciler: (Regresyon sabiti) Yenilikçilik, Uyumluluk, Dışa Dönüklük, Sorumluluk, Duygusal Denge)

ANOVA[a]

Model		Kareler Toplamı	df	Ortalama Kare	F Değeri	Anlamlılık (Sig.)
1	Regresyon	9.855	5	1.971	2.862	.016[b]
	Artık	130.165	189	.689		
	Toplam	140.020	194			

Bağımlı Değişken: Örgüt Yararına Etik Dışı Davranışlar

Belirleyiciler: (Regresyon sabiti) Yenilikçilik, Uyumluluk, Dışa Dönüklük, Sorumluluk, Duygusal Denge)

KATSAYILAR[a]

Model		B	Standart Hata	*β*	*t* Değeri	Anlamlılık *(Sig.)*
1	Sabit	1.100	.492		2.237	.026
	Dışa Dönüklük	-.093	.492	-.065	-.890	.375
	Uyumluluk	.063	.105	.040	.503	.616
	Sorumluluk	.173	.125	.102	1.256	.211
	Duygusal Denge	-.003	.137	-.003	-.039	.969
	Yeniliğe Açıklık	.434	.087	.240	3.317	**.001**

Bağımlı Değişken: Örgüt Yararına Etik Dışı Davranışlar

Çizelge 3 incelendiğinde çoklu regresyon analiz sonuçlarının istatistiki olarak anlamlı olduğu görülmektedir (F=2.862, $p < .05$). Düzeltilmiş R^2 değeri 7'dir. Bu sonuç, kişilik özelliklerindeki %7 oranındaki varyansın örgüt yararına etik dışı davranışları açıkladığını gösterir. Ancak, çizelgedeki β katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değişkenler regresyon modeline dâhil edildiği zaman örgüt yararına etik dışı davranışları açıklamada sadece yeniliğe açıklık kişilik özelliğinin anlamlı bir katkısının olduğu görülmektedir (β =.240, $p < .01$). Diğer kişilik özelliklerinin örgüt yararına etik dışı davranışları açıklamada anlamlı bir katkısı tespit edilememiştir. Bu kapsamda Hipotez 1, Hipotez 2, Hipotez 3 ve Hipotez 4 reddedilmiş, Hipotez 5 kabul edilmiştir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmada, kişilik özellikleri ve örgüt yararına etik dışı davranış arasındaki ilişki inceleniştir. Çalışmadan elde edilen bulgulardan da anlaşılabileceği gibi, beş büyük kişilik özellikleri kapsamında yeniliklere açık olma (gelişime açıklık) boyutu ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit edilmiştir. Başka bir ifadeyle *yeniliklere açık olma* kişilik özelliği baskın olan işgörenlerin örgüt yararına etik dışı davranışlara yönelme eğilimin diğerlerine nazaran fazla olduğu ifade edilebilir. Nitekim yüksek seviyede yeniliğe açık olan bireyler, farklı ve geniş bir yelpazedeki yeni deneyimleri yaşamaya diğerlerine nazaran daha fazla eğilimlidirler ve risk almayı severler (Eswaran, vd. 2011:168; Chew ve Dillon, 2014:1178). Dolayısıyla, yüksek seviyede yeniliğe açık olan bireyler, riskli kararlar almaya eğilimli oldukları için etik dışı davranışlar sergileyebilirler (Koodamara, vd. 2021:7). Konuya kişilik özelliklerinin diğer boyutları açısından bakıldığında, dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve duygusal denge (nevrotiklik) boyutları ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Bu açıdan *dışa dönük* bireylerin örgütüne yönelik duygusal bağlılığının fazla olması (Panaccio ve Vandenberghe, 2012) ve duygusal bağlılığı yüksek olan bireylerin de örgütle daha güçlü bir özdeşleşme duygusuna sahip olmalarından ve sosyal ortamlarda daha fazla dikkat çekmek istemelerinden dolayı, bu bireylerin örgüt yararına etik dışı davranışlarda bulunma olasılıklarının yüksek olabileceği (Matherne ve Litchfield, 2012:37; Qarekushan, vd. 2023:125) düşünülmüştü. Ancak şaşırtıcı şekilde dışa dönük kişilik özelliği ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilemedi. Benzer şekilde *uyumluluk* düzeyi yüksek kişilerin sosyal etik davranış normlarına uyma olasılığının daha yüksek olduğu ve etik dışı eğilimler göstermeyecekleri (Koodamara, vd. 2021:7), güvenilirliğin bir belirleyicisi olarak kabul edilen *sorumluluk* kişilik özelliğinin yüksek olduğu kişilerin (Karkoulian, vd. 2009:74) örgüt yararına etik dışı davranış sergileyebilecekleri, *duygusal denge* seviyesi yüksek olan bireylerin de endişe, stres gibi negatif duygulardan daha az etkilendikleri için (Baay vd.2014:740; Hassan,

vd. 2015:2) örgüt yararına etik dışı davranış sergileyebilecekleri düşünülmüştü. Ancak araştırma bulguları çerçevesinde bu dört kişilik boyutu ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilemedi. Bu sonucun nedeninin araştırma verilerinin yaratıcı örgüt kültürünün baskın olduğu OTDÜ Teknokent'te (Ankara) yapılmasından kaynaklanabileceği değerlendirilmektedir. Başka bir ifadeyle, araştırmaya katılan deneklerin yeniliğe açık olan bireylerden oluşması diğer kişilik özellikleri ile örgüt yararına etik dışı davranış arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin çıkmamasına neden olmuş olabilir. Bu nedenle gelecekte yapılacak çalışmaların, farklı kültürel yapılardaki farklı sektörlerde yapılması, konun incelenmesi açısından daha faydalı olabilecektir. Ayrıca gelecekte yapılacak çalışmalarda, yaratıcı örgüt kültürünün kişilik özellikleri ve örgüt yararına etik dışı davranış ilişkisinde düzenleyici rolünün olup olmadığı araştırılabilir.

Bu çalışma yazına iki yönden katkı sağlamıştır. İlk olarak örgüt yararına yönelik etik dışı davranış, daha önce incelenmeyen bir bakış açısıyla ele alınarak kişilik özellikleri çerçevesinde incelenmiştir. İkincisi gerek kişilik özelliklerinin gerekse örgüt yararına yönelik etik dışı davranışın işletmeler açısından önemine vurgu yapılmıştır. Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da sınırlılıklar mevcuttur. Bu açıdan, araştırmanın sadece tek bir bölgede yapılması ve farklı kültürlerdeki diğer bölge ve ülkelerde yapılmaması nedeniyle, çalışmanın sonuçlarını genellemek söz konusu değildir.

KAYNAKLAR

Allport, G.W., & Odbert, H.S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological monographs*, 47(1), i.

Asendorpf, J.B., & Denissen, J.J. (2006). Predictive validity of personality types versus personality dimensions from early childhood to adulthood: Implications for the distinction between core and surface traits. *Merrill-Palmer Quarterly* (1982-), 486-513.

Aydın, H. (2008). *Ergenlerin kişilik özelliklerinin stresle başa çıkma ve bazı özlük niteliklerine göre karşılaştırmalı olarak incelenmesi.* Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Baay, P. E., Van Aken, M. A., De Ridder, D. T., & Van der Lippe, T. (2014). Understanding the role of social capital in adolescents' Big Five personality effects on school-to-work transitions. *Journal of Adolescence*, 37(5), 739-748.

Bucciol, A., Landini, F., & Piovesan, M. (2013). Unethical behavior in the field: Demographic characteristics and beliefs of the cheater. *Journal of Economic Behavior & Organization*, *93*, 248-257.

Cervone D. & Pervin L.A. (2013) *Personality Theory and Research*, (Twelfth Edition) John Wiley & Sons: USA

Chen, M., Chen, C. C., & Sheldon, O. J. (2016). Relaxing moral reasoning to win: How organizational identification relates to unethical pro-organizational behavior. *Journal of Applied Psychology*, *101*(8), 1082.

Chen, Y. J., & Tang, T. L. P. (2006). Attitude toward and propensity to engage in unethical behavior: Measurement invariance across major among university students. *Journal of Business Ethics*, *69*, 77-93.

Chew, K.H.P., & Dillon, D.B. (2014). Statistics anxiety and the Big Five personality factors. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 112, 1177-1186.

Clark, L. A., Karau, S. J., & Michalisin, M. D. (2012). Telecommuting attitudes and the 'big five'personality dimensions. Journal of Management Policy and Practice, 13(3), 31-46.

Cloninger, C.C. (2003) *Theories of Personality Understanding Persons (Fourth Edition)* Pearson Prentice Hall.

Costa Jr, P. T., & McCrae, R. R. (1992). The five-factor model of personality and its relevance to personality disorders. *Journal of Personality Disorders*, 6(4), 343-359.

Coşkun, A., & Ülgen, B. (2017). Örgüt yararına ahlaki olmayan davranış. *İs Ahlakı Dergisi*, *10*(2), 177-201.

Doğan, T., Kürüm, A., & Kazaka, M. (2014). Kişilik Özelliklerinin Erteleme Davranışını Yordayıcılığı. Başkent University Journal of Education, 1(1).

Donnellan, M. B., Oswald, F. L., Baird, B. M., & Lucas, R. E. (2006). The mini-IPIP scales: tiny-yet-effective measures of the Big Five factors of personality. *Psychological assessment*, *18*(2), 192.

Eswaran, S., Islam, M. A., & Yusuf, D. H. M. (2011). A study of the relationship between the big five personality dimensions and job involvement in a foreign based financial institution in Penang. *International Business Research*, 4(4), 164.

Ewen, R. B. (2014). *An introduction to theories of personality. (Sixth Edition)* Lawrence Erlbaum Associates: London.

Fehr, R., Welsh, D., Yam, K. C., Baer, M., Wei, W., & Vaulont, M. (2019). The role of moral decoupling in the causes and consequences of unethical pro-organizational behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, *153*, 27-40.

Feist J. & Feist G.J. (2008) *Theories of Personality, (Seventh Edition)* McGraw-Hill: USA

Geçtan, E. (2003). *Psikodinamik Psikiyatri ve Normal Dışı Davranışlar. (13. Basım)* Remzi Kitabevi: İstanbul.

Giluk, T.L., & Postlethwaite, B.E. (2015). Big Five Personality and Academic Dishonesty: A Meta-Analytic Review. *Personality and individual differences*, 72, 59-67.

Graham, K. A., Ziegert, J. C., & Capitano, J. (2015). The effect of leadership style, framing, and promotion regulatory focus on unethical pro-organizational behavior. *Journal of business ethics*, *126*, 423-436.

Guo, L., Zhao, H., Cheng, K., & Luo, J. (2020). The relationship between abusive supervision and unethical pro-organizational behavior: linear or curvilinear?. *Leadership & Organization Development Journal*, *41*(3), 369-381.

Hassan, M. M., Bashir, S., & Mussel, P. (2015). Personality, learning, and the mediating role of epistemic curiosity: A case of continuing education in medical physicians. *Learning and Individual Differences*, 42, 83-89.

Ilie, A. (2012). Unethical pro-organizational behaviors: Antecedents and boundary conditions. University of South Florida, Graduate Theses and Dissertations.

Jacobs, G., Belschak, F. D., & Den Hartog, D. N. (2014). (Un) et-hical behavior and performance appraisal: The role of affect, support, and organizational justice. *Journal of Business Ethics*, 121, 63-76.

Karkoulian, S., Messarra, L., & Sidani, M. (2009). Correlates of the bases of power and the big five personality traits: an empirical investigation. In Allied Academies International Conference. *Academy of Organizational Culture, Communications and Conflict. Proceedings* (Vol. 14, No. 1, p. 7). Jordan Whitney Enterprises, Inc.

Kaşlı, M. (2009). Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Kişilik Özellikleri, Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisinin İncelenmesi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir

Kermani, Z. Z. (2011). The relationship between the "Big Five" personality traits and customer satisfaction: A case study of Melli Bank Kerman, Iran. *Journal of Business and Retail Management Research*, 6(1).

Kong, D. T. (2016). The pathway to unethical pro-organizational behavior: Organizational identification as a joint function of work passion and trait mindfulness. *Personality and Individual Differences*, *93*, 86-91.

Koodamara, N. K., Prabhu, N., Suhan, M., & Narayanan, S. L. (2021). Big Five personality traits and ethical climate: A test of antecedents of unethical behavior. *Journal of Education for Business*, *96*(4), 243-251.

Lilford, N., Vigar-Ellis, D., & Nel, D. (2014). Big Five personality traits and financial salesperson performance: An application of Chernoff faces. *Journal of Financial Services Marketing*, 19, 146-154.

Lim, S., & Cortina, L. M. (2005). Interpersonal mistreatment in the workplace: the interface and impact of general incivility and sexual harassment. *Journal of Applied Psychology*, 90(3), 483.

Liu, X. L., Lu, J. G., Zhang, H., & Cai, Y. (2021). Helping the organization but hurting yourself: How employees' unethical pro-organizational behavior predicts work-to-life conflict. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *167*, 88-100.

Liu, Y., & Qiu, C. (2015). Unethical pro-organizational behavior: Concept, measurement and empirical research. *Journal of Human Resource and Sustainability Studies*, *3*(03), 150.

Luan, Y., Zhao, K., Wang, Z., & Hu, F. (2022). Exploring the antecedents of unethical pro-organizational behavior (UPB): A meta-analysis. *Journal of Business Ethics*, 1-18.

Matherne III, C. F., & Litchfield, S. R. (2012). Investigating the relationship between affective commitment and unethical pro-organizational behaviors: The role of moral identity. *Journal of Leadership, Accountability and Ethics*, *9*(5), 35-46.

Merdan, E. (2013). Beş Faktör Kişilik Kuramı ile İş Değerleri İlişkisinin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 4(7).

Miao, Q., Newman, A., Yu, J., & Xu, L. (2013). The relationship between ethical leadership and unethical pro-organizational behavior: Linear or curvilinear effects?. *Journal of business ethics*, *116*, 641-653.

Nettle, D. (2007). *Personality: What Makes You The Way You Are*. OUP Oxford.

Panaccio, A., & Vandenberghe, C. (2012). Five-factor model of personality and organizational commitment: The mediating role of positive and negative affective states. *Journal of vocational behavior*, *80*(3), 647-658.

Pehlivan, Z., & Ada, E.N.D. (2011). Kişilik Gelişimi İçin Beden Eğitimi Ders Uygulamaları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 8 (Özel).

Robbins, S., Judge, T. A., (2013). *Organizational Behavior*. (15th ed.) Pearson Education Inc: New Jersey.

Rodrigues, N., & Rebelo, T. (2013). Incremental validity of proactive personality over the Big Five for predicting job performance of software engineers in an innovative context. *Revista de Psicología del Trabajoy de las Organizaciones*, 29(1), 21-27.

Schultz, D. P., & Schultz, S. E. (2008). *Theories of personality*. (9 th Ed.) Wadsworth, Cengage Learning: USA

Simha, A. ve Parboteeah, K.P. (2020) The Big 5 Personality Traits and Willingness to Justify Unethical Behavior—A Cross-National Examination, Journal of Business Ethics (2020) 167:451–471.

Spector, P. E., Fox, S., & Domagalski, T. (2006). Emotions, vio-lence and counterproductive work behavior. *Handbook of Workplace Violence*, 29, 46.

Tett, R. P., & Burnett, D. D. (2003). A personality trait-based interactionist model of job performance. *Journal of Applied Psychology*, 88(3), 500.

Umphress, E. E., & Bingham, J. B. (2011). When employees do bad things for good reasons: Examining unethical pro-organizational behaviors. *Organization science*, *22*(3), 621-640.

Wang, X., Zheng, X., & Zhao, S. (2022). Repaying the debt: An examination of the relationship between perceived organizational support and unethical pro-organizational behavior by low performers. *Journal of Business Ethics*, *179*(3), 697-709.

Wong, P. T. P. (2005). Existential and humanistic theories. In J. C. Thomas, & D. L. Segal (Eds.), *Comprehensive Handbook of Personality and Psychopathology* (pp. 192-211). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc.

Wouters, K., Maesschalck, J., Peeters, C. F., & Roosen, M. (2014). Methodological issues in the design of online surveys for measuring unethical work behavior: Recommendations on the basis of a split-ballot experiment. *Journal of Business Ethics*, *120*, 275-289.

Yalçın, İ., Şeker, M., & Bayram, A. (2014). Yöneticilerin Kişilik Özellikleri ve Duygusal Zekâları ile Yönetim Bilişim Sistemleri Kullanımları Arasındaki Etkileşimin Tespitine Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, (13), 75-92.

Zhou, M. (2015). Moderating effect of self-determination in the relationship between Big Five personality and academic performance. *Personality and Individual Differences*, 86, 385-389.

ONLINE PURCHASE BEHAVIOR OF GEN Z CUSTOMERS IN VIETNAM

Hoang-Long Nguyen

Can Tho University, Vietnam.

Que-Nhu Duong

Corresponding author. Can Tho University, Vietnam.
; ORCID ID: 0000-0002-3734-0960

ABSTRACT

The main objective of this research is to investigate online purchase behavior of Gen Z in the e-commerce and cosmetics industry in Vietnam. Quantitative approach with a sample size of 600 have been employed in this research. Furthermore, snowball sampling method and structured questionnaires have been used to achieve research goal. Descriptive statistics are the main analysis method used in this research. The respondents are representatives of the Gen Z group and range in age from 16 to 25. The results show that female tend to online purchase pretty frequently. However, LGBT people also rank among the gender groupings who purchasing online most frequently. For Z generations in the North and South, online purchasing behavior is a pretty common activity.

Keywords: Gen Z customers, online purchase behavior, e-commerce industry, cosmetics industry, Vietnam.

INTRODUCTION

In the 21st century, Internet technology exploration that has been recorded so far has led to an increasing shopping trend on e-commerce platforms (Yadav and Rahman, 2017). Furthermore, the online purchasing trend can be attributed to the partial impact of the covid-19-pandemic (Eger et al., 2021). As a consequence of these reasons, the youngish generation (Gen Z) is the ones most affected. Gen Z is considering people born after 1995 (Lanier, 2017). According to Levin (2020), young people often have appreciative attitudes towards advertisements displayed by real reviewers in the real environment. Moreover, youngish people often spend a lot of time participating in social media activities, but they do not have the patience to watch the advertisements even though it lasts about 10 to 30 seconds (Levin, 2017). Generation Z customers are pretty active in online purchasing (Arilaha et al., 2021). In the same way, Brown (2017) researched that about 67% of youngish people use smartphones to pay for online orders; in particular, many of those 67% youngish people set a smartphone aside for online purchases (Gentina, 2019). Consequently, youngish customers are attracted and proliferate by online purchasing (Ao & Nguyen, 2020). This paper, therefore, aims to investigate online purchase behavior of Gen Z in the e-commerce and cosmetics industry in Vietnam

METHODOLOGY

The research employs quantitative approach. The quantitative approach is to use numbers as the fundamental basis to generalize about a particular phenomenon (Wilson and Creswell, 1996). The numbers are measured objectively

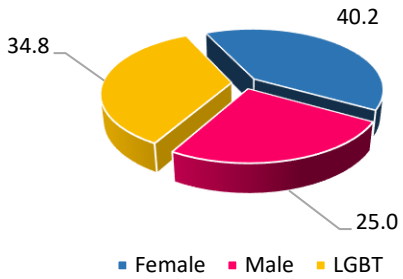
and honestly to give researchers accurate information (Yilmaz, 2013). Some common characteristics when applying quantitative methods in research. The first is to perform on a large sample size to generalize the entire population and market (Onwuegbuzie and Leech, 2007). The large sample size will make the research highly reliable to be easily applied in practice (Malterud, Siersma and Guassora, 2016). Moreover, when using quantitative, the research results can be reused many times, reducing the cost and time of research (De Vaus, 2001). In this study, more than 600 samples from three regions will be collected to represent Gen Z in Vietnam in the research issue.

This study will use Microsoft 365 form to conduct data collection. The snowball sampling method was selected to collect samples in the study. The Snowball sampling method is mainly based on the researcher's relationship to be able to sample through the relational network to get the results as quickly as possible (Cohen and Arieli, 2011). This application will benefit research when it is easy to diversify the sample obtained. Specifically, the main researcher will send the survey link to friends in the three regions. Thanks to the follow-up support of the focal points in the North, Central, and South regions, the number of surveys will be replicated to collect diverse age, gender, and profession data.

RESULTS AND DISCUSSION

Sample characteristics

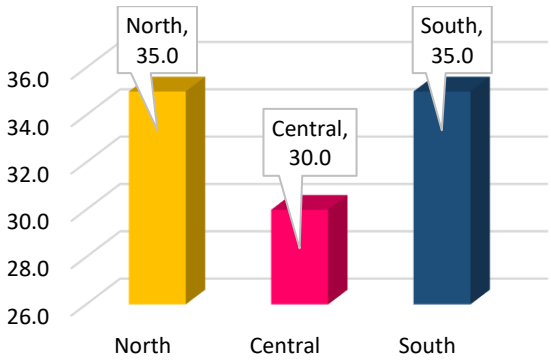
Basic details on the sample's characteristics, including age, living area, and gender. A few of those features will reveal the general characteristics of the sample being studied.



(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 1. The study's sample size by gender

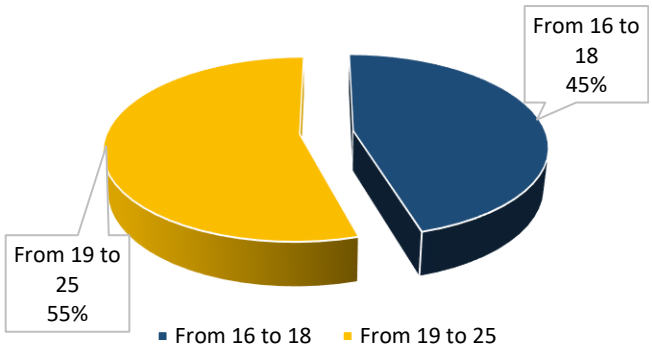
According to the questionnaire, a total of 600 respondents actively participated, with 241 females making up 40.2% of the participants; 150 males making up 25%; and 209 LGBT participants making up 34.8%. According to the survey, female gender is more likely than others to access or approach online purchasing for products related to e-commerce and cosmetics (Kartikasari, Sunaryo and Yuniarinto, 2021; Thuan, 2020). Additionally, the LGBT gender makes up a sizable portion of the research, which demonstrates that this gender has a strong propensity to purchase online (Sirinuch, 2021).



(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 2. The study's sample size by the living area.

According to Figure 2, the study's participants came from three different regions of Vietnam. More specifically, up to 210 participants, or 35% of each region, are in the South and the North. There are 180 individuals and a 30% participation percentage in the Central region. As a result, online purchasing is more common in the South and North of Vietnam than in the country's Central regions.



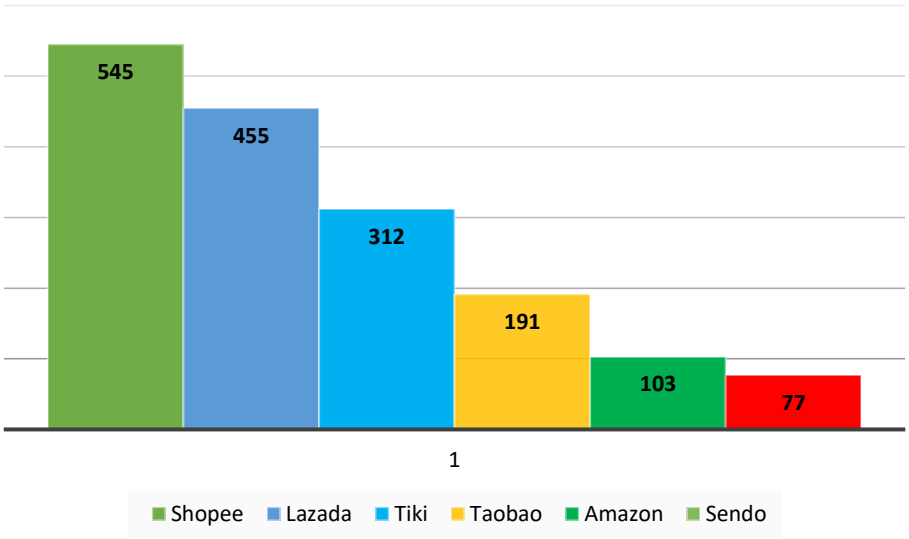
(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 3. The study's sample size by the age.

The survey's results revealed that the two main Gen Z age groups favor online shopping and cosmetics purchasing. The first ranges from 16 to 18 and from 19 to 25, accounting for 45% and 55% of the sample size, respectively. It demonstrates that Gen Zers who are older than 18 are more likely than the other age groups to make online purchases and purchase cosmetics.

Frequent purchase platforms

It is clear from the survey results that Shopee, Lazada, and Tiki are the three most widely utilized purchasing platforms in Vietnam, with respective frequencies of 545, 455, and 312 out of 600 surveyed participants. These are the three most widely used platforms in Vietnam. The frequencies of Taobao, Amazon, and Sendo are followed by those of 191, 103, and 77 correspondingly. Compared to the former 3, these 3 platforms are seen to be less well-liked.



(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

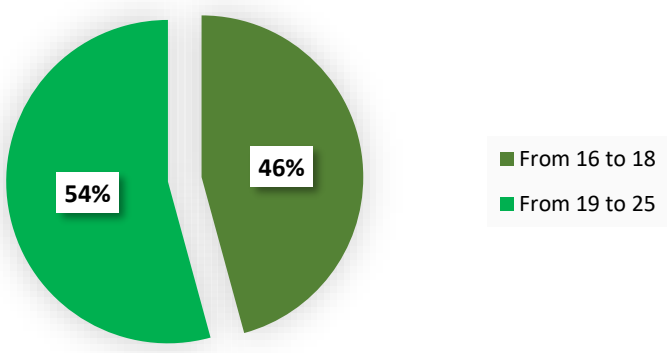
Figure 4. The purchasing platforms.

Characteristics of most frequent online purchase Gen Z customers

This section will explore characteristics of most frequent online purchase Gen Z customers. First, participants will be self-evaluated their frequency of online purchases. There are 5 level for participants to choose from, including Never, Seldom, Sometimes, Often, Very Often. In this section, structure of customers who choose the most online purchase frequency (Often and Very Often) will be analyzed in depth.

Most frequent online purchase Gen Z customers by Age

First purchase frequency broken down by age will be shown in order to better comprehend the situation in terms of buy rate from various angles.



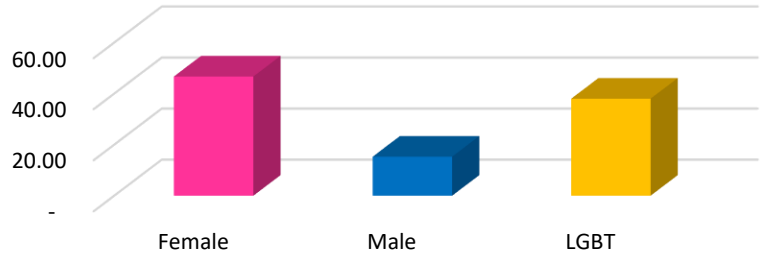
(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 5. Most frequent online purchase Gen Z customers by Age

Ages 16 to 18 exposure a very frequent purchase rate of 36.63%, while ages 19 to 25 experience a rate of 43.43%. This demonstrates that Gen Zers over the age of 18 have a tendency to conduct more online purchases than persons of other ages (Tan, Sia and Tang, 2021).

Most frequent online purchase Gen Z customers by Gender

The rate of frequent online purchases by gender is another factor, in addition to the rate of frequent online purchases by age. The first is that female often purchase online at a rate of 46.96%. With a 38.02% online purchasing rate, LGBT is next. Male is the last group, with a rate of 15.29% for frequent purchases. According to the study, female is more likely than other genders to be interested in making online purchases related to e-commerce and cosmetics (Naseri et al., 2021). Additionally, the evidence demonstrates that since LGBT people have already experienced needless discrimination, they are more inclined to purchasing online (Rosenbaum, Ramirez and Kim, 2020). They were able to get beyond those obstacles and simply purchase for cosmetics and e-commerce due to the expansion of social networking platforms, purchasing platforms, and influencers (Guan, 2021). As a result, the proportion of LGBT people who purchase online is a little higher than that of male gender.



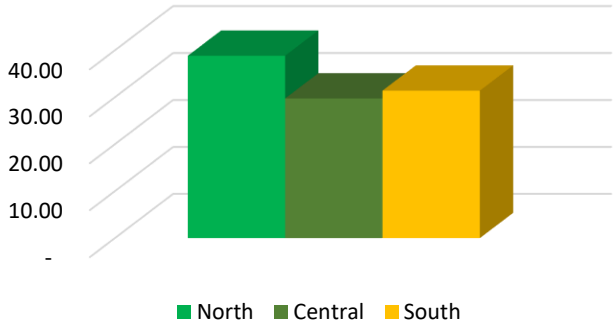
(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 6. Most frequent online purchase Gen Z customers by Gender

Most frequent online purchase Gen Z customers by Living Region

In Vietnam, regional differences can also be seen in the frequency of online purchasing behavior. The North's frequent online purchasing rate is 38.84%, to start. The Central region places third with a frequent online purchase rate of 29.75%. The rate in the South is 31.40%, to final. The North has a larger percentage of online purchases than the other two regions, according to the survey's modified specifications. A high number of imported goods are concentrated in the North's numerous major warehouses, such as Me Linh, Quang Chau, and Long Bien, as well as huge ports (Long Bien Can Port), making it easy for customers to transfer and receive goods for online purchasing. Next, the North is the region with 6 of the top 11 provinces in terms of national per capita income in 2020 (Ha, 2021). This demonstrates that, out of the three regions, the North tends to have the best purchasing potential. Thirdly, due to their location in the delta region, the majority of the provinces in the North have historically been natural places of population concentration (Tran, 2021). At the same time, over the past 20 years, these provinces have led the North and the entire nation in terms of industrial zone growth (Tran, 2021).

According to the aforementioned analysis, Gen Z's online frequency of purchasing behavior in the North is very frequent which is reasonable.

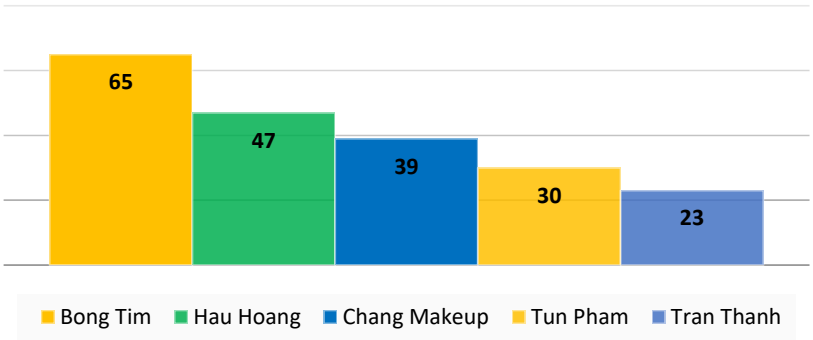


(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

Figure 7. Most frequent online purchase Gen Z customers by Living Region

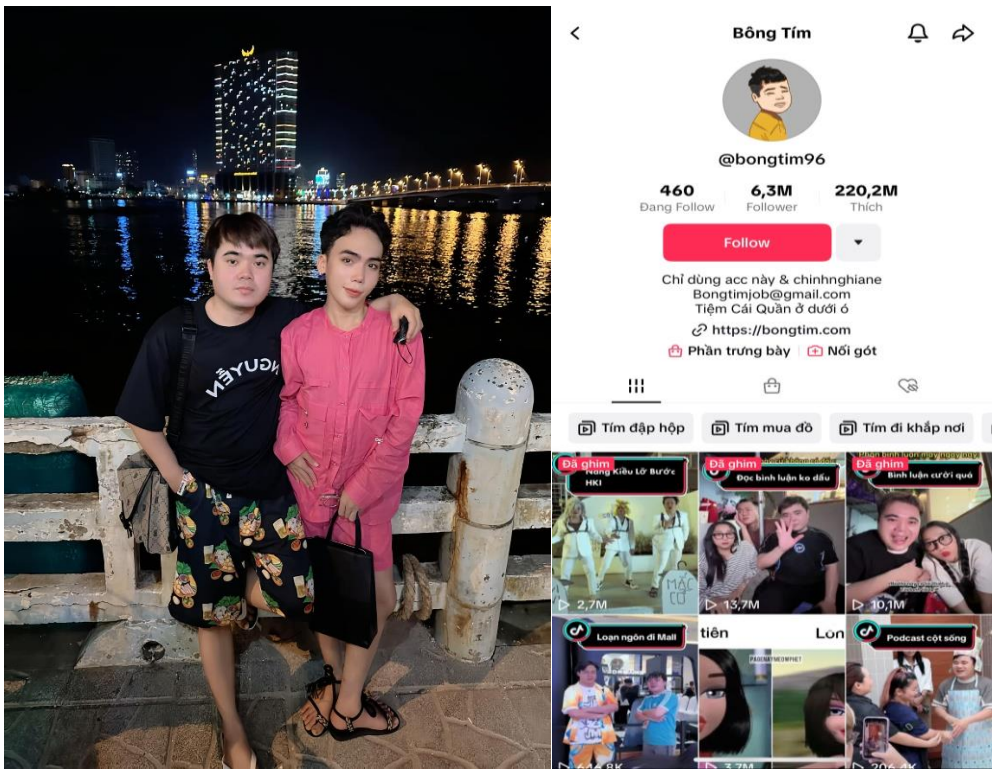
Top of mind influencers

The Aaker's Brand Awareness Pyramid model is used to determine which influencers are aware of both cosmetics and e-commerce. Bong Tim received the most votes from the Gen Z contestants, receiving 65 votes. Gen Z is familiar with the name Bong Tim, who has 5.7 million followers on TikTok's personal page (Tiktok, 2022). Therefore, it is obvious that Bong Tim is a key influencer who has an impact on Gen Z's online purchasing behavior on platforms for e-commerce and cosmetics. Hau Hoang is next with 47 votes. In the ranking based on the survey, Hau Hoang is the second name cited. With 7.7 million subscribers on his personal YouTube channel, Hau Hoang is not too far from internet users (Youtube, 2022). Hau Hoang is also one of the influential influencers of Gen Z. Additionally, well-known influencers with vote rates of 39, 30, and 23 include Chang Makeup, Tun Pham, and Tran Pham. Despite having an impact on Gen Z, they have not had the same level of influence as Bong Tim. Therefore, Bong Tim is the influencer that comes to mind first when people think of influencers and has a significant influence on Gen Z's online purchasing behavior.



(Source: The result's analyzing SPSS from 600 participants in Vietnam, 2022)

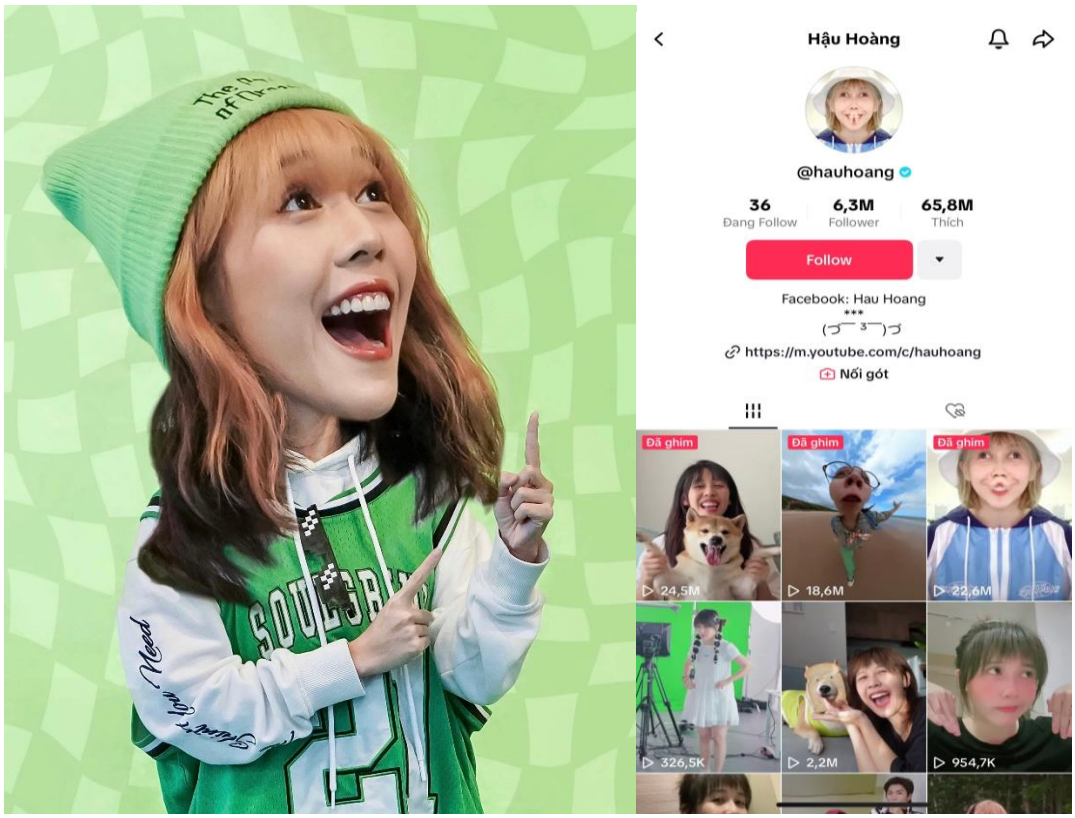
Figure 8. Top of mind influencers



(Source: Bong Tim facebook and tiktok's personal page, 2023)

Link titkok: https://www.tiktok.com/@bongtim96?lang=vi-VN

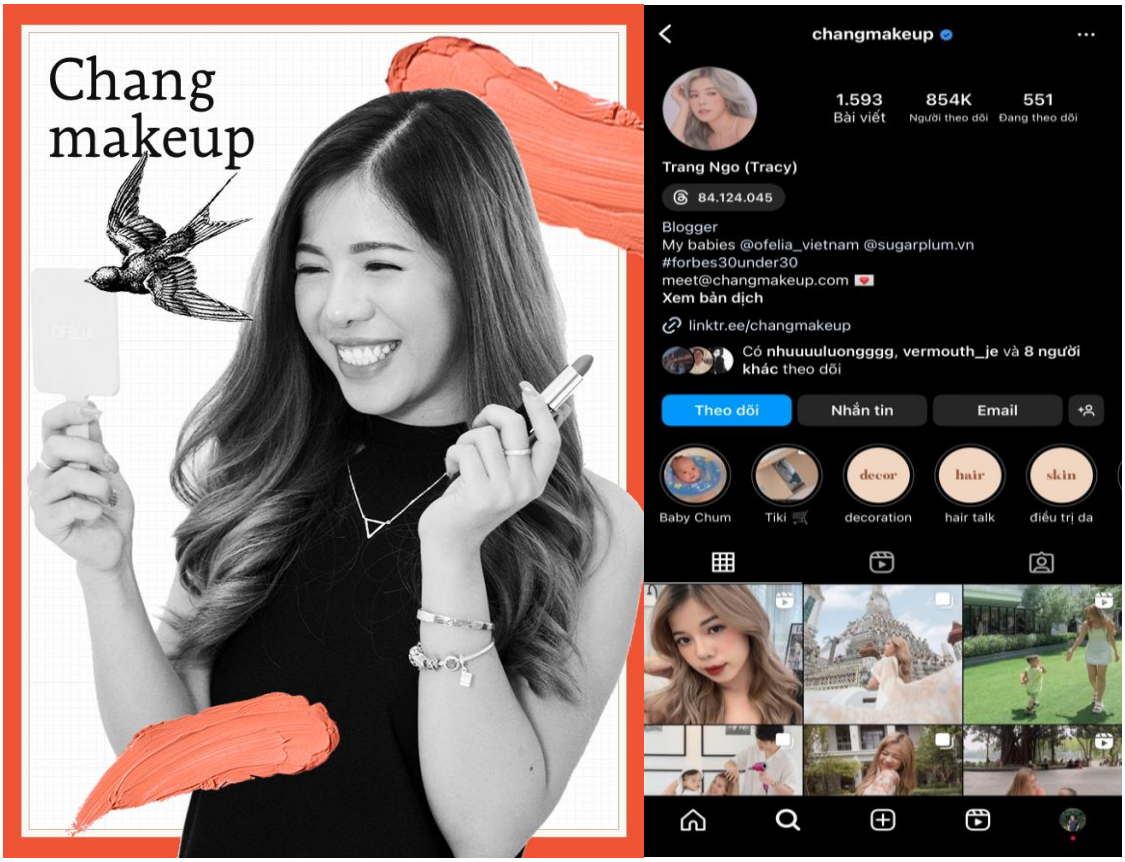
Figure 9: Bong Tim portrait



(Source: Hau Hoang facebook and tiktok's personal page, 2023)

Link titkok: https://www.tiktok.com/@hauhoang?lang=vi-VN

Figure 10: Hau Hoang portrait and tiktok's personal page



(Source: Change Makeup facebook and instagram's personal page, 2023)

Link Instagram: https://www.instagram.com/p/CrnpAG9SXDx/?img_index=1

Figure 11: Chang Makeup portrait and instagram's personal page

CONCLUSION

The research revealed that Shopee, Lazada, and Tiki are the three most widely utilized purchasing platforms in Vietnam. In addition, Gen Zers over the age of 18 have a tendency to conduct more online purchases than persons of other ages. Additionally, female tend to online purchase pretty frequently and LGBT people also rank among the gender groupings who purchasing online most frequently. In Vietnam, regional differences can also be seen in the frequency of online purchasing behavior. This demonstrates that, out of the three regions, the North tends to have the best purchasing potential. It is also notable that Bong Tim is the influencer that comes to mind first, which implies that Bong Tim has a significant influence on Gen Z's online purchasing behavior

REFERENCES

Ao, H. and Nguyen, C. (2020) The reaction of Vietnam's generation z to online tv advertising, *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(5), pp. 177-184.

Arilaha, M., Fahri, J. and Buamonabot, I. (2022) Customer perception of e-service quality: An empirical study in Indonesia, *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(6), pp. 287-295.

Brown, K. (2017) Adreaction gen x, y and z, *MMBE*, [online] Available at: https://www.mm.be/userfiles/media/Kantar_Millward_Brown_AdReaction_GenXYZ_Global%20(2).pdf [Accessed 17 February 2022].

De Vaus, D. (2001) *Research design in social research*, London ; Thousand Oaks, Calif., Sage.

Eger, L., Komárková, L., Egerová, D. and Mičík, M. (2021) The effect of COVID-19 on consumer shopping behaviour: Generational cohort perspective, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 61, p. 102542.
Gentina, E. (2020) *Generation z in France: Reverse socialisation and social engagement*, Bingley: Emerald Publishing Limited, pp. 109-126.

Guan, Z. (2021) Selling beauty in digital China: Gender, platform, and economy, Doctoral Thesis, Leiden University Centre for the Arts in Society (LUCAS) , Faculty of Humanities , Leiden University.

Ha, H. (2021) Changes in the ranking of localities with the highest per capita income: Hanoi dropped, Da Nang dropped out of the top 10, *Cafe Biz*, [online] Available at: https://cafebiz.vn/bien-dong-thu-hang-dia-phuong-co-thu-nhap-binh-quan-lao-dong-cao-nhat-ha-noi-tut-bac-da-nang-ra-khoi-top-10-20211019163913319.chn (Accessed 17 August 2022).

Lanier, K. (2017) 5 things hr professionals need to know about generation z, *Strategic HR Review*, 16(6), pp. 288-290.

Levin, A. (2020) *Influencer marketing for brands*, New York: Apress.

Malterud, K., Siersma, V. D. and Guassora, A. D. (2016) Sample size in qualitative interview studies, *Qualitative Health Research*, 26(13), pp. 1753–1760.

Naseri, R. N. N., Esa, M. M., Abas, N., Ahmad, N. Z. A., Azis, R. A. and Nordin, M. N. bin (2021) An overview of online purchase intention of halal cosmetic product: A perspective from Malaysia, *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*, 12(10), pp. 674–7681.

Onwuegbuzie, A. and Leech, N. (2007) Sampling designs in qualitative research: making the sampling process more public, *The Qualitative Report*, 12(2), pp. 238–254.

Rosenbaum, M. S., Ramirez, G. C. and Kim, K. (Kawon) (2020) From overt to covert: Exploring discrimination against homosexual consumers in retail stores, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 59(1), p. 102426.

Tan, K.-L., Sia, J. K.-M. and Tang, D. K. H. (2021) To verify or not to verify: Using partial least squares to predict effect of online news on panic buying during pandemic, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(4), pp. 647–668.

Tiktok (2022b) Bong tim, *TikTok*, [online] Available at: https://www.tiktok.com/@bongtim96 (Accessed 17 August 2022).

Tran, B. (2021) Top 10 most densely populated provinces in Vietnam, *Top-10 VN*, [online] Available at: https://top-10.vn/viet-nam/top-10-tinh-thanh-pho-co-mat-do-dan-cu-chat-choi-nhat-viet-nam/ (Accessed 17 August 2022).

Wilson, R. D. and Creswell, J. W. (1996) Research design: qualitative and quantitative approaches, *Journal of Marketing Research*, 33(2), p. 252.

Yadav, M. and Rahman, Z. (2017) Measuring consumer perception of social media marketing activities in e-commerce industry: Scale development & validation, *Telematics and Informatics*, 34(7), pp. 1294-1307.
Yilmaz, K. (2013) Comparison of quantitative and qualitative research traditions: Epistemological, theoretical, and methodological differences, *European Journal of Education*, 48(2), pp. 311–325.

Youtube (2022) Hau hoang - YouTube, *Youtube*, [online] Available at: https://www.youtube.com/c/H%E1%BA%ADuHo%C3%A0ng (Accessed 17 August 2022).

TÜRKİYE'DE YEŞİL PAZARLAMA ALANINDA YAZILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİNİN İNCELENMESİ

Öğr. Gör. Dr, Bilge VİLLİ[1]

Balıkesir Üniversitesi, - 0000-0002-1175-2043

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye'de yeşil pazarlama konusunda yayınlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerini çeşitli parametreler kapsamında incelemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanında, 1999-2023 yılları arasında yazılmış 114 tez olduğu belirlenmiş ve 111 teze erişilmiştir. Tezler; çalışma yılı, türü, dili, yürütüldüğü üniversite, üniversite türü, yazıldığı anabilim dalı, araştırma yöntemi, veri toplama yöntemi gibi parametrelere göre incelenmiştir. İçerik analizi yönteminin kullanıldığı çalışmada, 111 tez belirlenen kriterlere göre incelenerek mevcut durum ortaya konulmuştur. Araştırma bulgularına göre, yeşil pazarlama konulu tezlerin 2016 yılından itibaren artış gösterdiği, büyük kısmının işletme anabilim dalında yazıldığı, tezlerin neredeyse tamamının saha araştırmasına dayalı olduğu ve nicel araştırma yöntemlerinin daha fazla kullanıldığı saptanmıştır. Ayrıca tezlerin büyük çoğunluğunda araştırma modelinin ve araştırma hipotezlerinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulguların yeşil pazarlama konusuna ilişkin farklı boyutları ortaya çıkarmada ve gelecek çalışmalara ışık tutmada katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler : Yeşil Pazarlama, Ulusal Tez Merkezi, Lisansüstü Tezler, Yüksek Lisans Tezleri, Doktora Tezleri

EXAMINATION OF GRADUATE THESIS WRITED IN THE FIELD OF GREEN MARKETING IN TURKEY

ABSTRACT

In this study, the aim was to examine master's and doctoral theses published on the subject of green marketing in Turkey within various parameters. Pursuant to this objective, it was determined that there were 114 theses written between 1999 and 2023 in the Higher Education Council National Thesis Database (YÖKTEZ), and access was obtained to 111 of these theses. The theses were examined based on parameters such as year of study, type, language, university where the research was conducted, type of university, department in which it was written, research method, data collection method, and others. In this study, which utilized content analysis methodology, the 111 theses were examined in accordance with the established criteria to reveal the current situation. According to the research findings, it was observed that the number of theses on the subject of green marketing had increased since 2016, the majority of which were written in the field of business administration. It was determined that almost all of the theses were based on field research and that quantitative research methods were

predominantly employed. Furthermore, it was concluded that the majority of the theses included a research model and research hypotheses. The study's conclusion suggests that the findings obtained will contribute to revealing different dimensions of the green marketing subject and shed light on future studies.

Keywords : Green Marketing, National Thesis Center, Graduate Theses, Master Theses, Doctoral Theses

1. LİTERATÜR TARAMASI

Bugüne kadar Türkiye'de Pazarlama alanında yapılan çalışmaları kategorik olarak inceleyen çok sayıda farklı bibliyometrik çalışma mevcuttur. Örneğin Tektaş ve diğerleri (2014) 2013 yılına kadar yapılmış olan Ulusal Pazarlama Kongreleri'nde sunulan bildirileri yöntem ve konuya göre incelemişlerdir. Çalışmada içerik analizi ve sistematik literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. 637 bildiryii, konu başlıkları, araştırma tasarımı, anakütle, örnekleme yöntemi ve hacmi, sektör, ölçüm yöntemi ve analiz teknikleri başlıkları açısından değerlendirmişlerdir. Altunışık ve Torlak (2006), pazarlama alanında kongrelerde sunulan bildirileri ve önemli bilimsel dergilerde yayınlanan makaleleri incelenmiş ve bu çalışmalarda yapılan metodolojik hataları eleştirilmiştir. Arı ve diğerleri (2009) nicel araştırmalarda ortaya çıkan metodolojik sorunları belirlemek amacıyla Gazi üniversitesinde pazarlama ve yönetim alanlarında yazılmış 106 yüksek lisans tezini incelemişlerdir. Bozyiğit ve Yaşa (2012) ise 2000-2012 yılları arasında pazarlama alanında yazılmış ve erişime açık 181 lisansüstü tezi farklı kategorilere göre (konu, yıl, dil, yerli-yabancı dağılımı, metodolojik yöntem, veri toplama teknikleri, ölçek türleri ve analiz yöntemleri) içerik analizine tabi tutmuştur. Tayfun ve diğerleri (2016) ise turizm alanında yazılan 367 lisansüstü teze yönelik bibliyometrik analiz yapmışlardır.

2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de yeşil pazarlama konusunda yayınlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerini çeşitli parametreler bakımından incelemektir. Çalışmanın anakütlesini "Yeşil Pazarlama" konusunda yazılmış olan tüm lisansüstü tezler oluşturmaktadır. Çalışmanın örneklemi ise "Yeşil Pazarlama" konusunda yazılmış erişime açık olan yüksek lisans ve doktora tezleridir. Bu tezlere erişimde YÖK Ulusal Tez Merkezi'nin veri tabanını kullanılmıştır. Bu tezlerin 1999-2023 yılları arasında yazılmış olduğu görülmüş ve 114 adet tez listelenmiştir. Bu tezlerden erişime açık olan 111 tanesi araştırmanın kapsamına alınmıştır. Çalışmada önce tezler indirilmiş ve tezler okunmuştur. Sonrasında analiz edilecek kriterlere ilişkin bilgiler Excel tablosuna girilmiştir ve numerik olarak kodlanmıştır. Son olarak ise veriler SPSS paket programına girilerek analizleri yapılmıştır. SPSS ile frekans ve yüzdeler hesaplanmıştır. Ayrıca çalışmada çoklu uyum analizi kullanılmıştır. Uyum Analizi son yıllarda kategorik verilerin analizinde sıklıkla kullanılmakta olup, birçok veri matrisine uygulanabilen bir yöntemdir (Babacan vd., 2021).

Tezler yayın yılı, tür, dil, yürütüldüğü üniversite, üniversite türü, anahtar kelime, özet kısmında amaç, yöntem ve önemli sonuçlara yer verip vermeme durumu, model/hipotez/araştırma sorusu bulunup bulunmadığı durumu, veri türü, veri toplama yöntemi, sonuçlar kısmında diğer çalışmalar ile karşılaştırma yapılıp yapılmadığı durumu ve öneri sunulup sunulmadığı durumu gibi kriterlere göre analiz edilmiştir. Böylelikle Türkiye'de yeşil pazarlama konusunda genel resmin ortaya konması ve konuya ilişkin eğilimlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada mevcut olan bir durumu olduğu gibi betimlemeyi amaçlayan tarama modeli kullanılmıştır ve veriler nitel araştırma yöntemlerinden biri olan doküman inceleme ile toplanmıştır. Daha sonra verilere içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi, metinleri belirlenen özelliklere göre sayısal olarak belirten bir analiz yöntemidir (Bauer, 2003).

Tezlerin incelenmesinde kullanılacak kriterler ve konu başlıkları, daha önce alanında yapılmış benzer çalışmalar incelenerek oluşturulmuştur. Bu kriterler ve başlıklar aşağıda yer alan Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1: Çalışmada Kullanılan İnceleme Kriterleri

Betimsel Bilgiler	İçerik ve Araştırma Yöntemi ile İlgili Bilgiler	Sonuç ve Öneriler Kısmı ile İlgili Bilgiler
-Yayın yılı -Tez türü (Yüksek Lisans/Doktora) -Tezin yazım dili (Türkçe/İngilizce) -Tezin yürütüldüğü üniversite türü (Devlet/Vakıf) -Tezi yürüten danışmanın ünvanı -Tezin yürütüldüğü üniversite adı	-Özet kısmında amaç, yöntem ve önemli sonuçlara yer verilip verilmediği -Çalışma türü (Kavramsal/Uygulamalı/Vaka Analizi) -Araştırma tasarımı (Nicel/Nitel/Karma) -Model veya Hipotez veya Araştırma sorusu bulunup bulunmadığı	- Diğer çalışmalar ile karşılaştırma yapılıp yapılmaması -Öneri sunulup sunulmaması

3. BULGULAR

Çalışmanın bu kısmında YÖK Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yeşil pazarlama ile ilgili tarama sonucunda analize dahil edilen tezlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

Çizelge 2. Tezlerin Yıllar Bazında Dağılımı

	Yıl	N	%
Yıllar	2003	1	0.9
	2007	3	2.7
	2008	3	2.7
	2009	7	6.3
	2010	5	4.5
	2011	3	2.7
	2012	5	4.5
	2014	6	5.4
	2015	4	3.6
	2016	9	8.1
	2017	7	6.3
	2018	6	5.4
	2019	25	22.5
	2020	8	7.2
	2021	10	9.0
	2022	6	5.4
	2023	3	2.7
Toplam		**111**	**100.0**

Çizelge 2'ye göre en çok 2019 yılında (25) tezin yer aldığı bunu sırayla 2021 (10), 2020 (8) yılları takip etmektedir. En az tez ise 2003 (1) yılında yazılmıştır.

Çizelge 3. Tezlerle İlgili Betimsel Bilgilere Ait Bulgular

Betimsel Bilgiler	N	%	Betimsel Bilgiler	N	%
Tez Türü			**Üniversite Türü**		
Doktora	11	9.9	Vakıf	36	32.4
Yüksek Lisans	100	90.1	Devlet	75	67.6
Danışman Ünvanı			**Tezin Yazım Dili**		
Prof. Dr.	40	36.0	İngilizce	13	11.7
Doç. Dr.	30	27.0	Türkçe	98	88.3
Dr. Öğr. Üyesi (Yrd. Doç.Dr.)	38	34.2			
Dr.	3	2.7			

Çizelge 3'e bakıldığında incelenen tezlerin %90.1'i yüksek lisans, %9.9'u ise doktora tezinden oluşmaktadır. Tezlerin büyük çoğunluğu devlet üniversitelerinde yazılmıştır. Yazım dili açısından bakıldığında tezlerin %88.3'ü Türkçe, geri kalan %11.7'i ise İngilizce olarak yazılmıştır. Tez danışmanlarının ünvanlarının dağılımı incelendiğinde tezlerin daha çok Prof. Dr. (%36) ve Dr. Öğr. Üyesi (%34.2) tarafından yürütüldüğü belirlenmiştir.

Çizelge 4. Tezlerle İlgili Betimsel Bilgilere Ait Bulgular: Üniversitelere Göre Dağılım

Üniversite Adı	N	%	Üniversite Adı	N	%
Marmara Üniversitesi	10	9.0	Haliç Üniversitesi	1	0.9
İstanbul Ticaret Üniversitesi	9	8.1	Kastamonu Üniversitesi	1	0.9
Bahçeşehir Üniversitesi	6	5.4	Ege Üniversitesi	1	0.9
Selçuk Üniversitesi	5	4.5	Celal Bayar Üniversitesi	1	0.9
Beykent Üniversitesi	5	4.5	Atatürk Üniversitesi	1	0.9
Dokuz Eylül Üniversitesi	4	3.6	İstanbul Teknik Üniversitesi	1	0.9
İstanbul Aydın Üniversitesi	4	3.6	İzmir Katip Çelebi Üniversitesi	1	0.9
Gazi Üniversitesi	4	3.6	İstanbul Üniversitesi	1	0.9
Çukurova Üniversitesi	3	2.7	Akdeniz Üniversitesi	1	0.9
Mersin Üniversitesi	3	2.7	İnönü Üniversitesi	1	0.9
Karadeniz Teknik Üniversitesi	3	2.7	Yaşar Üniversitesi	1	0.9
Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	3	2.7	İstanbul Altınbaş Üniversitesi	1	0.9
Trakya Üniversitesi	2	1.8	Kilis 7 Aralık Üniversitesi	1	0.9
Nişantaşı Üniversitesi	2	1.8	Bursa Teknik Üniversitesi	1	0.9
Hitit Üniversitesi	2	1.8	Galatasaray Üniversitesi	1	0.9
İstanbul Bilgi Üniversitesi	2	1.8	Afyon Kocatepe Üniversitesi	1	0.9
Kafkas Üniversitesi	2	1.8	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	1	0.9
Dumlupınar Üniversitesi	2	1.8	KTO Karatay Üniversitesi	1	0.9
Pamukkale Üniversitesi	2	1.8	Erciyes Üniversitesi	1	0.9
Çağ Üniversitesi	2	1.8	Fırat Üniversitesi	1	0.9
Uludağ Üniversitesi	2	1.8	Gaziantep Üniversitesi	1	0.9
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	2	1.8	Kocaeli Üniversitesi	1	0.9
Ankara Hacı Bayram Üniversitesi	2	1.8	Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1	0.9
Fatih Üniversitesi	1	0.9	Kırklareli Üniversitesi	1	0.9
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	1	0.9	Karabük Üniversitesi	1	0.9
Giresun Üniversitesi	1	0.9	Necmettin Erbakan Üniversitesi	1	0.9
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	1	0.9	**TOPLAM**	**111**	**100.0**

İncelenen tezlerin üniversitelere göre dağılımı Tablo 4'te yer almaktadır. Tezler 53 farklı üniversite yürütülmüştür. En çok tezin yazıldığı ilk iki üniversite; Marmara Üniversitesi (%8.1) ve Bahçeşehir Üniversitesi (%5.4)' dir. Ayrıca örneklemde yer alan tezlerin üniversitelere göre dağılımında orantısızlık olduğu görülmektedir.

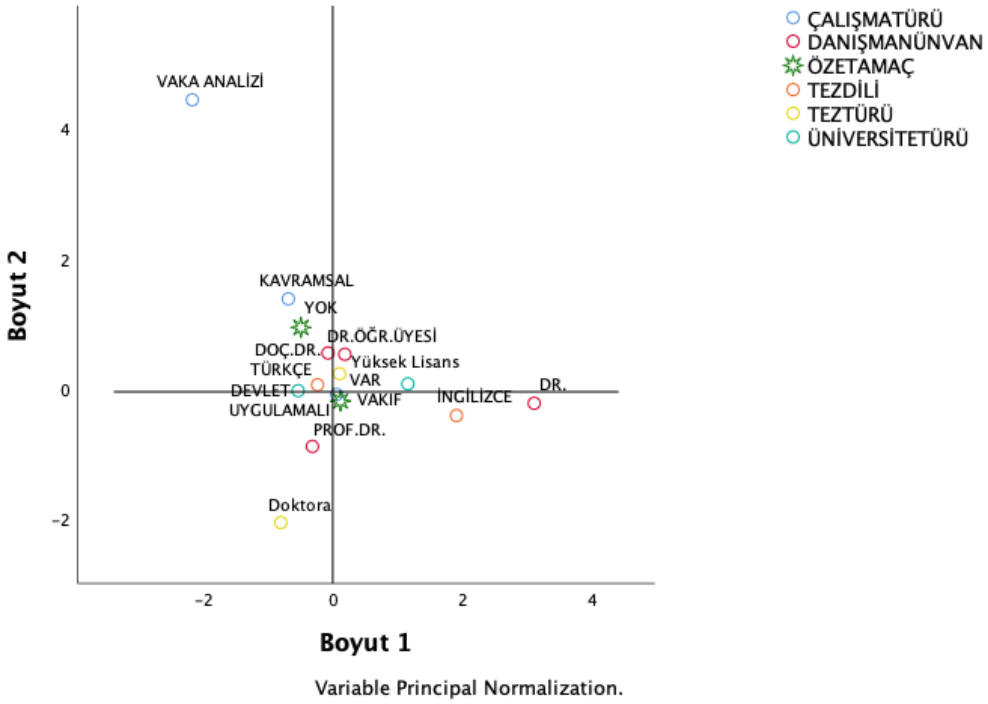
Çizelge 5. İçerik ve Araştırma Yöntemi ile İlgili Bilgilere Ait Bulgular

Parametreler			Yüksek Lisans		Doktora	
			N	%	N	%
Özet kısmında amaç, yöntem ve önemli sonuçlara yer verilip verilmediği	Araştırmanın Amacı	Var	82	82.0	10	90.9
		Yok	18	18.0	1	9.1
	Araştırmanın Yöntemi	Var	76	76.0	10	90.9
		Yok	24	24.0	1	9.1
	Araştırma Bulgusu	Var	63	63.0	9	81.8
		Yok	37	37.0	2	18.2
Model veya Hipotez veya Araştırma sorusu	Model	Var	47	47.0	11	100.0
		Yok	53	53.0	-	-
	Hipotez	Var	67	67.0	8	72.7
		Yok	33	33.0	3	27.3
	Araştırma Sorusu	Var	8	8.0	2	18.2
		Yok	92	92.0	9	81.8
Çalışma türü	Kavramsal		4	4.0	-	-
	Uygulamalı		95	95.0	11	100.0
	Vaka Analizi		1	1.0	-	-
Araştırma tasarımı	Nicel		71	71.0	11	90.9
	Nitel		24	24.0	1	9.1
	Karma		4	4.0	-	-
	Belirsiz		1	1.0	-	-

Lisansüstü tezlerde yer alan özet bölümde; araştırmanın amacı, yöntemi ve temel araştırma bulguları gibi birtakım bilgiler yer almaktadır. Bu çalışma kapsamında bu bilgilerin incelenen tezlerde olup olmadığı bilgisi Çizelge 5'te sunulmuştur. Lisansüstü tez özetlerinde araştırmanın amacına yer verilip verilmediği incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin %82'sinde, doktora tezlerinin ise %90.9'unda araştırma amacının yer aldığı görülmektedir. Özet kısmında araştırma yöntemine bakıldığında yüksek lisans tezlerinin %76'sında, doktora tezlerinin ise %90.9'unda bulunduğu belirlenmiştir. Ayrıca doktora tezlerinin özetlerinde araştırmanın en az bir bulgusunun yer alma oranı (%81.8) yüksek lisans tezlerine (%63) göre daha yüksektir.

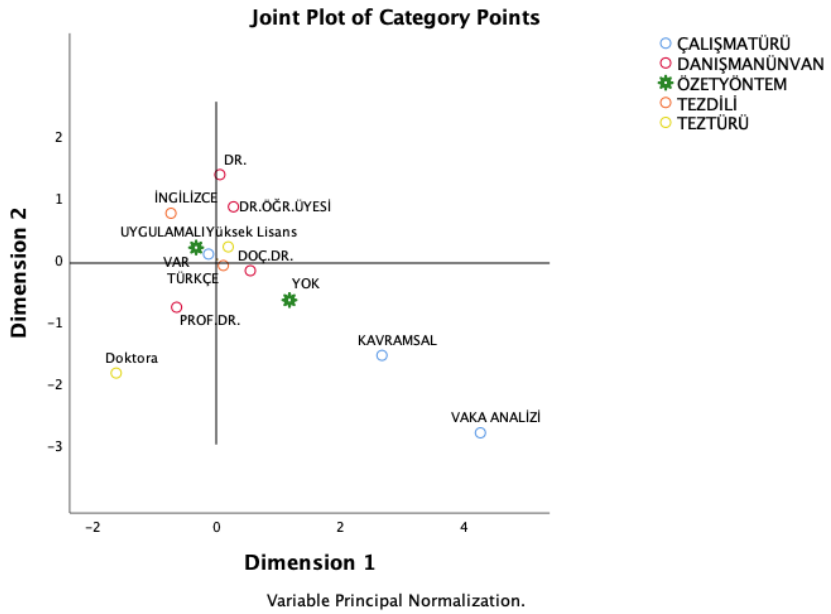
Lisansüstü tezlerde model veya hipotez veya araştırma sorusunun bulunma durumu incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin %47'sinde, doktora tezlerinin ise tamamında modelin yer aldığı görülmektedir. Yüksek lisans tezlerinin %67'sinde hipotez yer alırken, bu oran doktora tezlerinde ise %72.2'dir. Tezlerde araştırma sorunun bulunma durumuna bakıldığında ise yüksek lisans tezlerinin %8'inde, doktora tezlerinin ise %18.2'sinde bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışma türü açısından tezler incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin büyük

çoğunluğu, doktora tezlerinin ise tamamının uygulamalı çalışmalardan oluştuğu görülmektedir. Tezler araştırma tasarımı açısından ele alındığında ise nicel araştırma yönteminin yoğun olarak kullanıldığı görülmektedir. En az kullanılan yöntem ise karma yöntemdir.



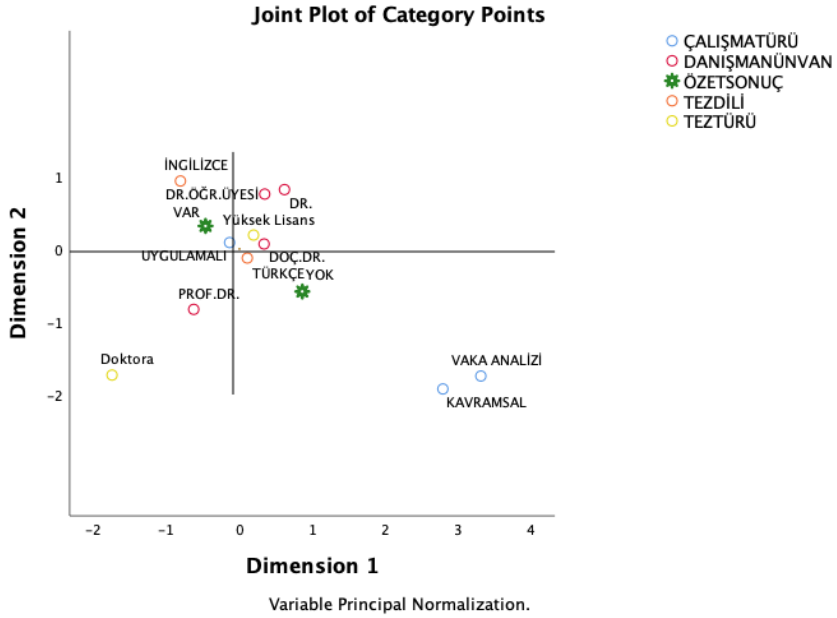
Görsel 1. Özet-Amaç Bakımından Değişken Düzeylerinin İki Boyutlu Öklid Uzayındaki Görünümleri

Şekil 1'e göre incelenen çalışmalar arasında özet kısmında amacın belirtilmediği çalışmaların genellikle kavramsal ya da vaka analizi olup, Doçent Dr. veya Dr. Öğretim Üyesi danışmanlığında tamamlanmış Türkçe yazılmış, yüksek lisans tezleri olduğu ve devlet üniversitelerinde tamamlandığı görülmektedir. Özette amacının belirtildiği çalışmalar ise genellikle uygulamalı, Profesör Dr. danışmanlığında Vakıf Üniversitelerinde İngilizce yapılmış yüksek lisans ve doktora çalışmalarıdır.



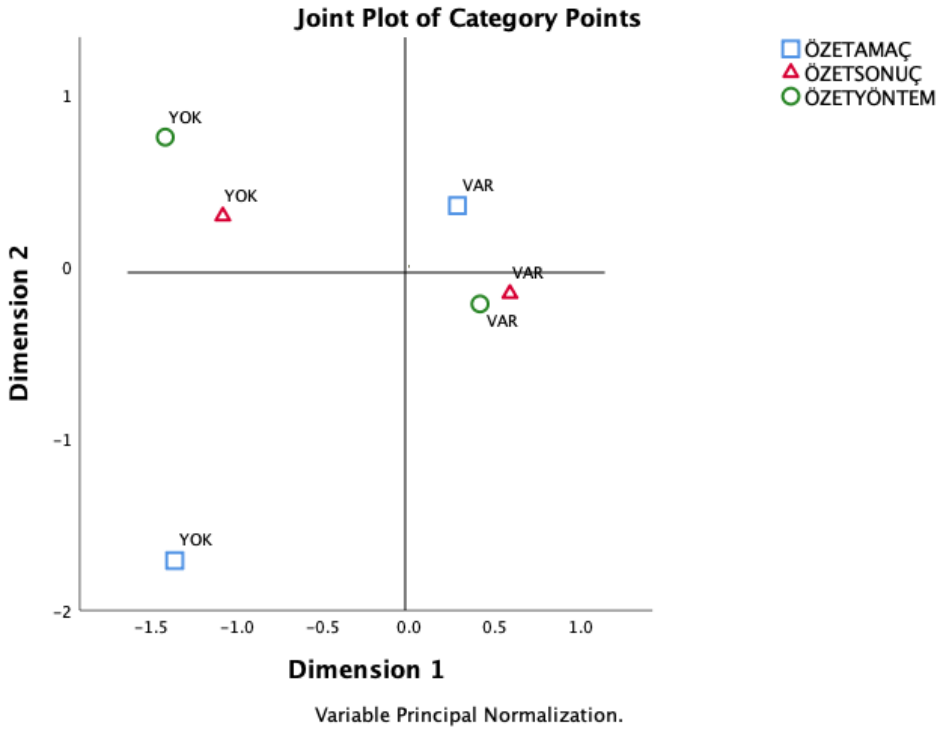
Görsel 2. Özet-Yöntem Bakımından Değişken Düzeylerinin İki Boyutlu Öklid Uzayındaki Görünümleri

Şekil 2 incelendiğinde özette yönteminin belirtildiği çalışmaların genellikle uygulamalı, Profesör Dr. danışmanlığında İngilizce ya da Türkçe doktora tezleri olduğu, özette yönteminin belirtilmediği çalışmaların ise genellikle kavramsal çalışma ya da vaka analizi olup, Doçent Dr. veya Dr. Öğretim Üyesi danışmanlığında tamamlanmış Türkçe yüksek lisans tezleri olduğu görülmektedir.



Görsel 3. Özet-Sonuç Bakımından Değişken Düzeylerinin İki Boyutlu Öklid Uzayındaki Görünümleri

Şekil 3 incelendiğinde özette sonucun belirtildiği tezlerin genellikle Dr. Öğretim Üyesi danışmanlığında tamamlanmış, uygulamalı, İngilizce ve yüksek lisans tezleri olduğu görülürken, tezler arasında özette sonucun belirtilmediği çalışmaların ise genellikle Doçent Dr. danışmanlığında tamamlanmış Türkçe, vaka analizi veya kavramsal yüksek lisans tezleri olduğu görülmektedir.



Görsel 4. Özet-Amaç-Sonuç-Yöntem Bakımından Değişken Düzeylerinin İki Boyutlu Öklid Uzayındaki Görünümleri

Şekil 4 incelendiğinde tezler arasında özette amacının belirtildiği çalışmaların genellikle yöntemine de değinen ve sonucunu da vurgulayan çalışmalar olduğu, yani bir bütün halinde özetin özenle hazırlandığı görülürken çalışmanın amacının özette belirtilmediği çalışmalarda (özetinde) yöntem hakkında ve sonuca dair de bir bilginin verilmediği görülmektedir.

Çizelge 6. Sonuç ve Öneriler Kısmı ile İlgili Bilgilere Ait Bulgular

Parametreler			**Yüksek Lisans**		**Doktora**	
			N	**%**	**N**	**%**
Sonuç ve Öneriler Kısmı ile İlgili Bilgiler	Diğer çalışmalar ile karşılaştırma yapılıp yapılmaması	**Var**	24	24.0	8	72.7
		Yok	76	76.0	3	27.3
	Öneri sunulup sunulmaması	**Var**	90	90.0	11	100.0
		Yok	10	10.0	-	-

Sonuç ve önerler kısmı ile ilgili belirlenen kriterlere Çizelge 6'da yer verilmektedir. Tezler sonuç kısmında diğer çalışmalarla karşılaştırma yapılma durumuna göre incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin %24'ü, doktora tezlerinin ise %72.7'si diğer çalışmalarla karşılaştırma yapmıştır. Tezler öneri sunulma durumuna göre incelendiğinde ise yüksek lisans tezlerinin %90'ı, doktora tezlerinin ise tamamı öneri sunmaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, 1999-2023 yılları arasında Türkiye'de yeşil pazarlama konusunda yazılmış ve YÖKTEZ veri tabanında yayınlanmış yüksek lisans ve doktora tezlerinin çeşitli parametreler kapsamında incelemesi ve böylece bu alandaki lisansüstü tezlerin durum analizi yapılarak, zaman içerisindeki eğilimlerin ortaya konması ve gelecekte yapılacak çalışmalara yön verebilecek durumların belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma kapsamından toplam 111 lisansüstü tez analize tabi tutulmuş, 4 ana başlık altında, 12 alt kritere ait kodlamalar yapılarak elde edilen bulgular çizelge ve görsellerle sunulmuştur. Çalışmanın analizleri sonucunda elde edilen bulguları şu şekilde özetlemek mümkündür. YÖKTEZ veri tabanı esas alındığında yeşil pazarlama konulu tezlerin 1999 yılında yazılmaya başlandığı ve konuyla ilgili tezlerin en çok 2019 ve 2021 yıllarında yazıldığı görülmektedir. Tezlerin %90.1'i yüksek lisans, %9.9'u doktora tezi olup, tezlerin çoğunluğu devlet üniversitelerinde (%67.6), Türkçe dilinde (%88.3) yazılan ve daha çok Prof. Dr. (%36) ünvanına sahip danışmanlarca yürütüldüğü sonucuna ulaşılmıştır. Tezlerin büyük çoğunluğunu yüksek lisans tezlerinin oluşturması (Bozyiğit ve Yaşa, 2012; Ayaz ve Türkmen, 2017, Tayfun vd., 2018), devlet üniversitelerinde daha çok tezin yazılması (Bakır, 2013, Gülmez vd., 2019; Şahin vd., 2019) önceki çalışmaların sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Yeşil pazarlama konusunda en çok tez Marmara Üniversitesi (%9) ve İstanbul Ticaret Üniversitesinde (%8.1) yazılmıştır. Yüksek lisans tezlerinin %82'sinde doktora tezlerinin ise %90.9'unda özet kısmında araştırma amacına yer verildiği tespit edilmiştir. Özet kısmında araştırma yönteminin bulunma durumuna bakıldığında ise yüksek lisans tezlerinin %76'sında, doktora tezlerinin ise %90.9'unda bulunduğu belirlenmiştir. Ayrıca doktora tezlerinin özetlerinde çalışmanın en az bir bulgusunun yer alma oranı (%81.8) yüksek lisans tezlerine (%63) göre daha yüksektir. Bu bulgu Tayfun vd. (2018) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Bu bulgulardan hareketle ileride yazılacak lisansüstü tezlere araştırmanın özet bölümünde amaç, yöntem ve araştırmanın önemli temel bulgularına yer verilmelidir.

Lisansüstü tezlerde model veya hipotez veya araştırma sorusunun bulunma durumu incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin %47'sinde, doktora tezlerinin ise tamamında modelin yer aldığı görülmektedir. Yüksek lisans tezlerinin %67'sinde hipotez yer alırken, bu oran doktora tezlerinde ise %72.2'dir.Tezler çalışma türü açısından tezler incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin büyük çoğunluğu, doktora tezlerinin ise tamamının uygulamalı çalışmalardan oluştuğu ve nicel araştırma yönteminin (anket) en çok kullanılan yöntem olduğu görülmektedir. Bu bulgu birçok çalışma ve Bahar (2023) tarafından yapılan sosyal medya pazarlaması konulu çalışma ile de benzerlik göstermektedir. Bunun nedeni en hızlı ve kolay veri toplama yönteminin anket yöntemi olarak görülmesi gösterilebilir. Anket dışında diğer yöntemlerin

kullanıldığı çalışmaların yapılması alana önemli katkılar sağlayabilir. Tezler sonuç kısmında diğer çalışmalarla karşılaştırma yapılma durumuna göre incelendiğinde yüksek lisans tezlerinin %24'ünün, doktora tezlerinin ise %72.7'sinin diğer çalışmalarla karşılaştırma yaptığı sonucuna ulaşılmıştır. Daha sonra yapılacak çalışmaların sonuç kısmında diğer çalışmalarla olan benzerliklere daha fazla yer verilmelidir.

Bu çalışma ile hem lisansüstü eğitim almayı isteyen ve alan öğrencilere hem de ilgili alanyazına önemli katkılar sunulduğu düşünülmektedir. Ancak araştırmanın en önemli kısıtı sadece YÖKTEZ'de yer alan ve erişime açık olan tezlerin incelenmesidir. Son olarak daha sonra yapılacak çalışmalara, bu çalışmada kullanılan parametreleri kullanarak farklı ve güncel konular üzerinden alanlardaki makaleleri, bildirileri ve tezleri incelemeleri önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Altunışık, R., Torlak, Ö. (2006). Türkiye'de Pazarlama Araştırmalarının Genel Bir Değerlemesi ve Nitel Yöntemlerin Artan Önemi. Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, cilt.1, sa.1, 56-72.

Arı, G. S., Armutlu, C., Tosunoğlu, N. G., Toy, B. Y. (2009). Nicel Araştırmalarda Metodoloji Sorunları: Yüksek Lisans Tezleri Üzerine Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, cilt.64, sa.4, 16-37.

Ayaz, N., & Türkmen, B. M. (2018). Yöresel yiyecekleri konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research, 2(1), 22-38.

Babacan, Ş., Demir, M., Tunca, B., & Saraçlı, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Psikolojik Boyutlarının Çoklu Karşılık Getirme Analizi ile İncelenmesi. Nicel Bilimler Dergisi, 3(2), 118-132.

Bahar, R. Ulusal Pazarlama Yazınında Sosyal Medya Pazarlaması Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(15), 115-131.

Bakır, N. O. (2013). "Pazarlama Alanında Yapılan Doktora Tezlerinin Kategorik Olarak Değerlendirilmesi (1994-2012)", Öneri Dergisi, 10(40),1-13.

Bauer, M. W. (2003). Classical Content Analysis: A Review. In M. W. Bauer & G. Gaskell (Eds). Qualitative researching with text, image and sound London: Sage Publication.

Bozyiğit, S., Yaşa, E. (2012). "Araştırmacıların Pazarlama Alanına Bilimsel Katkıları: Pazarlama Konusunda Yapılan Lisansüstü Tezlere İlişkin Bir Araştırma", 17. Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, 54-110.

Gülmez, M., Yalçıntaş, D., Kurtulgan, A., Özbay, M. (2019). "Türkiye'de Pazarlama Alanında Yazılan Doktora Tezlerinin İncelenmesi", Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 16(1), 61-72.

Şahin, E.T., Karaaslanoğlu, F., Akınet, M., (2019). "Türkiye'de Pazarlama Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Analitik İncelemesi (2013-2018)", Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 4(3), 260-269.

Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Eren, A., Özekici, Y. K. (2016). "Turizm Alanında Yazılan Lisansüstü Tezlere Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz", Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi, (1), 50-69.

Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç., & Durmaz, M. (2018). Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile İlgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 523, 547.

Tektaş, Ö. Ö. (2011). Endüstriyel Pazarlama Alanında 2000-2010 Yılları Arasında Yapılan Çalışmaların Kategorik Olarak İncelenmesi. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, cilt. 66, sa. 2: 121-168

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK İLE BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN YÖNETİM YAZININDAKİ YANSIMALARI

Öğr.Gör.Dr., Fulya GÜNGÖR

Balıkesir Üniversitesi, , 0000-0002-4400-5677

ÖZET

Türkiye'de girişimcilik ile ilgili çalışmalar ve raporlar her geçen gün sayıca artmaktadır. Girişimciliğin ekonomik, politik, teknolojik ve eğitim gibi boyutları ele alınırken kültür ve alt boyutları ile olan ilişkisinin incelendiği çalışmaların sınırlı olduğu söylenebilir. Bu kapsamda kültür boyutu olan belirsizlikten kaçınma ve girişimcilik arasındaki ilişki ve bunun Türkiye'de yapılan girişimcilik çalışmalarına olan yanısıması incelenmiştir. Araştırmada; girişimciliğin temel özelliklerinden olan risk alma faktörü ve yüksek belirsizlikten kaçınma toplumsal özelliğine sahip olduğu düşünülen Türk kültürü arasındaki ilişkiye dair yazınsal olarak yapılan çalışmalar içerik analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre; Hofstede'nin literatüre kazandırdığı belirsizlikten kaçınma kültür boyutu temel alınarak, girişimciliğin risk alma faktörü ilişkilendirilmiştir. Bu ilişkinin belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumumuzda girişimciliği etkilemesi beklenmiştir. Türkiye'de yapılan girişimcilik çalışmalarına bu ilişkinin yansıması beklenenden düşük olmasına rağmen güncel çalışmalarda ele alındığı görülmektedir. Mevcut çalışmalar incelendiğinde, tespit edilen sonuçlar araştırmanın beklentisi ile çelişmemektedir. Ancak yazınsal alanda belirsizlikten kaçınma ile Türkiye'de girişimcilik arasındaki ilişkiye dair bir genelleme yapılması için yeterli çalışmanın yer almadığı görülmektedir. Bu nedenle nitel ve nicel yöntemlerle yapılan araştırmalar genişletilmeli ve belirsizlikten kaçınmayı etkileyen alt boyutlar tespit edilerek, tüm boyutların ele alındığı çalışmaların yapılması önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Belirsizlikten kaçınma, girişimci, toplumsal kültür, risk eğilimi.

1.GİRİŞ

Günümüz dünyasında insanlar ihtiyaçlarının neredeyse tamamını ürün ve hizmet satan işletmelerden karşılamaktadır. Girişimcilik yeni iş alanlarının açılarak, ekonominin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Özcan vd., 2018, s.37). Bu durum ise girişimciliğin giderek daha da önemli hale gelmesine neden olmaktadır.

Kültür ile ilgili dünya genelinde yapılmış en büyük çalışmalardan birini gerçekleştiren Hofstede'e göre kültür; insan gruplarını diğer gruplardan ayıran ortak bir zihinsel yazılımdır (Hofstede, 1984, s. 21). Kuşkusuz kültürler arası farklılaşma değişik kültürlerde yaşayan insanların da farklı bir biçimde kavramalarına, düşünmelerine, değerlendirmelerine ve davranmalarına neden olmaktadır (Sargut, 2015, s. 62). Bu noktada kültürel bir unsur olan belirsizlikten kaçınmanın girişimcilik açısından değerlendirilmesine gerek duyulmaktadır. Hoftede'in çalışmasına göre, belirsizlikten kaçınma seviyesi yüksek olan ülkelerde insanlar,

risk almayı sevmezler; belirsizlikten kaçınma seviyesi düşük olan ülkelerde ise insanlar, risk almaya daha eğilimlidirler (Akdeniz & Seymen, 2012, s. 2012). Her girişim bir risk taşıdığından belirsizlikten kaçınma seviyesi ile girişimcilik arasında negatif bir ilişkinin olacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada ilk olarak, girişim, girişimcilik ve Türkiye'de girişimcilik kavramları, ikinci olarak kültür ve belirsizlikten kaçınma seviyesi kavramları açıklanmakta, üçüncü olarak, girişimcilik ile belirsizlikten kaçınma seviyesi arasındaki ilişki ve Türkiye'de belirsizlikten kaçınma boyutu ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen yazınsal gelişim incelenmekte, son olarak ise sonuç ve öneriler yer almaktadır.

2. GİRİŞİM VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAMLARI

Küreselleşme, her gün bir yenisi ile mücadele etmek zorunda kalınan ekonomik krizlerle birlikte ekonomik büyüme, istihdam, yeni pazarlar, yeni fikirler ve iş alanlarının yaratılması ve bunların piyasaya sunulması gibi birçok faktör dünya ekonomileri üzerinde büyük bir baskıya neden olmuştur. Bu bağlamda kâr amacı güden ticari işletmeler ve kâr amacı gütmeyen diğer sektörlerde yeni bir organizasyon kurarak değer yaratmak ve girişim isteği giderek artan bir önem kazanmıştır (Arthur & Hisrich, 2011, s. 1).

Bugün girişim; geçmişte kullanılan "teşebbüs", girişimci ise "müteşebbis" kavramları yerine kullanılırken; günlük hayat ve iktisadi çerçevede girişim (enterprise); bir işe başlama, harekte geçme veya başlama durumunu, girişimci (entrepreneur) ise; girişim durumunu gerçekleştiren, girişken kişi tanımını karşılamaktadır (Aytaç & İlhan, 2007, s. 102). Tarihsel olarak baktığımızda girişimci diye Türkçe'ye çevrilen "entrepreneur" Fransızca kelime "entreprendre"den gelmektedir ve anlamı bir şey yapmaktır (Aktoprak, 2008). Girişimcilik ise, girişimcinin hali hazırda yaptığı işi ifade ederken, girişimsel, girişimcinin sahip olduğu yaklaşımı; girişimsel süreç ise girişimcinin "ne ile meşgul" olduğunu ifade etmektedir (Arıkan , 2002, s. 27).

Girişimcilik kavramı esas itibariyle kapitalist sistemin bireylere sunduğu en önemli kariyer opsiyonlarından biri olarak değerlendirilmektedir. Aslında girişimcilik ruhu denilen kavram, özel mülkiyet mantığının kalbinde yatmaktadır (Çetin, 2012, s. 18-19). Girişimcilik, gerekli zaman ve çabayı harcayarak, beraberindeki mali, psişik ve sosyal riskleri üstlenerek ve sonuçta ortaya çıkan para, kişisel tatmin ve bağımsızlık ödüllerini alarak değer yaratan, yeni bir şey yaratma sürecidir (Arthur & Hisrich, 2011, s. 6). Girişimcilik; farklı aktörlerin, fırsatları ve kaynakları göreli değerleri üzerinde çıktılara çevrilmesi ve bunları yaparken farklı fikirlere sahip olunmasıyla ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle girişimcilik teorisi, kaynakların değeri hakkındaki inançların/fırsatların heterojenliğine odaklanmaktadır (Alvarez & Busenitz,, 2001, s. 756).

Araştırmacılar açısından girişimcilik için kuramsal çerçeve oluşturmadaki en büyük engel onun tanımı olmuştur (Venkatarama & Shane, 2000, s. 218). Çünkü girişimcilik, tüm alanlar için geçerlidir ve girişimcilik mimarlık, işletme, eğitim, mühendislik, hukuk, tıp ve psikoloji gibi tüm meslek dallarında da bulunur. Öyle ki birçok alanla birlikte montaj hattı,

uçak, bilgisayar, kontakt lens, DNA ve parmak izi vb. birçok gelişme girişimcilik sayesinde olmuştur. (Hisrich, Langan-Fox, & Grant, 2007, s. 576).

Girişimcilik ve girişimci ile ilgili; R. Cantillon (1755), girişimcilerin kendi kendini istihdam ettiğini; A.Marshall (1890) girişimciler ve yöneticilerin farklı ama tamamlayıcı özelliklere sahip olduğu; J. Schumpeter (1911), girişimciliğin bir ekonomiyi, girişimcinin ise, bireylerin kombinatoryal yeteneklerine bağlı olarak statik dengeden ileriye taşıyan temel araç olduğunu; Gerhard Raab, Yvonne Stedham Michael Neuner (2005) ise, girişimcinin başarma güdüsü yüksek, risk alabilen, rekabetçi, belirsizlikle mücadele edebilen, kendine güveni ve empati yeteneği olan, iletişimi güçlü, takım olarak çalışabilen kişi şeklinde tanımlamalar yapılmıştır (Salgado-Banda, 2005; Braunerhjelm, 2010; Ercan & Gökdeniz, 2009; Çögürcü, 2016; Santana, 2017). Görüldüğü gibi girişimcilik birçok araştırmacı tarafından farklı perspektiflerden görülmüştür. Ancak çoğu tanımın yenilik, kaynak kullanımı, örgütlenme, zenginlik yaratma ve risk alma gibi bazı ortak yönleri bulunmaktadır (Hisrich, 1992, s. 54).

Girişimcilik ile ilgili dört farklı boyut tanımlanmaktadır. Birincisi, yeni-iş cesareti boyutu, firmanın mevcut ürünleri ya da pazarları ile ilgili yeni işlerin alanlarının/pazarlarının takip edilmesi ve girilmesi anlamına gelir. İkincisi, yenilikçilik boyutu yeni ürünlerin, hizmetlerin ve teknolojilerin oluşturulmasını ifade eder. Üçüncüsü, kendini yenileme boyutu, strateji reformu, yeniden örgütlenme ve örgütsel değişimi vurgulamaktadır. Son olarak, proaktiflik boyutu, rekabet gücünün artırılmasında üst yönetim yönelimini yansıtır ve inisiyatif ve risk alma, rekabetçilik, saldırganlık ve cesaret içerir (Antoncic & Hisrich, 2001, s. 495). Girişimciliği, dolayısıyla kendi işini yaratan kişi sayısını arttırmak için, başta aşağıdakiler olmak üzere, bağımsız yaşam tarzı ve rol modeller yaratma, profesyonel destek sistemleri, yeni teknolojiler ve girişimcilik alanında eğitimleri arttırmak gibi birçok motive edici faktörlere ihtiyaç vardır (Burduş, 2010, s. 36; Hisrich, 1990, s. 210-215).

Özetle, girişimci; ekonomik kaynakların organizatörü ve koordinatörü (Hebert & Link, 2007, s. 265), yaratıcı fikirlere sahip ve mevcut teknolojileri geliştiren (Bozkurt, vd., 2012, s. 232), girişimi başlatan, sistemi harekete geçiren ve işleten kişi olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalar; yeni iş yaratan, bazı önemli fırsatları belirleyerek kar ve büyümeyi hedefleyen ve amaçlara ulaşmada risk alan girişimcinin araştırmalara göre; kişisel yeteneklere güven, anında sonuç alma arzusu, kabul edilebilir risk alma, sorumluluk üstlenme, liderlik, bağlılık ve belirsizliklere karşı tolerans gibi çeşitli özelliklere sahip olduğunu belirtmektedir (Burduş, 2010, s. 35; Hebert & Link, 2007, s. 264).

3.TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK

Girişimcinin yatırım kararını etkileyen faktörlerin başında; ülkenin kurumlarının altyapı imkânlarının, makroekonomik istikrarının, sağlık ve ilköğretim koşullarının, verimli büyüme için ise; yüksek öğrenim ve eğitim, işgücü piyasası verimliliğinin, mali piyasaların gelişmişliğinin, teknolojik hazırlık ve pazar büyüklüğünün, yenilik ve entelektüel faktörlerin ne derece yaygın olduğunun belirlenmesi gelmektedir (Bayrakdar, 2011, s. 245-264). Türkiye'de girişimciliğin evriminde ve geleceğinde bu faktörlerin çok boyutlu olarak incelenmesi ve ilişkilendirilmesi gerekmektedir.

Arıkan (2002), Türkiye'de çok kaba çizgileriyle girişimcilerin gelişimini, Osmanlı İmparatorluk Dönemi, Cumhuriyet Dönemi'nin ilk yılları, 1950-1980 dönemi ve 1980 ve sonrası dönemi olarak dört kategoride değerlendirmektedir (Arıkan , 2002, s. 13). Bu dönemler arası artan girişimci sayısı ve politikaları birçok sorunla karşılaşmaktadır. Ekonomik ve siyasi altyapının yetersizliği her dönemin ortak sorunu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'de iç piyasanın kârının korunmaya çalışıldığı, siyasi ve ekonomik belirsizlikler nedeniye yaşanacak risklerden kaçınmak için kısıtlanan finansal liberalizasyon hareketleri ve uzak durulmaya çalışılan global rekabet ortamı nedeniyle kapalı bir ekonomik model yaratılmıştır (Sönmez & Toksoy, 2014, s. 41-58). Ancak Türkiye'de girişimciliğin performansı makroekonomik gelişmelere paralel bir seyir izleyerek 1963 yılından 1990'lı yıllara kadar iniş ve çıkışlara rağmen her yıl kurulan firma sayısı ile artış göstermektedir (Çokgezen, 2012, s. 47). Girişimcilik ile ilgili Türkiye 'de gerçekleşen en önemli adım 1990 yılında kabul edilen "Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı Kurulması Hakkında Kanun" ve kimi düzenleme ve değişikliklerle bugünkü şeklini alan "KOSGEB" olmuştur (Örki, 2016, s. 74).

Karşılaştırma yapılan ülkeler arasında Türkiye'nin birkaç faktör dışında her alanda geri kaldığı görülmüştür. Altyapı konusunda sorunları olan Türkiye'de girişimcilik performansı da zayıftır. Uluslararası girişimcilik endeksinde kullanılan 100 yetişkin içinde şirket kuran insanların sayısına bakıldığında, Türkiye 29 ülkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. (Çetindamar, 2002, s. 23).

Dünyada ve Türkiye'de risk sermayesi ve inovasyon finansmanına yönelik incelemeler ve karşılaştırmalar da yapılmıştır. Türkiye'de bu doğrultuda gerekli yasal düzenlemeler yapılmış ve hükümetler tarafından ilgili kurum ve kuruluşlar hayata geçirilmiştir. Bu kurumların bazıları özerk yapıda olmakla beraber büyük bir çoğunluğu kamuya ait finans kurumları bünyesinde olduğu tespit edilmiştir. Yapılan incelemeler sonucunda Türkiye'de risk sermayesi kullanım oranı gelişmiş ülkelere oranla oldukça düşük düzeyde olduğu görülmüştür (Yiğit & Güner, 2008, s. 273).

Girişimci sayısını artırmak tek başına yeterli değildir. Toplumda, kültürel olarak rekabet ruhunu destekleyen, girişimcileri cesaretlendiren ve bunu temellendirmiş bir sosyal ve kültürel ortam oluşturulmalıdır (Güney & Çetin , 2003, s. 207). Türkiye'de girişimciliğin gelişmesi için girişimcinin niteliğini ve özelliklerini geliştirecek, istihdam yaratmak ve ekonomik büyümeyi hızlandıracak işlevsel bir girişimcilik kültürü oluşturulmalıdır. Bu kültür nesilden nesile aktarılarak ülkenin kalkınmasında önemli bir rol oynayacaktır (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu, & Alparslan , 2012, s. 229).

Pevlivanoğlu ve Kayan (2019), çalışmalarında Türkiye'nin girişimcilik konusunda geçmiş ve mevcut verilerini inceleyerek girişimcilik ile ilgili sahip olduğu güçlü ve zayıf yönleri ile tehdit ve fırsatları tespit ederek mevcut durum analizi yapmışlardır. Tespit ettikleri unsurlar şu şekilde sıralanmıştır: (Pehlivanoğlu & Kayan, 2019, s. 72)

Çizelge 1. Türkiye'nin Girişimcilik Konusunda Mevcut Durum Analizi

<table>
<tr><th>Güçlü Yönleri</th><th>Zayıf Yönleri</th></tr>
<tr><td>• Genç nüfus oranının yüksek olması, geniş iç pazar, iş kurma kolaylığı, Avrupa ve Asya pazarlarına yakınlık ve güçlü ulaşım ağı, devletin girişimciliğin geliştirilmesi için verdiği mali destekleri, son yıllarda devlet tarafından Ar-Ge'ye ayrılan payın artması, farklı ekonomik faaliyet alanlarının bulunması, TGB, TEKMER, OSB vb. girişimciliğe yönelik mevcut fiziki altyapı, firmaların yüksek adaptasyon kabiliyetine sahip olması, küreselleşmeye karşı genelde olumlu bir tutum olması</td><td rowspan="6">Düzenleyici çerçeve ile ilgili zayıf yönler
• Fikri mülkiyet haklarının korunmasındaki zorluklar, bürokratik engeller, sık yapılan mevzuat değişiklikleri ve bunun takibi güçleştirmesi, vergi oranlarının yüksek olması ve vergi düzenlemelerinin karmaşıklığı, sosyal girişimciliği kolaylaştırıcı ve teşvik edici kanuni düzenlemelerin yetersizliği
Piyasa koşulları ile ilgili zayıf yönler
• İnovatif ürün talebinin yetersiz olması ve iç talebin sofistike olmaması
Finansa erişim ile ilgili zayıf yönler
• Tüzel kişilik oluşmadan kredi ve kredi garantisi verilmemesi, kamuda destek veren kurumlar arasındaki koordinasyon eksikliği, devlet desteklerinin uygulamasındaki katılık, girişimcilerin mali kaynaklara erişmelerindeki zorluklar, risk sermayesi sisteminin gelişmemiş olması
Bilgi birikiminin oluşması ve yayılması ile ilgili zayıf yönler
• Özel sektörün Ar-Ge çalışmalarına yeterli kaynak ayırmaması, girişimciler, KOBİ'ler ve büyük işletmeler arasındaki iş birliğinin zayıf olması
Girişimcilik yetenekleri ile ilgili zayıf yönler
• Doğru karar verme, yaratıcı düşünme, çözüm üretme ve planlama yeteneklerinin zayıf olması, girişimcilik eğitiminin içerik olarak zayıf kalması, girişimcilik yetenek ve kabiliyetlerinin düşük olması
Kültürel zayıf yönler
• Medyanın girişimciliğin doğru algılanması adına yeterli rol üstlenmemesi, girişimciliğin önemi konusundaki farkındalığının düşük olması.</td></tr>
<tr><th>Tehditler</th></tr>
<tr><td>• Türkiye'nin enerjisini ve kaynaklarını, iç ve dış tehditler nedeniyle, yenilikçi ve verimli ekonomik alanlar yerine savunma ve güvenlik amaçlı kullanmak zorunda kalması
• Yenilikçi ürün talebinin artmaması, Türkiye'nin en büyük ticaret ortağı olan Avrupa Birliği pazarındaki ekonomik sorunların derinleşmesi (Brexit ve İtalya bütçe sorunu gibi) ve büyümenin yavaşlaması, makroekonomik ortamın bozulma eğiliminde olması ve döviz kurlarındaki artış, bölgedeki siyasi ve ekonomik risklerin artmasından kaynaklanan tehditler.</td></tr>
<tr><th>Fırsatlar</th></tr>
<tr><td>• Ortadoğu, Afrika ve Asya pazarlarındaki muhtemel genişleme, küresel ölçekte önemi giderek artan "yeni orta sınıf"; genç nüfusun yeni fikirler üretme ve işgücü kaynağı olması dolayısıyla sağlayacağı imkânlar.</td></tr>
</table>

Kaynak: Pehlivanoğlu & Kayan, 2019 *Türkiye'de Girişimcilik:Mevcut Durum Analizi ve Çözüm Önerileri,* Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 58-78, s. 72

Türkiye'de girişimcilik ile ilgili yapılan tüm çalışmalar girişimcilik engelleri üzerinde ekonomik, siyasi, eğitim ve teknoloji gibi alt yapısal sorunların tespitine ağırlık vermektedir. Ölçülmesi kolay, belirgin bu problemlerin yanı sıra görülmektedir ki, teşviklerin ve alt yapının yeterli düzeyde olması durumunda dahi kültürel olarak benimsenemeyen girişimcilik özellikleri bazı bölgelerde istenilen oranda girişimcilik başarısı gösterememektedir. Buradan yola çıkarak Türk kültürü boyutları ve girişimcilik arasındaki ilişki incelenerek mevcut durumun analiz edilmesi ve geleceği ile ilgili çözüm yolları üretilmesi gerekmektedir.

4. KÜLTÜR VE BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA SEVİYESİ

4.1 Kültür

Hofstede kültürü "insan gruplarını diğer gruplardan ayıran ortak bir zihinsel yazılımdır" şeklinde tanımlamıştır (Hofstede, 1984, s. 21). Literatür kültür tanımlarıyla doludur. Bazı

araştırmacılar kültürü; normlar, değerler, duygular, düşünceler, roller, kurallar, davranışlar, inançlar, tutumlar ve beklentiler ile tanımlanırken; başka bir grup; ekonomi, politika, hukuk, din, dil, eğitim, teknoloji, endüstriyel çevre, toplum veya pazar gibi kültürün içermediği kavramlarla açıklamaktadır (Tayeb, 1994, s. 430).

Kültürler arası farklılaşma değişik kültürlerde yaşayan insanların da farklı bir biçimde kavramalarına, düşünmelerine, değerlendirmelerine ve davranmalarına neden olmaktadır (Sargut, 2015, s. 62). Bu durumun farklı kültürel özelliklere sahip toplumların girişimci ve girişimcilik özelliklerini de etkilemesi beklenmektedir.

Toplum kültürü üzerine yapılan araştırmaların öncüsü olan Hofstede (1980), altı yıllık süre boyunca 40 bağımsız ulusun kültürlerini inceleyerek; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erillik – dişillik, bireycilik, toplulukçuluk gibi kültür boyutları tanımlamıştır. Ulus kültürü tanımlarken bir ulus içindeki ortak unsurlara, normlara atıfta bulunulmuştur (Hofstede , 1980, s. 44). Bu çalışmada Hoftede kültür boyutlarından belirsizlikten kaçınma ele alınmaktadır.

4.2. Belirsizlikten Kaçınma

Toplumlar geçmiş, şimdi ve geleceğin gerçekliğinde sıkışıp kalmakta ve geleceğin bilinmezliğiyle yaşamak zorundadır. Bazı toplumlar bu belirsiliğiz kabul etmeyi ve bundan rahatsız olmamayı öğrenebilirken, bazı toplumlar belirsizlik karşısında güvensiz ve kaygılı bir yaşama sahip olmaktadır (Hofstede, 1983a, s. 45). Kültürel miraslar genetik olarak aktarılmaz; prensip olarak doğru zamanda doğru yerde bulunan herhangi bir insan tarafından elde edilebilirler. Doğduğumuz günden itibaren kültür dediğimiz zihinsel programlamayı edinmeye başlarız ve süreç devam eder (Hofstede & Bond, 1988, s. 7).

İnsanların belirsizlik içeren ortamlara uyum göstermekte önemli sorunlarla karşılaştıkları bilinmektedir. Bilginin yanlış olduğu ya da açık olmadığı, karmaşıklığın var olduğu, değişmelerin hızlı ve kestirilemez bir biçimde geliştiği ortamlarda kişiler kendilerini tehdit altında hissederler. Bireyler böylesi ortamlarda etkili davranabilme yeteneklerine bağlı olarak farklılaşırlar. Belirsizliği kabul etme düzeyi yüksek olan bireylerin bilgilenmeye özen gösterdikleri, ipuçlarını yorumlama eğiliminde oldukları ve bilgi iletme becerilerinin yüksek olduğu görülmektedir. Bu kişiler, belirsizlik ve bilgi yükü altında uygun ve esnek davranışlar sergileyebilirler (Sargut, 2015, s. 180). Belirsizliğin az olduğu toplumlar yeniliklere ve farklılıklara karşı daha önyargısız olurken; belirsizliğin yoğun olduğu toplumlar kurallara göre hareket etmeyi güvenli bulmaktadır (Dursun, 2013, s. 52). Bu kişilerde geleceğin tahmin edilememesi, stresli ve kaygılı bir yaşam tarzı, yoğun iş stresi ve geleceğe karşı endişeli olmadı durumuna neden olmaktadır (Saylık , 2019, s. 1867).

Hofstede'nin tanımladığı belirsizlikten kaçınma boyutu da; belirsizliğin insanlar için endişe kaynağı olduğu kabulüne dayanmaktadır. Bu boyut, insanların belirsiz ve şüphe uyandıran durumlarda kendilerini ne derece huzursuz ve tedirgin hissettiklerini ifade etmektedir. Hızlı ve öngörülemeyen değişimler, yetersiz bilgi seviyesi ve karmaşıklık durumunda insanların duyacağı tedirginlik ve belirsizlikten kaçınma olarak açıklanmaktadır (Hofstede, 1980, 45; Hofstede, 1983a, s. 81). Yaptığı çalışma sonucunda örneğin; Latin Avrupa, Latin Amerika, Yunanistan ve Türkiye gibi Akdeniz ülkeleri ile Japonya ve Kore gibi ülkeler güçlü

belirsizlikten kaçınma, diğer Asya ülkeleri orta-zayıf; Almanca konuşulan ülkeler, İsrail, Finlandiya orta -güçlü; Danimarka, İsveç, Büyük Britanya, İrlanda, Hollanda, ABD, Norveç ve diğer Anglo ülkeleri zayıf belirsizlikten kaçınma özellikleri gösterdiği sonuçlarını elde etmiştir (Hofstede, 1983a, s. 45).

Belirsizlikten kaçınmanın düşük ve yüksek olduğu toplumlarda veya örgütlerde aşağıdaki özellikler mevcuttur: (Hofstede, 1984a, s. 142; Emre, 2007, s. 60; Akdeniz ve Seymen, 2012, s.202).

Çizelge 2. Belirsizlikten Kaçınmanın Düşük ve Yüksek Olduğu Örgütlerin Özellikleri

Düşük Belirsizlikten Kaçınma	Yüksek Belirsizlikten Kaçınma
Belirsizlikten kaçınılamaz.	Belirsizlik tehlikelidir ve azaltılması gerekir.
Duygular gizlenmemelidir.	Duygular gizlenmelidir.
Karmaşık durumlarda rahat olunup, risk alınmalıdır	Karmaşık durumlar önlenmeli ve riskten kaçınılmalıdır.
Kurallar esnek olmalıdır. Üstlere ya da işverenlere kesin bağlılık pek görülmez	Kurallar katı olmalıdır
Farklı olanlara karşı merak vardır. Değişmelere, yeniliklere ve farklılıklara karşı duygusal tepkiler fazla değildir	Farklı olan tehlikeye sebep olur. Yeniliğe direnç vardır
Bireylere tartışmaya ve öğrenmeye dönüktür.	Bireyler düzene ve doğrulara dönüktür
Kurallar gerektikleri kadar vardır.	Kurallar gerekmeseler de vardır.
Dakiklik ve titizlik öğrenilmelidir.	Dakiklik ve titizlik insanın doğasında vardır.
Tembellik yapmaktan rahatsız olunmamalıdır.	Devamlı meşguliyet durumu vardır. Zaman, paradır
Bireylerde kaygı düzeyi düşüktür, Belirsizlikler tehdit olarak kabul edilmez. Tam tersi ortadan kaldırılması gereken bir durum olarak algılanır.	Bireylerde, kaygı düzeyi yüksektir, güvensizlik ve tehdit edilmişlik duygusu içindedirler
Gençlere yönelik tutum olumludur. Kuşaklar arasında mesafe fazla değildir, çocukların kurallara uymaması durumunda esneklik sağlanır	Gençlere yönelik tutum olumsuzdur. Kuşaklar arasında mesafe fazladır, çocukların büyüklerin koyduğu kurallara uyması sağlanır
Törensel davranışlar azdır.	Törensel davranışlar çoktur.

Kaynak: Hofstede, G. (1984a). *Culture's Consequences: International Differences İn Work-Related Values.* Sage. Emre, S. (2007). Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması. *İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi* Akdeniz, D., & Seymen, O. A. (2012). Diagnosing National And Organizationaliagnosing National Culture Differnces: A Reserach In Hotel Enterprıses. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 198-217.

Hofstede (1983)'in, 50 ülke üzerinde yaptığı çalışmada Türkiye'nin, belirsizlikten kaçınma kültürüne sahip ve risk almaya karşı daha tedirgin bir yapıda olduğu görülürken (Hofstede, 1983; Gümüşok & Güllüpunar, 2016, s. 479); GLOBE verilerine göre, Türk kültürel değerlerinin, inançlarının ve kültürel boyutlarının yönetim, lider ve çalışma tarzlarında etkili olduğu (Cuhadar & Rudnák, 2022, s. 96) ve kurumların genel olarak belirsizlikleri azaltmak için törelere, geleneklere ve bürokratik uygulamalara orta derecede dayandıkları görülmektedir (Bodur & Kabasakal, 2002, s. 14).

Kültürel farklılıklar, coğrafi fırsat ve engeller, ekonomik etmenler kişilerin tercih nedenlerini etkileyen önemli unsurlardır. Dolayısıyla bu unsurların oluşturduğu sosyo-kültürel yapı, ekonomik kalkınmanın temel taşlarından olan girişimciliğin çeşitlendirilmesini, yeniliklerin yaratılmasını, girişimci sayısı ve yenilikçi girişimlerin niteliğini etkilemektedir (Ersoy, 2010, s.

75). Bu anlamda istenilen niteliği, teknolojik ve ekonomik üstünlüğü sağlamak için Hofstede'e göre ihtiyaç duyulan şey, yönetim teorilerine daha fazla kültürel duyarlılık ile yaklaşılmasıdır. Tek bir ülkenin entelektüel çabası yerine farklı kaynaklardan gelen fikirler arasında yaratılacak bir sinerji, ekonomik gücün daha geniş bir şekilde dağıldığı bir dünyanın var olmasına katkı sunacaktır (Hofstede, 1983a, s. 89).

5. TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK İLE BELİRSİZLİKTEN KAÇINMA ARASINDAKİ İLİŞKİNİN YÖNETİM YAZININDAKİ YANSIMALARI

Alanyazın incelemesi sonucunda; girişimciliğin; *örgüt kültürü* (Uğurlu & İbrahimoğlu, 2013), *kültürel çevre* (Ersoy, 2010;Fiş & Wasti, 2009), *kültürlerarası karşılaştırmalar* (Nurmakhamatuly & Güney, 2007;Günay & Göktan, 2012; Karadeniz, 2018), *kültür* (Güney & Çetin , 2003; Okutan & Balaban, 2014; Özdemir, 2014; Yazıcı & Şahin, 2006; Demirel & Tikici, 2004) *sosyolojik perspektif* (Aytaç & İlhan, 2007), *Hofstede'nin kültür boyutları* (Saylık , 2019), *bireyci-toplumcu kültür* (Çarıkçı & Koyuncu, 2010; Emre, 2007), *Hofstede'nin örgüt kültürü* (Öncül, Deniz, & İnce, 2016) gibi kültürle ilişkilendirildiği birçok değişken ile çalışıldığı görülmektedir. Bu anlamda, girişimcilik ile kültür arasındaki ilişkinin çok değişkenli bir nitelik kazandığı, ancak *belirsizlikten kaçınmanın* doğrudan incelendiği yeterli sayıda çalışmanın yer almadığı görülmüştür.

Yazında doğrudan girilimcilik ile belirsizlikten kaçınma arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar; Ülgen (2005) ve arkadaşları, kadın girişimcilerin (Ülgen, Aktaş, & Aslan, 2017); Şanal ve Kaya (2018) etnik girişimci işletmelerin belirsizlikten kaçınma ile ilişkisi (Şanal & Kaya, 2018); Erdem (2001), girişimcilerde risk alma eğilimi ve belirsizliğe karşı tolerans (Erdem, 2001) şeklindedir.

Türk yazınında girişimcilik ile ilgili çalışmaların odağına dair yapılan araştırmalarda; *girişimci birey, girişimcilik eğilimi, girişimcilik eğitimi, sosyal girişimcilik,iç girişimcilik* gibi konuların araştırma nesnesi olarak ön planda olduğu görülmektedir (Eser & Yıldız, 2015, s. 1) (Keser, 2022, s. 143) (Demir, 2022, s. 77). Tüm bu sonuçlar, girişimciliğin kültür boyutları ve çalışmanın konusu olan belirsizlikten kaçınma boyutuna dair çok fazla çalışmanın yapılmadığı sonucunu desteklemektedir.

6.TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye, sahip olduğu genç nüfus ve coğrafi olarak avantajlı konumu sayesinde başarılı girişimcilik uygulamlarında nitelik ve nicelik olarak büyük bir potansiyel taşımaktadır. Bu potansiyeli gerçekleştirebilmek için rekabete açık, risk alabilen, başarı motivasyonu yüksek insan kaynağını yetiştirmek ve destek olmak gereklidir. Mevcut girişimcilik motivasyonu geliştirmek, girişimcilerin önünü açmak ve yenilikçi girişimlere hız kazandırabilmek için toplumsal kültürün durum analizini yapabilmeli, kültürel dinamiklere uygun politikalar geliştirmeli ve zayıf olan yönler güçlendirilmelidir

(Güney & Çetin , 2003, s. 207).

Girişimciliğin dominant olması, belirsizliğe olan toleransın yüksekliği ile doğru orantılıdır. Belirsizlikten kaçınma derecesinin yüksek olduğu yani belirsizliğe çok fazla tolerans gösterilmediği durumlar; riske açık bir iş olan girişimcilik için uygun değildir (Demirel & Tikici, 2004, s. 56). Bu nedenle girişimci sayısını artırmak tek başına yeterli değildir. Toplumda, kültürel olarak rekabet ruhunu destekleyen, girişimcileri cesaretlendiren ve bunu temellendirmiş bir sosyal ve kültürel ortam oluşturulmalıdır (Güney & Çetin, 2003, s. 207). Türkiye'de girişimciliğin gelişmesi için girişimcinin niteliğini ve özelliklerini geliştirecek, istihdam yaratmak ve ekonomik büyümeyi hızlandıracak işlevsel bir girişimcilik kültürü oluşturulmalıdır. Bu kültür nesilden nesile aktarılarak ülkenin kalkınmasında önemli bir rol oynayacaktır (Bozkurt, Kalkan, Koyuncu, & Alparslan, 2012, s. 229). Bu nedenlerde, girişimcilik konusunun daha fazla kültürel dinamiklerle ilişkilendirilmesi yararlı olacaktır.

Teknolojik gelişmelerin, günlük hayatın ve iş dünyasının dinamiklerini etkilediği gibi, ulusların, örgütlerin ve kişilerin kültürel kodlarında da değişime neden olmaktadır. Bu değişimi anlayabilmek ve özellikle girişimcilik açısından yansımalarını zamanında yakalayabilmek için farklı bakış açılarına ihtiyaç duyulmaktadır. Bu nedenle girişimciliğe dair mevcut sonuçların nedeni ve geleceğinde kültürün etkisine dair çok sayıda çalışma yapmak faydalı olacaktır.

Son olarak, bu çalışmada, sadece ulaşılabilen kaynakların incelenmesi nedeniyle kaynak sınırlılığı söz konusu olup, gelecek çalışmalarda görgül ve kuramsal veri tabanını genişletilmesi ve yerel yazında yürütülen çalışmalara ek olarak, yabancı yazınla kıyaslama açısından yeni çalışmaların yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Akdeniz, D., & Seymen, O. A. (2012). Diagnosing National And Organizationaliagnosing National Culture Differnces: A Reserach In Hotel Enterprıses. *Nevşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 198-217.

Akın, A. (2010). İnsan Sermayesi Kaynakları Açısından Girişimci Özellikleri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.

Aktoprak, D. (2008, Ocak 15). *Girişimcilik Nedir?Türkiye'nin Girişimciilik Performansı*. Mart 27, 2018 tarihinde http://www.dorukaktoprak.com: http://www.dorukaktoprak.com/girisimcilik/girisimcilik-nedir-turkiyenin-girisimcilik-performansi-doruk-aktoprak.html adresinden alındı

Alvarez, S., & Busenitz,, L. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management, 27*, 755-775.

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation. *Journal of Business Venturing 16*, 495–527.

Arıkan , S. (2002). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular.* Ankara: Hacettepe Yayınları.

Arthur, S., & Hisrich, R. (2011). Entrepreneurship Through The Ages: Lessons Learned. *Journal of Enterprising Culture, 19 (1)*, 1-40.

Aytaç, Ö., & İlhan, S. (2007). Girişimcilik ve Girişimci Kültür:Sosyolojik Bir Perspektif. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(18), 101-120.

Bayrakdar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 12*(1).

Berker, İ. Y. (2017). İktisadi Kalkınma Aracı Olarak Girişimcilik ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Maliye Finans Yazıları*(Özel Sayı), 235-252.

Bilginer, F. G. (2017). Küresel Girişimcilik Endeksi Çerçevesinde Türkiye'de Küresel Girişimciliğin Gelişimi: Teorik Bir Bakış Açısı. *International Congress of Management Economy and Policy - ICOMEP*, (s. 29-46).

Bodur, M., & Kabasakal, H. (2002). Türkiye-Arap Kümesinde Kurumsal Kültür GLOBE Araştırması *Yönetim Araştırmaları Dergisi, 1*(2), 5-22.

Bozkurt, Ö. Ç., Kalkan, A., Koyuncu, O., & Alparslan , M. A. (2012). Türkiye'de Girişimciliğin Gelişimi: Girişimciler Üzerinde Nitel Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(15), 229-244.

Braunerhjelm, P. (2010, Nisan). Entrepreneurship, Innovation and Economic Growth Past Experiences, Current Knowledge and Policy Implications. Ağustos 20, 2023 tarihinde https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:484894/FULLTEXT01.pdf adresinden alındı

Burduş, E. (2010). Fundamentals of Entrepreneurship. *Review of International Comparative Management, Volume 11, Issue 1*, 33-42.

Can, E., & Canbal, A. (2017). Türkiye'de Ödül Almış Girişimcilerin Profilleri Üzerine Bir Araştırma. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 117-136.

Cuhadar, S., & Rudnák, I. (2022). Link Between Cultural Dimensions and Leadership Styles of Organizational Managers İn Turkey Context of Hofstede and Globe Studies. *Studia Mundi - Economica, 9*(4), 88-103.

Çetin, C. (2012). *Stratejik Düşünce ve Kurumsal Ggirişimcilik.* İstanbul: İstanbul Ticaret Odası.

Çetindamar, D. (2002). *Türkiye'de Girişimcilik.* İstanbul: TUSİAD.

Çokgezen, M. (2012). *Türkiye'de Devlet,Girişimcilik ve Yerel Kalkınma.* İstanbul: İTO Yayınları.

Çögürcü, İ. (2016). İktisadi Doktrinlerde Geçmişten Günümüze Girişimciliğin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(35), s. 65-80.

Demirel, E. T., & Tikici, M. (2004). Kültürün Girişimciliğe Etkileri. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 49-58.

Dursun, İ. T. (2013). Örgüt Kültürü ve Strateji İlişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 1*(4), 43-56.

Emre, S. (2007). *Girişimcilik Kültürü: Hofstede'in Kültür Boyutlarının Malatya Uygulaması*. İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans *Tezi*.

Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*(49), 59-82.

Erdem, F. (2001). Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. *Akdeniz İktisadi İdari BilimlerFakütesi Dergisi*, 43-61.

Erkenekli, M. (2011). Hofstede'nin Kültürel Değerle Modeline Göre Türkiye İle ADB'nin Karşılaştırılması. *KHO Bilim Dergisi,, 21*(2), 1-21.

Ersoy, H. (2010). Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 2*(1), 71-77.

Gartner, W. B. (1989). "Who Is An entrepreneur?" Is The Wrong Question. *Entrepreneurship Theory and Practice, 13*(4), 47.

Güler, Y. B., Bozacı, İ., & Karakaya, E. (2016). Kültür ile Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*, 23-33.

Gümüşok, S., & Güllüpunar, H. (2016). Hofsteden'nin "Belirsizlikten Kaçınma" Kültürel Boyutu Bağlamında Türkiye'de Yürütülen Çözüm Süreciyle İlgili 7 Haziran 2015 Milletvekili Genel Seçimi Öncesi Bir Araştırma. *SUTAD*(39), 477-492.

Güney, S., & Çetin , A. (2003). Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Tükiye'de Girişimcilik Kültürü. *H.Ü.İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21*(1), 189-210.

Hebert, R. F., & Link, A. N. (2007). Historical Perspectives on the Entrepreneur. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship, 2*(4), s. 261-408.

Hisrich, R. D. (1990). Entrepreneurship/Intrapreneurship. *American Psychologist, 45 (2)*, 209-222.

Hisrich, R. D. (1992). The Need for Marketing in Entrepreneurship. *The Journal of Business and Industrial Marketing, 7 (3)*, 53-57.

Hisrich, R. D., Langan-Fox, J., & Grant, S. (2007). Entrepreneurship Research and Practice. *American Psychologist, 62 (6)*, 575–589.

Hofstede , G. (1980). Motivation, Leadership, and Organization:Do American Theories Apply Abroad? *American Management Associations*, 42-63.

Hofstede, G. (1983). The Cultural Relativity of Organizational Practices and Theories. *Journal of International Business Studies*, 75-89.

Hofstede, G. (1983a). Cultural Dimensions for Project Managment. *International Journal of Project Management*, 41-48.

Hofstede, G. (1984). The Cultural Relativity of the Quality of Life Concept. *The Academy of Management Review*, 389-398.

Hofstede, G. (1984a). *Culture's Consequences: International Differences İn Work-Related Values*. Sage.

Hofstede, G., & Bond, M. H. (1988). The Confucius Connection:From Cultural Roots to Economic Growth. *Organizational Dynamics, 4*(16), 5-21.

Morçin, S. E. (2013). Türk Kültüründe Kadın Girişimciliği: Kavramsal Bir Değerlendirme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8*(2).

Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: a nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 51-75.

Okutan, E., & Balaban, Ö. (2014). Kültürel Yapının Girişimcilik Eğilimine Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 9-26.

Örki, A. (2016). 2015 Yılı Türkiye Girişimcilik Teşvik ve Politikaları Karşılaştırmalı İncelemesi. *Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(4), 67-92.

Özcan, B., Çeltek, E. E., Sönmez, N., & Kırım, B. (2018). Girişimci Kişilik Özelliklerinin ve Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimine Etkisi- Kocaeli Üniversitesi Örneği. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, s. 37-58.

Pehlivanoğlu, F., & Kayan, K. (2019). Türkiye'de Girişimcilik:Mevcut Durum Analizi ve Çözüm Önerileri. *Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8*(1), 58-78.

Salgado-Banda, H. (2005). Entrepreneurship and Economic Growth: An Empirical Analysis. *Direction de Estudios Económicos*.

Santana, M. (2017). Digital Entrepreneurship: Expanding The Economic Frontier in the Mediterranean. *European Institute of the Mediterranean (IEMED)*. Ağustos 20, 2023 tarihinde https://www.iemed.org/publication/digital-entrepreneurship-expanding-the-economic-frontier-in-the-mediterranean/ adresinden alındı

Sargut, S. (2015). *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim.* Ankara: İmge Kitabevi.

Saylık , A. (2019). Hofstede'nin Kültür Boyturlarının Türkçe'ye Uyarlanması;Geçerlik ve Güvenilirlik Çalışması. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi, 8*(3), 1860-1881.

Soysal, A. (2006). Türkiye'de Kadın Girişimciler: Engeller ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 184-114.

Sönmez, A., & Toksoy, A. (2014). Türkiye'de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz. *Yönetim ve Ekonomi , 21*(2).

Tayeb, M. (1994). Organizations and National Culture:Methodology Considered. *Organization Studies, 15*(3), 429-445.

Türk Dil Kurumu. (2018, Nisan 20). *www.tdk.gov.tr*. www.tdk.gov.tr: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=214144 adresinden alındı

TÜSİAD. (2002). Türkiye'de Girişimcilik. *TÜSİAD Yayınları*.

Ülgen, B., Aktaş, E., & Aslan, E. H. (2017). "Kadın Girişimcilerin "Güç Mesafesi" ve "Belirsizlikten Kaçınma" Kültürel Boyutlarına İlişkin Algıların Değerlendirilmesi". *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*(1), 27-71.

Ürper, Y. (2012). Girişimcilik Kavramı, Çeşitleri ve Girişimcilikte Etik. Y. Ürper içinde, *Girişimcilik ve İş Kurma* (s. 4). Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

Venkatarama, S., & Shane, S. (2000). The Promise of Entrepereneurship as a Field Of Research. *Academy of Management Review Vol.25, No. 1*, 217-226.

Yiğit, M., & Güner, Ü. (2008). Dıs Ticaret ve Girisimcilik Perspektifinden Türkiye' de Risk Sermayesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(20), 257-275.

TÜRKİYE'DE FİNANSAL GELİŞME VE EKONOMİK BÜYÜME ARASINDAKİ İLİŞKİNİN VAR ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

Arş. Gör. Şeyda URFALIOĞLU ŞAHİN

Anadolu Üniversitesi, ORCID:0000-0001-6049-766X

Arş. Gör. Mert ŞAHİN

İnönü Üniversitesi, ORCID:0000-0003-3861-078X

ÖZET

Finansal gelişme, bir ülkedeki finans piyasasındaki araçların çeşitliliğinin artması, daha etkin ve yaygın kullanılması olarak tanımlanmaktadır. Finansal sözleşmelerin güçlenmesi, hacimlerinin artması, finansal araçların sayılarının ve büyüklüğünün artması da finansal gelişmenin göstergeleridir. Ekonomik büyüme ise belirli bir dönem boyunca elde edilmiş olan nihai mal ve hizmetlerin değerinin bir önceki döneme göre artış göstermesi durumudur. Finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki literatürdeki birçok araştırmaya konu olmuştur. Çalışmalarda finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasında tek yönlü ve çift yönlü ilişkilerin olduğu gibi aralarında bir ilişkinin var olmadığı farklı sonuçlar saptanmıştır. Bu çalışmada 1985-2022 yılları arasında Türkiye için finansal gelişme ile ekonomik büyüme arasındaki ilişki VAR (Vektör Otoregresif Model) Analizi ile incelenmiştir. Çalışmada finansal gelişmeyi temsilen finansal gelişme endeksi, ekonomik büyümeyi temsilen ise Gayri Safi Yurt İçi Hasıla değişkenleri kullanılmıştır. Veriler IMF ve Dünya Bankası sitelerinden elde edilmiştir. Değişkenlerin durağanlığının tespiti için ADF (Genişletilmiş Dickey-Fuller) birim kök testi kullanılmıştır. Daha sonra varsayımlardan sapmaların varlığı incelenmiş, uygun olan VAR modeli üzerinden Granger Nedensellik Testi, Etki Tepki Fonksiyonları ve Varyans Ayrıştırma adımları ile VAR Analizi tamamlanmıştır. Analizlerden elde edilen bulgularda finansal gelişmeden ekonomik büyümeye tek yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu saptanmıştır. Etki tepki fonksiyonlarında finansal gelişmede meydana gelen şokun ekonomik büyümeyi ilk iki dönem arttırdığı ve dört dönemin sonunda şok etkisinin sönümlendiği görülmüştür. Varyans ayrıştırmasında finansal gelişmenin öngörü hata varyansını ilk dönem %98'ini açıklarken, onuncu dönem sonunda ise %93'ünü açıkladığı saptanmıştır. Elde edilen tüm bulgularda finansal gelişme endeksinin ekonomik büyümeye neden olduğu, finansal sistemdeki artış ve iyileşmelerin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Finansal Gelişme, Ekonomik Büyüme, VAR Analizi

INVESTIGATION OF THE RELATIONSHIP BETWEEN FINANCIAL DEVELOPMENT AND ECONOMIC GROWTH IN TURKEY WITH VAR ANALYSIS

ABSTRACT

Financial development is defined as the increased diversity of instruments in a country's financial market and their more effective and widespread utilization. The strengthening of

financial contracts, the increase in their volume, and the increase in the number and size of financial instruments are also indicators of financial development. Economic growth, on the other hand, refers to the increase in the value of final goods and services produced over a specific period compared to the previous period. The relationship between financial development and economic growth has been the subject of many studies in the literature. Research has revealed varying results, including one-way and two-way relationships between financial development and economic growth, as well as instances where no significant relationship exists between them. In this study, the relationship between financial development and economic growth for Turkey between the years 1985-2022 has been examined using the VAR (Vector Autoregressive Model) Analysis. The financial development index was used to represent financial development, and Gross Domestic Product (GDP) variables were used to represent economic growth. The data were obtained from the IMF and World Bank websites. The Augmented Dickey-Fuller (ADF) unit root test was used to determine the stationarity of the variables. Subsequently, the existence of deviations from assumptions was investigated, and using the appropriate VAR model, Granger Causality Test, Impulse Response Functions, and Variance Decomposition steps were conducted to complete the VAR Analysis. The findings of the analyzes, it was determined that there is an one-way causality relationship from financial development to economic growth. According to the impulse response functions, it was observed that the shock in financial development increased the economic growth in the first two periods and the shock effect faded at the end of the four periods. Regarding the variance decomposition, it was established that while financial development accounted for 98% of the forecast error variance in the initial period, this percentage decreased to 93% by the tenth period. In all the findings obtained, it was concluded that the financial development index causes economic growth, and that increases and improvements in the financial system will affect economic growth positively.

Keywords: Financial Development, Economic Growth, VAR Analysis

1. GİRİŞ

Ülke ekonomilerinde başlıca sağlanması gereken hedefler arasında ekonomik büyüme önem arz etmektedir. Ekonomik büyüme kavramı herhangi bir ülkede belirli dönem boyunca oluşturulan ve veya elde edilen nihai mal ve hizmetlerin miktarında artış olması durumu olarak tanımlanabilmektedir. Finansal gelişme kavramı ise finans piyasalarında yer alan araçların sayı ve çeşitliliğin artması, daha etkin şekilde kullanılması olarak tanımlanabilmektedir. Bunlara ek olarak finansal sözleşmelerin hacimlerinde bir artışın meydana gelmesi, finans piyasasında yer alan çeşitli araçların sayılarının artması ve genişlemeleri finansal gelişme göstergeleridir.

Geçmişten günümüze bakıldığında ekonomik büyüme ve finansal genişleme/gelişme arasındaki bağ birçok araştırmaya konu olmuş, iki kavram arasındaki ilişkinin yönü tartışılmıştır. Patrick (1966) tarafından yapılan finansal gelişim ve ekonomik büyüme kavramları arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmada parasal piyasaların ve finansal sistemin gelişmesiyle ülke içindeki kaynakların daha etkin ve yaygın biçimde kullanılacağı böylece teknolojinin gelişim göstererek ilerleyeceği ve ekonomik büyüme hızında olumlu etkilerin oluşacağı sonucu saptanmıştır. Bu sonuçtan hareketle Arz İtişli Yaklaşım Teorisi ortaya çıkmış,

bu teoriyi destekleyen çalışmalar yapılmıştır. Arz İtişli Yaklaşım Teorisi'nde finansal gelişme kavramının ekonomik büyüme oranı üzerinde etkili olduğu, diğer bir ifadeyle finansal gelişimden ekonomik büyümeye tek yönlü bir ilişkinin mevcut olduğu iddia edilmektedir (Patrick, 1996:186).

Robinson (1952) tarafından yapılan çalışmada Talep Çekişli Yaklaşım Teorisi literatürde yer almış, ekonomik büyümenin finansal gelişmeyi etkilediği yani ekonomik büyümenin finansal gelişime doğru tek taraflı nedensellik ilişkisi olduğu savunulmuştur (Robinson, 1952:46). Bu iki değişken arasındaki ilişki, birbirlerini etkileme yönü çeşitli çalışmalara konu olmuştur. Bazı çalışmalarda arz itişli yaklaşım desteklenirken, bazılarında ise talep çekişli teori desteklenmiştir. Bu çalışmada Türkiye ekonomisinde 1985-2022 yılları arasında finansal gelişim kavramı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Son yıllarda alan yazında yer alan Türkiye ekonomisinde finansal gelişme kavramı ile ekonomik büyüme değişkenlerinin ilişkisinin araştırılması hakkında yapılan çeşitli çalışmalar incelenmiştir.

Işık ve Bilgin (2016) tarafından yapılan çalışmada, 2003-2015 dönemi aylık veriler ile Türkiye için ekonomik büyüme ile finansal gelişme bağı Hacker ve Hatemi-J zaman serileri nedensellik analizi kullanılarak araştırılmıştır. Bulgularda kriz öncesi zamanlarda iki değişken arasında bir nedensellik bağının olmadığına, kriz sonrasındaki zamanlarda ise bu değişkenler arasında nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ak ve arkadaşları (2016) tarafından yapılan araştırmada,1989-2011 dönemi Türkiye özelinde finansal gelişim kavramı ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki Toda – Yamamoto'nun nedensellik analizi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgularda büyümeden gelişmeye doğru tek taraflı nedensellik ilişkisinin mevcut olduğu neticesine varılmıştır.

Çeştepe ile Yıldırım (2016) tarafından yapılan çalışmada, 1986.1-2015.3 dönemi aylık veriler ile Türkiye ekonomisinde finansal gelişme kavramı ve büyüme ilişkisi koentegrasyon testi, VEC analizi, Granger ile Toda-Yamamoto'nun nedensellik testleri yapılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgularda kısa dönem ve uzun dönemde iki değişken için çift yönlü bir nedensellik bağının var olduğu neticesine ulaşılmıştır.

Pata ile Ağca (2018) tarafından yapılan çalışmada, 1982-2016 yılları Türkiye ekonomisinde finansal gelişim ile büyüme arasında incelenen ilişki ARDL testi, Granger ile Hacker Hatemi-J nedensellik analizleri yapılarak ele alınmıştır. Elde edilen bulgularda finansal gelişimin büyüme için kayda değer bir yere sahip olduğu ve finansal gelişmeden büyümeye doğru tek yönlü bir nedensellik bağının olduğu neticesine varılmıştır.

Kılıç ile arkadaşları (2019) tarafından yapılan araştırmada, 1968-2017 yılları arasında Türkiye'de büyüme ile finansal gelişim kavramı arasındaki bağ Johansen koentegrasyon ve nedensellik testlerinden olan Granger testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgularda bu değişkenlerin uzun dönemde ilişkilerinin var olduğu ve finansal gelişim göstergeleri olan değişkenlerin kendi aralarında nedensellik ilişkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Korap (2019) tarafından yapılan araştırmada, 2005-2018 dönemleri için üçer aylık veriler kullanılarak Türkiye'de finansal gelişim kavramı ve büyüme arasındaki bağ Toda-Yamamoto'nun testi ile araştırılmıştır. Elde edilen bulgularda reel gelir düzeyinden finansal gelişme kavramına doğru bir nedensellik bağının mevcut olduğu neticesine varılmıştır.

Ayaydın ile arkadaşları (2019) tarafından yapılan araştırmada, 1963-2015 dönemi için Türkiye ekonomisinde turizm sektörü gelirleri, finansal gelişme kavramı ve büyüme oranları arasındaki bağ Bayer ve Hanck (2013) Eş Bütünleşme ve Hacker/Hatemi nedensellik analizi ile incelenmiştir. Bulgularda finansal gelişme değişkeninin, büyüme üzerinde olumlu yönde bir etkisinin bulunduğu ve yalnızca turizm sektöründeki gelirlerinden büyüme değişkenine doğru nedensellik ilişkisinin mevcut bulunduğu sonucuna varılmıştır.

Emir (2020) tarafından yapılan araştırmada, 1961 ile 2015 dönemi için Türkiye ekonomisinde finansal gelişme kavramı ve büyüme bağının VAR modeli üzerinden Granger nedensellik analizi ile sınanmıştır. Bulgularda büyüme değişkeninden finansal gelişime doğru bir nedensellik ilişkisinin mevcut bulunduğu neticesine ulaşılmıştır.

Adlı (2020) tarafından yapılan çalışmada, 1980-2017 yılları arasında Türkiye ekonomisinde finansal gelişme kavramı ve büyüme oranları arasındaki ilişki -ARDL- testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgularda finansal gelişmenin, büyüme üzerinde etkisinin bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Fendoğlu (2021) tarafından yapılan çalışmada, 1960-2017 dönemi için Türkiye ekonomisinde büyüme ile finansal gelişme kavramı arasındaki bağ Fourier Otoregresif Gecikmesi Dağıtılmış koentegrasyon ve Fourier temeline dayalı nedensellik testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgularda finansal gelişmeden, büyümeye doğru bir ilişkinin mevcut olduğu neticesine varılmıştır.

Kuş ile Bölükoğlu (2022) tarafından yapılan araştırmada, Türkiye ekonomisi için finansal gelişim kavramı ile ekonomik büyüme arasındaki bağ ARDL testi ile incelenmiştir. Elde edilen bulgularda finansal gelişme değişkeninin kişi başına düşen çıktı seviyeleri üzerinde etkisinin olduğu, finansal gelişme kavramından büyümeye doğru bir ilişkinin mevcut olduğu neticesine varılmıştır.

Son yıllarda Türkiye'de iki değişken arasındaki ilişkinin incelenebilmesi amacıyla yapılan çalışmalarda elde edilen sonuçlar farklılık göstermektedir. Dört farklı sonuçla karşılaşıldığı gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar finansal gelişme kavramı ile büyüme oranları arasında bir bağın olmadığı, finansal gelişme kavramı ile büyüme arasında çift yönlü nedensellik ilişkisinin olduğu, büyümeden finansal gelişmeye tek yönlü bir ilişkinin olduğu, finansal gelişmeden ekonomik büyümeye tek yönlü bir ilişkinin olduğu şeklindedir. Diğerlerine kıyasla finansal gelişimden büyümeye nedensellik ilişkisinin tek yönlü olması sonucu ile daha çok karşılaşılmıştır. Sonuçların farlılık göstermesi seçilen dönemlerin farklı olmasından, kavramları temsil eden değişkenlerin farklılık göstermesinden, kullanılan ekonometrik analizlerin farklı olmasından kaynaklanmaktadır. Bu çalışmada finansal gelişimi temsil etmek amacıyla finansal gelişme indeksi kullanılmış böylece literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

3.YÖNTEM VE VERİ SETİ

Türkiye için 1985-2022 yılları arasında finansal gelişme kavramı ile ekonomik büyüme ilişkininin incelenmesi amacıyla VAR (Vektör Otoregresif Model) Analizi kullanılmıştır. Çalışmada ilk olarak değişkenlerin durağanlığının sınanması hedefiyle Genişletilmiş Dickey Fuller Testi yapılmıştır. Bu testten elde edilen sonuçların ışığında VAR model tahmin edilerek, bu model üzerinden VAR analizi aşamaları gerçekleştirilmiştir. Bu aşamalardan ilki olan Granger nedensellik testi yapılmış kayda değer bir nedensellik ilişkisinin varlığı tespit edildikten sonra diğer aşamalara geçilmiştir. İkinci aşama olarak Etki-tepki fonksiyonları analizi yapılmış, modelde yer alan değişkene -bir standart sapmalık- şok geldiğinde modelde yer alan diğer bütün değişkenlerin verdikleri tepki, tepkinin kaç dönem süreceği ve tepkinin ne zaman sona ereceği fonksiyonlar (grafikler) ile ortaya çıkarılmıştır. Son aşamada ise Varyans Ayrıştırması Yöntemi ile modelde yer alan değişkenlerin kendilerinde ve modelde yer alan tüm değişkenlerde meydana gelen şokların kaynaklarının sayısal olarak ortaya çıkarılması gerçekleştirilmiştir.

3.1. Genişletilmiş Dickey-Fuller Birim Kök Testi

Bu testte, değişkenlerin kendi gecikmeli değerleriyle birlikte gecikmeli farklarını da modele dahil ederek oluşturulan bir birim kök testidir. ADF birim kök testinde yer alan modeller aşağıda verilmiştir (Dickey & Fuller, 1979:429);

$$\Delta xt = \gamma x_{t-1} + \sum_{j=2}^{k} \delta_j \Delta x_{t-j+1} + u_{1t} \quad (1)$$

$$\Delta xt = \omega + \gamma x_{t-1} + \sum_{j=2}^{k} \delta_j \Delta x_{t-j+1} + u_{2t} \quad (2)$$

$$\Delta xt = \varpi + \gamma x_{t-1} + \beta_t + \sum_{j=2}^{k} \delta_j \Delta x_{t-j+1} + u_{3t} \quad (3)$$

Değişkenlerin ait olduğu serilere bu üç modele dayanarak birim kök sınaması yapılmaktadır.

3.2. VAR Analizi

Sims tarafından yapılan çalışmada alan yazına kazandırılmış olan VAR analizi, vektör otoregresif modellerin (VAR) birden fazla değişken için genelleştirilmiş halinin çözümüdür. VAR model, birden fazla değişkenin yer aldığı modellerde öngörü yapma amacı olduğunda buna imkân sağlayan ve kullanılan yöntemdir (Çil, 2018).

VAR analizinde modelde yer alan değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerinin incelenmesi amacıyla dinamik modeller kurulmakta, denklem sisteminden hareketle değişkenler arasındaki şok tipi analizler ortaya çıkarılmaktadır. VAR modelinin genel formülasyonu aşağıda yer almaktadır (Sims, 1986);

$$Yt = \beta_{10} + \sum_{i=1}^{p} \beta_{11i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} \beta_{12i} X_{t-i} + u_{1t} \quad (4)$$

$$Xt = \beta_{20} + \sum_{i=1}^{p} \beta_{21i} Y_{t-i} + \sum_{i=1}^{p} \beta_{22i} X_{t-i} + u_{2t} \quad (5)$$

VAR modeli elde edildikten sonra diğer aşamalar ile analiz tamamlanmaktadır.

3.2.1. Granger Nedensellik Testi

Bu test ile VAR modelinde bulunan değişkenler arasında nedensellik bağının mevcut olup olmadığı, var olduğunda ise bu nedensellik ilişkisinin yönü araştırılmaktadır.

3.2.2. Etki Tepki Analizi

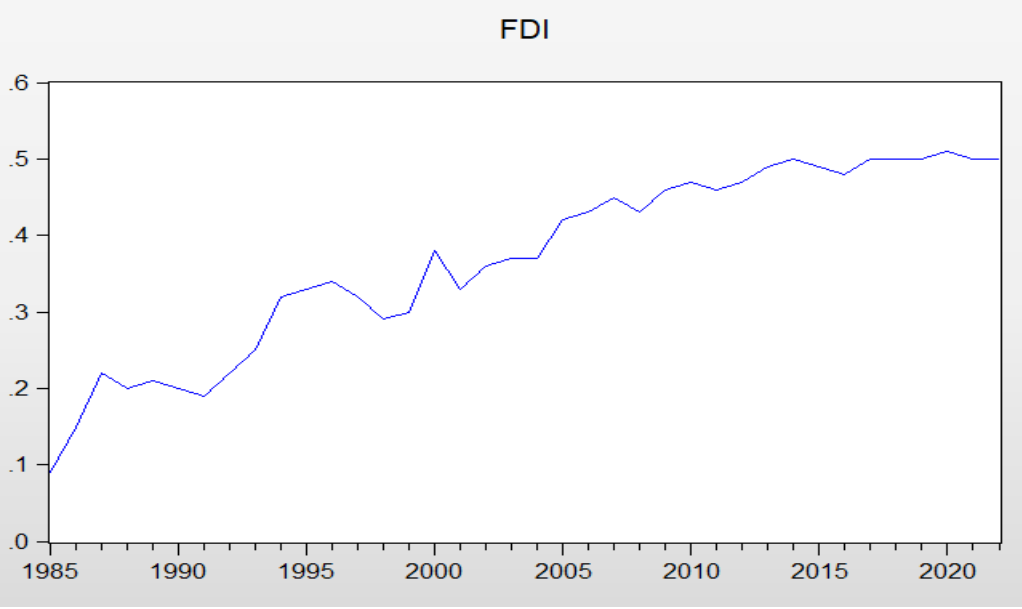
VAR modelde, yapısal analizi gerçekleştirmek amacıyla etki tepki fonksiyonlarının incelenmesi gerekmektedir (Hamilton, 2020). Etki tepki fonksiyonları modeldeki bir değişkende oluşan rastgele bir şokun modelde yer alan diğer değişkenler üzerindeki etkisini gözlemlemek amacıyla kullanılmaktadır. Etki tepki fonksiyonları tesadüfi hata terimlerinin birinde ortaya çıkacak -yüzde bir- oranında standart hatalık şokun, modelde bulunan bütün içsel değişkenlerin üzerinde şimdiki ve gelecekteki dönem değerlerine etkisini göstermektedir.

3.2.3. Varyans Ayrıştırması Analizi

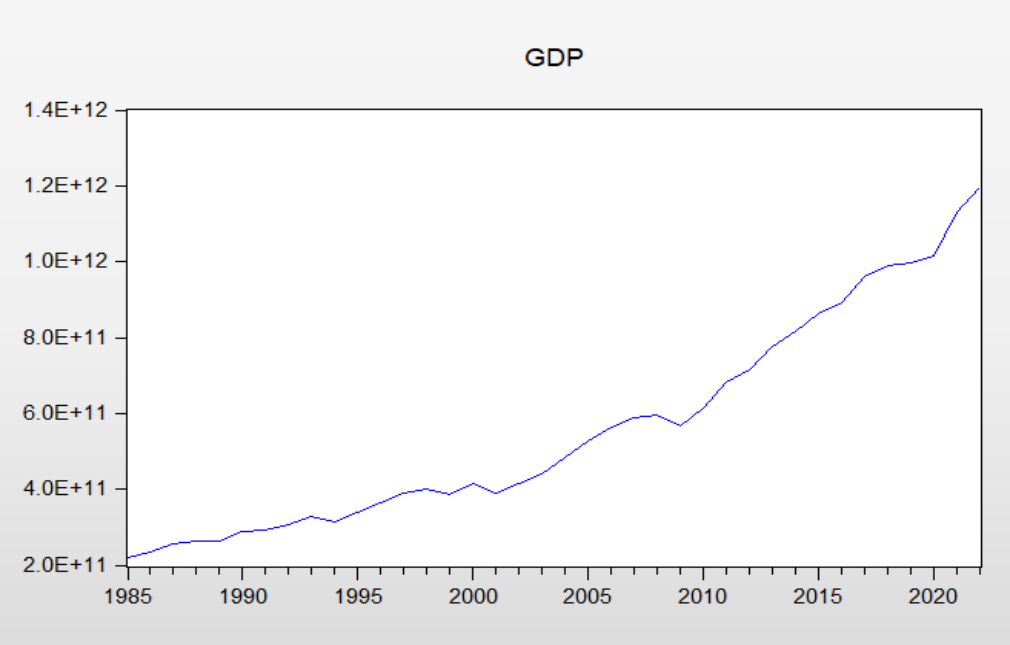
Varyans ayrıştırması, modeldeki tüm değişkenlerde ortaya çıkacak değişimin yüzde kaç oranında değişkenin kendisinden; yüzde kaç oranında ise diğer değişkenlerden kaynaklanacağını ifade eden, sayısal olarak gösteren aşamadır (Tarı, Koç, & Abasız, 2019). Diğer bir ifadeyle modeldeki bir değişkenin öngörü hata varyansının modelde yer alan diğer değişken tarafından açıklanan kısmını göstermektedir.

3.3. Değişkenler ve Veri Seti

Çalışmada Türkiye ekonomisi için 1985-2022 dönemleri için yıllık veriler kullanılarak zaman serisi veri seti oluşturulmuştur. Oluşturulan veri setinde finansal gelişmeyi temsilen finansal gelişme endeksi, ekonomik büyümeyi temsilen ise GSYİH değişkenleri ele alınmıştır. Değişkenler IMF ve Dünya Bankası sitelerinden elde edilmiştir. Değişkenlerin çalışmadaki gösterimleri finansal gelişme endeksi için “FDI”, ekonomik büyüme için “GDP” şeklindedir. Değişkenlere ait grafikler aşağıda yer almaktadır.



Görsel 1. FDI Değişkeni Grafiği



Görsel 2. GDP Değişkeni Grafiği

Grafikler incelendiğinde GDP değişkeninin logaritmasının alınmasına karar verilmiştir. Çalışmada "LNGDP" olarak yer almıştır.

4. ANALİZ BULGU VE SONUÇLARI

Yapılan çalışmada ekonomideki büyüme ile finansal gelişme kavramının aralarındaki bağ VAR Analizi kullanılarak araştırılmıştır. İlk adımda değişkenlerin durağanlığının sınanması amacıyla ADF testi uygulanmış aşağıdaki Çizelgede sonuçlar verilmiştir.

Çizelge 1. ADF Birim Kök Testinin Sonuçları

	Düzeydeki Değeri		Birinci Fark Alınmış Değeri	
Değişkenler	Test İstatistiği	Olasılık	Test İstatistiği	Olasılık
FDI	-3.232	0.093	-6.755	0.000*
GDP	-2.443	0.352	-6.322	0.000*

*, ** gösterimleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

ADF testindeki bulgularda, finansal gelişme endeksi ve GDP değişkenlerinin düzey değerlerinde "Durağan değildir." Biçiminde kurulmuş olan temel hipotez reddedilememiş ve değişkenlerin durağan olmadığı, birim köklü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İki değişkenin de birinci farkları alınarak test tekrar uygulanmış, temel hipotezin reddedildiği sonucuna ulaşılmıştır. FDI ve GDP değişkenleri fark durağandır I (1) sonucu elde edilmiştir.

Çalışmada Kurulan Ekonometrik Model aşağıda yer almaktadır;

$$FDI_t = \gamma_{10} + \sum_{k=1}^{p} \gamma_{11k} FDI_{t-k} + \sum_{k=1}^{p} \gamma_k GDP_{t-k} + u_{1t} \quad (6)$$

$$GDP_t = \gamma_{20} + \sum_{k=1}^{j} \gamma_{21k} FDI_{t-k} + \sum_{k=1}^{j} \gamma_{22k} GDP_{t-k} + u_{2t} \quad (7)$$

Kurulan kısıtsız VAR modeli üzerinden Akaike (AIC), Schwartz (SIC) ve Hannan–Quinn (HQC) bilgi kriterleri kullanılarak gecikme uzunluğu belirlenmiş sonuçlar aşağıdaki çizelgede verilmiştir.

Çizelge 2. VAR Modelindeki Gecikmenin Uzunluğu

Gecikme Düzeyi	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	81.143	Na	8.95e-07	-2.612	-6.766	-6.518
1	113.126	56.856*	1.94e-06*	-9.673*	-7.647*	-4.413
2	114.300	1.913	2.20e-06	-5.301	-6.263	-7.016*
3	117.850	5.271	4.23e-06	-6.284	-6.280	-6.384
4	119.630	2.313	8.41e-06	-7.390	-5.327	-5.424
5	123.987	5.143	7.03e-06	-7.217	-3.629	-5.115
6	130.610	6.923	2.47e-06	-8.830	-3.610	-5.283
7	135.167	4.065	2.15e-06	-8.278	-4.824	-6.156
8	137.974	4.927	3.53e-06	-8.526	-6.398	-5.191

Tablodaki bulgulardan hareketle, gecikme uzunluğun bir olduğu saptanmış ve VAR (1) modeli oluşturularak tüm test ve adımlar bu model üzerinden gerçekleştirilmiştir. Elde edilen VAR (1) modelinin geçerli olabilmesi için heteroskedasite, otokorelasyon ve normal dağılım testleri uygulanmış aşağıdaki çizelgelerde sonuçlar verilmiştir.

Çizelge 3. Otokorelasyon Testi (Breusch/Godfrey LM) Sonuçları

Gecikme Uzunluğu	İstatistik	Olasılık
1	4.271	0.370

*, ** gösterimleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Breusch/Godfrey LM Otokorelasyon testinden elde edilen bulgularda "Otokorelasyon yoktur" şeklinde ifade edilen hipotez reddedilememiş, modelde otokorelasyonun olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çizelge 4. Heteroskedasite Testi (White) Sonuçları

Test İstatistiği	Olasılık
23.413	0.075

*, ** gösterimleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

White heteroskedasite testindeki bulgularda "Heteroskedasite yoktur" şeklinde ifade edilen hipotez reddedilememiş, modelde heteroskedasitenin olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

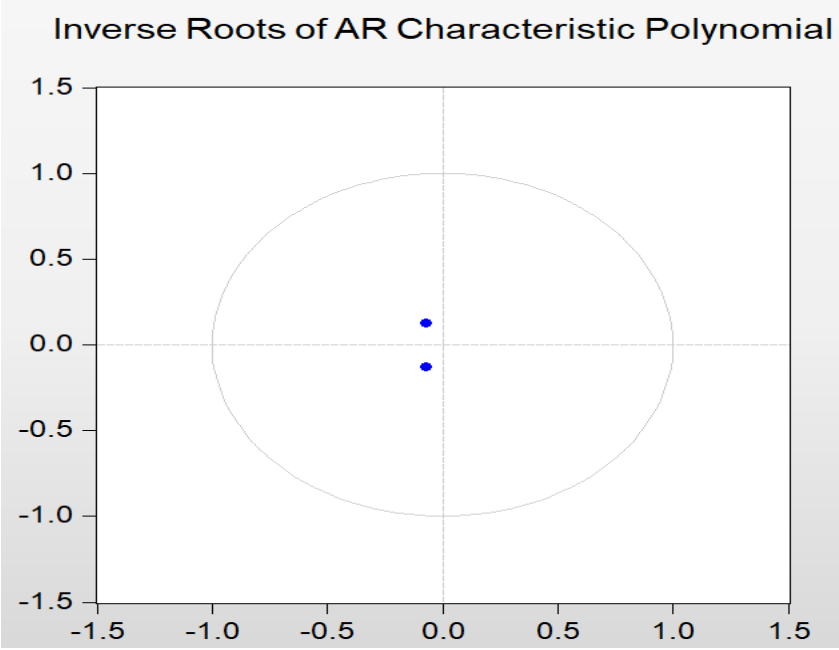
Çizelge 5. Jarque – Bera Normallik Testi

Jarque – Bera Test İstatistiği	Olasılık Değeri
8.321	0.180

*, ** gösterimleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Jarque – Bera Normallik testinden elde edilen bulgularda "Normal dağılıma uygunluk göstermektedir" biçiminde ifade edilen hipotez reddedilememiştir, modelin normal dağıldığı sonucu saptanmıştır.

Son olarak ters köklerin birim çemberdeki yerinin incelenmesi yapılmış, aşağıdaki görselde verilmiştir.



Görsel 3. Ters Köklerin Birim Çemberdeki Yeri

VAR (1) modelin geçerli olması ve analiz adımlarına devam edilebilmesi için ters köklerin birim çemberin içinde yer alması gerekmektedir, görsel incelendiğinde bu koşulun sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır. Varsayımlardan sapmaların test edilmesinin ardından VAR (1) modelinin uygunluğuna karar verilmiş ve analiz adımları yapılmıştır.

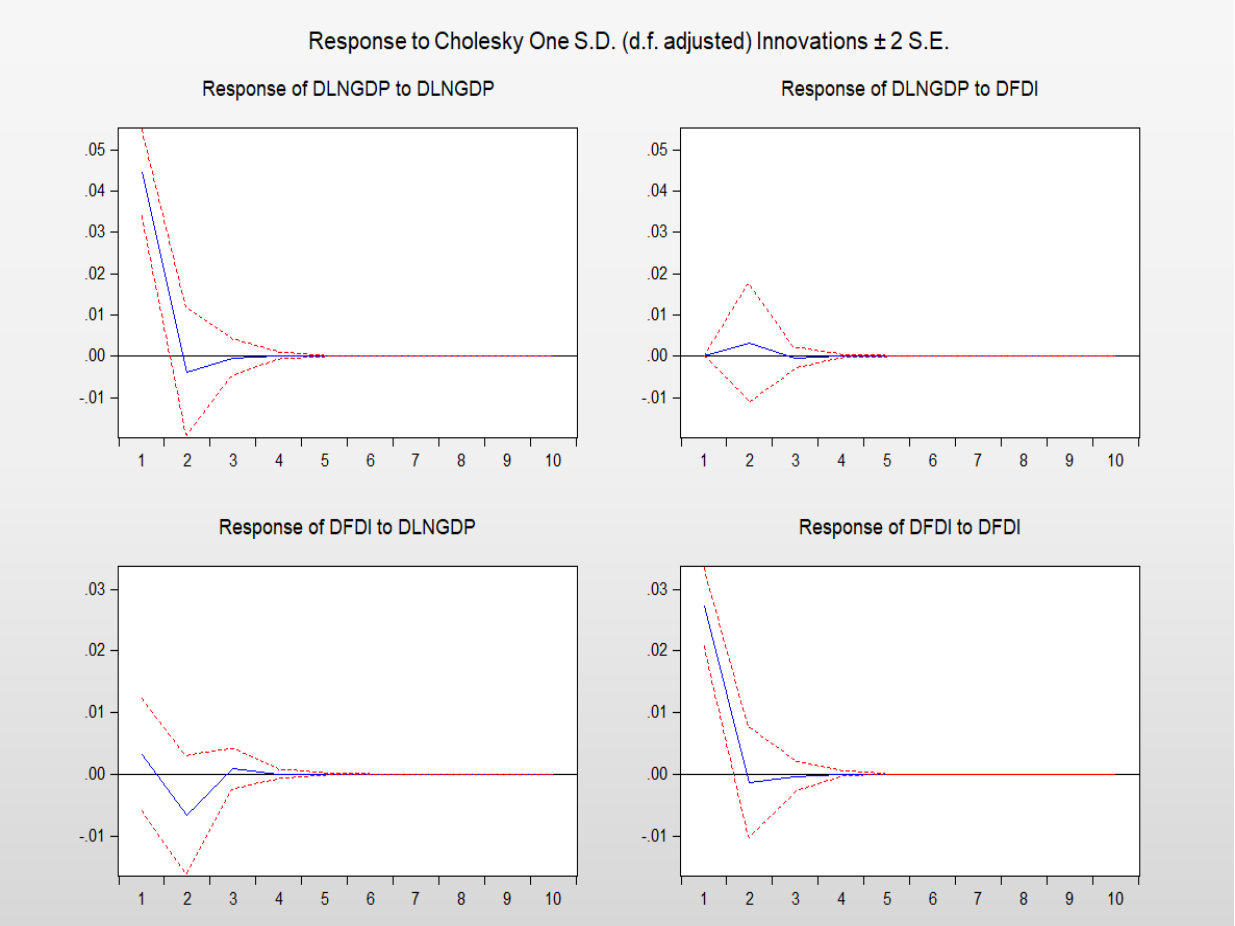
Çalışmada yer alan finansal gelişme endeksi ile GDP arasında nedensellik ilişkisinin varlığı ve yönünün tespiti amacıyla Granger Nedensellik testi yapılmış, bulgular aşağıdaki çizelgede yer almaktadır.

Çizelge 6. Granger Nedensellik Testi Sonuçları

Nedensellik Yönü	İstatistik	Olasılık
FDI-GDP	9.310	0.002**
GDP-FDI	1.818	0.177

*, ** gösterimleri %1 ve %5 anlamlılık düzeylerini göstermektedir.

Testteki bulgularda finansal gelişme endeksinden GDP değişkenine doğru nedensellik bağının bulunduğu sonucuna varılmıştır. Finansal gelişme endeksinin, büyümeye etki ettiği saptanmıştır. Etki- Tepki fonksiyonları aşağıdaki Görsel 4'te verilmiştir.



Görsel 4. Etki-Tepki Fonksiyonları

Etki tepki fonksiyonlarından elde edilen bulgularda VAR (1) modelindeki finansal gelişme endeksi ve GDP değişkenlerde meydana gelen %1'lik standart hatalık şoklar 4-5 dönem sonra ortadan kalkmakta, etkiler sönümlenmektedir. Böylece 4-5 dönem sonrasında değişkenlerin birbirlerini etkilemeleri sona erdiği, sistemin dengeye geleceği sonucuna ulaşılmıştır. Finansal gelişme endeksinde ortaya çıkan bir şok, büyüme değişkeninin üzerinde olumlu etkiye sahiptir, bu etkinin dördüncü dönemin sonunda sönümlendiği gözlemlenmiştir.

Varyans ayrıştırması analizi sonucunda elde edilen bulgular aşağıdaki Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge7. Varyans Ayrıştırma

Periyot	DLNGDP	DFDI
1	1.438	98.561
2	6.826	93.173
3	6.911	93.088
4	6.911	93.088

Periyot	DLNGDP	DFDI
1	100.000	0.000
2	99.488	0.511
3	99.478	0.521
4	99.478	0.521

Varyans ayrıştırmasından elde edilen bulgularda finansal gelişme endeksi değişkeni öngörü hata varyansının ilk dönem %98'ini açıklarken, onuncu dönem sonunda ise %93'ünü açıkladığı saptanmıştır. Çizelgelerde ilk dört dönem verilmesinin nedeni dördüncü dönem itibari ile yüzdeliklerin değişmemiş olmasıdır.

5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışmada finansal gelişme kavramı ile büyüme arasındaki ilişki 1985-2022 yılları arasında Türkiye için araştırılmıştır. Finansal gelişme göstergesi olarak IMF'den elde edilen finansal gelişme endeksi değişkeni, ekonomik büyümeyi temsilen ise Dünya Bankası'ndan elde edilen GDP değişkeni kullanılmıştır. Literatürde iki değişken arasındaki ilişkinin incelendiği çalışmalarda farklı sonuçlar ile karşılaşılmıştır. Bu çalışmalarda aralarında bir ilişkinin olmadığı, finansal gelişmeden büyümeye olacak şekilde bir ilişkinin mevcut olduğu, büyümeden de finansal gelişmeye doğru olacak şekilde bir ilişkinin bulunduğu ve bu

değişkenlerin aralarında çift yönlü nedensellik ilişkinin olduğu dört farklı sonuçlar elde edilmiştir. Kullanılan veri setinin yıl ve ülke bazlı farklılıklar olması, seçilen değişkenlerin farklılık göstermesi ve uygulanan ekonometrik analizlerin çeşitlilik göstermesi nedeniyle farklı sonuçların ortaya çıktığı söylenebilmektedir.

Bu çalışmada ilk olarak değişkenlerin durağanlığının test edilmesi amacıyla Genişletilmiş Dickey Fuller (ADF) Birim Kök Testi uygulanmıştır. ADF'den elde edilen bulgularda, hem finansal gelişme endeksi hem de GDP değişkenlerinin fark durağan olduğu sonucuna varılmıştır. Daha sonra varsayımlardan sapmaların varlığı incelenmiş, uygun olan VAR modeli üzerinden Granger'in nedensellik testi, Etki/Tepki fonksiyonları ve Varyans ayrıştırması adımları ile VAR Analizi tamamlanmıştır. İlk olarak Granger nedensellik testi uygulanmış, finansal gelişme endeksinden büyümeye doğru nedensellik bağının mevcut olduğu neticesine varılmıştır. Finansal gelişmelerin meydana gelmesi, finansal sistemin gelişmesi, finansal aracıların sayılarının artması ekonomik büyüme üzerinde etkili olduğu saptanmıştır. Daha sonra yapılan etki tepki fonksiyonlarından elde edilen bulgularda finansal gelişmede ortaya çıkan -bir standart hatalık şokun- ekonomik büyümeyi ilk iki dönem boyunca arttırdığı ve dört dönemin sonunda şok etkisinin sönümlendiği, sistemin dengeye geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak yapılan varyans ayrıştırmasında finansal gelişme meydana gelen öngörü hata varyansının ilk dönem %98'ini açıklarken, dördüncü dönem sonunda ise %93'ünü açıkladığı sonucu elde edilmiştir. Yapılan VAR analizi sonucunda finansal gelişmenin ekonomik büyümeye neden olduğu, finansal sistemdeki artış ve iyileşmelerin ekonomik büyümeyi olumlu yönde etkileyeceği sonucuna ulaşılmıştır. Türkiye için yapılan bu çalışmadan hareketle ekonomik büyümenin olumlu yönde bir seyir göstermesi amaçlanacaksa, finansal gelişme için adımlar atılması, finansal sistemin gelişmesi ve artış sağlanması gerektiği söylenebilmektedir.

KAYNAKÇA

Adlı, F., Türkiye'de 1980-2017 Yılları Arasında Finansal Gelişmenin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Ekonometrik Bir Analiz. Journal of Academic Social Science Studies, 13, 82, 2020.

Ak, M. Z., Altıntaş, N.,Şimşek, A. S., Türkiye'de finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisinin nedensellik analizi. Doğuş Üniversitesi Dergisi, 17(2), 151-160, 2016

Ayaydın, H., Baltacı, N., Fahrettin, P. A. L. A., Barut, A., Türkiye'de Turizm, Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki, Global Journal of Economics and Business Studies, 8(15), 69-84, 2019.

Çeştepe, H., Yıldırım, E., Türkiye'de finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi. Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 12(12), 12-26, 2016.

Çil, N., *Finansal Ekonometri,* İstanbul: Der Yayınları, 2018

Dickey, D. A., & Fuller, W. A., Distribution of the estimators for autoregressive time series with a unit root. *Journal of the American statistical association*, 427-431, 1979.

Fendoğlu, E , Türkiye'de Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Fourier Testlerden Kanıtlar, Journal of Empirical Economics and Social Sciences, 3(2), 19-34, 2021

Hamilton, J. D., *Time series analysis.* Princeton university press, 2020.

Işık, H. B., Bilgin, O., Finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi Türkiye örneği. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5(7), 1757-1765, 2016.

Kılıç, M., Gürbüz, A., Ayrıçay, Y. , Finansal gelişmenin ekonomik büyümeye etkisi:Türkiye örneği. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), 53-68, 2019.

Korap, L., Finansal gelişme ve ekonomik büyüme ilişkisi: Türkiye ekonomisi için bir uygulama. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, (54), 75-88, 2019.

Nurhan, K. U. Ş., Bölükoğlu, A., Finansal gelişme ve ekonomik büyüme arasındaki ilişki: türkiye örneği. Fiscaoeconomia, 6(2), 362-401, 2022.

Pata, U. K., Alperen, A., Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme Arasindaki Eşbütünleşme Ve Nedensellik İlişkisi: Türkiye Örneği. Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(2), 115-128, 2018.

Patrick, H. T., Financial development and economic growth in underdeveloped countries. *Economic development and Cultural change*, 174-189, 1996.

Robinson, J., The model of an expanding economy. *The Economic Journal*, 42-53, 1952.

Sims, C. A., Are forecasting models usable for policy analysis? *Quarterly Review*, s. 2-16,1986.

Tarı, R., Koç, S., Abasız, T., *Ekonometri.* Kocaeli: Umuttepe Yayınları, 2019.

BİREYLERİN MAKSİMİZE ETME EĞİLİMİ İLE PİŞMANLIK EĞİLİMİ VE YAŞAM DOYUMU ARASINDAKİ İLİŞKİ

YİĞİT, Mehmet

Dr. Öğr. Üyesi, Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Yalvaç Büyükkutlu Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Isparta/Türkiye, ORCID: 0000-0002-3921-9347

ÖZET

Rasyonel insan klasik iktisadi yaklaşımın ana varsayımı olarak yüzyıllar boyunca teorilerinin temelini oluşturmuştur. Buna göre rasyonel insanın en temel özelliği eksiksiz bilgisi ile almış olduğu kararlarda her zaman fayda maksimizasyonunu hedeflemesidir. Ancak zaman içinde insanın çeşitli nedenlerle rasyonel kararlardan sapmalar yaşadığının teorik ve deneysel olarak ortaya konması, rasyonel insan varsayımı temelinde yükselen teorilerin de geçerliliğinin sarsılmasına neden olmuştur. Bu durum, davranışsal iktisat alanının öneminin artmasına temel sağlamıştır. Klasik iktisadi yaklaşıma göre insanlar her zaman faydalarını maksimumlaştırmaya çalışmaktadır. Ancak alandaki araştırmalar göstermektedir ki bireyler, her zaman fayda maksimizasyonu hedefinde olmazlar. İnsanlar fayda maksimizasyonu hedefinde olanlar (maksimize ediciler) ile faydasını yeterli olacak kadar yüksekte tutma hedefinde olanlar (tatmin ediciler) olmak üzere ayrılmaktadır. Fayda maksimizasyonu hedefinde olanlar birçok olumsuz durumu da beraberinde yaşamaktadır.

Bu çalışmada, bireylerin maksimize etme eğilimleri ile pişmanlık düzeyleri ve yaşam doyumları arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Nitekim maksimize etme eğilimi arttıkça fayda maksimizasyonu sağlamayan seçeneklerin seçilmesi sonucu pişmanlık düzeyinin yükselmesi ve aynı nedenle yaşam doyumunun düşmesi beklenebilir. Bunun yanı sıra maksimize etme eğilimlerinin demografik değişkenlere göre değişip değişmediği ve ilgili değişkenlerle bir ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla 260 katılımcıdan toplanan veriler analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları kişilerin maksimize etme eğilimleri ile pişmanlık düzeyi arasında bir ilişkinin olduğunu; yine bu eğilimin çalışma durumu ve cinsiyet değişkenlerine göre de istatistiksel olarak farklılaştığını göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal İktisat, Maksimizasyon, Pişmanlık

THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUALS' MAXIMIZING TENDENCY AND TENDENCY TO REGRET AND LIFE SATISFACTION

ABSTRACT

The rational person has been the main assumption of the classical economic approach for centuries. Accordingly, the most fundamental characteristic of the rational human being is that he always aims for utility maximization in the decisions he makes with his complete knowledge.

However, the theoretical and empirical revelation that human beings deviate from rational decisions for various reasons over time has caused the validity of the theories based on the rational human assumption to be challenged. This has provided the basis for the increasing importance of behavioral economics. According to the classical economic approach, people always try to maximize their utility. However, research in the field shows that individuals do not always aim for utility maximization. People are divided into those who aim for utility maximization (maximizers) and those who aim to keep their utility high enough (satisficers). Those who aim for utility maximization experience many negative situations.

In this study, the relationships between individuals' maximizing tendencies and their regret levels and life satisfaction were examined. As a matter of fact, as the tendency to maximize increases, it can be expected that the level of regret will increase as a result of choosing options that do not provide utility maximization and life satisfaction will decrease for the same reason. In addition, it was investigated whether the tendency to maximize varies according to demographic variables and whether there is a relationship with the relevant variables. For this purpose, the data collected from 260 participants were analyzed. The results of the analysis show that there is a relationship between people's maximizing tendencies and the level of regret; again, this tendency statistically differs according to the working status and gender variables.

Keywords: Behavioral Economics, Maximization, Regret

GİRİŞ

Karar verme süreçlerinde geleneksel iktisat teorileri, rasyonel insan varsayımı üstünde temellenmiştir. Rasyonellik, tüketicinin kararlarında maksimizasyonu hedeflediği ve davranışlarının fayda maksimizasyonu ile tutarlı olması anlamına gelmektedir (Hatırlı, 2019: 156). Buna göre kişi kararlarında, tam bilgiye sahip olarak ve akılcılıkla hareket etmektedir. Her ne kadar bu görüş önemli araştırmacılar tarafından da eleştirilmiş olsa da Simon (1955)'un sınırlı rasyonaliteyi ortaya koyduğu çalışmasıyla davranışsal iktisat alanının teorik temelleri atılmıştır. Bu alanda karar alma mekanizmasıyla ilgili yapılan en önemli çalışmalardan biri Schwartz vd. (2002)'ne aittir. Schwartz vd. (2002) bu çalışmasını, Simon (1955)'un ortaya koyduğu rasyonel seçim yaklaşımı altında karar vermenin sınırlarına ilişkin gözlemlerine dayandırmıştır. Araştırmanın sonuçları, karar alma süreçlerinde en yüksek faydayı sağlayacak seçenek grubunun seçilmesi durumunun gerçek hayatta çeşitli nedenlerle nerdeyse hiçbir zaman gerçekleştirilemeyeceğini ortaya koymuştur. Bireylerin gerçek hayatta maksimize ediciler (her durumda faydasını maksimize etme çalışanlar) ile tatmin ediciler (kendilerini sadece yeteri kadar tatmin edecek seçeneği arayanlar) olarak değerlendirilebileceğini ve tatmin edicilerin optimal seçeneği aramadığını sadece kendileri için yeterince iyi bir seçimi elde etmeye çalıştığını savunmaktadırlar (Moyano-Diaz vd., 2014). Diğer bir deyişle tatmin ediciler yeterince iyi bir çözümle kendilerini daha rahat hissetmektedirler. Dolayısıyla bu durum yüzyıllardır süregelen rasyonel insan varsayımını da temelden sarsan bir bulgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte yine geleneksel iktisadın temel savının aksine insanların çevresel etkenler, bilgi işleme yeteneklerindeki sınırlılıklar gibi nedenlerden dolayı potansiyel olarak sınırsız sayıdaki seçenek arasından seçim kararının fayda maksimizasyonu hedefiyle alınmasını

mümkün kılmadığının da tespit edilmesi önemli bir sonuç olarak literatürde yer etmiştir (Iyengar ve Lepper, 2000).

Bunların yanı sıra maksimize etme eğiliminin yüksek olması, kişileri bazı olumsuz yansımalarla karşı karşıya bırakmaktadır. Yapılan çalışmalar, kişilerin maksimize etme eğilimlerinin yükselmesiyle yüksek depresyon, düşük mutluluk seviyeleri, düşük özsaygı ve yaşam memnuniyeti, pişmanlık ve tüm bunlara bağlı olarak refah kaybı gibi durumlar yaşadıklarını ortaya koymaktadır (Schwartz, 2004). Ayrıca bu kişilerin daha az iyimser (Schwartz vd., 2002) ve daha nevrotik (Purvis vd., 2011); aynı zamanda da ertelemeye daha fazla eğilimli oldukları (Osiurak vd., 2015) önemli tespitler arasındadır. Bu durumlar da göz önüne alındığında maksimize etme eğiliminin bireylerin hayatları üzerindeki yansımalarının saptanması ve bunun için önlemler alınması, araştırma konusunu önemli bir konu haline getirmektedir. Ülkemizde bu alanda yapılan çalışma sayısının yok denecek kadar az olması ve konu özelinde herhangi bir araştırmaya rastlanmaması, bu çalışmanın, özgün değerini oluşturmaktadır.

LİTERATÜR

Schwartz vd. (2002)'nin çalışmasıyla beraber literatürde yer bulan ve maksimize etme eğiliminin tespit edilmesini mümkün kılan ölçüm aracı sonrasında alanda yapılan çalışmalar genellikle ölçek geliştirme çabaları olarak başlamıştır. Schwartz vd. (2002)'nin yapmış olduğu araştırmanın sonuçları, bireylerin maksimize etme eğilimleri ile pişmanlık, mükemmeliyetçilik ve depresyon arasında pozitif, yaşam memnuniyeti ve benlik saygısı arasında ise negatif korelasyonlar olduğu yönündedir. Akabinde yapılan çalışmalarda maksimize etme eğilimi yoğun ilgi görmüştür. Henüz literatürde yeni bir araştırma konusu olması bakımından, literatüre ilk girdiği 2002 yılından günümüze kadar olan süreçte araştırmalar çoğunlukla, yeni bir ölçüm aracı geliştirme veya geliştirilen ölçüm araçlarının teorik eleştirisi yönünde yapılmıştır. Öyle ki 2002-2016 tarihleri arasında 12 ölçek geliştirilmiştir. Ancak sürekli olarak yeni ölçeklerin literatüre kazandırılması, mevcut çalışmaların kazanımlarının temelden bir fikir birliği ile ortaya çıkamamasına sebep olmakta, bu durum da eleştiriyi beraberinde getirmektedir (Misuraca ve Fasolo, 2018). Nitekim farklı ölçekler kullanılarak yapılan çalışmalar da farklı sonuçları beraberinde getirmektedir (Oishi vd., 2014).

Schwartz vd. (2002)'nin çalışmasından hareketle Iyengar vd. (2006) tarafından yapılan çalışmada üniversite son sınıf öğrencilerine maksimize etme eğilimleri ölçülmüş ve yıl boyunca gerçekleştirdikleri iş arama süreçlerinde takibi yapılmıştır. Yıl sonunda yapılan analiz sonuçları, maksimize etme eğilimleri yüksek öğrencilerin diğerlerine oranla %20 oranında daha yüksek başlangıç maaşına sahip işler ile iş dünyasına adım attığını göstermiştir. Bununla birlikte, maksimize etme eğilimleri yüksek olan bireylerin, tatmin edicilere göre, iş arama süreci boyunca daha fazla olumsuz etki yaşadıkları da tespit edilmiştir. Diab vd. (2008) yeni ölçek geliştiren araştırmalardan birini gerçekleştirmiştir. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, her ne kadar maksimize etme eğilimi yüksek bireyler daha fazla pişmanlığa sahip olsa da tatmin edicilere göre daha karamsar olmadıkları tespit edilmiştir. Bununla birlikte Schwartz vd. (2002)'nin araştırma bulgularına göre farklı sonuçlar elde etmişler ve maksimize etme eğilimi ile yaşam doyumu arasında bir ilişkinin olmadığını tespit etmişlerdir. Nenkov vd. (2008) de yeni ölçek geliştiren ve Diab vd. (2008) ile aynı doğrultuda sonuçlar elde eden bir çalışma

gerçekleştirmiştir. Lai (2010) geliştirdiği ölçekle maksimize etme eğiliminin pişmanlıkla ilişkisinin olmadığını ve iyimserlik, riskten kaçınma, içsel motivasyon, öz-yeterlik ve algılanan iş yükü ile pozitif ilişki içinde olduğunu tespit etmiştir. Turner vd. (2012) diğerlerinden daha detaylı bir ölçek geliştirme çalışması gerçekleştirmiş ve 34 maddeden oluşan Maksimizasyon Envanterini geliştirmiştir. Yapmış oldukları çalışmanın sonuçları ise maksimize etmenin, uyumsuz karar verme stilleriyle pozitif yönde ilişkili olduğunu göstermiştir. Weinhardt vd. (2012) ise Maksimizasyon Ölçeği 'nin daha kısa formunu önermiş ve bu ölçekle yapmış dolduğu çalışmada maksimize etme eğiliminin mutsuzlukla değil, sıkıntılı durumla ilişkili olduğunu göstermiştir. 2012 yılında yapılan bir başka çalışma ise maksimize etme eğiliminin dinler arasında farklılık gösterdiğini tespit etmiştir (Albaity ve Rahman, 2012). Ayrıca maksimize etme eğiliminin algılanan karar zorluğu üzerinde de etkili olduğuna dair sonuçlar karşımıza çıkmaktadır (Kim ve Miller, 2017).

VERİ VE YÖNTEM

Bu çalışmada kişilerin maksimize etme eğilimlerinin pişmanlık yaşama eğilimi ve yaşam doyumuyla ilişkisi araştırılmıştır. Bununla birlikte maksimize etme eğilimlerinin demografik değişkenlere göre değişip değişmediği (cinsiyet, çalışma durumu, medeni durum) ve ilgili değişkenlerle bir ilişkisi olup olmadığı (yaş ve gelir) sınanmıştır. Analize konu olan veriler çevrimiçi olarak kolayda örnekleme yöntemiyle toplanmıştır. Analize konu olacak verilerin toplanması için hazırlanan anket formunda maksimize etme eğilimi ve pişmanlık durumunun tespiti için Schwartz vd. (2002) tarafından geliştirilen Maksimizasyon ve Pişmanlık Ölçeği; yaşam doyumunun tespiti için Diener vd. (1985) tarafından geliştirilen ve Dağlı ve Baysal (2016) tarafından Türkçeye uyarlanan Yaşam Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçekler yardımıyla 260 gönüllü katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, ilgili literatür ışığında oluşturulan hipotezler ise şu şekildedir:

Hipotez 1: Maksimize etme eğilimi ile pişmanlık eğilimi arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 2: Maksimize etme eğilimi ile yaşam doyumu arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 3: Maksimize etme eğilimi cinsiyete göre fark göstermektedir.

Hipotez 4: Maksimize etme eğilimi çalışma durumuna göre fark göstermektedir.

Hipotez 5: Maksimize etme eğilimi medeni duruma göre fark göstermektedir.

Hipotez 6: Maksimize etme eğilimi ile gelir arasında bir ilişki vardır.

Hipotez 7: Maksimize etme eğilimi ile yaş arasında bir ilişki vardır.

Analizlere geçmeden önce ölçeklerin güvenirlik analizlerinin yapılması gerekmektedir. Çizelge 1'de görüldüğü üzere Maksimizasyon Ölçeği, Pişmanlık Ölçeği ve Yaşam Doyumu Ölçekleri'nin güvenirlik analizleri yapılmış ve Cronbach's Alpha katsayıları verilmiştir. Buna göre Cronbach's Alpha güvenirlik katsayılarının 0,60'tan yüksek olması, ölçeklerin oldukça güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Kayış, 2009).

Çizelge 1: Çalışmada Kullanılan Ölçeklere İlişkin İç Güvenirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha
Maksimizasyon Ölçeği	11	0,71
Pişmanlık Ölçeği	5	0,69
Yaşam Doyumu Ölçeği	5	0,82

Oluşturulan hipotezlerin dördü korelasyon analizini, üçü ise fark testini gerekli kılmaktadır. Ancak hipotezlerin analizlerine geçmeden örnekleme ait tanımlayıcı istatistikler sunulmuş ve verilerin normal dağılıp dağılmadığı tespit edilmiştir. Buna göre katılımcıların demografik verileri Çizelge 2'de gösterilmiştir.

Çizelge 2: Örnekleme İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Kategorik Değişkenler				
	Kategori	**Frekans**	**Oran (%)**	
Cinsiyet	Kadın	122	46,9	
	Erkek	138	53,1	
Çalışma Durumu	Çalışıyor	175	67,3	
	Çalışmıyor	85	32,7	
Medeni Durum	Evli	121	46,5	
	Bekar	139	53,5	
Sürekli Değişkenler				
	Ortalama	Minimum	Maksimum	Sh.
Yaş	32,20	18	60	9,204
Aylık Hanehalkı Geliri	21625,08	1250	100000	15705,575

Çizelgede de görüldüğü üzere, örneklemin cinsiyet dağılımı nerdeyse eşit düzeydedir. Bununla birlikte katılımcıların ortalama yaşları yaklaşık 32 ve aylık hanehalkı gelirleri 21.625 TL civarındadır. %46,5'i evli olan katılımcıların %67,3'ü çalışıyor durumdadır. Verilerin genel itibarıyla durumu değerlendirildiğinde, eşit dağılıma yakın bir görüntü sergilemektedir. Örnekleme ilişkin genel değerlendirme sonrasında analize konu olan ölçeklere dair dağılım incelenmiştir. Normallik sınamasına ilişkin veriler Çizelge 3'te sunulmuştur:

Çizelge 3: Maksimizasyon ve Pişmanlık Ölçeklerine İlişkin Normallik Sınamaları

				Çarpıklık		**Basıklık**	
Değişken	**N**	**Ort.**	**Sh.**	**İst.**	**Sh.**	**İst.**	**Sh.**
MO	260	4,64	0,89	-0,44	0,15	-0,69	0,30
PO	260	4,43	1,15	-0,52	0,15	-0,41	0,30
YDO	260	4,31	1,24	-,030	0,15	-0,41	0,30

Ankette kullanılan ölçeklere dair gerçekleştirilen normallik sınamasında verilere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinden yararlanılmıştır. Normal dağılım için, verilere ait çarpıklık ve basıklık değerlerinin "-1.5 ile +1.5" aralığında olması gerekmektedir (Tabachnick and Fidell, 2013). Çizelgeden görüldüğü üzere kullanılan ölçekler normal dağılım göstermektedir. Buradan hareketle parametrik testler kullanılmıştır.

Araştırmanın ilk hipotezi kişilerin maksimize etme eğilimleri ile pişmanlık eğilimleri arasında bir ilişkinin olup olmadığının araştırılmasına dayanmaktadır. Verilerin normal dağılıma uyduğu görüldüğünden ilişki testilerinden Pearson Korelasyon Analizi uygulanmıştır.

Çizelge 4: Maksimize Etme Eğilimi ile Pişmanlık Eğilimi Arasındaki İlişkiye Dair Pearson Korelasyon Analizi Sonucu

	Pişmanlık Eğilimi
Maksimize Etme Eğilimi	0,600*
p	0,000

*Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır

Analiz sonuçları, kişilerin maksimize etme eğilimleriyle pişmanlık eğilimleri arasında doğru yönlü ve %60 düzeyinde, orta düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017). Bulunan bu sonuç literatürle de uyumlu sonuç göstermektedir. Bulunan sonuca destek olarak, ilişkinin detaylı araştırılması amacıyla örneklem maksimizasyon ölçeği ortalamasına göre ikiye ayrılmış, ortalamanın üzerinde kalan grup maksimize ediciler, altındakiler ise tatmin ediciler olarak sınıflandırılmıştır. Sınıflandırma sonrasında ise iki grubun pişmanlık ölçeğinden aldıkları ortalamalar karşılaştırılmıştır.

Çizelge 5: Maksimize Ediciler ile Tatmin Edicilerin Pişmanlık Düzeylerinin Farklılığına İlişkin Bağımsız Örneklem t Testi

Bağımlı Değişken	**Gruplar**	**N**	**Ort.**	**Sh.**	**Levene**		**t**	**p**
					F	p		
Pişmanlık Eğilimi	Maksimize	158	4,887	0,898	13,754	0,000	-8,668	0,000
	Tatmin	102	3,721	1,151				

Bu karşılaştırmaya göre maksimize ediciler ile tatmin ediciler arasında pişmanlık eğilimleri farklılık göstermektedir ve maksimize edicilerin daha fazla pişman olma eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir.

Araştırmanın ikinci hipotezinde ise kişilerin maksimize etme eğilimi ile yaşam doyumu arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Yapılan Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Çizelge 6'da verilmektedir:

Çizelge 6: Maksimize Etme Eğilimi ile Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkiye Dair Pearson Korelasyon Analizi Sonucu

	Yaşam Doyumu
Maksimize Etme Eğilimi	0,058
p	0,351

Analiz sonuçları Diab vd. (2008)'nin çalışmasıyla benzer bir bulguya ulaşmıştır. Kişilerin maksimize etme eğilimleriyle yaşam doyumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir sonuç bulunmamaktadır. Bunun temel nedeni yaşam doyumunun, birçok değişkenden (sosyal, demografik, psikolojik vb.) etkilenebilme ihtimalinin yüksek olması gösterilebilir.

Araştırmanın diğer hipotezleri maksimize etme eğilimleri ile demografik değişkenler arasında kurulmuştur. Dolayısıyla analizlere geçmeden önce demografik değişkenlerin maksimizasyon eğilimlerine göre normal dağılıp dağılmadığının tespit edilmesi gerekmektedir. Yapılan normallik analizi sonuçları tüm demografik değişkenleri kapsayacak Çizelge 7'de gösterilmiştir.

Çizelge 7: Değişkenlerin Maksimizasyon Ölçeğine Göre Normallik Sınamaları

						Çarpıklık		Basıklık	
	Değişken		**N**	**Ort.**	**Sh.**	**İst.**	**Sh.**	**İst.**	**Sh.**
MÖ	Cinsiyet	Kadın	122	4,923	0,923	-0,859	0,219	-0,128	0,435
		Erkek	138	4,382	0,785	-0,390	0,206	-0,829	0,410
	Çalışma Durumu	Çalışıyor	175	4,504	0,873	-0,430	0,184	-0,847	0,365
		Çalışmıyor	85	4,906	0,878	-0,597	0,261	-0,335	0,517
	Medeni Durum	Evli	121	4,536	0,910	-0,398	0,220	-0,851	0,437
		Bekar	139	4,722	0,872	-0,476	0,206	-0,544	0,408
Yaş			260	32,20	9,204	0,786	0,151	-0,133	0,301
Gelir			260	21625	15705	1,370	0,151	2,607	0,301

Çizelge 7'den de görüldüğü üzere gelir değişkeninin dışında tüm değişkenler normal dağılım göstermektedir (Tabachnick ve Fidell, 2013). Dolayısıyla gelir değişkeni için parametrik olmayan test uygulanacaktır. Araştırmanın üçüncü hipotezi maksimize etme eğiliminin cinsiyete göre fark gösterip göstermediğini araştırmaktadır. Buradan hareketle veriler normal dağılıma uygun olduğundan Bağımsız Örneklem t-Testi uygulanmıştır.

Çizelge 8: Cinsiyete Göre Maksimize Etme Eğilimlerinin Karşılaştırılması

Cinsiyet	**N**	**Ort.**	**ss**	**t**	**p**
Kadın	122	4,923	0,923	5,106	0.000*
Erkek	138	4,382	0,785		

Analiz sonucuna göre, katılımcıların maksimize etme eğilimleri, cinsiyete göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark göstermektedir (p>0.05). Çizelgeden görüldüğü üzere kadın katılımcıların maksimizasyon ölçeğinden aldığı puanın ortalaması (4,923) ile erkek katılımcılara ait ortalama (4,382) karşılaştırıldığında, kadınların daha fazla maksimize etme eğiliminde olduğu söylenebilmektedir.

Araştırmaya konu olan dördüncü hipotez maksimize etme eğiliminin kişilerin çalışıp çalışmama durumuna göre fark gösterip göstermediğini araştırmaktadır. Bağımsız Örneklem t-Testi sonuçları Çizelge 9'daki gibidir.

Çizelge 9: Çalışma Durumuna Göre Maksimize Etme Eğilimlerinin Karşılaştırılması

Çalışma Durumu	**N**	**Ort.**	**ss**	**t**	**p**
Çalışıyor	175	4,504	0,873	-3.467	**0.001***
Çalışmıyor	85	4,906	0,878		

Analiz sonucuna göre, katılımcıların maksimize etme eğilimleri çalışma durumuna göre farklılık göstermektedir. Çizelge 9'dan görüldüğü üzere çalışmayanların çalışanlara göre daha

fazla maksimize etme eğiliminde olduğu söylenebilmektedir. Araştırmanın bir diğer hipotezi medeni duruma göre maksimize etme eğiliminin fark yaratıp yaratmadığının tespit edilmesini gerekli kılmaktadır. Bu maksatla yine Bağımsız Örneklem t-Testi uygulanmıştır.

Çizelge 10: Medeni Duruma Göre Maksimize Etme Eğilimlerinin Karşılaştırılması

Medeni Durum	N	**Ort.**	ss	t	p
Evli	121	4,536	0,910	-1,683	0.094
Bekar	139	4,723	0,872		

Araştırmaya katılan katılımcıların maksimize etme eğilimlerinin medeni duruma göre değişip değişmediği tespit etmek için uygulanan analiz sonucunda, katılımcıların maksimize etme eğilimlerinin medeni duruma göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Çizelgeden de görüldüğü üzere hem bekar hem de evli katılımcıların Maksimizasyon Ölçeği'nden aldığı skor ortalamaları birbirine çok yakındır. Dolayısıyla her iki grubun da benzer bir eğilim gösterdiği şeklinde yorumlanmaktadır.

Araştırmanın altıncı hipotezi maksimize etme eğilimi ile gelir arasında bir ilişki olup olmadığının sınanmasıdır. Gelirin normal dağılıma uymadığı göz önüne alındığında, ilişki testlerinden Spearman tercih edilmiştir. Buna göre analiz sonucu Çizelge 11'de görülmektedir.

Çizelge 11: Maksimize Etme Eğilimi ile Gelir Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Spearman Korelasyon Analizi Sonucu

	Gelir
Maksimize Etme Eğilimi	-0,196**
p	0,001

Çizelge 11'den de görüldüğü üzere analiz sonucunda, maksimize etme eğilimi ile gelir arasında bir ilişki tespit edilmiş olmasına rağmen bu ilişki yorumlanmayacak kadar küçüktür. Dolayısıyla teorik olarak bu iki değişken arasında bir ilişkinin olmadığı şeklinde de yorumlanabilmektedir. Araştırmanın son hipotezinde ise yaş değişkeni ile maksimize etme eğilimi arasında bir ilişkinin olup olmadığı araştırılmıştır. Bu hipoteze yönelik gerçekleştirilen Pearson Korelasyon Analizi sonuçları Çizelge 12'de sunulmuştur.

Çizelge 12: Maksimize Etme Eğilimi ile Yaş Arasındaki İlişkinin Tespitine Yönelik Dair Pearson Korelasyon Analizi Sonucu

	Yaş
Maksimize Etme Eğilimi	-0,056
p	0,365

Analiz sonucu, maksimize etme eğilimi ile yaş arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığını ortaya koymaktadır. Bu bulgunun, literatürde çeliştiği çalışmalar bulunmaktadır dir (Faure vd., 2019). Ancak elimizde Türkiye örnekleminde yapılan ve bu ilişkiyi araştıran çalışma bulunamadığından, bu farklılığın kültüre bağlı olarak değişebileceği yorumu yapılabilir.

SONUÇ

Bu çalışmanın temel amacı geleneksel iktisadın ana varsayımı olan rasyonel insanı temsil eden maksimize etme eğilimi ile insanların pişmanlık düzeyi ve yaşam doyumları arasındaki ilişkin araştırılmasıdır. Çalışma, literatürde daha önce Türkiye örnekleminde mevcut ölçekler kullanılarak yapılan bir çalışmaya rastlanmaması açısından özgün değer teşkil etmektedir. Yine literatürden hareketle maksimize etme eğiliminin yüksek düzey göstermesi beraberinde birçok olumsuz durumu da getirmektedir. Dolayısıyla aslında rasyonel insanın faydasını maksimize etmeye çalışması, her zaman en doğru kararı verdiği anlamına gelmemekle birlikte kendisine de sorun teşkil edecek durumlarla karşı karşıya kalma olasılığını arttırmaktadır. Yine daha önce belirtildiği gibi gerçek hayatta insan, çeşitli değişkenler nedeniyle de her zaman tam bilgiyle rasyonel kararlara ulaşamamaktadır. Buradan hareketle kişilerin maksimize etme eğilimlerinin yansımalarının tespiti önem taşımaktadır.

Çalışmanın bulgularına göre maksimize etme düzeyi ile pişmanlık eğilimi arasında doğru yönlü orta düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. Maksimize etme ile yaşam doyumu arasında ise, daha önceki bulgularla paralel olarak, bir ilişki tespit edilmemiştir. Maksimize etme eğilimi ile pişmanlık düzeyi arasındaki ilişki her zaman en yüksek faydayı elde etmek için çabalayan insanların yaptıkları (ve yapmadıkları) tercihlerden dolayı sürekli olarak bir pişmanlık yaşama eğiliminde oldukları şeklinde yorumlanabilir. Dahası kişiler kendilerine en yüksek faydayı sağladıklarını düşündükleri durumlarda dahi “acaba daha iyi olabilir miydi?” sorusuyla karşı karşıya kalarak tatminlerini düşürmekte ve bu durum da pişmanlığa neden olabilmektedir. Bu durum aslında fayda maksimizasyonu peşinde koşarken, tam da bu nedenle faydanın maksimize edilemediğini işaret ediyor olabilir. Nitekim tercihlerinden dolayı pişmanlık yaşamaya daha yatkın birinin aynı tercihler nedeniyle faydasını ne kadar maksimum yapabildiği tartışmalı bir hal alacaktır. Bu pişmanlık eğiliminin yaşam doyumunu da etkileyebileceği yönündeki hipotez ise desteklenmemiştir. Maksimize etme eğilimi ile yaşam doyumu arasında sıfıra yakın bir korelasyon bulunmaktadır. Bunun nedeni yaşam doyumunun bireylerin sadece maksimize etme eğilimlerinden etkilenmediği yorumuna sebep olmaktadır. Bunun tespiti için ise daha fazla araştırmaya ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Maksimize etme eğilimi ile demografik değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinde, kadınların ve çalışmayanların maksimize etmeye daha eğilimli oldukları çalışma bulguları arasındadır. Bu iki bulgu ortak bir temele oturmamaktadır. Çalışmayanların çalışanlara göre daha kısıtlı gelire sahip olacakları öngörülebilir. Dolayısıyla kısıtlı gelirlerini en yüksek faydayı sağlayacak şekilde harcamaya çalışıyor olmaları durumu açıklama potansiyeline sahip bir argüman olabilir. Kadınların daha fazla maksimize etme eğilimine sahip olması ise psikoloji literatüründe değinildiği gibi daha mükemmeliyetçi olmalarından ya da toplumsal rollerden dolayı sorumluluk alma konusunda daha fazla gelişmiş olmasından kaynaklanıyor olabilir. Maksimize etme eğilimi ile yaş ve gelir arasında ise bir ilişki tespit edilememiştir. Medeni durum ise bu eğilimde herhangi bir fark yaratmamıştır. Ancak elimizdeki veriler, daha farklı örneklemlerle ve analizlerle geliştirilmelidir.

KAYNAKÇA

Albaity, M. ve Rahman, M. (2012). Behavioural Finance and Malaysian Culture, International Business Research, 5(11), 65-76

Dağlı, A. ve Baysal, N. (2016). Yaşam Doyumu Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 15(59), 1250-1263

Diab, D. L., Gillespie, M. A. ve Highhouse, S. (2008). Are maximizers really unhappy? The measurement of maximizing tendency. Judgment and Decision Making, 3, 364-370.

Diener, E., Emmons, R. A., Larsen, R. J. ve Griffin, S. (1985). The satisfaction with life scale. Journal of Personality Assessment, 49 (1), 71-75

Faure, J., Joulain, M., Lesourd, M. ve Osiurak, F. (2019). Age differences in maximization, Psychologie Française,64(1), s.47-54.

Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2017). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (4. Baskı), Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hatırlı, S.A. (2019). Mikroekonomi (6. Baskı), Beyazıt Kitabevi: Isparta.

Iyengar, S. S. ve Lepper, M. (2000). When choice is demotivating: Can one desire too much of a good thing?, Journal of Personality and Social Psychology, 79, 349-366

Iyengar, S. S., Wells, R. E. ve Schwartz, B. (2006). Doing Better but Feeling Worse: Looking for the "Best" Job Undermines Satisfaction. Psychological Science, 17(2), 143–150.

Kayış, A. (2009). Güvenirlik Analizi. Ş. Kalaycı (Ed), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri içinde (403-419). Ankara: Asil Yayıncılık.

Kim, K. ve Miller, E. (2017). Vulnerable maximizers: The role of decision difficulty. Judgment and Decision Making, 12(5), 516-526

Lai, L. (2010). Maximizing without difficulty: A modified maximizing scale and its correlates. Judgment and Decision Making, 5(3), 164-175. doi:10.1017/S1930297500001042

Misuraca, R. ve Fasolo, B. (2018). Maximizing versus satisficing in the digital age: Disjoint scales and the case for "construct consensus", Personality and Individual Differences, 121, 152-160

Moyano-Díaz, E., Martínez-Molina, A. ve Ponce, F. (2014). The price of gaining: Maximization in decision-making, regret and life satisfaction. Judgment and Decision Making, 9(5), 500-509. doi:10.1017/S1930297500006859

Nenkov, G., Morrin, M., Ward, A., Schwartz, B., & Hulland, J. (2008). A short form of the Maximization Scale: Factor structure, reliability and validity studies. Judgment and Decision Making, 3(5), 371-388. doi:10.1017/S1930297500000395

Oishi, S., Tsutsui, Y., Eggleston, C. ve Galinha, I.C. (2014). Are maximizers unhappier than satisficers? A comparison between Japan and the USA, Journal of Research in Personality, 49, 14-20,

Osiurak, F., Faure, J., Rabeyron, T., Morange, D., Dumet, N., Tapiero, I. Poussin, M., Navarro, J., Reynaud, E. ve Finkel, A. (2015).Déterminants de la procrastination académique : motivation autodéterminée, estime de soi et degré de maximation, Pratiques Psychologiques, 21(1), 19-33.

Purvis, A., Howell, R. T., & Iyer, R. (2011). Exploring the role of personality in the relationship between maximization and well-being. Personality and Individual Differences, 50, 370–375

Schwartz, B., Ward, A., Monterosso, J., Lyubomirsky, S., White, K. ve Lehman, D. R. (2002). Maximizing versus satisficing: Happiness is a matter of choice. Journal of Personality and Social Psychology, 83(5), 1178–1197. doi: 10.1037/0022-3514.83.5.1178

Schwartz, B. (2004). The paradox of choice: Why less is more. New York, NY: Ecco

Simon, H. A. (1955). A behavioral model of rational choice. Quarterly Journal of Economics. 59, 99–118. http://dx.doi.org/10.2307/1884852

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics. Boston, Pearson.

Turner, B., Rim, H., Betz, N., & Nygren, T. (2012). The Maximization Inventory. Judgment and Decision Making, 7(1), 48-60. doi:10.1017/S1930297500001820

Weinhardt, J., Morse, B., Chimeli, J., & Fisher, J. (2012). An item response theory and factor analytic examination of two prominent maximizing tendency scales. Judgment and Decision Making, 7(5), 644-658

İŞ HUKUKUNDA YEŞİL İŞLERİN SÖZLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜ İLKESİ BAKIMINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Öğretim Görevlisi Dr., Banu DENİZLİ ÖZTÜRK
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
- ORCID ID: 0000-0003-4429-4605

ÖZET

Son yıllarda dünya gündeminde geniş bir yer edinen yeşil sürdürülebilirlik, ekolojik krizleri önleyerek çevrenin korunmasını temel hedef alan çevre dostu bütün yaklaşımları ve uygulamaları kapsamaktadır. Çoğu zaman yeşil ekonomi ya da yeşil kalkınma odaklı tasnifleriyle karşılaşılsa da yeşil sürdürülebilirlik kavramının, uygulanması ve teşvik edilmesi bakımından hukuki bir zemine ihtiyaç duyulduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Çevreyi ve enerjiyi korumak, iklim değişikliğinin etkilerini en aza indirgemek, küresel ısınmayı önlemek şeklinde sayabileceğimiz bir dizi tedbiri almak bütün insanlığın temel görevi olmakla birlikte devletler, ulusal ve uluslararası örgütler ile mal ve hizmet üretimini üstlenen işletmeler yeşil sürdürülebilirlik için çaba gösterme ve farkındalığı artırma konularında büyük bir işleve sahiptirler. Uygulamaya bakıldığında kimi paydaşların çevreyi koruma misyonunu kendiliğinden üstlendiği ve gelecek nesillerin kaynaklarının zarar görmemesini amaçlayan politikalar geliştirdiği görülse de örneklerin sayısının azlığı üzüntü vericidir. Bu çerçevede çevreyi koruma eğiliminde olmayan kişi, kurum ya da kuruluşların hukuki düzenlemelerle sürece dahil edilmesi gerektiği açıktır.

Yeşil sürdürülebilirlik hukukun birçok alanına etki etmekle birlikte, çalışmamızda iş hukuku boyutunda incelemeler yapmayı amaçlamaktayız. Yeşil sürdürülebilirliğin işçi ve işveren ilişkilerine yansıdığı başlıca konulardan biri yeşil işlerdir. Bu doğrultuda yeşil işler, iş sözleşmesinin yapılması, devamı ve sona ermesi bakımından iş hukukunda sözleşme özgürlüğü ilkesi odağında irdelenecektir. İlaveten, yeşil işlerin istihdamda artışını sağlamak adına önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yeşil sürdürülebilirlik, İş Hukuku, Yeşil İşler, Yeşil İş Hukuku

EVALUATION OF GREEN JOBS IN TERMS OF FREEDOM OF CONTRACT IN LABOR LAW

ABSTRACT

Green sustainability, which has gained a wide place on the world agenda in recent years, includes all environmentally friendly approaches and practices that aim to protect the environment by preventing ecological crises. It is an undeniable fact that a legal basis is needed for the implementation and promotion of the concept of green sustainability, although it is often encountered with classifications focused on green economy or green development.

Taking a series of measures that we can count as protecting the environment and energy, minimizing the effects of climate change and preventing global warming is the main duty of all humanity. However, governments, national and international organizations and businesses that undertake the production of goods and services have a great function in striving for green sustainability and raising awareness. In practice, although it is seen that some stakeholders have assumed the mission of protecting the environment and have developed policies aimed at not harming the resources of future generations, it is regrettable that the number of examples is low. In this context, it is clear that individuals, institutions or organizations that do not tend to protect the environment should be included in the process on a legal basis.

Although green sustainability affects many areas of law, we aim to examine the labor law dimension in our study. One of the main issues on which green sustainability is reflected in employee and employer relations is green jobs. In this respect, green jobs will be examined in the focus of the principle of freedom of contract in labor law in terms of the conclusion, continuation and termination of the employment contract. In addition, suggestions will be made in order to increase the employment of green jobs.

Keywords: Green sustainability, labor law, green jobs, green labor law

1. GİRİŞ

Sözleşme özgürlüğü, kişilerin irade özerkliği çerçevesinde istedikleri şekilde hukuki ilişkiler kurabilmek, değiştirebilmek ve ortadan kaldırmak haklarına sahip olmalarını içeren bir ilkedir (Eren, 2017; Tekinay vd., 1993; Çelik, Caniklioğlu, Canbolat & Özkaraca, 2022). Borçlar Hukuku'nun temel prensiplerinden biri olan bu ilke, Anayasa'nın 48. maddesindeki (m.) "Herkes, dilediği alanda çalışma ve sözleşme hürriyetlerine sahiptir" hükmü ile güvence altına alınmaktadır. Türk Borçlar Kanunu (TBK) m. 26'da ise "Taraflar, bir sözleşmenin içeriğini kanunda öngörülen sınırlar içinde özgürce belirleyebilirler" ifadesiyle genel kural ortaya konulmakta, 27. m.'de kanunun emredici hükümlerine, ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına aykırı ve konusu imkansız olmadıkça taraflarca sözleşme konusunun özgürce belirlenebileceği düzenlenmektedir.

Bir özel hukuk sözleşmesi olarak nitelendirilen iş sözleşmesinin de sözleşme özgürlüğü ilkesi kapsamında ele alınacağı şüphesizdir. Doktrinde haklı olarak ifade edildiği üzere işçi ile işveren sözleşme yapmamak, sözleşme tarafını seçmek, sözleşme şartlarını belirlemek ve taraf oldukları sözleşmeyi sona erdirmek hususlarında bir serbestiye sahiptir (Mollamahmutoğlu, Astarlı & Baysal, 2022). Ancak iş hukukunun doğası gereği iş sözleşmesi özgürlüğüne çeşitli sınırlamalar getirildiği ve bunların da genel olarak işverenleri etkileyecek şekilde olduğu görülmektedir (Mollamahmutoğlu, Astarlı & Baysal, 2022) İşçinin korunması ilkesi işverenlere yönelik olarak getirilen sınırlamaların gerekçesini oluşturmaktadır. Bu kapsamda işverenin belirli koşullar çerçevesinde eski çalışanını yeniden işe alma yükümlülüğü, iş sözleşmesinin içeriğini belirlemede getirilen sınırlamalar ya da kanunda belirlenen kapsam dahilinde mevcut işçisinin iş sözleşmesini feshederken uyması gereken kurallar iş sözleşmesinin güçsüz tarafı olan işçinin iş sözleşmesinin devamlılığını sağlama hedefiyle getirilmiştir.

Çalışmamızda yeşil işlerin istihdamdaki yerini artırmak adına bahse konu sınırlamaların yeşil işler lehine uygulanabilirliğini iredeleyerek çözüm önerileri geliştirmeyi amaçlamaktayız. Bunun için öncelikle yeşil işleri kavramsal olarak açıklayacağız. Devamında ise iş sözleşmesi özgürlüğünün hali hazırda uygulanmakta olan sınırlamalarını kanuni bir zeminde yeşil işlere entegre etme yönünde değerlendirmelerde bulunacağız.

2. YEŞİL İŞ KAVRAMI

Literatürde klasik üretim şekli olarak nitelendirilen "kahverengi işler", hammaddeyi etkin kullanmayan, fosil yakıtlara bağlı olarak üretim yapan ve enerji etkinliğini amaç edinmeyen

işler şeklinde tanımlanmakta ve bu işlerin insana yakışır iş standartlarından uzak olduğu belirtilmektedir (Başol, 2018). Tanımdan anlaşıldığı üzere kahverengi işler çevrenin korunması amacından uzaklaşan ve aynı zamanda insan onuruna yakışan çalışma şartları barındırmayan işlerdir. Yeşil işler ise özünde yeşil ekonomi, yeşil büyüme ve sürdürülebilirlik prensiplerini barındırmaktadır. Bunlara ek olarak, yaşanabilir ve gelecek nesillere aktarılabilir bir çevreyi sürdürebilme hedefini ve insana yakışır çalışma şartlarını da içermektedir.

Birleşmiş Milletlerin Çevre Programı (UNEP) kapsamında hazırlanan Yeşil Ekonomi Raporu'na göre iklim değişikliğinden gıda, enerji ve finans konularına kadar varan birçok küresel krizin meydana gelmesinin altında yatan sebep yatırımların yeşil sektörlerden ziyade fosil yakıtlar gibi kahverengi ekonomiye yapılmasıdır. Anılan raporda çevresel riskleri ve ekolojik kıtlıkları azaltmanın ve insan refahı ile sosyal eşitliği artırmanın yolunun yeşil ekonomiden geçtiği vurgulanarak yeşil işlerin öneminin altı çizilmektedir[1].

Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ise yeşil işleri, üretim ve inşaat gibi geleneksel sektörlerin yanı sıra yenilenebilir enerji ve enerji verimliliği gibi yeni ve gelişmekte olan sektörlerin çevrenin korunmasına ya da restore edilmesine katkıda bulunan faaliyetleri kapsamında gerçekleştirilen insana yakışır işler olarak tanımlamaktadır (Jarvis, Varma & Ram, 2011).

ILO yeşil işlere katkı sağlayacak sektörleri örnek olarak;

İnşaat, sanayi ve ulaştırmada enerji ve kaynak verimliliğinde iyileştirmeler sağlanması,
Biyoyakıtlar ve yenilenebilir teknolojiler dahil olmak üzere yenilenebilir enerji,
Sürdürülebilir hareketlilik (toplu taşıma),
Atık yönetimi ve hammaddenin geri dönüşümü,
Kirlilik kontrolüyle ilgili eko-endüstriler,
Ekoturizm gibi çevre dostu hizmetler şeklinde sıralamaktadır ((Jarvis, Varma & Ram, 2011).

UNEP, ILO, IOE[2] ve ITUC[3] tarafından hazırlanan Yeşil İşler Raporu'nda yeşil işlerin birçok beceri, eğitim ve mesleki profilleri kapsadığı belirtilerek, mühendislik ve mimari gibi mesleki alanlar, proje planlama ve yönetimi, denetim, pazarlama, müşteri hizmetleri, yönetim ve sıhhı tesisat ya da elektrik tesisatı gibi bir çok geleneksel mavi yakalı işlerde ortaya çıkacaklarından bahsedilmektedir.Verilen örneklerin sadece özel sektörde faaliyet gösteren işletmeler için geçerli olmadığı, aynı zamanda devlet dairelerinde, akademide, meslek örgütlerinde ve sivil toplum kuruluşlarında iş fırsatları yaratacağı öngörülmektedir (Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World, UNEP/ILO/IOE/ITUC, 2008). Aynı raporda yeşil işlerin tanımı şu şekilde yapılmıştır: "Yeşil işler, tarım, imalat, inşaat, kurulum ve bakımın yanı sıra bilimsel ve teknik, idari ve hizmetle ilgili faaliyetlerdeki, çevresel kalitenin korunmasına veya onarılmasına önemli ölçüde katkıda bulunan pozisyonlardır". Raporda yeşil işler söyleminin somutlaşması adına yapılması gerekenlere ışık tutan bir diğer detay bu işlerin işçilik hakları boyutuyla ayrıca ele alınması gerekliliğidir. Bu noktada, raporda iletildiği üzere, yeşil işler işçilerin uzun yıllardır mücadelesini verdiği haklı taleplerine cevap veren, adil ücret ve güvenli çalışma koşulları içeren bir biçimde uygulamaya konulmalıdır (s. 36). Yeşil büyüme ve yeşil istihdamın iş ilişkilerine etkisiyle birlikte iş hukukunun yeşil iş hukuku olarak isimlendirilmesinin ve kanuni zeminin bu söyleme uygun olarak değiştirilmesinin yeşil hedeflere ulaşmada etkili olacağı düşüncesindeyiz.

Yeşil işlerin her ne kadar çeşitli tanımları mevcut olsa da kapsamlı net bir tanımının bulunmadığına doktrinde işaret edilmekte, objektif ve ölçülebilir bir tanım yapılmasının gerektiği öne sürülmektedir ((Bowen & Kuralbayeva, 2015; Sulich, Rutlowska & Poplawski, 2020). UNEP ve ILO tarafından hazırlanan raporlar ve yapılan açıklamalar dikkate alındığında

[1] UNEP - UN Environment Programme
[2] International Organisation of Employers
[3] International Trade Union Confederation

ise çevrenin korunmasını temel amaç edinen çevre dostu faaliyetler kapsamında yürütülen ve insana yakışır çalışma koşullarını temin eden işler yeşil işler olarak nitelendirilebilecektir.
Yeşil büyümenin özellikle son yıllarda uluslararası ekonomi ve kalkınma politikalarının başlıca konusu haline geldiği görülmektedir. Dünya Bankası'nın ve diğer çok taraflı kalkınma bankalarının ülkelerin yoksulluğunu azaltma ve ekonomik büyüme çabalarına destek olma vaatlerinin temelinde hep yeşil büyümeye geçişe duyulan ihtiyacın altı çizilmektedir[4]. Aynı şekilde, enerji politikalarında reform yapan, güvenilir ve şeffaf doğal sermaye piyasası kuran ve yeşil büyüme hedeflerini ulusal kalkınma planlarına ilaveten sektörel kalkınma planlarında ön plana çıkaran ülkelerin girişimlerinin destekleneceği önemli bir vaattir.
Ülkemizdeki duruma gelecek olursak, Türkiye 1994 yılında yürürlüğe giren Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nin tarafı olma statüsünü 24 Mayıs 2004 yılında elde etmiş, İklim Değişikliği Koordinasyon Kurulu oluşturularak Bakanlıkların da katılımıyla çalışma grupları teşkil ettirilmiştir[5]. 2009 yılında Kyoto Protokolü'ne taraf olan Türkiye, 2015 yılında da Paris İklim Konferansı'na iştirak ederek küresel ısınmanın kontrol altına alınmasına katkı sunmak üzere niyet beyanında bulunmuş, 2016 yılında Paris Anlaşması'nı onaylamıştır (Üner, 2017). AB'ye uyum süreci de yeşil ekonomiye geçişi tetikleyen etken olmuş, Üçüncü Kalkınma Planı ile birlikte (1973-1977) çevre sorunlarına yer verilmeye başlanmıştır (Bozkurt, 2021). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023)[6] incelendiğinde, planda "Yaşanabilir Şehirler, Sürdürülebilir Çevre" başlığı altında çevrenin korunmasına yönelik konulara önem verildiği, yeşil büyüme ve emisyon artış trendinin sınırlandırılması yönünde politikaların izlenmesi suretiyle iklim değişikliğine uyum çabaları gösterildiği yer almaktadır.
Ülkemizde yeşil büyüme yolunda önemli adımlar atıldığı ve güzel gelişmeler yaşandığı görülse de yeşil işlerin hala istenilen düzeye geldiğini söyleyemeyiz. Aslında gelinen nokta sadece ülkemiz açısından değil tüm dünyada aynı şekilde yorumlanabilir. Çevrenin korunmasına hizmet eden yeşil işlerin yaygınlaşması ve bu işlerin insana yakışır çalışma koşullarını içermesi adına devletlere büyük sorumluluklar düşmektedir. Bu amaçla, olması gereken mevzuatta konuya yer verilerek işletmelere yeşil hedeflere ulaşma amacıyla çeşitli yükümlülükler getirilmesi ve bu yükümlülüklere aykırı hareketlerin yaptırımlara bağlanmasıdır.

3. İŞ HUKUKUNDA SÖZLEŞME ÖZGÜRLÜĞÜNE İLİŞKİN SINIRLAMALARIN YEŞİL İŞLERE UYGULANABİLİRLİĞİ

Çevreye yönelik tehditler, doğal kaynakların hızla yok olması ve ekosistemin uğradığı zararlar dünya genelinde yeşil ekonomiye geçişin hızlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Bu geçişte en büyük payın işletmelerde olduğu açıktır. Ancak çevreyi korumaya yönelik faaliyetlerin bir nevi işletmelerin insiyatifine bırakılmış olması, alınacak önlemlerin yetersiz kalması sonucunu doğurabilecektir. Konunun taşıdığı öneme binaen yeşil işlerin istihdamda sahip olduğu yeri artırabilecek tedbirlerin alınmasında devletlere büyük iş düşmektedir. İş hukuku özelinde konuyu ele aldığımızda ise yapılacak kanuni düzenlemelerle iş sözleşmesi taraflarının yeşil işlerin teşviki amacıyla bazı sınırlamalara ve yükümlülüklere tabi tutulmasının yararlı olacağı kanısındayız.
İş sözleşmesi özgürlüğüne sözleşme yapıp yapmama, sözleşme içeriğini belirleme ve sözleşmeyi sona erdirme konularında getirilen sınırlamaların yeşil işler özelinde mevzuatta yer bulması yeşil işlerin istihdamda ön plana çıkmasını sağlayıcı bir etki yaratabilecektir. Bu çerçevede özellikle sözleşme yapma özgürlüğü ve sözleşmeyi sona erdirme özgürlüğüne ilişkin sınırlamaları ayrı başlıklar altında değerlendirmekte fayda görüyoruz.

2.1. İş Sözleşmesi Yapma Özgürlüğü ve Sınırları Bakımından

[4] MDB'ler: Sürdürülebilir Kalkınma Vaadini Yerine Getirmek (worldbank.org)
[5] Ulusal Bildirimler - İklim Değişikliği Başkanlığı (iklim.gov.tr)
[6] On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023 (sbb.gov.tr)

İşçi ve işveren arasındaki iş ilişkisinde taraflar sözleşmenin karşı tarafını belirlemede bir serbestiye sahiplerdir. Ancak bu serbesti ekonomik ve sosyal gereklerle İş Kanunu'nda farklı şekillerde sınırlandırılmış, iş sözleşmesi yapma yasakları ve iş sözleşmesi yapma zorunluluğu çeşitli hükümlerle düzenlenmiştir (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat & Özkaraca, 2022).
İş sözleşmesi yapma yasakları dezavantajlı grupların korunmasına yönelik olup küçüklere ve kadınlara yönelik yasakların örnek olarak gösterilmesi mümkündür. İş sözleşmesi yapma zorunluluğu ise;
İşten çıkarılanların yeniden işe alınmaları,
Engelli ve eski hükümlü işçi çalıştırma,
Maluliyeti sona eren işçileri çalıştırma,
Askerliği ya da kanuni ödevi bitenlerin yeniden işe alınmaları,
İşyeri hekimi ve iş güvenliği uzmanı çalıştırma,
İşçi kuruluşlarında görevleri bitenlerin yeniden işe alınmaları şeklinde sayılabilir (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat & Özkaraca, 2022).
Anılan zorunluluklara bakıldığında işverenin bir dönem kendi nezdinde çalışmış olan ve işten ayrılmış olan işçisini kanunda sayılan sebeplerden birinin gerçekleşmesi halinde yeniden işe alma yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu yükümlülük yerine getirilmediğinde işverenin yaptırıma tabi tutulması şeklinde sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Örneğin, 4857 sayılı İş Kanunu m. 30/5'e göre "Bir işyerinden malulen ayrılmak zorunda kalıp da sonradan maluliyeti ortadan kalkan işçiler eski işyerlerinde tekrar işe alınmalarını istedikleri takdirde, işveren bunları eski işleri veya benzeri işlerde boş yer varsa derhal, yoksa boşalacak ilk işe başka isteklilere tercih ederek, o andaki şartlarla işe almak zorundadır. Aranan şartlar bulunduğu halde işveren iş sözleşmesi yapma yükümlülüğünü yerine getirmezse, işe alınma isteğinde bulunan eski işçiye altı aylık ücret tutarında tazminat öder".
Engelli ve eski hükümlü çalıştırma zorunluluğunu düzenleyen İş Kanunu m. 30/1 yeşil işler bakımında da uygulama alanı bulabilecek bir hüküm olarak dikkat çekicidir. Anılan hükme göre "İşverenler, elli veya daha fazla işçi çalıştırdıkları özel sektör işyerlerinde yüzde üç engelli, kamu işyerlerinde ise yüzde dört engelli ve yüzde iki eski hükümlü işçiyi veya 21/06/1927 tarihli ve 1111 sayılı Askerlik Kanunu kapsamına giren ve askerlik hizmetini yaparken 12/04/1991 tarihli ve 3713 sayılı Terörle Mücadele Kanunu 21 inci maddesinde sayılan terör olaylarının sebep ve tesiri sonucu malul sayılmayacak şekilde yaralanları meslek, beden ve ruhi durumlarına uygun işlerde çalıştırmakla yükümlüdürler. Aynı il sınırları içinde birden fazla işyeri bulunan işverenin bu kapsamda çalıştırmakla yükümlü olduğu işçi sayısı, toplam işçi sayısına göre belirlenir". İlgili hükümle işgücü piyasasında dezavantajlı olarak nitelendirebileceğimiz kişilerin iş bulabilmelerine imkan sağlamak maksadıyla işverenlere iş sözleşmesi yapma zorunluluğu getirildiği görülmektedir. Hükümde dikkat çeken bir diğer husus ise ilgili zorunluluğunun bütün işyerlerini kapsamaması, elli ya da daha fazla işçi çalıştıran işverenler bakımından uygulama alanı bulmasıdır.
Yeşil sürdürülebilirlik ve yeşil ekonominin dünya gündeminde uzun bir süredir yer edindiği ve gelinen noktada daha da uzun bir süre konunun önemini koruyacağı düşünüldüğünde, çevreyi korumayı amaç edinen yeşil işlerin aynı titizlikle mevzuata dahil edilmesinin ve iş sözleşmesi yapma zorunluluğunun yeşil işler özelinde mevzuatta yer bulmasının etkili bir politika olacağı şüphesizdir. Ülkemiz açısından değerlendirdiğimizde bütün işverenlerin böyle bir zorunluluk kapsamına alınması elbette makul olmayacaktır. Ancak İş Kanunu'nun 30. maddesindeki hükmün yapılış tarzı örnek alınarak belli bir ekonomik güce sahip ve çok sayıda işçi çalıştıran işverenler bakımından çalıştırdıkları işçi sayısının belli bir yüzdesi kadar yeşil işlerde işçi istihdam etme yükümlülüğü getirilmesi somut olarak yeşil istihdam hedeflerine ulaşılmayı sağlayıcı nitelikte olacaktır. Bu doğrultuda elli ya da daha fazla işçi çalıştıran işverenlerin yüzde iki oranında yeşil işlerde işçi çalıştırması zorunluluğunun mevzuata dahil edilmesinin yanı sıra

işverenlere sağlanacak prim teşvikleri ile tüm yükün işverenlerin üzerinde bırakılması engellenerek devlet desteği getirilmesi pratik bir çözüm olarak değerlendirilebilecektir.
İşverenlerin yeşil işler kapsamında işçi çalıştırmasını kanuni bir zeminde yükümlülük olarak hükme bağlamak, bireylerin yeşil işlere yönelmesinin önünü açacaktır. Bu sayede yeşil işler işgücü piyasasında daha bilinir hale geleceğinden, daha çok ilgi çekecektir. Tüm bu gelişmeler ise yeşil iş tanımlarının ayrıntılı bir şekilde yapılması, meslek liseleri, önlisans ve lisans programları ile meslek içi eğitim programlarının yeşil işlere odaklanması gibi bir dizi planlamayı beraberinde getirecektir.

2.2. İş Sözleşmesini Sona Erdirme Bakımından

Kişiler sözleşme yapıp yapmama, sözleşmenin karşı tarafını seçme, içeriğini belirleme özgürlüklerine ilaveten taraf oldukları sözleşmeyi sona erdirme konusunda da serbestiye sahiptir. Bu serbesti sözleşme özgürlüğünün bir parçasıdır. Ancak işçi ve işveren arasındaki ilişkinin ekonomik ve sosyal yönlerinin diğer hukuki ilişkilerden ayrışması sözleşmeyi sona erdirme özgürlüğüne farklı bir bakış açısı geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. İşçinin geçimini sağlayabilmesi ve hayatını idame ettirebilmesi mevcut iş sözleşmesinin devamlılığı ile sağlanabileceğinden ve işçinin yeni bir iş bulması işsizliğin ulaştığı boyutlar göze alındığında bir hayli zorlayıcı olacağından ilave bir korumaya ihtiyacı olacaktır (Müller-Glöge, Preis & Schmidt, 2023; Röller, 2023).
Tarihsel sürece bakıldığında başlangıçta iş sözleşmesi diğer sözleşme türleri gibi nesnel açıdan ele alınmaktaydı. Sonrasında sosyal devlet ilkesinin gereklilikleri yanı sıra iş sözleşmesinin işçinin işvereni ile kişisel ilişki kurması anlamına da geldiğinin kabulü iş güvencesi sistemine geçişi zorunlu kıldı (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat & Özkaraca, 2022; Güven & Aydın, 2020).
ILO tarafından 1982 yılında kabul edilen 158 sayılı Hizmet İlişkisine Son Verilmesi Sözleşmesi iş güvencesinin temelini teşkil etmektedir (Ekmekçi & Yiğit, 2020). Bu güvence sayesinde işçi geçim endişesi yaşamaktan ve her an iş sözleşmesinin feshedilebileceği korkusuyla çalışmaktan uzak tutulmaktadır (Taşkent, 1991; Centel, 2020; Süzek, 2022) Batıda iş güvencesi sistemi eskiden beri uygulanmasına karşın ülkemizde kanuni düzenlemeye geçişi 2002 yılında mümkün olmuştur. Bir önceki kanunumuz 1475 sayılı İş Kanunu'na 4773 sayılı Kanunla yapılan değişiklikle iş güvencesinin kapsamı belirlenerek bu kapsama dahil olan işçilerin iş sözleşmelerinin feshi birtakım kurallara tabi tutulmuştur (Eyrenci, Taşkent, Ulucan & Baskan, 2020; Senyen Kaplan, 2022; Kar, 2017). 2003 yılında çıkarılan 4857 sayılı İş Kanunu'nda iş güvencesi sistemi bazı değişikliklerle devam ettirilmiştir.
4857 sayılı İş Kanunu m. 18/1'e göre "Otuz ya da daha fazla işçi çalıştıran işyerlerinde en az aylık kıdemi olan işçinin belirsiz süreli iş sözleşmesini fesheden işveren, işçinin yeterliliğinden veya davranışlarından ya da işletmenin, işyerinin veya işin gereklerinden kaynaklanan geçerli bir sebebe dayanmak zorundadır. Yer altı işlerinde çalışan işçilerde kıdem şartı aranmaz". İşçinin 18. maddede yer alan bu güvenceden faydalanabilmesi için 4857 sayılı İş Kanunu ya da Basın İş Kanunu kapsamında çalışıyor olması gerekmektedir (Çelik, Caniklioğlu, Canbolat & Özkaraca, 2022). Kanunda sayılan şartların mevcut olması halinde işveren işçinin iş sözleşmesini ancak işçinin yeterliliğinden veya davranışlarından ya da işletmenin, işyerinin veya işin gereklerinden kaynaklanan geçerli bir sebebe dayanmak şartıyla feshedebilecektir (Tunçomağ & Centel, 2005; Sümer, 2022). Ayrıca m. 19'a göre "İşveren fesih bildirimini yazılı olarak yapmak ve fesih sebebini açık ve kesin bir şekilde belirtmek zorundadır". İş Kanunu'nun 20. maddesi ise fesih bildirimine itirazı şu şekilde düzenlemektedir: "İş sözleşmesi feshedilen işçi, fesih bildiriminde sebep gösterilmediği veya gösterilen sebebin geçerli bir sebep olmadığı iddiası ile fesih bildiriminin tebliği tarihinden itibaren bir ay içinde işe iade talebiyle, İş Mahkemeleri Kanunu hükümleri uyarınca arabulucuya başvurmak zorundadır. Arabuluculuk faaliyeti sonunda anlaşmaya varılmaması halinde, son tutanağın düzenlendiği tarihten itibaren iki hafta içinde iş mahkemesinde dava açılabilir".

İş Kanunu m. 18 vd. maddelerinde düzenlenmiş olan iş güvencesine ilişkin hükümler, yeşil işlerin işgücü piyasasında gelişimi için iyi bir fırsat olarak değerlendirilebilir. Şöyle ki, yeşil işlerin benzer bir iş güvencesi sistemiyle kanuni olarak koruma altına alınması hem kişilerin yeşil işlere yönelmesinin önünü açacak, hem de yeşil işlerde çalışan kişiler iş sözleşmelerinin devamlılığını sağlamak noktasında bir teminata sahip olacaklardır.
Ülkemizdeki ekonomik ve sosyal durum düşünüldüğünde bütün işyerlerinin yeşil işlerde istihdam yaratma ve bunu sürdürme şeklinde zorunluluklara tabil tutulması gerçekçi olmayacaktır. Ancak, sadece belli bir ekonomik güce erişmiş, işçi sayısı fazla olan işyerlerinin kapsama alınmasıyla piyasada denge kurulabilecektir. Bu çerçevede aynı İş Kanunu m. 18 vd. maddelerinde düzenlendiği şekliyle, fakat yeşil işler lehine istisna getirerek işçinin hangi kanun kapsamında çalıştığına bakılmaksızın yeşil işlerde çalışması şartıyla "yeşil iş güvencesi" şeklinde bir güvence imkanından faydalandırılmasının yerinde olduğu kanısındayız.

3. SONUÇ

Mevcut doğal kaynaklarımızı bizden sonraki nesillere aktarmamızın önünde büyük bir engel olarak yer alan ve ekosistemi olumsuz şekilde etkileyen çevre sorunları, geldiğimiz noktada artık herkesin aktif bir rol üstlenmesini zorunlu hale getirmiştir. Sanayi devrimi ile birlikte fabrikaya dayalı üretime geçiş kahverengi işlerin piyasada yaygınlaşmasına sebep olmuş ve bu işlerle birlikte çervesel sorunlar artış göstermeye başlamıştır.
Uluslararası örgütlerin çevrenin korunmasına yönelik olarak başlattığı çalışmalar ve hazırlanan raporlar yeşil sürdürülebilirlik, büyüme, ekonomi ve istihdam kavramlarının yeni bir bakış açısıyla ele alınmasına öncülük etmiştir. Bu doğrultuda çevrenin korunmasını amaçlayan politikalar oluşturulması gerekliliği uzun süredir vurgulanmaktadır. Anılan hedefleri gerçekleştirmenin en önemli araçlarından biri ise yeşil işlerdir. Çevresel riskler ile ekolojik kıtlıkları azaltmanın ve insan refahı ile sosyal eşitliği artırmanın yolu olarak tanımlanan yeşil işler son yıllarda yaygınlaşmaktadır. Ancak hala istenilen noktaya geldiğini söylemek mümkün görünmemektedir.
Yeşil istihdam alanları yaratmaya yönelik çabalar ve yeşil işler odaklı yeni işkollarının yaratılması küresel bir kriz olarak nitelendirebileceğimiz çevremize yönelik tehditleri bertaraf etmekte yetersiz kalabilmektedir. Bu sebeple daha etkin tedbirlerin alınması ve devletlerin sorumluluk üstlenmesi gerekmektedir. Günümüzde birtakım işletmelerin kendiliğinden çevreyi korumayı amaç edindiğini ve politikalarını bu amaç çerçevesinde oluşturduğunu görüyor olsak da bu işletmelerin sayısının azlığı bir gerçektir. Kanaatimizce olması gereken yeşil hedeflerin kanuni bir temele oturtulmasıdır. İşletmelerin kendi inisiyatifine bırakılmaksızın belirli sayıda işçi çalıştıran işyerlerinde işçi sayısının beli bir yüzdesi kadar yeşil işçi istihdamı zorunluluğunun getirilmesi etkin bir yöntem olabilecektir. Aynı şekilde yeşil işlerin insana yakışır çalışma şartları sağlamayı hedeflediği düşünüldüğünde yeşil işlerin iş güvencesi sistemine entegre edilmesinin de etkin bir çözüm olacağı kanaatindeyiz. Ülke ekonomisi dikkate alındığında anılan çözüm önerilerinin bütün işletmelere uygulanması mümkün görülmese de elli ya da daha fazla işçi çalıştıran işyerleri şeklinde bir kapsam belirlenerek belirli bir ekonomik güce erişmiş işletmelerin yeşil hedeflere ulaşmada rol üstlenmesi teşvik edilebilecektir. Önerilen düzenlemelerin İş Mevzuatına entegre edilmesinin İş Hukukunun da "Yeşil İş Hukuku" haline gelmesi şeklinde güzel bir sonuç ortaya çıkarması imkan dahilindedir.

KAYNAKÇA

[1] *Green Jobs: Towards Decent Work in a Sustainable, Low-Carbon World, UNEP/ILO/IOE/ITUC*, 2008.

[2] Başol, O. Dünyada ve Türkiye'de Yeşil İşlerin Gelişimine İlişkin Bir Değerlendirme. *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar, 636*, 71-87, 2018.

[3] Bowen, A., & Kuralbayeva, K. *Looking for Green Jobs: The Impact of Green Growth on Employment* . London, 2015.

[4] Bozkurt, Y. *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Çevre Politikalarının Dönüşümü - Çevre Sorunları ve Politikaları.* Bursa: Ekin Yayınevi, 2021.

[5] Centel, T. *İş Güvencesi.* İstanbul: Legal Yayıncılık, 2020.

[6] Çelik, N., Caniklioğlu, N., Canbolat, T., & Özkaraca, E. *İş Hukuku Dersleri.* İstanbul: Beta, 2022.

[7] Ekmekçi, Ö., & Yiğit, E. *Bireysel İş Hukuku Dersleri.* İstanbul: On İki Levha Yayıncılık, 2020.

[8] Eren, F. *Borçlar Hukuku.* Ankara: Yetkin Yayınları, 2017.

[9] Eyrenci, Ö., Taşkent, S., Ulucan, D., & Baskan, E. (2020). *İş Hukuku.* İstanbul: Beta, 2020.

[10] Güven, E., & Aydın, U. *Bireysel İş Hukuku.* Eskişehir/İstanbul: Nisan, 2020.

[11] Jarvis, A., Varma, A., & Ram, J. *Assessing Green Jobs Potential in Developing Dountries: A Practitioner's Guide* . Geneva: International Labour Office, 2011.

[12] Kar, B. *İş Güvencesi ve Uygulaması.* Ankara: Yetkin Yayınları, 2017.

[13] Mollamahmutoğlu, H., Astarlı, M., & Baysal, U. *İş Hukuku.* Ankara: Lykeion, 2022.

[14] Müller-Glöge, R., Preis, U., & Schmidt, I. *Erfurter Kommentar zum Arbeitsrecht.* München: C. H. Beck, 2023..

[15] Röller, J. *Personalbuch.* München: C. H. Beck,2023.

[16] Senyen Kaplan, E. T. *Bireysel İş Hukuku.* Ankara: Yetkin Yayınları, 2022.

[17] Sulich, A., Rutlowska, M., & Poplawski, L. Green Jobs, Definitional Issues and The Employment of Young People: An Analysis of Three European Union Countries. *Journal of Enviromental Management, 262,* 2020.

[18] Sümer, H. H. *İş Hukuku.* Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2022.

[19] Süzek, S. *İş Hukuku.* İstanbul : Beta, 2022.

[20] Taşkent, S. *İş Güvencesi (İşçinin Feshe Karşı Korunması).* İstanbul: Türkiye Belediye - İş Sendikası, 1991.

[21] Tekinay, S. S., Akman, S., Burcuoğlu, H., & Altop, A. *Borçlar Hukuku Genel Hükümler.* İstanbul: Filiz Kitabevi, 1993.

[22] Tunçomağ, K., & Centel, T. *İş Hukukunun Esasları.* İstanbul: Beta, 2005.

[23] Üner, S. Yeşil İşlerin İstihdam Yaratabilme Potansiyeli Seçilmiş Ülke Uygulamaları ve Türkiye İş Kurumu İçin Öneriler. Ankara, 2017.

HAVA YOLU ŞİRKETLERİNİN FİNANSAL PERFORMANSLARININ ENTROPİ TABANLI EDAS YÖNTEMİYLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Oğuzhan ÇARIKÇI
Süleyman Demirel Üniversitesi, , 0000-0001-8709-9071
Öğretim Görevlisi Dr. Zehra KILINÇ
Süleyman Demirel Üniversitesi, 0000-0002-8442-7882

ÖZET

Hızla değişen dünya ekonomisinde, önemli bir paya sahip olan havacılık sektörü, ulusal ve uluslararası ekonomide geniş çaplı bir yere sahipken ciddi bir istihdam olanağı da yaratmaktadır. Bu nedenle, havacılık sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin performans açısından değerlendirmeye tabi tutulması, hem şirket yöneticileri hem de bu şirketlere yatırım yapmak isteyen dış paydaşlar açısından yol gösterici olmaktadır. Bu çalışmanın amacı ise dünyanın önde gelen 4 havayolu şirketinin finansal performanslarını değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda, hava yolu şirketlerinin finansal performansları, investing.com ve şirketlerin kendi resmi sayfalarından veri elde edilerek 2020-2021-2022 yıllarına ait gelir tabloları ve bilançoları incelenmiş, Entropi tabanlı EDAS yöntemi ile değerlendirilmiştir. Çalışmada kullanılan oranlar ise, "cari oran", "aktif devir hızı", "alacak devir hızı", "duran varlıklar devir hızı", "finansal kaldıraç oranı", "özsermaye karlılığı", "aktif karlılığı", "faaliyet kâr marjı", "brüt kâr marjı" ve "net kâr marjı" olmak üzere 10 farklı finansal oran literatür taramasıyla belirlenmiş ve analize dahil edilmiştir. Kriterler entropi yöntemi ile ağırlıklandırılmış ve sonrasında EDAS yöntemiyle gerçekleştirilen analizler sayesinde 2020-2021-2022 yıllarına ait veriler ışığında şirketlerin performanslarına göre sıralamaları yapılmıştır. Analiz sonucuna göre ise; analize dâhil edilen dünyanın en büyük 4 hava yolu şirketlerinden 2020 yılında Ryanair, 2021 yılında THY ve 2022 yılında ise, Ryanair şirketleri en yüksek performansa sahipken, 2020 ve 2022 yılında Lufthansa, 2021 yılında ise Ryanair şirketleri en düşük performansa sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Havayolu Şirketleri, Finansal Performans, Entropi, EDAS

EVALUATION OF FINANCIAL PERFORMANCES OF AIRLINE COMPANIES BY THE ENTROPY BASED EDAS METHOD

ABSTRACT

The aviation sector, which has an important share in the rapidly changing world economy, has a large place in the national and international economy and creates significant employment

opportunities. For this reason, evaluating the performance of companies operating in the aviation sector in terms of performance is instructive for both company managers and external stakeholders who want to invest in these companies. The purpose of this study is to evaluate the financial performance of four leading airline companies in the world. For this purpose, the financial performances of the airline companies were analyzed by obtaining data from investing.com and the companies' official pages, analyzing their income statements and balance sheets for the years 2020-2021-2022, and evaluated with the Entropy-based EDAS method. The ratios used in the study are "current ratio", "asset turnover ratio", "receivables turnover ratio", "fixed assets turnover ratio", "financial leverage ratio", "return on equity", "return on assets", "operating profit margin", "gross profit margin" and "net profit margin". The criteria were weighted with the entropy method and then the companies were ranked according to their performances in the light of the data for the years 2020-2021-2022, thanks to the analysis carried out with the EDAS method. According to the results of the analysis; among the world's 4 largest airlines included in the analysis, Ryanair in 2020, THY in 2021 and Ryanair in 2022 had the highest performance, while Lufthansa in 2020 and 2022 and Ryanair in 2021 had the lowest performance.

Key Words: Airline companies, Financial Performance, Entropi, EDAS

GİRİŞ

Günümüzde hızlı bir şekilde büyüyen havayolu taşımacılığı, kültürel, sosyal ve ekonomik açıdan ülkelere katkı sağlamaktadır. Özellikle 1970'li yıllardan sonra hava taşımacılığının serbestleştirilme çalışmaları sayesinde sektör küresel bir sektör haline gelmiştir. Bu sayede birçok havayolu şirketi kurulmuştur. Hızlıca gelişen dünya ekonomisinde ulaşım sektöründe yer alan havayolu taşımacılığı şirketlerinin öneminin ve sayılarının artması havayolu şirketleri arasındaki rekabetinde aynı oranda artmasına neden olmuştur. Bundan dolayı sürdürülebilir finansal göstergelere sahip havayolları şirketleri rekabet avantajı elde etmekte ve paydaşları için de değer yaratmaktadır.

Şirketlerin performans ölçümü şirketlerin kontrol gücünü ortaya koymaktadır. Şirketler tarafından önceden belirlenmiş olan hedeflere ulaşıp ulaşılmadığının kontrol edilmesi ve ulaşılamadıysa eksiklerinin tespit edilmesi oldukça önemlidir. Bir şirketin etkin ve verimli bir biçimde faaliyet gösterip göstermediği bazı göstergelere yönelik gerçekleştirilen performans ölçümü sonucunda ortaya çıkmaktadır. İşletmelerde karlılığın nihai hedef olmasından dolayı performans ölçümü yapılırken daha çok finansal göstergelere odaklanılmaktadır (Tuan İbrahim vd., 2020, 234).

Dünyada havayolu şirketleri diğer şirketler gibi yoğun rekabet halinde olduğundan, finansal performanslarını ölçmeleri ve analiz etmeleri gereklidir. Finansal performans, şirketlerin yapmış oldukları yatırımların risklerini ölçmede ve güvenirliğini değerlendirmede oldukça önemli bir rol oynamaktadır. Çünkü şirketler geleceğine dair alacağı finansal kararlar sayesinde devamlılıklarını sağlayabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı dünyanın en büyük şirketlerinden olan 4 havayolu şirketinin (Lufthansa, THYO, Ryanair ve Air France (KLM) 2020-2021-2022 yıllarına ait finansal açıdan performansının Entropi Tabanlı EDAS yöntemi ile incelenmesidir. Bu bağlamda ilk olarak literatür taraması yapılmış ve sıklıkla kullanılan finansal göstergelerle analiz yapılmıştır. Son aşmasında ise elde edilen bulgular değerlendirilerek öneriler sunulmuştur.

LİTERATÜR TARAMASI

Çınaroğlu (2022): çalışmasında, Türkiye'de faaliyet gösteren emeklilik şirketlerinin performans analizlerini ölçmek için, 2021 yılına ait verilerine Entropi tabanlı EDAS ve CODAS yöntemlerini kullanarak karşılaştırmalı performans analizi yapmıştır. Entropi yöntemine göre, bireysel emeklilik şirketlerinin performans değerlendirilmesi sürecinde en fazla öneme sahip kriterin emekli olan katılımcı sayısı olduğunu belirtmiştir. EDAS ve CODAS yöntemleri ile ise, en yüksek performansa sahip olan bireysel emeklilik şirketinin Türkiye Hayat ve Emeklilik olduğu tespit etmiştir.

Özbek ve Ghouchi (2021): Yapmış oldukları çalışmalarında 5 havayolu şirketinin 2009-2018 yıllarına ait finansal performanslarını WASPAS ve EDAS yöntemleri ile analiz etmişlerdir. Analizlerinde 10 farklı finansal oran kullanmışlardır. Analiz sonuçlarına göre ise, 5 havayolu şirketinden en yüksek performansa sahip Ryanair şirketi ve en düşük performansa sahip şirket ise Lufthansa şirketi olduğunu tespit etmişlerdir.

Kiracı ve Asker (2021), çalışmalarında, Kovid-19 salgınının havayolları şirketleri üzerindeki etkilerini, performanslarını ölçebilmek için 2018-2020 dönemi çeyreklik mali tablolarını incelemişlerdir. Performans ölçümü için CRİTİC temelli EDAS ve Trend Analizi yöntemlerinden yararlanmışlardır. Analiz bulgularına göre ise, Kovid-19 salgının çoğu havayolu şirketlerinin performansları üzerine olumsuz yönde etkili olduğunu ve bazı havayolu şirketlerinin ise Kovid-19 sürecinde daha etkin ve verimli performans sergiledikleri sonucuna varmışlardır.

Özaydın ve Karakul (2021): Çalışmalarında Borsa İstanbul'da işlem gören gıda ve içecek alanında faaliyet gösteren şirketlerin mali tablolarını incelemişler ve finansal performanslarını değerlendirebilmek için Çok Kriterli Karar Verme tekniklerini kullanmışlardır. Entropi yöntemi ile ağırlıklandırdıkları finansal göstergelere MAUT, SAW ve EDAS yöntemleri uygulamışlardır. Analiz sonuçlarında ise, MAUT VE EDAS yöntemlerin ile oluşturdukları sıralamada ilk 5 şirketin sıralamasının aynı olduğunu ve SAW yöntemine göre ise ilk 5 şirket sıralamasında diğer yöntemlere göre iki şirketin sıralamasının farklı olduğunu ortaya koymuşlardır.

Kiracı ve Bakır (2019): Çalışmalarında havayolu şirketlerinin küresel finans krizi öncesi ve sonrası finansal performanslarını ölçmek için 2005-2012 yıllarına ait mali tablolarını incelemişlerdir. Finansal performans ölçümü analizinde, kullanılan kriterlerin önem düzeylerini tespit etmek için CRİTİC yöntemini, şirketlerin performanslarına göre sıralamasını da EDAS yöntemi kullanarak yapmışlardır. Analiz sonuçlarında ise, şirketlerin finansal krizden ve sonraki yıllarda da etkilendiklerini tespit etmişlerdir. Şirketlerin en fazla finansal krizin olumsuz etkilerini 2010 yılında hissettiklerini belirtmişlerdir.

Ulutaş (2019): Çalışmasında, 2018 yılında Fortune 500 listesinde yer alan 7 lojistik şirketinin 2017 yılına ait verilerini inceleyerek performans analizi yapmıştır. Şirketlerin finansal performansını ölçmek için Entropi Tabanlı EDAS yöntemi kullanmıştır. Sonuç olarak ise Mars adlı şirketin en iyi performansa sahip olduğunu tespit etmiştir.

Gök Kısa ve Ayçin (2019): Çalışmalarında OECD ülkelerinin lojistik performanslarını ölçmüşlerdir ve bu kapsamda ülkelerin lojistik performans kriterlerinin önem ağırlıkları SWARA yöntemi ile hesaplamışlar, ülkelerin lojistik performansları ise EDAS yöntemiyle analiz etmişlerdir. Analiz bulgularına göre ise, en önemli kriterlerin lojistik hizmet kalitesi, altyapı ve uluslararası sevkiyat olarak belirlemişlerdir. Ayrıca, Lojistik performansı en yüksek olan ülkeler ise Almanya, Hollanda ve İsveç olduğunu tespit etmişlerdir.

Orhan (2019): Çalışmasında Dünya Bankası tarafından yayınlanan 2018 yılına ait lojistik performans indeksi verilerini incelemiş, Türkiye ile Avrupa Birliği ülkelerinin lojistik performanslarını Entropi Tabanlı EDAS yöntemi kullanarak karşılaştırmıştır. Enropi yöntemi ile kriterleri ağırlıklandırdıktan sonra EDAS yöntemi ile sıralama yapmış ve sıralamaya göre ülkelerin lojistik performansları sırasıyla Almanya, İsveç, Danimarka, Hollanda, Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, Finlandiya, Fransa, İspanya, İtalya, Norveç, Çekya, Lüksemburg, Portekiz, Polonya, İrlanda, Macaristan, Slovenya, Estonya, Yunanistan, Türkiye, Kıbrıs, Hırvatistan, Litvanya, Bulgaristan, Slovakya, Malta ve Letonya oluğunu tespit etmiştir.

YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde Havayolları şirketleri ile ilgili finansal performans göstergeleri hakkında bilgi verilerek Entropi tabanlı EDAS yöntemlerinin uygulama adımlarından bahsedilmiştir. Araştırma kapsamında Dünyanın en büyük havayolu şirketleri arasında yer alan toplam 4 havayolu şirketinin (Lufthansa, THYO, Ryanair ve Air France (KLM) finansal performans göstergeleri 2020-2021-2022 yıllarına ait mali tabloları incelenmiştir.

Analize Dâhil Edilen Performans Göstergeleri

Dünyanın en büyük havayolları şirketlerinin finansal performansları incelenirken ilgili şirketlerin finansal performansını en iyi bir biçimde ortaya koyan finansal oranlardan yapılan literatür çalışmaları da dikkate alınarak faydalanılmıştır. Bu kapsamda kullanılan finansal oranlar ve kodları Çizelge 1'de gösterilmiştir.

Çizelge 1: Finansal Performans Değerlendirme Kriterleri

FİNANSAL PERFORMANS GÖSTERGESİ	KODU
CARİ ORAN	K1
AKTİF DEVİR HIZI	K2
ALACAK DEVİR HIZI	K3
DURAN VARLIK DEVİR HIZI	K4
FİNANSAL KALDIRAÇ ORANI	K5
ÖZSERMAYE KARLILIĞI	K6

AKTİF KARLILIĞI	K7
FAALİYET KAR MARJI	K8
BRÜT KAR MARJI	K9
NET KAR MARJI	K10

3.2. Entropi Yöntemi Uygulaması

Dünyanın en büyük havayolu şirketlerinden Lufthansa, THY, Ryanair ve Air France (KLM)'nin finansal performanslarının incelenmiş olduğu bu çalışmada, analize dâhil edilecek kriterlerin ağırlıklandırma işlemi için Entropi yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin uygulama aşamasında uygulama işlemi her yıl için gerçekleştirilmiştir.

Çizelge 2: Entropi Yöntemine Göre Kriterlerin Ağırlık Değerleri (2020-2022)

YIL	K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10
2020	**0,117**	0,116	**0,074**	0,080	0,118	0,075	0,115	0,095	0,126	0,079
2021	0,105	0,115	0,081	0,104	0,118	**0,073**	0,117	0,091	0,103	0,089
2022	0,091	0,109	**0,077**	0,103	0,104	0,094	0,102	0,104	0,109	0,102

Çizelge 2'e göre analize dahil edilen havayolları şirketlerinin 2020-2021-2022 yıllarındaki kritik ağırlık değerlerinin 0,073-0,117 aralıklarında olduğu görülmüştür. Bundan dolayı, 2020-2021-2022 yıllarında havayolları şirketlerinin finansal performansları üzerinde en fazla ağırlığa sahip olan kriterin K1 kodu ile belirtilen "*Cari Oran* "olduğu tespit edilirken, en düşük ağırlığa sahip olan değişkenin ise, K6 kodu ile ifade edilen *"Özsermaye Karlılığı"* oranı olduğu tespit edilmiştir.

4. EDAS YÖNTEMİ UYGULAMASI

Dünyanın en büyük havayolu şirketlerinden Lufthansa, THY, Ryanair ve Air France (KLM)'nin kriterleri Entropi yöntemi ile ağırlıklandırıldıktan sonra, bu şirketlerin finansal performansları ise EDAS yöntemi ile karşılaştırılmıştır. Çizelge 3'de 2020 yılının, Çizelge 4'te 2021 yılının, Çizelge 5'te 2022 yılının performans göstergeleri ve sıralamaları aşağıda yer almaktadır. Çizelgelerde yer alan EDAS yöntemine ait veriler;

SP_i: Her bir kriter için ortalamadan pozitif uzaklık değeri

SN_i: Her bir kriter için ortalamadan negatif uzaklık değeri

NSP_i: Ağırlıklı normalize yapılmış pozitif değer

NSN_i: Ağırlıklı normalize yapılmış negatif değer

AS_i: Bütün alternatifler için değerlendirme skoru

Çizelge 3: EDAS Yöntemine Göre Hava Yolları Şirketlerinin Performans Göstergeleri ve Sıralamaları (2020)

ŞİRKETLER	SP_i	SN_i	NSP_i	NSN_i	AS_i	EDAS SIRALAMA
Lufthansa	-0,1549	-0,0237	0,4006	0,0000	-0,0118	**4**
THY	6,5346	1,0000	0,3635	0,0925	0,5462	**3**
Ryanair	4,2717	0,6537	-0,8801	3,1971	1,9254	**1**
Air France (KLM)	0,0000	0,0000	0,1160	0,7104	0,3551	**2**

Çizelge 3 incelendiğinde 2020 yılında EDAS yöntemine göre, havayolu şirketlerinin finansal performans sıralamasına göre en yüksek performansa Rynair şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Lufthansa'dır.

Çizelge 4: EDAS Yöntemine Göre Hava Yolları Şirketlerinin Performans Göstergeleri ve Sıralamaları (2021)

ŞİRKETLER	SP_i	SN_i	NSP_i	NSN_i	AS_i	EDAS SIRALAMA
Lufthansa	0,0527	0,0290	0,1030	0,6392	0,3341	**3**
THY	1,8163	1,0000	-0,3404	2,1924	1,5961	**1**
Ryanair	0,6608	0,3638	0,2855	0,0000	0,1819	**4**
Air France (KLM)	0,0000	0,0000	-0,0481	1,1684	0,5842	**2**

Çizelge 4 incelendiğinde 2021 yılında EDAS yöntemine göre, havayolu şirketlerinin finansal performans sıralamasına göre en yüksek performansa THY şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Ryanair'dır.

Çizelge 5: EDAS Yöntemine Göre Hava Yolları Şirketlerinin Performans Göstergeleri ve Sıralamaları (2022)

ŞİRKETLER	SP_i	SN_i	NSP_i	NSN_i	AS_i	EDAS SIRALAMA
Lufthansa	-0,3410	-0,1519	0,5156	0,0000	-0,0759	**4**
THY	0,9585	0,4270	-0,0154	1,0298	0,7284	**2**
Ryanair	2,2445	1,0000	-0,5700	2,1055	1,5527	**1**
Air France (KLM)	0,0000	0,0000	0,0698	0,8647	0,4323	**3**

Çizelge 5 incelendiğinde 2022 yılında EDAS yöntemine göre, havayolu şirketlerinin finansal performans sıralamasına göre en yüksek performansa Ryanair şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Lufthansa'dır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada dünyanın en büyük 4 havayolu şirketinin 2020-2021-2022 yıllarına ait 3 yıllık finansal performansı Entropi Tabanlı EDAS yöntemleri ile ölçülmüştür. Şirketlerin mali tabloları incelenmiş, inceleme neticesinde ve literatür dikkate alındığında şirketlerin 10 farklı finansal göstergeleri analize dahil edilmiştir. Analizin ilk aşaması olan Entropi yöntemi ile şirketlerin finansal göstergeleri her yıl için ağırlıklandırılmış ve sonrasında EDAS yöntemiyle de şirketlerin finansal performans açısından karşılaştırmaları yapılmıştır. Entropi yöntemine göre, kritik ağırlık değerlerinin 0,073-0,117 aralıklarında olduğu görülmüştür. Bundan dolayı, 2020-2021-2022 yıllarında havayolları şirketlerinin finansal performansları üzerinde en fazla ağırlığa sahip olan kriterin K1 kodu ile belirtilen "*Cari Oran* "olduğu tespit edilirken, en düşük ağırlığa sahip olan değişkenin ise, K6 kodu ile ifade edilen *"Özsermaye Karlılığı"* oranı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada kullanılan kriterlerden "finansal kaldıraç oranı" maliyet yönlü iken diğer kriterler fayda yönlüdür. EDAS yöntemi sonucunda ise, 2020 yılında göre en yüksek performansa Rynair şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Lufthansa'dır. 2021 yılına göre en yüksek performansa THY şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Ryanair'dır. 2022 yılında ise, en yüksek performansa Ryanair şirketi sahipken, en düşük performansa sahip havayolu şirketi ise Lufthansa'dır. Genel olarak 2020-2021-2022 yıllarına bakıldığında Ryanair havayolu şirketi 2021 yılı hariç diğer yıllarda en yüksek performansa sahipken, Lufthansa havayolu şirketi ise en düşük performansa sahip olduğu görülmüştür.

Bu çalışmada güncel veriler kullanılmış ve 10 ayrı finansal gösterge dikkate alınarak şirketlerin performansı incelenmiştir. Yapılan analizlerle ise, analize dâhil edilen şirketlerin yöneticilerine ve dış paydaşlarına şirketlerin durumları hakkında ışık tutmak hedeflenmiştir. Performans sıralamasına göre düşük şirketlerin rakiplerine karşı rekabet edebilecek hale gelebilmesi için performans olarak yüksek çıkan şirketlerin mali tablolarını incelemeleri ve yapmış oldukları çalışmaları göz önünde bulundurmaları ve bu sayede gerekli tedbirleri almaları gerekmektedir. Ayrıca bu konularda ileri de çalışma yapmak isteyen araştırmacılar farklı yöntemler ve kriterler kullanarak aynı veya farklı şirketleri değerlendirebilir. Bunu yanı sıra aynı kriterlerle farklı yöntemlerde uygulanabilir.

KAYNAKÇA

Çınaroğlu, E., Entropi Destekli EDAS ve CODAS Yöntemleri ile Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Performans Değerlendirmesi, *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 325-345, 2022.

Gök Kısa A. C. ve Ayçin E., OECD Ülkelerinin Lojistik Performanslarının SWARA Tabanlı EDAS Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* 9(1), 301-325, 2019.

Kiracı, K. ve Asker, V., Havada Kriz: Kovid-19 Pandemisinin Havayolları Performansı Üzerindeki Etkisinin Çok Boyutlu Analizi, *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, (*657), 33-60, 2021.

Kiracı, K. ve Bakır, M., CRITIC Temelli EDAS Yöntemi İle Havayolu İşletmelerinde Performans Ölçümü Uygulaması. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 157-174, 2019.

Orhan, M., Türkiye ile Avrupa Birliği Ülkelerinin Lojistik Performanslarının Entropi Ağırlıklı Edas Yöntemiyle Karşılaştırılması, *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (17), 1222-1238, 2019.

Özaydın, G. ve Karakul, A., Entropi Tabanlı MAUT, SAW VE EDAS Yöntemleri İle Finansal Performans Değerlendirmesi, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 26(1), 13-29, 2021.

Özbek, A. ve Ghouchi, M. Finansal Oranları Kullanarak Havayolu Şirketlerinin Performans Değerlendirmesi, *Uluslararası Mühendislik Araştırma ve Geliştirme Dergisi,* 13(2), 593-599, 2021.

Tuan Ibrahim, TAF , Hashim, HA ve Mohamad Ariff, A., Etik Değerler ve Banka Performansı: Malezya'daki Finansal Kurumlardan Kanıtlar, *Journal of Muslim Accounting and Business Research* , Ocak, 11(4), 233-255, 2020.

Ulutaş, A., Entropi Tabanlı EDAS Yöntemi İle Lojistik Firmalarının Performans Analizi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi,* (23), 53-66, 2019.

FAİZSİZ FİNANSTA DÜZENLEYİCİ KURUMLAR VE MUHASEBE STANDARTLARI

Dr. Öğr. Üyesi Arzu MERİÇ
İnönü Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-6077-0301
Öğr. Gör. Dr. Halime KARACA
İnönü Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-0218-3851

ÖZET

Faizsiz finans; küresel finans sistemi içerisinde yer alan alternatif finans türlerinden biri olup, son yıllarda taşıdığı yüksek gelişim potansiyeliyle finansal aracılık sisteminin ve ülke ekonomilerinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. İslami finansın varlığa dayalı yapısı ve konvansiyonel finans modeline kıyasla daha düşük risk barındırması, İslami finansa yönelik ilgiyi artırmaktadır. Bu gelişmelerle birlikte İslami finansal ürünleri açıklamakta ve ölçmekte, geleneksel çerçevelere göre oluşturulan mevcut standartlar yetersiz kalmış, finansal raporlama yaklaşımlarında ortak bir dil sağlanması amacıyla İslami finansal kuruluşlar için AAOIFI (İslami Finansal Kurumlar Muhasebe ve Denetimi Organizasyonu) kurulmuştur. AAOIFI, İslami finansal ürünlerine özgü muhasebe ve denetim standartlarını oluşturmakla görevlendirilmiştir. Çalışmada İslami finansın ölçülmesi, değerlendirilmesi ve denetlenmesi için ihtiyaç duyulan standartlar ve bu sahada faaliyette bulunan ulusal ve uluslararası kuruluşlar incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Faizsiz Finans, Muhasebe Standartları, Uluslararası Düzenleyiciler, AAOIFI.

Jel Kodu: M41, M42.

REGULATORY INSTITUTIONS AND ACCOUNTING STANDARDS IN ISLAMIC FINANCE

ABSTRACT

Islamic finance is one of the alternative finance types in the global financial system, and with its high development potential in recent years, it forms an important part of the financial intermediation system and national economies. The asset-based structure of Islamic finance and its lower risk compared to the conventional financial system increase the interest in Islamic finance. With these developments, AAOIFI (Islamic Financial Institutions Accounting and Auditing Organization) was established for Islamic financial institutions in order to provide a common language in financial reporting approaches. AAOIFI is tasked with establishing accounting and auditing standards for Islamic financial products. In the study, the standards needed for the measurement, evaluation and supervision of Islamic finance and national and international organizations operating in this field were examined.

Keywords: Islamic Finance, Accounting Standards, International Regulators, AAOIFI.

1. GİRİŞ

Bütün toplumların kendilerine özgü inanç sistemleri mevcuttur. Bu sistemlerin temel dayanağını ise kutsal kitaplar oluşturmaktadır. Müslümanların kutsal kitabı olan Kur'anı Kerim birçok konuda toplumsal hayatı düzenleyici kurallar koymuş, söz konusu kurallar ekonomik hayat için de geçerli olmuştur (Tetik ve Şahin, 2021: 52). Finans sisteminin temelini oluşturan faizin her türlüsünün İslam dininde haram kabul edilmesi Müslüman ülkelerinde faizsiz finans sistemini ortaya çıkarmıştır. Faizsiz finans ya da diğer bir adıyla İslami finans, kaynağı Kur'an, sünnet, icma ve kıyas olan şer'i hükümlerin veya İslam hukukunun temel ilkeleri kapsamında uygulanan finansal sistem olarak tanımlanır. Kur'an-ı Kerim dışında, Şeriatın ya da İslam hukukunun esas kaynakları; hadis, sünnet, icma, ve kıyastan oluşmaktadır (Alsadek ve Worthington, 2009: 4). İslami finansal ürünlerin ve hizmetlerin geçerliliği için Şer'i hükümlere uygun olması ön şart olarak kabul edilmektedir (Eriş, 2021: 5).

Şer'i kaynaklardaki kurallar çerçevesinde gerçekleştirilen finansal işlemlerin sınırları kesin olarak belirtilmiştir. Bu bağlamda İslami finansın temel ilkeleri faiz (ribâ) yasağı, risk paylaşımı, aşırı belirsizlikten kaçınma (garar yasağı), alkol ve kumar benzeri ticari faaliyetlerden kaçınma (meysir yasağı), İslam'da yasaklanan fiil ve işlemlerden uzak durma şeklinde sıralanmaktadır (Iqbal ve Mirakhor, 2011:7). İslami finans ürünleri ve işlemlerinin İslam hukukuna uygunluğu hususunda İslam âlimleri önemli bir rol üstlenmektedir. Bu alimler zaman ve şartlara göre yeni kanunlar belirleyebilir (Kettel, 2011: 13-14).

Finansal işlemlerin hangi İslami ilkelere uygun yapıldığı ve bu ilke gereklerinin tam olarak karşılanıp karşılanmadığı hususunda bu alanda uzman âlimlerin görüşleri alınır. Bankacılık ve finans alanlarında güçlü bir birikime sahip olan İslam Hukuku alimlerini ve uzmanlarını içeren, farklı İslami finans kurumlarında bulunan ve temel görevleri, İslami bankaların ve finans kuruluşlarının İslami kurallar ile uyumlu ürün ve hizmetler tasarlama ve geliştirmelerine yardımcı olmak için finansal faaliyetleri kontrol etmek ve İslam Hukukuna uygunluğunu kontrol etmekten oluşan kurullar, Şer'i danışma komiteleri ismiyle tanımlanmaktadır (Jawadi vd., 2015:1687). Şer'i danışma komiteleri, İslami finansal kuruluşların bünyesinde kurulabileceği gibi bu kuruluşların dışında kurularak da İslami kurallara uygunluk elde edilebilmektedir. İslami finansal kuruluşlarda, ilgililerin finansal işlemlerinin İslami ilkelere uygun yapıldığından emin olmaları amacıyla Şer'i danışma komitelerine, İslam hukuku hakkında bilgili denetçiler atanmaktadır (Rahman ve Bukarir, 2013: 67). Bununla birlikte, tüm kurumlarda bir danışma kurulunun oluşturulma zorluğunu telefi etmek ve tüm kurumlardaki uygulamalarda tekdüzeni sağlamak amacıyla bazı ülkeler merkezi danışma komiteleri oluşturmuştur. Malezya'da 1997'de teşkil edilen Ulusal Şer'i Danışma Kurulu, Türkiye'de ise 2018 yılında teşkil edilen Merkezi Danışma Kurulu örnek olarak gösterilebilir (Güçlü ve Kılıç, 2020: 76).

İslami finansal kuruluşların faizsiz finansal ürünlerinin, konvansiyonel finansal kuruluşların konvansiyonel finans ürünlerinden farklı olması nedeniyle, İslami finansal kuruluşları, finansal raporlama açısından IFRS (Uluslararası Finansal Raporlama Standartları)'ye uyumu eksiksiz bir şekilde sağlayamamıştır (Ibrahim, 2007: 1- 2). İslami finansal kuruluşlara rehberlikte mevcut muhasebe standartları yetersiz kalmıştır. Söz konusu kuruluşlar İslami muhasebe standartlarının olmaması sebebiyle finansal raporlamalarda farklı muhasebe teorilerinden

faydalanmışlardır (Zaini, 2007: 42). Bu bağlamda farklı ülkelerde ki İslami finansal kuruluşlar, farklı muhasebe ve denetim standartlarını uygulamışlardır (Kamla vd., 2006: 247). İslami ilkelere dayalı bir muhasebe ve finansal raporlama modeli geliştirilmesi önem arz etmiş, İslami muhasebe standartlarının oluşturulması ve uygulamaya konulması için, uluslararası alanda lider bir kuruluş olarak AAOIFI 1991 yılında kar amacı gütmeyen özerk bir kuruluş olarak kurulmuştur (Yatbaz, 2020: 99). Bu bağlamda AAOIFI, kullanıcıları için kıyaslanabilir, açık ve güvenilir muhasebe bilgilerinin üretilmesi maksadıyla İslami ilkelere uyumlu muhasebe, denetim, yönetişim ve etik standartları oluşturmak üzere oluşturulmuştur (Sarea ve Hanefah, 2013: 132)

2. FAİZSİZ FİNANSIN TARİHSEL GELİŞİMİ

Faizsiz finans, inançlarından dolayı faizden kaçınan Müslüman toplumun finansal işlemlerini faizsiz yapma ihtiyacının sonucu olarak ortaya çıkan finans sistemidir. İslam dininin yanı sıra Budizm, Hıristiyanlık ve Yahudilik gibi dinlerde de tefecilik ve faiz işlemleri yasaklanmıştır (Tetik ve Şahin, 2021; 50). Müslüman toplumlar ticari faaliyetlerini faizsiz uygulamalarla sürdürmüş, söz konusu uygulamalarda tasarruf ve yatırım esasında çeşitli katılım düzenlemeleri ile kâr-zarar paylaşımı düzenlemeleri esas alınmıştır (Siddiqi, 1991: 24). Finansal işlemlerin geçmiş dönemlerden günümüze kadar genellikle faizli olarak gerçekleştirildiği bilinen bir gerçektir. Oluşan ihtiyaç neticesinde kurulan İslami banka, katılım bankaları ya da özel finans kuruluşları olarak tanımlanan finans kuruluşları faizsiz, İslam hukuku esaslarına göre işlemlerini yapmalarından dolayı diğer finans kuruluşlarından ayrılmaktadır. Söz konusu finans kuruluşları; mevcut sistemde İslam hukuku esaslarına uygun yöntemlerle ya da bu çerçevede geliştirdikleri yöntemlerle hizmet sunmaktadır (Ağkan, 2018: 236).

Abbasiler tarafından, İslam uygarlığının zirveye ulaştığı dönemlerde, İslam topluluklarında ticaret hilelerinin ve sömürü düzeninin engellenmesi için kurulan Al-Hisba ofisleri, İslami anlayış çerçevesinde ve İslami öğretileri tümüyle vurgulayan ilk örneklerdir (Kamla, 2009: 924). 19. yüzyılda, bilhassa sömürgecilik altında olan ülkelerde bulunan Müslüman toplumlar, kimliklerini ve kaybettikleri değerleri tekrardan elde etme gayretinde bulunmuş ve söz konusu değerleri iktisadi uygulamalar dahil hayatlarında uygulamaya başlamışlardır. Bu şuurun sonucu olarak ülkelerinde faaliyet gösteren yabancı kuruluşlara ve bu kuruluşların uygulamalarına tepkilerini göstermişlerdir (Iqbal ve Mirakhor, 2011:13).

1890'lı yıllarda Barclays Bank isimli bir İngiliz bankası Süveyş kanalı inşaatının finansmanını sağlamak amacıyla Kahire'de şube açmıştır. Mısırlı İslam alimleri söz konusu bankanın faaliyetlerini, faizli işlemlerle gerçekleştirdiği yönünde eleştirilerde bulunmuş, bu işlemlerin İslam dinine aykırı olduğu hususunda yayınlar yapmışlardır. İlerleyen tarihlerde, 1960'lı yıllara kadar olan süreçte, Arap alimleri ve bilhassa Hindistan'daki Müslüman aydınlar, konvansiyonel iktisat ve finans sisteminin İslami kurallara aykırılık teşkil ettiği hususundaki tespitleri yaparak, İslami finansal sistemin oluşturulmasına yönelik artan teorik çalışmaların yapılmasıyla meselenin İslam aleminin gündemine alınmasına sebep olmuştur. Türkiye'de konu değerlendirildiğinde, Prof. Dr. Sabahattin Zaim'in yaptığı çalışmaların, bilhassa İslami İktisat alanında önder mahiyetinde olduğu ifade edilebilir (Güçlü ve Kılıç, 2020: 77).

Ülkemizde girişimci bir grup, 1913 yılında Adapazarı'nda, var olan yurt dışı bankalara bir seçenek olarak, Adapazarı İslam Ticaret Bankasını kurmuştur. Bankanın kuruluş sözleşmesinde

faaliyet usulü belirtilmiş ve faaliyetlerinde İslami usullerin esas alınacağı açıkça belirtilmiştir. 1928 tarihinde bankanın unvanından "İslam" kelimesi çıkartılmış ve banka Adapazarı Türk Ticaret Bankası olarak faaliyetlerine devam etmiştir (Özdemir ve Aslan, 2017: 19).

20. yüzyılda İslam ülkeleri mali yapılarını daha modern bir yapıya dönüştürmek istemiştir. İlk kez 1942 yılında Malezya'da, akabinde 1950'de Pakistan'da faizsiz bankacılık teşebbüslerinde bulunulmuş; fakat başarılı olunamamıştır (Ağkan, 2018: 236). İslâm ekonomisi kavramını, ilk kez gündeme getiren Seyyid Ebu'l-A'la Mevdudi (1903-1979) olmuştur. 1960'lı yıllarda Arap âlimler ve bilhassa Hintli Müslüman iktisatçılar, konvansiyonel finansın İslami ilkelerle çeliştiğini dile getirmiş ve İslami bir sistemin kurulmasına ilişkin teorik çalışmaları yapmışlardır. Bu çalışmalar akabinde İslam âlemi konuyu gündeme almış ve bu kapsamda uygulamaya ilişkin çalışmalar başlatılmıştır (Atar, 2017: 1030).

Faizsiz finansın teoriden uygulamaya geçmesindeki ilk teşebbüs, 1963 yılında faaliyete başlayan Malezya'daki Lembaga Tabung Haji olarak bilinen Hac Tasarruf Birliğidir. Birlik, hacca gitmek için birikim yapan Malezyalı Müslümanların birikimlerini değerlendirmek ve finansman sağlamak amacıyla kurulmuştur. Daha sonraki yıllarda, İslami finansın gelişmesinde kilit taşlarından biri olan Bank İslam Malaysia Berhad 1983 yılında kurulmuştur. Bu İslami bankanın kurulmasında, Lembaga Tabung Haji kurumunun rolü önemlidir (Çekin, 2018: 15). İslami ilkeler çerçevesinde ilk faizsiz banka Mısır'da Mit Ghamr isimli küçük bir köyde kurulmuştur. 1963 yılında Ahmed El-Neccar tarafından kurulan Mit Ghamr Tasarruf Bankası, modern anlamda ilk faizsiz bankacılık girişimlerindendir (Yatbaz, 2020: 8). Alman tasarruf bankalarının İslami ilkelere uyarlanması sonucunda ortaya çıkan bu banka Almanların desteğiyle kurulmuş ancak, bu bankanın faizsiz banka olarak kurulma amacının öğrenilmesi sonucu destek kesilmiştir. Desteğin kesilmesi nedeniyle 1967 yılında kapanan banka, akabinde kurulan faizsiz bankalara model olmuştur (Ağkan, 2018: 237).

Mısır'da 1971'de ilk kez devlet desteği ile faizsiz finans kurumu olarak Nasır Sosyal Bankası kurulmuştur. İzleyen süreçte 1975'te Birleşik Arap Emirlikleri'nde Dubai İslam Bankası kurulmuş olup söz konusu banka ilk özel girişimlerden birisi kabul edilmektedir (Iqbal & Mirakhor, 2011:15). 1975 yılında yine Müslüman devletlerin kalkınma hamlelerini faizsiz olarak finanse etmek amacıyla Dubai İslam Bankası ve Cidde'de İslam Kalkınma Bankası (İKB) kurulmuştur. 1. Uluslararası İslam Ekonomisi Konferansı'nın 1976'da Mekke'de yapılması İslam ekonomisi alanında ilk akademik toplantı olarak kayıtlara geçmiştir. İslam ekonomisi alanındaki ilk araştırma kuruluşu, 1978 yılında Cidde Kral Abdülaziz Üniversitesi'nde kurulan İslam Ekonomisi Araştırma Merkezi'dir. Batı'da ise ilk İslami banka 1978'de Lüksemburg'da kurulan Danimarka Uluslararası İslam Bankası'dır. Bu banka, İslami bankalar için acente işlevini gerçekleştirmek ve Avrupa'da bulunan Müslümanlara hizmet vermek amacıyla kurulmuştur (Güçlü ve Kılıç, 2020: 78). Faizsiz finans kurumlarının yanı sıra Citibank-ABD, Goldman Sachs-ABD, HSBC- İngiltere, Deutshce Bank-Almanya, Union Bank of Switzerland İsviçre, Amro Bank-Hollanda, Kleinwort Benson, ANZ Grindlays Avusturalya, United Bank of Kuwait ve Arab Banking Corporation gibi dünyanın büyük bankalarında da faizsiz işlemler yapılmaktadır (Ağkan, 2018: 237).

İslami finans alanında lider durumunda olma amacı sadece Müslüman ülkelerin değil (Katar, Endonezya, Malezya vb.) İngiltere, Lüksemburg gibi Batılı ülkelerin de amaçları arasındadır.

İngiltere'de bu amaçla, 2001 yılında, Merkez Bankası bünyesinde ülkedeki İslami finans alanını geliştirmek ve bu alandaki engelleri belirlemek için bir çalışma grubu kurulmuştur. 2011 yılında yine İngiltere'de, İslami finansın gelişimini düzenlemek ve yardımcı olmak üzere "İslami Finans Sekretaryası" kurulmuştur (Özdemir ve Aslan, 2017: 37). Körfez ülkelerinde çok uluslu petrol ve inşaat şirketleri yapacakları yatırımlar için uygun İslami finansal araçlar talep etmektedir. Bu sebeple, Dünya Bankası, İslam Kalkınma Bankası ile iş birliği için pek çok işletmeyi motive etmiştir. ABD Başkanı George W. Bush tarafından 2004 yılında, Beyaz Saray'a ilk kez İslami finans mevzularında uzman müşavir ataması yapılmıştır (Kamla, 2009: 926).

İslami finansın giderek artan hacmi ve yakaladığı büyüme oranları, bu alanda standartlar oluşturma ve düzenleme yapma ihtiyacını doğurmuştur. Bu ihtiyaç sonucu 1991'de İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Kurumu (AAOIFI-Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions) kurulmuştur. Bu dönemde İslami sermaye piyasaları alanında da önemli gelişmeler yaşanmıştır. Dow Jones ve Financial Times Islamic Index'leri de Müslüman yatırımcılar için kurulmuştur. Böylece İslami finans, sadece bankacılıktaki uygulamalarla sınırlı kalmayıp, finansal sistemin önemli öğelerinden biri olan sermaye piyasalarında uygulanmaya başlanmıştır (Güçlü ve Kılıç, 2020: 78).

Modern İslami finans, İslami bankacılık uygulamalarıyla başlamış ve banka dışı finansal kurumlar ile gelişme göstermiştir. Banka dışı uygulamalara örnek olarak; sermaye piyasalarında sukuk ve İslami endeksler, sigortacılık alanında tekafül modeli, yoksullukla mücadele ve finansal tabana yayılmayı hedefleyen İslami mikro finans ürünleri gibi uygulamalar belirtilebilir (Özdemir ve Aslan, 2017: 13). Gelişmekte olan bu sektörde düzenleyici otorite ihtiyacı artmış; düzenleyici kurum ve İslami ilkelere göre muhasebe standartları yayınlamak üzere AAOIFI, IIA, MASB, ICAP gibi kuruluşlar oluşturulmuştur (Ağkan, 2018: 240).

3. FAİZSİZ FİNANSI DÜZENLEYEN KURULUŞLAR VE MUHASEBE STANDARTLARI

Konvansiyonel finans sisteminin bazı düzenleyici kuruluşların yönlendirmelerine ve birtakım düzenlemelere tabi olması gibi, İslami finans sistemi de benzer kuruluşların yönlendirmelerine tabidir (Güçlü ve Kılıç, 2020: 78). Bu bağlamda, İslami finansal sistemin yönlendirmelerine tabi olduğu kuruluşlardan biri olarak, İslami Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Standartları Organizasyonu (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financail Institutions - AAOIFI) yönlendirmelerine tabi olunan diğer kuruluşların başında gelmektedir. Söz konusu kuruluş, uluslararası düzeyde düzenleme yapan ve standartları yayınlayan tek kuruluştur. Bunun yanı sıra, Uluslararası Muhasebe Standartları Kurumu (IASB) da mevcut standartlarını, İslami muhasebeyle uyumlaştırma hususunda birtakım çalışmalar yapmaktadır. Böylece, dünya genelinde uygulanabilir standartlar oluşturmak suretiyle, ortak bir muhasebe ve raporlama dili oluşturmak hedeflenmektedir (Çemberlitaş, 2019: 68). İslami finans alanıyla ilgili uluslararası düzenlemeler dışında, Malezya, Endenozya ve Pakistan gibi ulusal seviyede muhasebe ve raporlama düzenlemelerini yapan ülkeler de bulunmaktadır (Ersoy vd., 2018: 96). Müslüman ülkeler arasında çeşitli mezhepsel farklılıklar nedeniyle her konuda mutabık kalınan ortak bir finansal raporlama seti ortaya çıkarılamamıştır ve ulusal düzeyde farklı muhasebe ve

denetim standartlarının kullanılması gerekmiştir. Aynı mezhep görüşlerine sahip olan ülkelerde bile, şer'i kurullarının yaptığı yorumlar sebebiyle, aynı finans araçlarında farklı raporlama esasları dikkate alınarak uygulamalar yürütülebilmektedir. Bu durum İslami finansal alanda ortak bir muhasebe dilinin oluşumunu zorlaştırmaktadır.

3.1. Faizsiz Finansal Kuruluşlar Muhasebe ve Denetim Organizasyonu (AAOIFI)

Uluslararası muhasebe standartlarının İslami ilkelere uygun olmaması, finansal işlemlerin tamamına ilişkin standartların mevcut bulunmaması, İslami finansın muhasebeleştirme uygulamalarında sorunlar yaşanmasına sebep olmuş, bu nedenle bazı İslam ülkeleri ulusal bazda oluşturdukları kuruluşlar ile İslam hukukuna uygun standartlar yayınlamışlardır. Fakat ilerleyen tarihi süreçte küreselleşmenin etkisiyle söz konusu standartların uluslararası nitelik kazandırılması ve bu bağlamda etkinleştirilmesi gerekmiştir (Ağkan, 2018: 240).

İslami finans uygulamaları için standartları geliştiren ve yayımlayan bir kuruluş olarak 1991'de kurulan Bahreyn merkezli AAOIFI, faizsiz finansı düzenleyen kurumların başında gelmektedir. AAOIFI, İslami finans sistemini, uluslararası boyutta düzenlemek için İslami kurallar, muhasebe, denetim, etik ve yönetişim alanlarında standartlar yayımlamaktadır. Kuruluş, günümüze kadar 58'i İslami kurallara uyum, 27'si muhasebe uygulamaları, 5'i denetim faaliyetleri, 8'i kurumsal yönetim işlemleri ve 2 tanesi etik alan ile ilgili standartları olmak üzere toplam 100 standart yayımlamıştır. Toplamda sayısı 45'in üzerinde olan ülkelerde merkez bankalarınca, düzenleyici otoritelerce, finansal kurumlarca, muhasebe ve denetim firmalarınca ve hukuk firmalarınca AAOIFI kuruluşu, kurumsal üyelikle desteklenmektedir. Kuruluş tarafından yayımlanan standartlar, dünya genelinde lider konumdaki İslami finans kurumları tarafından takip edilmektedir. Böylece kuruluş, uluslararası İslami finans uygulamalarını ileri bir düzeyde uyumlaştırılmasını sağlamaya yardımcıdır (AAOIFI, 2021).

AAOIFI'nın amaçları kısaca aşağıda özetlenmiştir (Rımaz, 2014: 76):

İslami finansal kurumların muhasebe, denetim ve etik kurallarını geliştirmek,
İslami finansal kurumlara ait muhasebe ve denetim standartlarını düzenlemek, ilan etmek ve anlamlarını açıklamak,
İslami finansal kurumlara ait muhasebe ve denetim standartlarını gözden geçirerek gerekli düzenlemeleri yapmak,
Standartların uygulamalarını kolaylaştırmak için eğitimler, periyodik olarak yayınlanan bültenler, seminerler, araştırmalar ve diğer araçları kullanmak.
1970'lerden itibaren İslami finans kurumlarının hızlı büyümesine karşılık, muhasebe standartları ihtiyaçlara cevap verememiş bu ihtiyacın karşılanması amacıyla AAOIFI kurulmuştur. Ayrıca, finansal ürünlerin İslamileştirilmesi sürecinde, düzenleyici çerçeveye uyumdan ziyade, finansal kurumların ve finansal işlemlerin İslami ilkelere uygun olmasına odaklanılmıştır. Bu odak noktası, bilhassa İslami finans kurumlarında finansal tabloların hazırlanması ve finansal ürünlerin muhasebeleştirilmesinde yaşanan problemlerin çözümsüz kalmasına sebep olmuştur (Vinnicombe, 2010: 56).

AAOIFI'nin kurulmasından önce İslami finansal kurumlar, uygulamalarında İslam hukukuna uygunluğu sağlamak için Şer'i Danışma Kurulları oluşturmuştur. Şer'i Danışma Kurulları, kurum içi danışma kurulları şeklindedir. İslami finans kurumlarının Şer'i Danışma Kurulları

bulundurmaları için yasal gereklilik bulunmamakla birlikte, örneğin Bahreyn gibi bazı ülkelerde lisans alabilmek için gerekli kılınmıştır. Şer'i Danışma Kurullarının her biri İslam'a uygun finansal işlemleri incelediğinden, bu durum her bir kurul için tekrarlanan işlemlere neden olmuştur. AAOIFI tarafından Şer'i Danışma Kurulları için standartlar oluşturulmadan önce, bireysel Şer'i Danışma Kurullarının tabi olması gereken herhangi bir yönerge ve Şer'i Danışma Kurullarının kuruluşunda finansal kurumlar için hiçbir yönerge bulunmamaktaydı. Bu faktörler, Şer'i Danışma Kurulları arasındaki farklılıklarla birlikte, kurumlar arasında ve hatta aynı kurum içinde zaman içinde muhasebe uygulamalarında önemli farklılıklar olmasına neden olmuştur. AAOIFI'nın kuruluşu sonrasında büyük ölçekli İslami finans kurumları bünyesinde Şer'i Danışma kurulları bulundurmakta, ancak çalışma alanları daha özellikli konulara odaklanmaktadır (Vinnicombe, 2010: 56).

AAOIFI tarafından yayımlanan standartlar, kuruluşun bünyesinde bulunan Şer'i Danışma Kurulları onayından geçtikten sonra yayımlanmaktadır (Yanpar, 2015:282). Yayımlanan söz konusu standartlar, İslami finans kurumlarınca kullanılan fon toplama ve fon kullandırma araçlarının ve gerçekleştirdikleri diğer faaliyetlerin İslam hukukuna uygunluğu şartlarının belirtilmesi ve uygulamaların İslam hukukuna aykırı olmaması için göz önüne alınması gereken noktaları belirlemek için yayımlanan standartlardır. Bu standartlar daha çok fıkıh ve İslam hukuku alanına girmektedir (Ağkan, 2018: 241).

AAOIFI Finansal Muhasebe Standartları, Bahreyn, Ürdün, Kırgızistan C., Morityus C., Nijerya, Katar, Katar Uluslararası Finansal Merkez (QIFC), Umman, Pakistan, Sudan, Suriye ve Yemen gibi ülkelerde tamamen veya kısmen yasal zorunluluk olarak uygulanmaktadır. Malezya, Endonezya ve Pakistan'da yerel İslami muhasebe standartlarının geliştirilmesinde AAOIFI tarafından oluşturulan standartlar esas alınmıştır. Kuveyt'te ise AAOIFI tarafından oluşturulan standartlar, ülkedeki İslami finans kuruluşlarına bir rehber olarak önerilmiştir (Yatbaz, 2020: 101). Söz konusu standartlar, Brunei, Dubai Uluslararası Finans Merkezi, Mısır, Fransa, Lübnan, Suudi Arabistan, Güney Afrika, Birleşik Arap Emirlikleri, Birleşik Krallık, Afrika ve Orta Asya'da faaliyet gösteren İslami Finans Kuruluşları tarafından gönüllü olarak uygulanmaktadır (Ağkan, 2019: 242). AAOIFI Finansal Muhasebe Standartları, düzenleyici kuruluşlarla birlikte çok sayıda Şer'i danışma şirketleri, denetim firmaları, tekafül şirketleri, bankacılık dışı finans şirketleri, sermaye piyasası kuruluşları tarafından da izlenmektedir (Yatbaz, 2020: 101).

AAOIFI tarafından yayımlanan standartlardan "Faizsiz Finans Standartları" Türkiye Katılım Bankaları Birliği (TKBB) tarafından birebir Türkçeye çevrilmiştir. Faizsiz Finans Muhasebe Standartları (FFMS) kapsamında 22 standart, faizsiz finans muhasebe rehberi ve kavramsal çerçeve, TMS/TFRS'de olduğu gibi KGK tarafından birebir Türkçeye çevrilmiş ve yayımlanmıştır. Söz konusu standartların listesi Ek-1 olarak verilmiştir. AAOIFI'nin yayımladığı standartlar Türkiye uygulamalarında; Faizsiz Finans Standartları, Denetim Standartları, Yönetim Standartları, Etik Standartları, Muhasebe Standartları (Faizsiz Finans Muhasebe Standartları) olarak adlandırılmaktadır (Çemberlitaş, 2019: 71).

Ülkemizde finans kurumları, Sermaye Piyasası Kanunu'na tabi olup finansal raporlarını TMS/TFRS'ye göre hazırlamaktadır. KGK'nin yayımladığı muhasebe standartları ve yorumları İslami Finans Kuruluşları için bağlayıcı nitelikte olup, 01.01.2020'den itibaren bu kuruluşlar

FFMS'ye göre de finansal raporlama oluşturabilecekler ve finansal bilgi kullanıcılarına sunabileceklerdir (Çetin, 2020: 93).

TMS/TFRS ile FFMS standart seti arasındaki temel farklılıklar;

Ölçümden kaynaklanan farklılıklar,

Gerçeğe uygun değerin tespitinde farklılıklar,

Paranın zaman değeri kavramındaki farklılıklar (Faiz/ Alternatif Maliyet),

Ödenebilir sermaye kavramındaki farklılıklar,

Finansal tablolara almadaki farklılıklardan oluşmaktadır.

Oluşan bu farklılıkların ana sebepleri, İslami tarafın bilgi gereksinimleri ve faizin reddi gibi olaylarda konvansiyonel finans sistemiyle zıt olan yapısal farklılıklar olarak sayılabilir (Utku ve Kaya, 2021: 337).

3.2. Uluslararası Muhasebe Standartları Kurumu (IASB)

Ekonomi alanındaki global hareket, birçok alanı olduğu gibi muhasebe uygulamalarını da etkilemiş, muhasebe işlemleri için ortak bir dil oluşturulma ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda, 1973 yılında, ortak bir muhasebe ve finansal raporlama dilini oluşturmak amacıyla standartlar yayımlamayı ilke edinen bir kurum olan Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi (International Accounting Standards Committee-IASC) oluşturulmuştur. 2001 yılında, yeniden şekillenen ve daha bağımsız bir yapıya ulaşan kurum, Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board-IASB) adını almış ve Uluslararası Muhasebe Standartları (UMS), Uluslararası Finansal raporlama Standartları (IFRS) adı altında uluslararası alanda kabul gören muhasebe standartları yayımlamıştır (Erol ve Aslan, 2019: 55).

IASB günümüze kadar İslami finansal işlem ve araçlara ilişkin standart yayımlamamış, ancak bu konuda çalışmaları mevcuttur. IASB bünyesinde faizsiz finans işlemleri ile ilgili muhasebe ve raporlamada karşılaşılan problemleri araştırmak maksadıyla İslami Finans İstişare Grubu (Islamic Finance Consultative Group – IFCG) adı ile bir alt birim kurulmuştur. (Yatbaz, 2020: 3). IASB faizsiz finans ile ilgili çalışmalarını, İslami Finans İstişare Grubu (Islamic Finance Consultative Group – IFCG) vasıtasıyla yapmaktadır. Bununla birlikte, Asya Okyanusyası Standart Belirleyiciler Grubu (Asia-Oceanian Standard-Setter Group – AOSSG) da IASB ile paralel olarak İslami finansa ilişkin muhasebe ve finansal raporlama hususlarında çalışmalar yürütmektedir. AOSSG yürüttüğü çalışmalarında, UFRS'lerin uygulanmasında yaşanan sıkıntılar hakkında IASB'ye bir bakıma danışmanlık yapılmaktadır. (Yatbaz, 2020: 110).

3.3. Endonezya Muhasebeciler Enstitüsü (IAI)

Endonezya'da, İslami finans girişimleri II. Dünya Savaşı öncesinde başlanmış olmasına rağmen, 1990'lara kadar kayda değer bir gelişme olmamıştır. Ülke dünyanın en fazla Müslüman nüfusuna sahiptir. Buna rağmen, İslami finans girişimleri, ülkede yaşayan Müslüman kesimden yeterli talep ve desteği görmemiştir. Bu durum, İslami finansın, bu ülkede gelişememe nedenlerinden en önemlisidir (Gedikli ve Erdoğan, 2018: 174).

Ülkede, 01.01.2012 tarihinden itibaren yerel finansal raporlama standartlarını IFRS'lerle uyumlu hale getiren, finansal muhasebe standartlarını belirleme ve yayımlama yetkisi Endonezya Muhasebeciler Enstitüsü'ne (Ikatan Akuntan Indonesia – IAI) verilmiştir. Kurum, standartları düzenleyen iki kuruluştan oluşmaktadır. Bunlardan ilki, IFRS finansal raporlama standartlarını esas alan Endonezya Muhasebe Standartları Kurulu (Indonesian Accounting Standards Board – IASB)'dur. İkinci kuruluş ise, şer'i muhasebe standartları düzenleyen Endonezya Şer'i Muhasebe Standartları Kurulu (Indonesia Sharia Accounting Standards Board – ISASB)'dur. ISASB'nin üyeleri düzenleyiciler, uygulayıcılar ve Endonezya Ulusal Şer'i Kurulu (Indonesian National Sharia Board – INSB) temsilcilerinden oluşmaktadır (Yatbaz, 2020: 119).

3.4. Malezya Muhasebe Standartları Kurumu (MASB)

1970'lerden itibaren İslami finansal kurumlar, Malezya'da faaliyet göstermekte olması ile İslami finans kurumları, Malezya'nın uluslararası alanda bir İslami finans merkezi olması noktasında önemli bir lokomotif olmuştur (Mohammed, 2015: 418). Malezya Muhasebe Standartları Kurumu, Finansal Raporlama Yasası kapsamında 1997 yılında kurulmuş olup, finansal raporlamalarla ilgili muhasebe standartlarının belirlenmesi ve yayımlanmasında yetkin söz konusu kurum Malezya Menkul Kıymetler Komisyonu, Malezya Merkez Bankası bünyesinde oluşturulmuştur. 2000'li yılların başında MASB, İslami finansal kurumların muhasebe ve raporlama işlemlerinin kolaylaştırılması için İslami muhasebe standartlarının oluşturulmasında rol almıştır (Mohammad vd., 2016: 36). Malezya'da faaliyetlerini yürüten İslami finans kuruluşları, AAOIFI uygulamalarını rehber olarak alsalar da, raporlamalar ve açıklamaların tamamı MASB tarafından belirlenen çerçeveye tabiidir (Gülençer, 2019: 793). MASB, İslami Muhasebe Standartlarının UFRS ile uyumlu olması gerektiğini beyan etmiştir. Bunun sonucunda, UFRS ile uyumlu MFRS'ler (Malezya Finansal Raporlama Standartları) yayımlanmıştır. Malezya'da yer alan İslami finansal kuruluşların, yayımlanan MFRS'leri uygulaması kararı alınmıştır (Gülençer, 2019: 794).

MASB, IFRS konularının tamamını inceledikten sonra İslami ilkeler açından ikilem oluşturabilecek bazı konuları tanımlamıştır. Kuruluş, bu sorunlar ile ilgili; piyasa aktörlerinin, İslam hukukçularının, muhasebe birliklerinin ve ilgili düzenleyici kuruluşların desteğini alarak çözümleri teklif olarak oluşturmuştur. MASB bu çalışmayla finansal tabloların raporlanmasında IASB (Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu) çerçevesini, Malezya'daki İslami finans işlemlerine yönelik ihtiyaçlar kapsamında değerlendirmiştir (Gülençer, 2019: 795). MASB İslami kurumlara referans olması için Teknik Bültenler şeklinde ilave kılavuzlar yayımlayarak IFRS temelli standartların İslami işlemlerde nasıl uygulanacağını göstermiştir. Söz konusu kılavuzlar, muhasebe standartlarına ilaveler yaparak standartları tamamlamaktadır. MASB bu yolla IFRS'in İslami finans işlemlerine uygulama hususunda rehberlik etmektedir (Yatbaz, 2020: 125). Bu kılavuz çerçevesinde; İslami finans işlemleri İslami ilkelerle çatışmadığı sürece, MASB onaylı muhasebe standartlarının, İslami ilkelerle uyumlu işlemlere uygulanacağı kabul edilmiştir (Gülençer, 2019: 795).

3.5. Pakistan Yeminli Mali Müşavirler Enstitüsü (ICAP)

Pakistan'da muhasebecilik mesleği Pakistan Muhasebeciler Enstitüsü (Pakistan Institute of Accountants – PIA)'nün kurulması ile yasal olarak tanımlanmış söz konusu kurum, 1961

yılında Pakistan Yeminli Mali Müşavirler Enstitüsü (Institute of Chartered Accountants of Pakistan – ICAP) adını almıştır. ICAP, AAOIFI'nin üyesi olarak, ulusal alanda muhasebe standartları oluşturmak ve uygulamak, denetim faaliyetlerini yürütmek, yerel standartlar ve teknik bültenler yayınlamak gibi sorumluluklara sahiptir. Bu sorumlulukların gerçekleştirilmesinde Teknik Hizmetler birimi görevlidir.

ICAP 1999'da İslami finansman ürünleri ile ilgili çalışmalara başlamış, İslami finansman ve Yatırım Yöntemlerine Yönelik Muhasebe ve Denetim Standartları Komitesi oluşturulmuştur. Komite tarafından AAOIFI'nin yayımladığı standartlar ve diğer ülkelerdeki uygulamalar dikkate alınarak İslami Finansal Muhasebe Standartları (Islamic Financial Accounting Standard – IFAS) oluşturulmuştur (Yatbaz, 2020: 122).

3.6. İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB)

2002 yılında Malezya'nın Kuala Lumpur kentinde kurulan 2003 yılından itibaren aktif olarak faaliyette bulunan İslami Finansal Hizmetler Kurulu (IFSB), kar amaçsız uluslararası bir kuruluştur. IFSB, İslami finans sisteminde, düzenleyici ve denetleyici kuruluşlar için uluslararası standartlar oluşturmaktadır. Bu bağlamda IFSB sektöre yeni standartları geliştirmenin yanı sıra mevcut uluslararası standartları da İslami kurallara uyumlaştırarak İslami finans kurumlarının özellikle sağlamlık ve şeffaflık bakımından geliştirilmesine katkı sağlamaktadır (Şahin, 2018: 48).

Günümüze kadar IFSB 22 adet standart, 6 adet rehber ve 2 adet teknik görüş yayımlamıştır. Kuruluşun uluslararası alanda sahip olduğu destek ile geliştirdiği standartların uygulanma olasılığının daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte IFSB tarafından alınan kararlarda her ne kadar bir standart vurgusu yapılsa da söz konusu kararlar, ilgili piyasa ve kurumlarda tavsiye niteliğinde kararlar olarak kabul görmektedir (Güçlü ve Kılıç, 2020: 85).

4. SONUÇ

Müslüman toplumlarda faizli finans uygulamalarına karşı olarak ortaya çıkan İslami finans sistemi, konvansiyonel finans sisteminin önemli bir seçeneği olarak hızla gelişmektedir. Temelleri 20. yy.'ın ilk yıllarında teorik çalışmalarla atılan İslami finans sistemi, 1960'lı yıllarda ilk kez uygulanmaya başlanmış, bu alandaki önemli gelişmeler ise 1970'li yılların ikinci yarısından sonra gerçekleşmiştir.

İslami finansal sistem, yüksek gelişim potansiyeli sebebiyle yatırımcıların, işletmelerin, finansal kuruluşların ve hem Müslüman devletlerin hem de Müslüman olmayan devletlerin finans sisteminde önemli bir yere sahiptir. İslami finansa yönelik artan bu ilgi, küresel sistemde İslami finansal ürünlerin ortak bir finansal raporlama sisteminin gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Konvansiyonel finans sisteminde uygulanan mevcut muhasebe standartları İslami finans anlayışına rehberlik noktasında yetersiz kalmış, İslami muhasebe standartlarının olmaması sebebiyle finansal raporlamalarda farklı muhasebe teorilerinden faydalanılmıştır. İslami finansın büyüme oranları ile İslami finans ürünlerinin ulaştığı varlık büyüklükleri, konvansiyonel finans sistemindekine benzer bir standartlaşma ihtiyacını gündeme getirmiştir. Bu ihtiyaç neticesinde İslami standartları belirleme ve uygulama bakımından uluslararası alanda öncü bir kuruluş olan AAOIFI 1991 yılında kurulmuştur. Bu bağlamda AAOIFI

tarafından oluşturulan İslami finans standart setleri; tüm İslami finans kuruluşlara rehberlik etmekte olup, söz konusu standartlar, İslami finansta kullanılan finansal araçların İslami ilkelere uyumu ve dünya çapında uygulanmasında önemli katkılar sağlamaktadır. Bununla birlikte farklı ülkelerde faaliyet gösteren İslami finans kuruluşlarında kullanılan finansal araçların sunulması, ölçülmesi, değerlendirilmesi, denetiminin yapılması ve raporlanmasında farklı muhasebe ve denetim standartlarının uygulandığı görülmektedir.

Müslüman toplumlarda da mezhep farklılıkları nedeniyle konuların tamamında ortak bir finansal raporlama seti oluşturulamamıştır. Benzer şekilde aynı mezhep görüşlerinde olmakla birlikte Şeri kurulların farklı yorumlamaları sebebiyle aynı finansal ürünlerde farklı raporlama ilkeleri uygulanabilmektedir. Bütün bu sebepler İslami finansta ortak bir muhasebe standartlarının oluşumunu zorlaştırmakta ve yerel standartların yayımlanmasına neden olmaktadır. Mezhepsel farklılıklar ve şeri kurulların farklı yorumları için esnek olan, mutabık kalınan durumlar için uygulanabilir uluslararası standartların oluşturulması gerekmektedir.

Kaynakça

AAOIFI, (2019)., About AAOIFI. http://aaoifi.com/our-history/?lang=en. (Erişim Tarihi: 20.10.2022)

Ağkan, F. (2018)., AAOIFI Standartları ve Türkiye Katılım Bankalarında Uygulanabilirliği, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6 (2) , 235-245.

Alsadek, H., & Worthington, A. (2009)., *A Primer on Islamic Finance: Definitions, Sources, Principles and Methods,* (A. Akimov, Dü.) Nathan: Griffith University.

Atar, A. (2017)., Başlangıcından Günümüze Dünyada ve Türkiye'de İslami Bankacılığın Genel Durumu, Journal of History Culture and Art Research, 6 (4), 1029-1062.

Çemberlitaş, İ. (2019)., *AAOIFI ve UFRS'ye Göre Teverruk Uygulaması, Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması*, Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Çetin, A. (2020)., *Faizsiz Finans Kuruluşları Muhasebesi: Tek Düzen Hesap Planı ve AAOIFI Standartları Çerçevesinde*, TKBB Yayınları, Yayın No: 14.

Çekin, Ö. (2018)., *Tasarrufa Dayalı Finansman Sistemi ve İslami Finans İlkeleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi*, İstanbul Üniversitesi, SBE, İslam İktisadı ve Finansı Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.

Eriş, İ. (2021)., *Şer'i Standartlar ve Operasyonel Gereklilikler*, İstanbul: Türkiye Katılım Bankaları Birliği Yayınları.

Erol, M., & Aslan, M. (2017)., Uluslararası Muhasebe ve Denetim Standartlarının Gelişmesi, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, (12), 55-86.

Ersoy, M., Çatıkkaş, Ö. & Yatbaz, A. (2018)., İslami Muhasebenin Geleneksel Muhasebe ile Karşılaştırmalı Olarak İncelenmesi, International Journal of Islamic Economics and Finance Studies , 4 (1) , 96-110 .

Gedikli, A. & Erdoğan, S. (2018)., Endonezya'da İslami Finans ve İslami Bankacılık Uygulamaları, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi, 13 (2), 161-195.

Güçlü, F., & Kılıç, M. (2020)., İslami Finansın Dünyadaki Gelişimi ve İslami Finansa Yön Veren Uluslararası Kuruluşlar Üzerine Bir İnceleme, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 16 (1),45-91. Doı: 10.17130/İjmeb.700891.

Gülençer, İ., Ertugay, E., & Tünel, R. K. (2019)., Faizsiz Finansal Araçlarda Ölçüm Sorunları, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, 12 (3), 787-807.

Iqbal, Z. & Mirakhor, A. (2011)., *An introduction to islamic finance: Theory and practice*. Singapore: Wiley.

Ibrahim, S. H. M. (2007)., IFRS vs AAOIFI: The Clash of Standards. International Center for Education in İslamic Finance, 1-10.

Jawadi, F., Jawadi, N. & Cheffou, A. I. (2015)., Are islamic stock markets efficient? A time-series analysis. Applied Economics, 47(16), 1686-1697.

Kamla, R. (2009)., Critical Insights Into Contemporary Islamic Accounting, Critical Perspectives Soon Accounting, 20, 921-932.

Kamla, R., Gallhofer, S., & Haslam, J. (2006)., Islam, Nature and Accounting: Islamic Principles and the Notion of Accounting for the Environment. Accounting Forum, 30, 245-265

Kettel, B. (2011)., *Introduction to Islamic Banking and Finance*, John Wiley & Sons Ltd.

Mohammed, N. F., Fahmi, F. M.i., & Ahmad, A. E. (2015)., The influence of AAOIFI Accounting Standards in Reporting Islamic Financial Institutions in Malaysia, Procedia Economics and Finance (31) 418 – 424.

Özdemir, M., & Aslan, H. (2017). *Türkiye'de İslami Finansın Dönüşümünün Ekonomi Politiği,* (1. Baskı), Seta Yayınları.

Rahman, A. A., & Bukarir, A. A. (2013)., The İnfluence of the Shari'ah Supervision Board on Corporate Social Responsibility Disclosure by İslamic Banks of Gulf Co-Operation Council Countries, Asian Journal of Business and Accounting, 6(2), 65-104.

Rımaz, M. (2014*)., İslami Finansal Araçların Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması,* Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi).

Sarea, A. M., & Hanefah, M. M. (2013)., Adoption of AAOIFI accounting standards by Islamic banks of Bahrain, Journal of Financial Reporting and Accounting, 11(2), 131-142.

Siddiqi, M. N. (1991)., Some Economic Aspects of Mudarabah. Review of İslamic Economics, 1(2), 21-33.

Şahin, N. (2018)., İslami Bankaların Düzenlenmesi ve Denetlenmesi, ICOIEF'18 - 1 st International Congress on Islamic Economy and Finance: The Past and The Present Safranbolu/Karabuk 27th -29th September 2018.

Tetik, N., & Şahin, A., (2021). Katılım Bankalarının Yapısal ve Sektörel Gelişimi, Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi, (21), 49-66.

Utku, M. & Kaya, Y. (2021)., Faizsiz Finans Muhasebe Standartları ve TMS/TFRS Karşısındaki Durumu, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 17 (2) , 331-352. DOI: 10.17130/ijmeb.822578.

Vinnicombe, T. (2010)., AAOIFI reporting standards: Measuring compliance. Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting, 26(1), 55-65.

Yanpar, A. (2015)., *İslâmi finans: İlkeler, araçlar ve kurumlar,* 2. Baskı, İstanbul: Scala Yayıncılık.

Yatbaz, A. (2020)., *Faizsiz Finansal Kuruluşlarda Muhasebe ve Finansal Raporlama İlkeleri*, TKBB Yayınları, Yayın No: 13.

Zaini, N. B. (2007)., *An Exploratory Study on the Understanding of AAOIFI Accounting Standards for Investment in Islamic Bonds: The Case of Malaysian's Accounting Academics*, Malezya Uluslararası İslam Üniversitesi, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Kuala Lumpur.

EK- 1: FAİZSİZ FİNANS MUHASEBE STANDARTLARI

Sıra	Standart No	Standardın Adı
1	**FFMS 1**	Finansal Tablolarda Genel Sunum ve Açıklama
2	**FFMS 3**	Mudârebe Finansmanı
3	**FFMS 4**	Müşâreke Finansmanı
4	**FFMS 7**	Selem ve Alt Selem
5	**FFMS 8**	İcâre ve İcâre Müntehiye Bittemlîk
6	**FFMS 9**	Zekât
7	**FFMS 10**	İstisnâ ve Alt İstisnâ
8	**FFMS 14**	Yatırım Fonları
9	**FFMS 16**	Yabancı Para İşlemleri ve Yurtdışındaki İşletmeler
10	**FFMS 18**	Geleneksel Finans Kuruluşları Tarafından Sunulan Faizsiz Finans Hizmetleri
11	**FFMS 21**	Varlıkların Transferine İlişkin Açıklamalar
12	**FFMS 22**	Bölümlere Göre Raporlama
13	**FFMS 23**	Konsolidasyon
14	**FFMS 24**	İştiraklerdeki Yatırımlar
15	**FFMS 26**	Gayrimenkul Yatırımları
16	**FFMS 27**	Yatırım Hesapları
17	**FFMS 28**	Murâbaha ve Diğer Vadeli Satışlar
18	**FFMS 30**	Değ. Düşüklüğü, Kredi Zararları ve Ekonomik Açıdan Dezavantajlı Taahhütler
19	**FFMS 31**	Yatırım Vekâleti (Eı-Vekâle Bi'l İstithmar)
20	**FFMS 33**	Sukuk, Pay ve Benzeri Araçlara Yapılan Yatırımlar
21	**FFMS 34**	Sukuk Sahipleri İçin Finansal Raporlama
22	**FFMS 35**	Risk Yedekleri

Kaynak: Kamu Gözetimi Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumu (KGK)

SOSYAL MEDYA PAZARLAMASI KAPSAMINDA TÜKETİCİ-MARKA ETKİLEŞİMİNİN NETNOGRAFİK ANALİZİ: NETFLİX TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Zuhal AKGÜN
Yozgat Bozok Üniversitesi - 0000-0002-5737-7920
Dr. Öğr. Üyesi Pınar HACIHASANOĞLU
Yozgat Bozok Üniversitesi, - 0000-0002-4595-5156

Özet

Sosyal medyada yapılan pazarlama faaliyetleri markaların tüketici ile olan bağını kuvvetlendirmektedir. Bu çalışma talebe dayalı video platformu Netflix'in tüketici katılımını artırmak ve güçlü tüketici-marka ilişkisi oluşturmak için dijital bir araç olarak Twitter hesabını nasıl kullandığını netnografik açıdan incelemektedir. Twitter üzerinden paylaşılan içeriklere yönelik beğeni, yorum, retweetlerin analiz aracı olarak kullanıldığı araştırmada, oluşturulan içerikleri farklı içerik tipolojilerinde sınıflandırmaya, en önemli içerik tipolojisini belirlemeye ve tüketici–marka etkileşimine etkisini regresyon analizi aracılığıyla anlamaya çalışmaktadır. Analiz sonuçlarına göre, Netflix tarafından üretilen içerikler bilgilendirici, promosyonel ve ilişkisel içerik olmak üzere üç kategoriye ayrılmaktadır. İlişkisel içeriğin diğer içerik türlerinden daha fazla paylaşıldığı ve tüketici etkileşimine anlamlı ve pozitif katkı sağladığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya Pazarlaması, Netnografik Analiz, Netflix, Tüketici-Marka Etkileşimi

NETNOGRAPHIC ANALYSIS OF CONSUMER-BRAND INTERACTION WITHIN SOCIAL MEDIA MARKETING: THE CASE OF NETFLIX TURKEY

Abstract

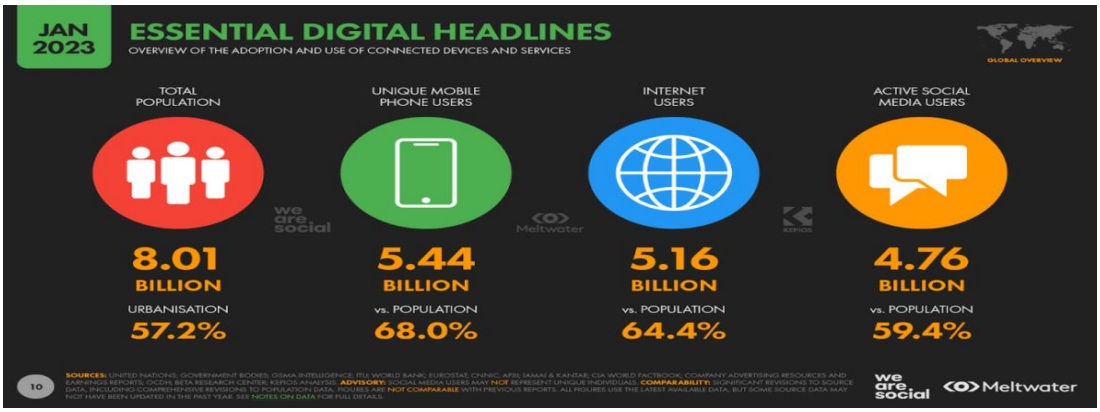
The marketing activities conducted on social media strengthen the bond between brands and consumers. This study examines how the digital tool of Twitter is utilized by the demand-based video platform Netflix to increase consumer engagement and foster a strong consumer-brand relationship from a netnographic perspective. The research employs likes, comments, and retweets as analytical tools for the content shared on Twitter. It aims to classify the generated content into different typologies, identify the most significant content typology, and understand its impact on consumer-brand interactions through regression analysis. According to the analysis results, the content produced by Netflix is categorized into three categories as informative, promotional and relational content. It has been determined that relational content is shared more than other content types and makes a significant and positive contribution to consumer interaction.

Keywords: Social Media Marketing, Netnographic Analysis, Netflix, Consumer-Brand Interaction

GİRİŞ

1990'lı yıllardan itibaren hem tüketiciler hem de işletmeler birbirleriyle aktif olarak iletişim ve etkileşim kurmak için mevcut ve gelişen iletişim teknolojilerinden faydalanmaya başlamıştır. Gelişen iletişim teknolojileri tüm taraflar için düşük maliyetli, etkin ve zengin bir bilgi kaynağı haline gelmiştir (La Rocca vd., 2014: 691). İnsanların iletişim kurma çabası, bağlantı kurma

isteği ve dijital teknolojideki ilerlemeler yeni bir ifade ortamını ortaya çıkarmıştır; Sosyal medya (Maryville University, 2022). Bu çevrimiçi etkileşim alanı, tüketim ve satın alma davranışları bağlamında kendine özgü kuralları ve ritüelleri ile göz ardı edilemeyecek bir kültür oluşturmaktadır (La Rocca vd., 2014: 691). Twitter, Facebook ve Linkedln gibi çevrimiçi topluluk sitelerinin hızla büyümesi, sosyal medya çağını başlatmıştır. Pazar payını arttırmak isteyen markalar sosyal medyayı hem müşterileriyle iletişim kanalı oluşturmak hem de ürünlerini pazarlamak, marka değeri oluşturmak ve müşteri sadakatini arttırmak için bir fırsat olarak görmektedir (Saravanakumar & SuganthaLakshmi, 2012: 4445). Teknolojinin artan hızına çabuk adapte olmak ve sıkı bir ilişki kurmak durumunda kalan pazarlama disiplini, dijital ve sosyal medya pazarlamasını marka görünürlüğünü artırmak, tüketici katılımını sağlamak ve kuvvetli bir tüketici marka bağı kurmak için kullanmaktadır (Arora & Ahuja, 2021: 9). We Are Social tarafından yayınlanan Küresel Dijital Dünya 2022 raporuna göre dünya genelinde sosyal medya kullanıcı sayısında çift haneli büyüme kaydedilmiştir. Ayrıca, sosyal ticaret rakamlarında artış, sosyal medya platformları aracılığı ile de büyük kazançlar elde edildiğinin altı çizilmektedir (We Are Social, 2022). 2023 Ocak verilerine göre aktif internet kullanıcılarının sayısı dünya nüfusunun 5.16 milyarını, sosyal medya kullanıcıları ise 4.76 milyarını oluşturmaktadır (Görsel 1). Aynı rapora göre 85.6 milyon olan Türkiye nüfusunun % 83.4'ü aktif internet kullanıcısı, %73.1'i sosyal medya kullanıcısıdır (We Are Social, 2023).



Görsel 1. Küresel Dijital Dünya 2023 Ocak Raporu (Kaynak: We Are Social, 2023).

İnternet, kullanıcı sayısı arttıkça internet topluluklarının oluşmasını sağlayan ve güçlendiren bir iletişim aracıdır. Bilgisayar aracılı sosyal etkileşim yoluyla yaratılan topluluklar ve kültürler çevrimiçi etnografiyi ve bu grubun incelenmesine uyum sağlayan bir dizi ilgili çevrimiçi araştırma yöntemini ifade eden "Netnografi"yi ortaya çıkarmıştır (Kozinets, 2010; Bowler 2010: 1270). Sosyal medya sunumları, çevrimiçi topluluklar ve ağlar aracılığıyla bilgilerin, ilgilerin, düşüncelerin ve diğer ifade biçimlerinin yayılmasını sağlayan bilgisayar aracılı teknolojileri oluşturmaktadır (Udenze, 2019: 211). Etkileşimin yeni nesil adresi olan sosyal medya, teknolojik gelişmelerle birlikte önemini arttırmaktadır. Bireylerin düşüncelerini ve fikirlerini paylaşma, değiş tokuş etme eğiliminde olduğu sosyal medya platformları sanal toplulukların oluşmasına katkı sağlamaktadır. Akıllı cihazlar ve internet aracılığıyla desteklenen etkileşimli sosyal platformlar, bireyler, ticari kuruluşlar ve topluluklar arasında geçen iletişimle sanal toplulukların oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Bu tür etkileşimli platformların artmasıyla birlikte web üzerinde bol miktarda veri ortaya çıkmakta ve bu, araştırmacıları araştırma yapmak amacıyla internette yer alan verilere erişmeye çekmektedir. Sanal topluluk üyelerinin bilgilerine çevrimiçi erişim sağlayarak tüketiciler hakkında derinlemesine iç görü sağlamaya yardımcı olan netnografi, pazarlama araştırmacıları için hızlı, basit ve pahalı olmayan bir teknik olarak pazarlamanın gizli silahı (Kozinets, 2010) şeklinde görülmektedir (Chao, 2015: 12). Çevrimiçi toplulukların davranışlarını, etkileşimlerini ve deneyimlerini inceleyen araştırma yöntemlerinden olan netnografi pazarlama açısından bir

markanın veya ürünün çevrimiçi topluluklardaki etkileşimlerini ve tüketici davranışlarını anlamak için kullanılmaktadır. Markalar, çevrimiçi platformlarda pazarlama stratejilerini geliştirilmek, etkileşimi arttırmak, tüketici davranışlarını ve beklentilerini anlamak için netnografik analizler yaparak daha etkili bir şekilde markalarını konumlandırabilmekte, hedef kitleleriyle iletişim kurabilmekte ve onların ihtiyaçlarını karşılayacak pazarlama stratejileri geliştirebilmektedir (Kozinets, 2010). Netnografi, etnografya ve antropoloji alanlarından beslenen, çevrimiçi topluluklar tarafından paylaşılan deneyimler ve katılımcıların etkileşimleri açığa çıkarmada hız kazanan metodik araçlardan biridir (Dutta & Sharma, 2023: 33). Tüketicilerin görüşleri, güdüleri, endişeleri hakkında derin içgörüler elde etmesine olanak tanıyan netnografi (Langer & Beckman, 2005), sosyal medyanın doğası ve gelişimi ile yakından ilgilidir (La Rocca vd., 2014: 692).

Bu çalışmada talebe dayalı abonelik sistemi ile çalışan video platformu Netflix markasının tüketici etkileşimi çerçevesinde Twitter üzerinden yaptığı sosyal medya pazarlama faaliyetlerinin netnografik analizi yapılmaktadır. Televizyon ve video izleme kültürünü kişiselleştirilmiş ve mobil hale getiren Netflix gibi platformlar, internetin yaygınlaşması, hızlı bağlantı, akıllı telefonlar sayesinde popülaritesini arttırmaktadır. Netflix, içeriğini pazarlamak, izleyicilerle iletişim halinde olmak ve ilişkisini sürdürmek için sosyal medyayı kullanmaktadır (Arora & Ahuja, 2021: 10). Netflix Türkiye'nin Twitter üzerinden paylaştığı içeriklerle ilişkili beğeni, retweet ve yorumların analiz aracı olarak kullanıldığı araştırmada, oluşturulan içerikleri farklı içerik tipolojilerinde sınıflandırmaya, en önemli içerik tipolojisini belirlemeye ve içeriklerin tüketici–marka etkileşimine etkisi incelenmektedir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Sosyal Medya Pazarlaması ve Twitter

Doğası gereği sosyal olan insanlar arasındaki etkileşimi ifade eden sosyal medya; erişimi kolay, kullanıcı dostu ve her şeye anında tepki ve cevap verilebilir olmasıyla geleneksel medyadan farklılaşmaktadır (Chao, 2015: 13). Başlangıçta içerik oluşturmak, paylaşım yapmak, yer imi eklemek ve ağ kurmak amacıyla kullanılan çevrimiçi tartışma platformu niteliğindeki sosyal medya, kullanıcılarına kendilerini ve ürünlerini, bunlarla ilgilenebilecek dinamik topluluklara sunma fırsatı tanımaktadır (Nadaraja & Yazdanifard, 2013:3). Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn ve Google+ gibi isimlerle adlandırılan sosyal medya platformları, ürünler, markalar, hizmetler ve sorunlar hakkında kullanıcıların birbirlerini bilgilendirmek için kullandığı çevrimiçi yayılan bilginin yeni kaynağıdır (Xiang & Gretzel 2010: 180). Marka erişimi ve bilinirliğini arttırma maliyetinin çok az olduğu sosyal medya, iş yapma biçimlerini iyileştirmek isteyen işletmeler için fikir alışverişinde bulunmanın ve ağ oluşturmanın değerli bir yolu olarak değerlendirilmektedir (Kaur, 2016: 6). Sosyal medya, reklam stratejilerini değiştirmekte, Facebook ve Twitter gibi sosyal ağ platformları işletmelerin web sitelerine tercih edilir hale gelmektedir (Watson vd., 2002; Sheth & Sharma 2005; Nadaraja & Yazdanifard, 2013: 3).

Pazarlamada sosyal medya popüler olarak kullanılmaktadır ve bu geleneksel pazarlamaya kıyasla kendine özgü bazı özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Bu özelliklerden ilki sosyal medya platformları aracılığıyla ulaşılabilen ve hizmet verilebilen tüketici yelpazesinin neredeyse sınırsız olmasıdır. İkincisi, sosyal medyanın geleneksel medyaya göre nispeten ücretsiz veya düşük maliyetli olmasıyla markalara önemli maliyet avantajı sunmasıdır. Üçüncüsü ise, kişiselleştirilmiş pazarlama stratejilerinin etkinleştirilmesi ve niş pazarların hedeflenmesine izin vermesidir (Coursaris vd., 2014: 155). Bir markanın kendisini ve ürünlerini tanıtmak için sosyal medya kanallarını kullanması "Sosyal Medya Pazarlaması" olarak tanımlanmaktadır. Bu tür pazarlama, internet tabanlı tanıtım stratejilerini tamamlayan çevrimiçi pazarlama faaliyetlerinin bir alt kümesidir (Barefoot & Szabo 2010; Nadaraja & Yazdanifard, 2013: 4). Sosyal ağ ve mikro bloglama birleşimi olan yeni medya Twitter, kullanıcıların gerçek zamanlı paylaşıma katıldığı, takip ettikleri favori hesaplardan güncelleme ve reklam aldığı bir

sosyal platformdur (Nadaraja & Yazdanifard, 2013:4). Ayrıca Twitter, hedef kitlesini, müşteri adayı oluşturmayı, etkileşimi, trafiği ve dönüşümleri büyütmek isteyen markalar ve işletmeler için etkili bir pazarlama platformudur. Kapsama alanını genişleterek daha büyük topluluklarla etkileşim kurmak isteyen markalar için ise, değişimlerin gerçekleştiği gerçek zamanlı bir etkileşim platformudur. İçgörü paylaşımları, takipçiler için düşündürücü sorular, haber veya yeni ürün duyurumu, tek satırlık bilgiler ve akıllı gözlemler, alakalı içerik yayını, anında müşteri hizmeti, promosyonlar ve satışlar, içeriğe trafik çekmek Twitter üzerinden pazarlama kampanyası yürütmek için önemli nedenler arasında yer almaktadır. Twitter pazarlaması markanın kişiliğini sergilemesi ve takipçileriyle ilişkiler kurması için önemli fırsatlar sunmaktadır (Thomas, 2021). Diğer platformlara göre kullanıcı kitlesi daha duyarlı ve etkileşime geçmeye hazır olarak değerlendirilen Twitter önemli bir sosyal medya pazarlama platformudur (Doyle, 2019). Twitter içeriğini pazarlama için kullanmanın,

Marka ve ürün farkındalığı oluşturmak,
Seçeneklerini göz önünde bulundurarak alıcıların gözünde öne çıkmaya yardımcı olmak,
Satın almaları yönlendirmek,
Topluluk ve müşteri sadakati oluşturmak gibi faydaları bulunmaktadır (Doyle, 2019).
Twitter, ücretsiz kullanımı, markalı içeriği saniyeler içinde paylaşmaya ve tanıtmaya olanak tanıması, takipçilerle sohbet, son gelişmeleri paylaşma ve hedef kitleye hitap etmeyi kolaylaştırması gibi birçok nedenden dolayı harika bir pazarlama aracı olarak görülmektedir (Baker, 2023).

Netflix

İnternet çağına geçiş, elektroniğin popülaritesi, mobil ekranların ortaya çıkması ve çevrimiçi video akışına yönelik artan küresel talep, video ve akış endüstrisinin büyümesine zemin hazırlamış, çevrim içi video akış hizmetlerini ortaya çıkarmıştır. Çevrim içi video akış hizmeti, internet aracılığı ile televizyon içeriğinin çevrimiçi olarak yayınlanmasıdır (Zhao, 2022: 311). Bu endüstri küresel ölçekte büyüyen rakamlarla yoluna devam etmektedir. Çevrim içi talebe dayalı video akış pazarındaki gelirin 2023'te 95,35 milyar ABD Dolarına ulaşacağı tahmin edilmektedir. Gelirin yıllık %9,48 büyüme oranı göstermesi ve bunun sonucunda 2027 yılına kadar 137,00 milyar ABD doları öngörülen pazar hacmine ulaşması beklenmektedir. Video akışı pazarında, kullanıcı sayısının 2027 yılına kadar 1,64 milyar kullanıcıya ulaşması, kullanıcı penetrasyonunun 2023'te %16,9'a, 2027'de %20,6'ya çıkması öngörülmektedir (Statista, 2023).

Önceleri teknoloji aracılığıyla iletişim halinde olmayı sağlamak için tasarlanan, günümüzde ise ünlüleri, markaları, şirketleri takip etmek, güncel, siyasi konulardan haberdar olmak, etkinlik düzenlemek ve profesyonel amaçlar için kullanılan sosyal medyanın kullanım alanının böylesine genişlemesi ve rolü, medya ve televizyon tüketimine yeni bir ilgi ve bakış açısı kazandırmaktadır. Bu anlamda yeni bir sosyal kavram ortaya çıkmaktadır: Sosyal televizyon (Pérez, 2020: 8). Medya tüketimi, insanların neyi, ne zaman ve nerede izleyeceklerini seçebilecekleri ve sosyal televizyon olarak bilinen sosyal medya aracılığıyla deneyimlerini paylaşabilecekleri talebe dayalı video abonelik hizmetlerine doğru evrilmektedir. Bu senaryodaki kilit oyuncu ise, endüstri referansı olarak görülen Netflix'tir (Pérez, 2020: 9). Akış teknolojisinin gelişimi ve yükselişiyle kültürel bir güç olarak ortaya çıkan Netflix, "dünyanın önde gelen internet televizyon ağı" sloganıyla kendisini markalaştırmaktadır (Netflix, 2016). Bu yeni bağlam göz önüne alındığında farklı sosyal platformlardaki kullanıcılarla etkileşim kurmak, iki yönlü bir iletişim sürecini güçlendirdiği, marka farkındalığını arttırdığı, konumlandırmaya katkı sağladığı ve sadakati koruduğu için pazarlama stratejileri açısından önemli hale gelmektedir (Pérez, 2020: 9). Başta Twitter olmak üzere sosyal medya platformları aracılığıyla, hem sektör paydaşları hem de izleyiciler, izledikleri şeyle ilgili fikirlerini paylaşmak, sorular sormak, birbirleriyle etkileşim kurmak, daha fazla izleyici çekmek ya da sadece deneyimlerini aktarmak için hashtag'ler etrafında bir araya gelmekte ve içerik

yayınlamaktadır. Sektör paydaşları ve talebe dayalı video hizmeti yayıncıları sosyal medyadaki iletişimi kontrol etmeye ve meydana gelen sosyal tartışmanın merkezinde olmaya çalışmaktadır. Tüketiciler ise izleme alışkanlıklarını ve içerikle ilgili izlenimlerini takipçileriyle paylaşmayı, komik içerikler oluşturmayı veya tüketmeyi ya da daha fazla bilgi edinmeyi amaçlamaktadır (Pérez, 2020: 9). Tüketicilerin izleme alışkanlıkları çevrim içi akış yönüne kaydığından sosyal ağlar, medya prodüksiyon şirketlerinin mevcut ve potansiyel müşterileri ile iletişim kurmaları açısından anahtar rol üstlenmektedir (Pérez, 2020: 10). Çevrimiçi video akış hizmetinin öncülerinden olan Netflix, insanların eğlenceyi tüketme biçiminde devrim yaratırken sosyal medya alaka düzeyini yükselten keskin pazarlama stratejileriyle ürünlerine olan talebi arttırmaktadır (Gaur, 2019). Netflix'in bu başarısı, farklı içerik biçimleri denemek (Görsel 2), seyircisiyle etkileşim kurmak (dizi ve filmlerle ilgili içerikleri retweetlemek, Görsel 3), müşteri ilişkilerine odaklanmak (izleyici mesajlarını retweet, içerik paylaşarak, izleyicilerine onları dinlediklerini göstermek), trend olan içerik oluşturmak (GIF'ler, memler ve esprili tek satırlık iletiler, Görsel 4), sosyal dinleme (yeni yayınları paylaşma, Görsel 5) gibi aktif pazarlama ve katılım çabalarına bağlanmaktadır (Keyhole, 2022).



Görsel 2.Netflix Paylaşımı



Görsel 3. Netflix Paylaşımı



Görsel 4. Netflix Paylaşımı



Görsel 5. Netflix Paylaşımı

Netflix'in genç neslin yaptığı gibi popüler kültürle ilgili, komik ve alaycı gönderileri ve milyonlara ulaşan takipçisiyle giderek büyümesi, çevrimiçi etkileşimlerini artırmak isteyen işletmeler için önemli bir kıyas oluşturmaktadır. Netflix sosyal medyada özellikle gençlerden oluşan hedef kitlesi ile etkileşime girerek sadece ilgi alanlarını değil, aynı zamanda isteklerini de anlamaya çalışması, hangi filmin veya dizinin tüketimini artıracağına karar vermede yardımcı olmaktadır. Tüm sezon tek seferde sunulduğu için izleme oranını arttırmak çok önemlidir. Bu açıdan sosyal medya, serinin tüm bölümlerini tanıtmak ve heyecan yaratmak için ideal bir ortam olarak görülmektedir. İçeriğe ilişkin perde arkasının sıklıkla tweetlenmesi, sohbet retweetleri, etiketler, sezonu heyecanla bekleyen takipçiler arasında merak uyandırmakta ve olumlu etkileşimler oluşturmaktadır. Özetle içeriğini tanıtmak için büyük bütçeler yerine, esprili ve yaratıcı çevrimiçi paylaşımlarıyla sosyal medyanın gücünden yararlanan Netflix, çevrim içi ortamda anında varlık gösterme, özgün olma, çift yönlü iletişim sayesinde konumlandırmada ve marka sadakati oluşturmada önemli avantajlar elde etmektedir (Gaur, 2019).

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu çalışma, Netflix'in Türkiye özelinde Twitter sosyal medya sayfasını, incelemek ve markanın yayınladığı farklı içerik tipolojilerini belirlemek için netnografi araştırma yöntemini kullanılmaktadır. İkincil verilerin kullanıldığı çalışmada ayrıca, hangi içerik tipolojisinin maksimum tüketici katılımına sahip olduğunu analiz etmek için regresyon analizi yapılmaktadır.

Netnografi

Çevrimiçi olarak yürütülen bir etnografik araştırma türü olan netnografi, nitel veri analizi yoluyla teori oluşturmaya yönelik açık ve tümevarımsal bir yöntemdir (Kozinets, 2010). Tüketicilerin çevrimiçi davranış kalıpları hakkında bilgi edinmek isteyen çeşitli disiplinlerden birçok akademisyen bu metodolojinin önemini kabul etmektedir (Bartl vd., 2016; Bengry-Howell vd., 2011). Geleneksel nitel araştırma yöntemiyle karşılaştırıldığında netnografi, hacmi büyümeye devam eden çevrimiçi verileri hedef aldığı için geniş bir araştırma konusuna sahiptir (Lee & Ko, 2022: 415). Araştırmacıların çevrimiçi etnografi, dijital etnografi, sanal etnografi, siberetnografi, internet etnografisi, webnografi ve bağlayıcı etnografi gibi eşanlamlı terimler kullandığı (Hine, 2000; Hine 2015; Ward, 1999; Dirksen vd., 2010; Horster & Gottschalk, 2012; Udenze, 2019: 213) netnografinin isim babası pazarlama ve tüketici araştırması alanlarında önde gelen araştırmacı Robert V Kozinets (1997, 2002, 2010, 2015)'dir.

Kozinets, 1997 yılında The X Files hayranları hakkında yaptığı bir çalışmada (O'Reilly vd., 2012) netnografiyi kullanmış ve bunu "kültürel antropoloji yöntemleriyle bilgilendirilmiş çevrimiçi siber kültürün yazılı bir açıklaması" olarak tanımlamıştır (Kozinets, 1997:472). Bir süreç veya araştırma yöntemi olarak netnografi, "bilgisayar aracılı iletişim yoluyla ortaya çıkan kültürleri ve toplulukları incelemek için etnografik araştırma ilkelerini benimseyen yeni bir

nitel araştırma metodolojisidir" (Kozinets, 2002: 62) ve temelinde internet üzerindeki verilerin incelenmesi yer almaktadır (Chao, 2015: 12). Netnografi, kültürel, sembolik bilgi anlayışlarına odaklanır ve bu yönüyle esasen etnografi ile çok yakından ilişkilidir. Etnografya, kültür araştırmasını ifade eder (Chao, 2015:13), netnografi ise, dijital kabileleri ve tüketici davranışlarını araştırmak için yürütülen çevrimiçi yapılan etnografik nitel bir araştırma yöntemidir (Bartl vd., 2016). Geleneksel etnografik araştırmalarda olduğu gibi, netnografi araştırmacıları çevrimiçi olarak etrafa etraflıca bakar ve iletilen konuları, duyguları ve algıları kaydederek ortama dahil olurlar (Tenderich, vd., 2019: 188).

Son yıllarda yaygın olarak kabul gören pazarlama araştırması biçimlerinden biri olarak netnografi, (Kozinets vd., 2010; Quester & Fleck, 2010; Xun & Reynolds, 2010), online tüketici davranışları (Chao, 2015), topluluk ve marka toplulukları araştırmaları (Bowler, 2010; Kozinets, 2002; Kozinets, 2010; Arora & Ahuja, 2021), topluluk üyeleri arasındaki iletişime ilişkin anlatı analizi (Boje, 2001; Argan vd., 2016) alanlarında kullanılmaktadır. Siber kültür üzerine odaklanan netnografi, akademik alanlarda etkileşim tarzlarını, kişisel anlatıları, toplumsal değiş tokuşları, çevrimiçi kuralları, uygulamaları ve ritüelleri, söylemsel stilleri, yenilikçi işbirliği ve organizasyon biçimlerini ve yaratıcılığın tezahürlerini ortaya çıkarmak için son derece yararlı bulunmaktadır (Kozinets, 2010: 3).

Bu çalışmada, Netflix markasının sosyal medya pazarlaması kapsamında yayınladığı çeşitli içerik türlerini belirlemek, farklı içerik tipolojilerinin ulaştığı pazarlama hedeflerini anlamak, hangi tür içeriğin en fazla tüketici etkileşimi oluşturduğuna dair karşılaştırmalı bir çalışma yürütülmektedir. Bu doğrultuda Netflix Türkiye Twitter hesabı incelenerek yayınlanan farklı içerik tipolojilerini netnografi yöntemi ile araştırmak amaçlamaktadır. Çalışma ayrıca, regresyon analizi ile hangi içerik tipolojisinin maksimum tüketici katılımına sahip olduğunu analiz etmeyi hedeflemektedir. Bu amaçla üç hipotez oluşturulmuştur.

H_1: Netflix Türkiye'nin bilgilendirici içeriğinin Twitter'da tüketici etkileşimi üzerinde etkisi vardır.

H_2: Netflix Türkiye'nin promosyonel içeriğinin Twitter'da tüketici etkileşimi üzerinde etkisi vardır.

H_3: Netflix Türkiye'nin ilişkisel içeriğinin Twitter'da tüketici etkileşimi üzerinde etkisi vardır.

Çizelge 1. İçerik Tipolojisinin Sınıflandırılması

Bilgilendirici İçerik	**Promosyonel içerik**	**İlişkisel İçerik**
İçeriğin çıkış tarihini bildirmek Oyuncu kadrosunun resimlerini yayınlamak, Yeni hashtag'ler ile bilgilendirme yapmak Gündem haberlerini mevcut içerikle ilişkilendirmek Tanıtım içeriklerini "newsflix" olarak habere dönüştürmek	Yeni içerik veya sezon bilgisi vermek, içeriği tanıtmak için influencer işbirliği yapmak, Yeni şov/dizi/film için yeni filtreler geliştirmek, Yeni içerikle ilgili hashtag'ler, teaser'lar, memler paylaşmak, Daha iyi tüketici katılımı için yenilikler hakkında küçük spoiler vermek	Festivalleri kutlamak Yarışmalar Özel günleri kutlamak (Anne, baba, arkadaşlık günü) Yayına girecek içerikte yer alan ünlülerle meydan okumalar yapmak, Yeni içeriği izleme nedenleri Hafıza şeridinde (bazı eski içerikleri veya bazı eski içeriğin bir karakterini tanıtma) Hollywood içeriğini bölgesel içerikle karşılaştırma (benzerlikleri ve farklılıkları bulma) Popüler içerikler için öne çıkan hikayeler Trend tanıtım içerikleri hazırlamak. Eğlence endüstrisinden haberler için öne çıkan hikâyeler Birlikte çalıştığımız ünlülerin doğum günlerini kutlamak ve başarılarından dolayı tebrik etmek Popüler ve orijinal içeriklerin başarısını veya tamamlanmasını kutlamak Sosyal medya kampanyaları - sağlık bilinci (karantinada Netflix bize kendimizle kaliteli zaman geçirmemizi hatırlattı), orijinal içeriğin tanıtılması (şovun karakterleri için sosyal medya sayfaları oluşturmak ve gerçek zamanlı olarak içerik yayınlamak), bölgesel ve küresel sosyal değerlere vurgu yapmak (siyah hayatlar önemlidir, vücut pozitifliği) Belirli bir içerik türünden favorileri seçme İzleyicilerin yorumlarına esprili ve ilginç yanıtlar vermek. Bir içeriğin karakterleri yardımıyla güvenlik önlemlerinin teşvik edilmesi

Kaynak: Arora & Ahuja, (2021: 14).

Regresyon

Bir bağımlı değişken ile bir veya daha fazla bağımsız değişken arasındaki olası ilişkinin derecesini analiz etmeye yardımcı olan regresyon analizi, çok yönlü ve anlamlı bir istatistiksel araçtır. Regresyon modeli, analize dâhil edilen değişkenlerin etki düzeyleri ve birbirleriyle nasıl ilişkili olduğunu anlamaya yardımcı olmaktadır. Bu çalışmada Netflix Türkiye'nin Twitter'da oluşturduğu tüketici etkileşimini değerlendirmek amacıyla beğeni ve yorumlar bağımsız değişken, retweet ise bağımlı değişken olarak analize dâhil edilmiştir. Netflix hesabında yapılan retweet sayısı, tüketicilerin beğeni sayısı ve tüketiciler tarafından yapılan yorum sayısı arasında doğrusal bir ilişki olduğu varsayılmıştır. Tüketici katılımı, tüketicilerin beğendiği veya ilişkilendirebildiği içeriğin yeniden paylaşılması olarak değerlendirilen retweet sayısıyla ölçülmüştür. Retweet, bir tüketicinin bir marka tarafından Twitter'da yayınlanan içerikle yapabileceği maksimum etkileşim düzeyi olarak kabul edilmektedir (Arora & Ahuja, 2021: 12).

Veri seti, Twitter Netflix Türkiye web sitesinden Ocak-Haziran 2023 tarihleri arasında markanın attığı tweetlerden oluşmaktadır. Twitter üzerinden bu tarihler aralığında toplamda

yaklaşık 388 sosyal medya içeriği incelenmiştir. Netflix Türkiye Twitter hesabı (@netflixturkiye) Ocak 2016 yılında açılmıştır ve günümüzde 2.5 milyona yakın kullanıcısıyla etkileşimini sürdürmektedir.

Analiz ve Bulgular

Netflix Türkiye Twitter hesabının netnografik incelemesinde bilgilendirici, promosyonel ve ilişkisel içerik olmak üzere üç içerik tipolojisi belirlenmiştir. *Bilgilendirici içerik*, markanın sosyal medya üzerinden takipçilerine bilgi sunmak amacıyla yayınladığı içerik türüdür (Dolan vd., 2016). İnternetin tüketiciler için önemli bir bilgi kaynağı olduğu ileri sürülmüş (Maddox, 1998) ve bilgi düzeyleri ile web sitesine yönelik tutum arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur (Chen vd., 2002). Bu noktada bir marka hakkında bilgi aramak ve almak, tüketici katılımı açısından çevrimiçi marka topluluklarını memnun eden ana unsurlardan biri olarak değerlendirilmektedir (Muntinga vd., 2011; Dolan vd., 2016). İnterneti eğlence amacıyla kullanmak yanında doğrudan markalardan bilgi arama isteği, tüketicileri sosyal medyayı kullanma konusunda motive eden sebeplerinden biri olarak görülmektedir (Dolan vd., 2016). Sosyal medya bağlamında yapılan çalışmalardan Lee vd. (2013), bilgilendirici içerik ile müşteri bağlılığı arasında beğeni ve yorumlar düzeyinde negatif bir ilişki olduğunu göstermiştir. Cvijikj ve Michahelles (2013), marka hakkında bilgi içeren gönderilerin eğlenceli içeriklere göre daha düşük etkileşim düzeyinde olduğunu belirtmiştir. *Promosyonel içerik*, yeni çıkacak olan veya henüz çıkmış dizi/film/projeler için teaserlar yayınlamak, bilgi vermek, ünlü ve önemli kişiler ile işbirlikleri yapmak gibi promosyon çalışmalarını içeren içerikleri ifade etmektedir. Takipçilerin yeni projeleri benimsemesi, merak etmesi, sahiplenmesi etkileyecek nitelikte içerik veya gönderilerden oluşmaktadır (Arora & Ahuja, 2021: 13). *İlişkisel içerik*, marka tarafından yayınlanan, takipçilerin marka ile etkileşime geçmesine olanak tanıyan, takipçi ile ilişkilendirilen ve kendileri için önem taşıyan içeriktir. Bu tür içeriklerin asıl amacı, takipçiler ile iyi bir ilişki geliştirmektir (Arora & Ahuja, 2021: 13).

Bu çalışmada Netflix Türkiye Twiter hesabından Ocak-Haziran 2023 tarihler arasında toplam 388 tweet atmıştır. İçeriklerin tipolojik ayrımına göre 119'si bilgilendirici, 121'si promosyonel, 148'ünün ise ilişkisel içerik kategorisinde yer aldığı belirlenmiştir. Gönderim stillerine göre sadece metin ve metinli görsel öğe bulunduran tweetler iki başlıkta kategorize edilmiştir. Buna göre 245 metinli görsel (video,mem,gif), 143 metin şeklinde tweet atılmıştır. En çok tweet atılan aylar Ocak ve Haziran olurken en az tweet atılan ay Şubat olarak belirlenmiştir (Çizelge 2).

Çizelge 2. Netflix Türkiye Twitter Hesabı Genel Görünümü

Hesap ismi	NetflixTürkiye-@netflixturkiye
Hesap açılış tarihi	Ocak 2016
Takip edilen hesap sayısı	173
Takipçi sayısı	2.400.000
Toplam tweet sayısı	12.500
Toplam Beğenilen tweet sayısı	8547
01.01.2023- 01.07.2023 arası tweetler	388
01.01.2023- 01.07.2023 arası bilgilendirici tweetler	119
01.01.2023- 01.07.2023 arası promosyonel tweetler	121
01.01.2023- 01.07.2023 arası ilişkisel tweetler	148
01.01.2023- 01.07.2023 arası metinli görsel tweetler	245
01.01.2023- 01.07.2023 arası metin tweetler	143

Twitter için 6 ay boyunca Netflix Türkiye tarafından yapılan toplam 388 gönderi için yapılan regresyon analizi sonucuna göre R^2 ve düzeltilmiş R^2 sırasıyla 0,864 ve 0,863'dür, bu da

regresyon modelinin verilerdeki varyansın yaklaşık %86'sini açıkladığı anlamına gelmektedir. F testi, değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. Beta değerlerinin anlamlı ve pozitif olması nedeniyle analizde yer alan bağımsız değişkenlerin tüketici etkileşiminin artmasında doğrudan etkisi olduğu söylenebilmektedir.

Çizelge 3. Regresyon Analizi Model Özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Std. Tahmin Hatası	Durbin-Watson
1	,930	,864	,863	114,97095	1,965

ANOVA Analizi Model		Kareler Toplamı	f	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	32430306,785	2	16215153,392	1226,718	,000
	Artık Değer	5089053,244	385	13218,320		
	Toplam	37519360,028	387			

Katsayılar Model		Standartlanmamış Katsayılar	Standartlaştırılmış Katsayılar			
		B	Std. Hata	Beta	t	Sig.
1	(sabit)	2,138	6,612		,323	,016
	Begeni	,048	,003	,261	13,892	,000
	Yorum	,517	,011	,884	47,074	,000

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla yapılan regresyon analizi modelleri EK 1'de yer almaktadır. H_1 hipotezi için yapılan analize 119 bilgilendirici içerik dâhil edilmiştir. Bilgilendirici içeriğin regresyon analizi modeli için düzeltilmiş R^2 ve R^2 sırasıyla 0,616 ve 0,622'dir, model verilerdeki varyansın yaklaşık %62'sini açıklamaktadır. F testi, değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir. H_1 hipotezi kabul edilmiştir. Yüksek beta katsayısı olan "yorum" değişkeninin tüketici etkileşiminin artmasında doğrudan ve anlamlı bir etkisi olduğu söylenebilmektedir.

Promosyonel içerik regresyon analizi sonucunda modelde yer alan değişkenlerin varyansın yaklaşık % 60'ını açıkladığı (Düzeltilmiş R^2=,601; R^2=,607) belirlenmiştir. Değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğu ve beta değerleri pozitif olması sebebiyle bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken olan tüketici etkileşimini doğrudan etkilediği, yorum değişkeninin etkisinin yüksek olduğu görülmektedir. H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

İlişkisel içerik regresyon analizi sonucuna göre modelde yer alan değişkenler varyansın yaklaşık %96'sını açıklamaktadır (Düzeltilmiş R^2 =,963; R^2=,962). F testi, değişkenler arasında doğrusal bir ilişki olduğunu göstermektedir ve bağımsız değişkenlerin beta değerleri pozitif bulunmuştur. Bağımsız değişkenler olan beğeni ve yorumların tüketici etkileşiminin artması üzerinde doğrudan ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu söyleyebilmektedir. Bu iki bağımsız değişken arasında yorumların daha yüksek beta katsayısına sahip olması tüketici bağlılığı üzerinde daha yüksek bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Sürekli büyümeye ve sayılarını arttırmaya devam eden sosyal medya platformları pazarlama stratejileri açısından önemli hale gelmektedir. Markanın tüketicileri ile kişisel düzeyde bağlantı kurmasına, bu bağı geliştirmesine, süreklilik kazanmasına yardımcı olan sosyal medya pazarlaması, neredeyse tüm sektörler için vazgeçilmez hale gelmektedir. Sosyal medya pazarlama faaliyetleri, bilgilendirme, yönlendirme, reklam ve tutundurma çabalarını yönetme, potansiyel tüketicileri çekme, mevcut tüketicilerin ihtiyaçlarını anlama ve onlara hitap etmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu açıdan sosyal medya pazarlaması, yeni ve trend olan her ve varsa takip edilmeyi, geliştirmeyi sağlayan dinamik bir pazarlama fırsatı sunmaktadır.

Son dönemlerde popülerliği artan çevrim içi akış teknolojisi ve talebe dayalı video platformları içeriklerini tanıtmak, kullanıcıları ile etkileşimini artırmak için sosyal medyayı önemli ölçüde kullanmaktadır. Bu çalışmada izleyicileri ile etkileşim kurmak için sosyal medyayı pazarlama çabalarına dâhil eden markalar arasında yer alan Netflix Türkiye'nin sosyal medya üzerinden içeriklerine yönelik gönderilerinin tüketici etkileşimi açısından incelenmektedir. Netflix Türkiye Twitter hesabından Ocak-Haziran 2023 döneminde yayınladığı 388 içeriği bilgilendirici, promosyonel ve ilişkisel olmak üzere üç içerik tipolojisi ile sunmaktadır. Bilgi içeriği tipolojisinde 119, promosyonel içerikte 121 ve ilişkisel içerikte 148 gönderi iletilmiştir. Analiz sonuçlarına göre H_1, H_2 ve H_3 kabul edilmiştir. Her üç içerik türünün karşılaştırılmasında, en fazla gönderi sayısına (148), beğeni (132296), yorum (24017) ve retweet (13741) sayısına sahip olan ilişkisel içerik ilk sırada yer almaktadır.

Jansen vd. (2009) kurumların çeşitli amaçlara yönelik olarak Twitter profilleri üzerinden iletişim yapmaları gerektiğini ifade etmektedir. Bu açıdan Netflix Türkiye her gün düzenli olarak paylaşımda bulunduğu sadece 6 Şubat tarihinde yaşanan deprem felaketi nedeniyle Şubat ayında paylaşımlarını azalttığı görülmektedir. Twitter gibi sosyal medya platformları, hedef kitle ile doğrudan etkileşime geçmeye, tüketici katılımını ve etkileşimini artırmaya yardımcı olmaktadır (Arora & Ahuja, 2021). Netflix Türkiye kullanıcılarını platformlara çekmek için yenilikçi pazarlama yöntemlerine yöneldiği ve özellikle ilişkisel içerik ile etkileşimi arttırmaya odaklandığı görülmektedir. Twitter hesabından yayınlanan gönderiler yeniliklerden haberdar ederek, içeriğe olan ilgiyi arttıracak nitelikte tanıtım yaparak, markaya ve içeriklerine yönelik duygusal bağ kurulmasına yardımcı olmaktadır. Bilgilendirici içeriğin tüketici etkileşiminde katkısı olmakla beraber promosyonel ve ilişkisel içerik analizlerinde olduğundan farklı olarak beğeni açısından anlamlı bir katkı sağlayamamaktadır. Bu noktada diğer içeriklere kıyasla bu içerik türünün etkileşime yol açan katılım davranışlarına hitap edecek şekilde tasarlanmasından çok bilgi akışı sağlamak üzerine odaklamasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Tüketicilerin güvenilir bilgi, içgörü ve fikir kaynağı olarak gördüğü Twitter gibi mikrobloglar satın alma kararını etkilemekte ve marka iletişimde rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Jansen vd, 2009). Tüketiciler markayla doğrudan bağlantılı olduklarını hissettiklerinde marka iletişimi kuvvetlenmektedir. Parmaksız ve Enginkaya (2019), çalışmasına benzer olarak Netflix Türkiye Twitter üzerinden marka iletişim stratejileri geliştirdiği görülmektedir. Çalışmada Arora ve Ahuja (2021) benzer şekilde tüketicilerin en çok bağ kurabildikleri ilişkisel içerikle etkileşim içerisinde oldukları belirlenmiştir. Netflix Türkiye'nin ilişkisel içerik yayınının diğerlerinden fazla olduğu görülmektedir. Bu sonuç tüketici katılımını artırmak için sosyal medyanın ve bağ kurmayı attıran ilişkisel içeriğin önemini ortaya çıkarmaktadır. Markanın etkileşimi artırmak için yayınladığı içeriğin gönderi sıklığı ve kalitesi ön plana çıkmaktadır. Yorum yapma, retweet etme, sohbete katılma gibi sosyalleşme olgusuna zemin hazırlayan ilişkisel içeriğin, tüketiciler arasında sosyal katılımı ve etkileşimi teşvik ederek olumlu imaj geliştirmeye katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışma tüketici-marka bağlılığının bir bileşeni olarak değerlendirilen (Dolan vd. 2016) tüketici etkileşimini incelemektedir. Araştırma yalnızca Netflix Türkiye Twitter hesabı üzerinden Ocak-Haziran 2023 tarihleri arasında yapılan gönderiler ile sınırlandırılmıştır. Hesap üzerinden yapılan ücretli içerikler, ücretli ortaklıklar, marka tarafından yürütülen farklı türde kampanyalar gibi tüketici katılımına katkıda bulunabilecek faktörler dikkate alınmamıştır. Netflix özelinde yapılan bu çalışmanın, sosyal medya pazarlaması kapsamında talebe dayalı video (TDV) platformlarının kendilerini ve içeriklerini tanıtmak, izleyici etkileşimini artırmak için hazırlayacakları içeriklere dair bir öngörü oluşturduğu düşünülmektedir. Gelecekteki çalışmalara benzer sosyal medya platformları ya da farklı TDV platfomları arasında karşılaştırma yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Argan, M. T. , Argan, M. & Özer, A. (2016). A netnographic study on virtual community of patients with spinal cord ınjury (SCI) in Turkey. *Journal of Internet Applications and Management, 7* (1) , 31-43.

Arora P. & Ahuja V. (2021). A netnography of social media presence of brand Netflix, India. In *Proceedings of The International Conference on Electronic Business, 21,* 9-22.

Baker, K. (2023). *Twitter marketing in 2023: The ultimate guide*. Erişim adresi: https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/25084/the-ultimate-cheat-sheet-for-expert-twitter-marketing.aspx , erişim tarihi: 07.05.2023

Barefoot, D., & J. Szabo. (2010). Friends with benefits: A social media-marketing handbook. San Francisco.

Bartl, M., Kannan, V. K., & Stockinger, H. (2016). A review and analysis of literature on netnography research. *International Journal of Technology Marketing, 11(2*), 165–196.

Bengry-Howell, A., Wiles, R., Nind, M., & Crow, G. (2011). A review of the academic impact of three methodological innovations: Netnography, child-led research and creative research methods. *Economic & Social Research Council*, 1-37.

Boje, D. (2001). *Narrative Methods for Organizational & Communication Research*, Sage, London.

Bowler Jr, G. M. (2010). Netnography: A method specifically designed to study cultures and communities online. *The qualitative report*, *15*(5), 1270-1275.

Chao, B. (2015). Relevance and adoption of netnography in determining consumer behavior patterns on the web. *Scholedge International Journal of Business Policy & Governance, 2* (6), 12-17.

Chen, Q., Clifford, S. J., & Wells, W. D. (2002). Attitude toward the site II: New information. *Journal of Advertising Research, 42*, 33–46.

Cheng, M., & Jin, X. (2019). What do Airbnb users care about? An analysis of online review comments. *International Journal of Hospitality Management*, *76*, 58-70.

Coursaris, C. K., Van Osch, W., & Brooks, B. (2014). Social media marketing on twitter. In *International Conference on HCI in Business*, *8527*, 155-165. Springer.

Cvijikj, P., I., & Michahelles, F. (2013). Online engagement factors on Facebook brand pages. *Social network analysis and mining*, *3*, 843-861.

Dirksen, V., Huizing, A., & Smit, B. (2010). Piling on layers of understanding‖: The use of connective ethnography for the study of (online) work practices. *New Media & Society*, *12*, 1045-1063.

Dolan, R., Conduit, J., Fahy, J., & Goodman, S. (2016). Social media engagement behavior: A uses and gratifications perspective. *Journal of Strategic Marketing*, 24(3-4), 261-277.

Doyle K. (2019). *How Twitter content powers your social media marketing strategy*. Erişim adresi: https://business.twitter.com/en/blog/twitter-content-marketing.html, erişim tarihi: 15.04.2023.

Dutta, A., & Sharma, A. (2023). Netnography and instagram community: An empirical study. *Business Information Review*, *40*(1), 33-37.

Gaur, P. (2019). *An analysis of Netflix and their use of Twitter for their engagement initiatives and marketing campaigns.* Erişim adresi: https://www.academia.edu/38754805/An_analysis_of_Netflix_and_their_use_of_Twitter_for_their_engagement_initiatives_and_marketing_campaigns , erişim tarihi: 01.05.2023.

Hine, C. (2000). Virtual Ethnography. London: SAGE.

Hine, C. (2015). Ethnography for the internet: embedded, embodied and everyday. London, England: Bloomsbury Academic.

Horster, E., & Gottschalk, C. (2012). Computer-assisted webnography: A new approach to online reputation management in tourism. *Journal of Vacation Marketing*, 18, 229–238.

Jansen, B. J., Zhang, M., Sobel, K. ve Chowdury, A. (2009), Twitter Power: Tweets os Electronic Word of Mouth, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 60(11), 2169-2188.

Kaur, S. (2016). Social media marketing. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, *5*(4), 6-12.

Keyhole. (2022). *Netflix's winning social media strategy: A deep dive*. Erişim adresi: https://keyhole.co/blog/netflixs-social-media-strategy/#:~:text=6.-,Creating%20relatable%20content,from%20their%20top%2Dperforming%20shows, erişim tarihi: 05.05.2023

Kozinets, R. (1997). I want to believe: A netnography of the X-Philes' subculture of consumption. *Advances in Consumer Research*, 24, 470–475.

Kozinets, R. V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *Advances in Consumer Research*, 25(September), 366–371.

Kozinets, R. V. (1999). E-tribalized marketing?: The strategic implications of virtual communities of consumption. *European Management Journal*, *17*(3), 252–264.

Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, *39*(1), 61–72.

Kozinets, R. V. (2010). Netnography: Doing ethnographic research online. London, UK: SAGE.

Kozinets, R. V. (2015). Netnography: Redefined (2nd ed.). London, UK: SAGE.

Kozinets, R.V., De Valck, K., & Wojnicki, A.C. (2010), Networked narratives: understanding word-of-mouth marketing in online communities, *Journal of Marketing, 74*(2), 71-89.

Kozinets, V. R. (2010). Netnografi: Pazarlamacının Gizli Silahı, http://kozinets.net/wp-content/uploads/2012/01/netnographyturkish.pdf, Mart 2010, Erişim Tarihi: 27.03.2023

La Rocca, A., Mandelli, A., & Snehota, I. (2014). Netnography approach as a tool for marketing research: The case of dash-P & G/TTV. *Management Decision, 52* (4), 689- 704.

Langer, R., & Beckman, S. (2005). Sensitive research topics: netnography revisited. *Qualitative Market Research, 8* (2), 189-203.

Lee, D., Hosanagar, K., & Nair, H. S. (2013). The Effect of Advertising Content on Consumer Engagement: Evidence from Facebook. In *ISIS Conference*.

Lee, H. J., & Ko, J. Y. (2022). Culinary capital of Michelin restaurants consumers: A netnographic analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *51*, 415-423.

Maddox, K. (1998). E-commerce becoming reality. Advertising Age, *69*, 1-2.

Maryville University. (2022). *The evolution of social media: How did ıt begin, and where could ıt go next?* Erişim adresi: https://online.maryville.edu/blog/evolution-social-media/, erişim tarihi: 01.04. 2023

Muntinga, D. G., Moorman, M., & Smit, E. G. (2011).Introducting COBRAs: Exploring motiva-tions for brand-related social media use. *International Journal of Advertising*, *30*,13-46. Nadaraja, R., & Yazdanifard, R. (2013). Social media marketing: advantages and disadvantages. *Center of Southern New Hempshire University*, 1-10.

Netflix. (2016). *About*. Erişim adresi: https://about.netflix.com/en/news/netflix-is-now-truly-turkish , erişim tarihi: 04.04.2023

O'Reilly, N., Berger, I. E., Hernandez, T., Parent, M. M., & Seguin, B. (2012). Understanding adolescent sport participation through online social media. *Sport, Business and Management: An International Journal*, *2*(1), 69-81

Parmaksız, M. Y., & Enginkaya, E. (2019). Svod markalarının Twitter üzerindeki iletişimleri: Netflıx'ten Blutv'ye . *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* ,*19* (4) , 981-996 .

Pérez, E. P. (2020). Next episode, next market: Social media marketing for SVOD: The case of netflix. In *GLOBAL*, *4*(8).

Quester, P.G., & Fleck, N. (2010). Club med: coping with corporate brand evolution. *The Journal of Product and Brand Management*, *19* (2), 94-102.

Saravanakumar, M., & SuganthaLakshmi, T. (2012). Social media marketing. *Life science journal*, *9*(4), 4444-4451.

Sheth, J. N., & Sharma, A. (2005). International e-marketing: opportunities and issues. *International Marketing Review*, *22*(6), 611-622.

Statista. 2023. *Video streaming (svod)- worldwide.* Erişim adresi: https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-media/video-on-demand/video-streaming-svod/worldwide , erişim tarihi: 10.05.2023

Tenderich, A., Tenderich, B., Barton, T., & Richards, S. E. (2019). What are PWDs (people with diabetes) doing online? A netnographic analysis. *Journal of diabetes science and technology*, *13*(2), 187-197.

Thomas, M. (2021). *How to craft the perfect twitter marketing strategy for business success.* Erişim adresi: https://www.bluehost.com/blog/how-to-craft-the-perfect-twitter-marketing-strategy-for-business-success/? , erişim tarihi: 15.05.2023

Udenze, S. (2019). A Netnographic study of personal branding on instagram. *International Journal of Economics & Business ISSN*, *2717*(3151), 3.

Ward, K. (1999). Cyber-ethnography and the emergence of the virtually new community. *Journal of Information Technology*, 14, 95–105.

Watson, R.P., Leyland, F.P., Berthon, P., & Zinkham, G. (2002). U-commerce: expanding the universe of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science, 30* (4), 333-347.

We Are Social. (2022). *Digital 2022: Dnother year of bumper growth*. Erişim adresi: https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022-another-year-of-bumper-growth-2/, erişim tarihi: 25.04.2023

We Are Social. (2023). *Digital 2023.* Erişim adresi: https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/digital-2023/ , erişim tarihi: 25.04.2023

Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search, *Tourism Management*, 31, 179-188.

Xun, J., & Reynolds, J. (2010). Applying netnography to market research: the case of the online forum, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, *18* (1), 17-31.

Zhao, Z. (2022). An analysis and prospect of video streaming industry: Evidence from Netflix Inc. In *2022 2nd International Conference on Enterprise Management and Economic Development*, 311-317.

EK 1-HİPOTEZ TESTLERİ REGRESYON ANALİZİ SONUÇLARI

Çizelge 4. Bilgilendirici İçerik Regresyon Analizi

Model Özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Std. Tahmin Hatası	Durbin-Watson
1	,789	,622	,616	130,79350	1,955

ANOVA Analizi

Model		Kareler Toplamı	f	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	3269549,511	2	1634774,756	95,562	,000
	Artık Değer	1984405,043	116	17106,940		
	Toplam	5253954,555	118			

Katsayılar

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Hata	Beta		
1	(sabit)	-19,904	15,567		-1,279	,204
	Bilgilendirici_begeni	,001	,011	,008	,092	,927
	Bilgilendirici_yorum	3,018	,346	,782	8,722	,000

Çizelge 5.Promosyonel İçerik Regresyon Analizi

Model Özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Std. Tahmin Hatası	Durbin-Watson
1	,779	,607	,601	64,29410	1,743

ANOVA Analizi

Model		Kareler Toplamı	f	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	754875,448	2	377437,724	91,307	,000
	Artık Değer	487780,237	118	4133,731		
	Toplam	1242655,686	120			

Katsayılar

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Hata	Beta		
1	(sabit)	-19,209	8,277		-2,321	,014
	Promosyonel_begeni	,035	,006	,418	5,770	,000
	Promosyonel_yorum	1,164	,187	,451	6,220	,000

Çizelge 6.İlişkisel İçerik Regresyon Analizi

Model Özeti

Model	R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Std. Tahmin Hatası	Durbin-Watson
1	,981	,963	,962	88,70574	2,555

ANOVA Analizi

Model		Kareler Toplamı	f	Ortalama Kare	F	Sig.
1	Regresyon	29674103,995	2	14837051,997	1885,577	,000
	Artık Değer	1140962,674	145	7868,708		
	Toplam	30815066,669	147			

Katsayılar

Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Sig.
		B	Std. Hata	Beta		
1	(sabit)	-31,909	9,285		-3,437	,001
	İlişkisel_begeni	,038	,004	,166	10,403	,000
	İlişkisel_yorum	,517	,009	,966	60,477	,000

ULUSLARARASI APİTURİZM ARAŞTIRMALARININ SİSTEMATİK LİTERATÜR ANALİZİ İLE DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr.Öğ.Üyesi, Nermin AYAZ DÖNMEZ

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, - 0000-0002-5537-4267

ÖZET

Apiturizm, arı ve arıcılık ürünlerini gözlemleme, deneyimleme, tatma vb. kapsayan bir turizm türüdür. Apiturizmin dünya turizm pazarında henüz küçük bir hacmi olsa da apiturizm uygulamaları ve apiturizme olan ilgi giderek artmaktadır. Bu durum bilim dünyası için yeni bir araştırma alanı oluşturmaktadır.

Dünya ülkeleri arıcılık uygulamaları açısından değerlendirildiğinde Türkiye oldukça avantajlı bir konumda olduğu görülmektedir. Türkiye, kovan varlığı, bal üretimi ve arıcılık ürünleri açısından dünya sıralamalarında ilk sıralardadır. Bununla birlikte turizm amaçlı ziyaret yönünden talep gören bir destinasyondur. Ancak apiturizme olan ilgi ve apiturizm uygulamaları henüz yeni ivme kazanmaktadır. Bu noktada dünyadaki gelişmeleri takip edebilmek ve ülkemizin apiturizm pazarında daha iyi konumlanmasını sağlamak için uluslararası bilimsel çalışmaları değerlendirmek bir gerekliliktir.

Bu çalışmada, apiturizm konulu araştırma alanları için temel oluşturma, bilimsel çalışmaları belirli ölçütlere göre tespit ve analiz etme ve henüz araştırılmamış alanları ortaya çıkarma amaçlanmıştır. Çalışma amaçları doğrultusunda literatürdeki bilimsel çalışmalar, belirlenen kriterlerin filtresinden geçirilerek kavramsal ve istatistiki açıdan değerlendirilmiştir. Sistematik literatür analizi yöntemiyle gerçekleştirilen çalışmada, ilgili yayınların odak noktaları, yöntemleri, hangi veri tabanlarında bulundukları, özetleri, anahtar kelimeleri, araştırma konuları vb. değerlendirme kriterleri ile incelenmiştir. Son olarak apiturizm alanında henüz keşfedilmemiş olası çalışma konuları ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelime: Apiturizm, Arı turizmi, Apirota, Kırsal Turizm, Ekoturizm

GİRİŞ

Turizm, dünya ekonomisinin en hızlı büyüyen endüstrilerinden biridir. Destinasyonlar turist çekmek ve ihtiyaçlarını karşılamak için yeni olanaklar sunmaktadır. Bununla birlikte insanların beklenti ve ihtiyaçları çeşitlilik göstermektedir. Modern dünyada, tatil taleplerinde daha fazla doğa temelli isteklere evrilmektedir. İnsanların doğa ile ilgili tatil talepleri arasında apiturizm yer almaya başlamıştır.

Yeni deneyimler edinme isteği, doğa ve kültürle buluşma arzusu, gezilerin nedeni arasında yer almaya başlamaktadır. Wos (2014:66) insanların boş zaman değerlendirme biçimlerinin değiştiğini ifade etmektedir. Son yıllarda çevreci ve doğa içinde olan turizm türlerine talep artmaktadır. Arının, ekosistemdeki hayati önemini anlamakla oluşan bilinç ve merak, insanları arıyı doğal ortamında gözlemlemeye motive edebilmektedir. Son yıllarda deniz, güneş ve

kumsal turizmine alternatif olarak gelişen "arı rotaları", "bal turları", "bal rotaları", "apitur", "apirota" seyahat rotaları, kırsal bölgede kültürel ve doğal mirasa erişimde ve sürdürülebilir kalkınmada önemli fırsatlar sağlamaktadır (Ayaz Dönmez ve Helvacıoğlu, 2023: 43).

Bir coğrafyada turizm sektörünün gelişmesi, bölgenin potansiyeline, bu potansiyelin yönetilmesine ve geliştirilmesine bağlıdır. Türkiye kovan varlığı, bal üretimi, arıcılık ürünleri, doğal, tarihi ve kültürel çekicilikler açısından apiturizm gelişimine uygun bir destinasyondur. Gelişime destek noktasında, dünyadaki apiturizm uygulamalarını takip etmek ve ülkemizin apiturizm pazarında daha iyi konumlanmasını sağlamak adına bilimsel çalışmaları değerlendirmek ve yeni ürünler ortaya koymak bir gerekliliktir. Bu çalışmada, apiturizm konulu araştırma alanları için temel oluşturma ve henüz araştırılmamış alanları ortaya çıkarma amaçlanmıştır.

APİTURİZM

Apiturizm, doğanın merkezindeki arı ve arıcı dünyası ile insan merakının buluşturan seyahat türü şeklinde değerlendirilebilir. Apiturizmin etimolojik kökeni, Latince *Apis mellifera* yani bal arısı kelimesindeki Api ve turizm kelimelerinin birleşimine dayanmaktadır (Wos, 2014: 67). Merkezinde arıcılık, bal üretimi ve tarımsal ürünlerin tozlaşmasını içeren önemli bir üretim faaliyeti (Pantoja vd, 2017: 139) olan apiturizm arı kovanı alanlarını, arı müzelerini ve arı yetiştiricilerinin açık alanlarını ziyaret etmeyi içerir. Apiturizmde, geleneksel bir meslek olarak arıcılık veya arıcılık ve arı ürünleri ve bunların çevresel, tıbbi ve beslenme yönleri keşfedilmektedir (Beigi, 2018:18). Böylece turistler arıcılıkla ilgili çalışmaları izleme, yakından tanıma fırsatı bulur.

Apiturizm kapsamında yapılabilecek aktiviteler oldukça çeşitlidir. Kovan gözlemleme, bal hasadına katılma, bal müzesi ziyaret etme, bal çeşitleri tatma ve arı ürünleriyle yapılan tedavi, masaj ve kozmetik uygulamalar bu aktiviteler arasında sayılabilir. Tüm bunlar arı ve arı ürünlerine odaklanan aktivitelerdir. Bu aktivitelerin yanısıra kırsalda bulunan doğal, tarihi ve kültürel zenginlikleri tanıma ve ziyaret apiturizm içeriğini zenginleştiren ögelerdir.

Lemelin (2019:4) apiturizmin, dünya çapında 70 ten fazla arıcılık müzesini ziyaret etmekten, özel hayvanat bahçesi sergilerini veya tozlayıcı bahçeleri ziyarete, bilim etkinliklerine, arı/bal festivallerine katılmaya, Kamboçya, Trinidad ve Tobago'daki arı safarilere, Şili'deki "La Ruta de la Miel" bal rotalarını keşfetmeye kadar çeşitlilik gösterdiğini ifade etmektedir. Apiturizmin kimi zaman bir metropolün merkezinde gerçekleşme olasılığını Newyork'ta bir binanın çatı katında bulunan Waldorf Astoria's Rooftop isimli işletme tarafından sağlanan arı kovanlarını gözlemleme ile de gerçekleştiği görülmektedir.

Arıların ekosistemdeki yerini ve önemini anlama, arıların çevrede oynadığı büyük rol konusunda bilinçlenme ve tozlaşma ile ekosistemin işleyişine sağladığı katkıyı anlama açısından apiturizm eğiticidir. Bu yönden apiturizmin eğitim fonksiyonu olduğunu söylemek yerinde olacaktır (Madras-Majewska, Majewski, 2013). Eğitim işlevinin yanında polen, propolis, arı sütü, arı zehri, bal gibi arı ürünleriyle sağlık işlevi; kırsalda yarattığı olumlu etki ile sosyal işlevi (Wos, 2014:68); balın yiyecek ve içeceklerde kullanılmasıyla gastronomi işlevi; kırsal hayatı geliştirme ve arı ürünlerinin katma değerini arttırma ile ekonomi işlevi bulunmaktadır.

Apiturizm ekoturizm, yenilikçi turizm, sürdürülebilir turizm, agroturizm, kırsal turizm kapsamında değerlendirilmektedir. Örneğin agroturizm kapsamında değerlendirilmesi için turistlerin üretim faaliyetlerine bizzat katılması ve üretim sürecini deneyimlemesi gerekebilir. Entomo bilimi kapsamında değerlendirilmesi için arıların anatomisi ve doğal ortamında yaşamsal döngüsü gözlemlemeyi gerektirebilir. Eğitim turizmi kapsamında yenilikçi ya da geleneksel uygulamaları öğrenmek ve gözlemlemek isteyen arıcıların ya da arıcılığa ilgi duyan kişilerin, bir arıcıdan brifing alması sayılabilir. Bu örnekler çoğaltıldığında ve en nihayetinde apiturizmin hangi turizm kapsamda değerlendirileceği aslında nasıl bir aktivite yapıldığı ile ilgili olduğu sonucuna varılabilir.

TÜRKİYE'NİN APİTURİZM POTANSİYELİ

Türkiye, köklü arıcılık geleneği ile arı kolonisi varlığı ve bal üretimi bakımından dünyada çok önemli bir yere sahiptir. Kovan varlığı bakımından 2020 yılı verilerine göre Hindistan (12.203 bin kovan), ve Çin (9.216 bin kovan) den sonra 8.179 bin kovan varlığı ile dünyada 3. sırada yer almaktadır. Bu sıralamayı İran (7.141 bin kovan), Etiyopya (6.986 bin kovan) takip etmektedir. Bal üretimi açısından 2020 yılında Çin (458.100 ton) ilk sırada yer alırken Türkiye (104.077 ton) ikinci sırada yer almaktadır. Bu sıralamayı İran (79.955 ton), Arjantin (74.403) takip etmektedir. Kovan varlığı açısından ilk sırada yer alan Hindistan'ın 62.132 ton bal üretimiyle 8. sırada yer alması, kovan verimliliğinin (kovan başına 5.1 kg) düşük olduğunun göstergesidir. Türkiye kovan verimliliği 12.7 kg iken Çin'in kovan verimliliği 49,7 kgdir. İl bazında değerlendirildiğinde 2021 yılında kovan varlığı sıralamasında Muğla (949.267 kovan), Ordu (604.213 kovan), Adana (481.878 kovan) ilk üç sırada yer almaktadır. İl bazında bal üretimi açısından değerlendirildiğinde 2021 yılında Adana (12.336 ton), Ordu (11.377 ton), Sivas (5.744 ton) ile ilk üç sırada yer almaktadır. Kovan sayısı yüksek olmasına rağmen, 2019 yılı bal üretim miktarı 14.688 iken, 2021 yılı bal üretiminin 3.820 ton olduğu Muğla'nın (tarimorman.gov.tr, 2022 1-9) özel bir durumu olduğunu belirtmekte fayda var. Son yıllarda bölgede gerçekleşen yangınlar orman ve bitki örtüsünü büyük ölçüde tahrip ettiğinden bal üretim miktarı oldukça düşmüştür.

Arıcılık faaliyetleri hemen her bölgede gerçekleşmektedir. Türkiye kuzeyden güneye doğudan batıya çok geniş ve zengin bitki örtüsüne sahiptir. Arıcılık faaliyetlerinin yapılabilmesi için uygun koşulların olduğu ülkemizde deniz seviyesinde de yüksek yaylalarda bu faaliyetler sürdürülmektedir. Topografik ve iklim yapısı nedeniyle de oldukça yüksek bir potansiyele sahip ülkemiz, bitki çeşitliliği bakımından da çok zengin bir yelpazeye sahip olup, var olan bitkilerin yaklaşık %40'ı endemiktir. Bununla birlikte ülkemiz arıcılık faaliyetlerinin temel unsuru olan arıların, hiçbir ülkede olmayan genetik çeşitliliğine (*A.m. Anatolica, A.m. Causica, A.m. Carnica, A.m. Syriaca ve A.m. Meda*) sahiptir. Bal verimi yüksek olan ülkelerde bile bu çeşitliliğe rastlamak güçtür (ordutb.org.tr). Flora zenginliği açısından değerlendirildiğinde Türkiye dünyanın en önemli 12 gen merkezi arasında yer almaktadır. Bal üretiminde arının faydalandığı bitki örtüsünün %75'ine sahiptir. Avrupa kıtasındaki 11.500 çiçekli bitki türünden 3.000'i endemik olmak üzere 9.000'den fazla çiçekli bitki türü ülkemizdedir (tarimorman.gov.tr).

Arılar beslendiği nektar kaynağına göre salgı (çam balı gibi) mono floral denilen tek tür çiçek (kekik, lavanta, kestane, narenciye vb.), çoklu tür çiçek denilen multifloral (yayla balı gibi)

üretirler (Baycar vd., 2021: 275). Bal pazarlanmasında türleri ile anılmasının yanında, Anzer, Marmaris, Van, Zonguldak balı şeklinde üretildiği yöreye göre de adlandırılır. Muğla ilçelerinde üretilen bal ise özellikle Marmaris çam balı, Köyceğiz balı adı altında pazarlanmaktadır.

Türkiye'de bal üretiminin ve kalitesinin arttırılması, daha fazla istihdamın sağlanması amacıyla Tarım ve Orman Bakanlığı, 79 ilde 733 adet bal ormanı kurmuştur. Aslında bal ormanları oluşumunda, mevcut ormanların biyolojik çeşitliliğinin arttırılması hedeflenmektedir. Kestane, ıhlamur, akasya, ormangülü, ahlat gibi orman ağaçları ve özellikle orman örtüsünün baskın olmadığı alanlarda orman altı tabakayı zenginleştirmek için kekik, arıotu, korunga, üçgül, fiğ, püren, adaçayı, karabaş otu, nane, biberiye gibi nektar verimi yüksek ve bölgeye uyumlu bitkilerin ekimine öncelik veriliyor. Her bir bal ormanı kurulumu projelendirilerek ihtiyaca yönelik yol, su planlaması da yapılmaktadır. Ormanların ekonomik, ekolojik ve sosyal fonksiyonlarının arttırılması, kırsal alan yaşayanlarına istihdam ve ek gelir sağlanmasını hedefleyen bu oluşum ile 2023 yılı sonuna kadar bal ormanı sayısının 790'a çıkarılmasını hedefliyor (hurriyet.com.tr).

Bal üretimi ile ilgili aktivitelerin yanısıra, arıcılık ile alakalı gastronomi müzeleri apiturizmi zenginleştirmektedir. Bekar vd. (2017: 470) yiyeceklerin tarihçesi, üretim ve hazırlanışı hakkında bilgi almak ve tadım yaparak deneyim kazanmak isteyenlerin gastronomi müzelerini ziyareti tercih ettiğini ifade etmiştir. Özellikle kırsalda konumlanan gastronomi müzeleri yiyeceklerin tarihi, üretim aşamaları ve üretim araç gereçleri ile ilgili bilgi sunmaktadır. Bu noktada gastronomi müzesi kapsamında değerlendirilen bal müzeleri ziyaretçileri kırsala çekerek kalkınmada olumlu etki yaratmaktadır. Bu müzeler Çine Arıcılık Müzesi, Polonezköy Arıcılık Müzesi, Marmaris Balevi, Özel Muğla Arıcılık Müzeleridir.

Türkiye'de apiturizm uygulayabilmenin güçlü yönleri bulunmaktadır. Türkiye'de arıcılık ürünleri ve bal üretimi mikro işletmelerde ve geleneksel yöntemlerle aile işletmelerinde gerçekleşmektedir. Arıcılık diğer turizm türlerindeki yatırımlara oranla maliyetli yatırım gerektirmemektedir ve arıcılık hızlı gelişebilecek bir çiftlik türüdür. Apiturizmin geliştirilmesi, kırsalda hareketlilik yaratma, yeni iş kolları yaratma ve bir bölgenin kültürünü ve geleneğini tanıtma fırsatına yol açar. Uzun vadede ise destinasyonun rekabet gücünün iyileştirilmesine ve arıcılık ürünlerinin katma değerinin arttırılmasına olanak sağlar.

YÖNTEM

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olan sistematik literatür taraması kullanılmıştır. Bir araştırma yöntemi olarak sistematik literatür analizi, araştırma konusunu tanımlama ve eleştirel olarak değerlendirmeyi içerir (Snyder, 2019: 334). Etkili ve iyi bir araştırma yöntemi olarak yürütülen sistematik literatür analizi, araştırma alanı için sağlam bir temel oluşturur, bilgiyi ilerletir ve teori geliştirmeyi kolaylaştırır (Webster ve Watson, 2002). Sistematik literatür analizi, henüz araştırılmamış alanları ortaya çıkarmak, teorik çerçeve oluşturmak ve kavramsal modeller geliştirmek için ihtiyaç duyulan bir yöntemdir (Tranfield vd.,2003: 207).

Sistematik literatür analizi, ilgili araştırma konusu ya da alanında var olan literatürdeki bulguları özetleyip, sentezlemeyi amaçlamaktadır. Bibliyometrik analiz ve meta analiz, büyük hacimli bilimsel araştırmaları keşfetmek ve analiz etmek için kullanılırken, sistematik literatür

incelemeleri dar ya da özel bir çalışma kapsamı gerektirir (onlarca yada birkaç yüz kadar). Veri kümesi küçük ve yeterince yönetilebilir olduğunda, sistematik literatür analizi kullanılabilir. Bu anlamda sistematik literatür taramaları sınırlı veya niş araştırma alanlarında kullanılmaktadır (Donthu vd. 2021:287). Çalışmanın başlangıcında bibliyometrik analiz olarak tasarlanan yöntem, yapılan bilimsel yayınların sayısal olarak küçük hacimli olmasından dolayı, sistematik literatür analizi yöntemi kullanılmıştır.

Taramada PRISMA (The Preferred Reporting Items For Systematic Reviews and Meta Analysis) standardı kullanılmıştır. Bu standarta göre izlenen süreç; belirleme, tarama, uygunluk, dahil etme şeklinde ilerlemektedir. PRISMA standardında tarama sonucu veri tabanlarında ve diğer kaynaklardan elde edilen yayın sayısı, çift yayınlar çıkarıldıktan sonraki yayın sayısı, taranan ve hariç tutulan yayınların sayısı, uygunluk açısından değerlendirilen tam yayınların sayısı, gerekçelendirilerek hariç tutulan yayın sayısı ve senteze dahil edilen yayın sayısı şeklinde bilgi akışı ilerlemektedir (Moher vd. 2009:1009).

Yanlılığı en alt düzeye indirmek amacıyla, iki farklı akademisyen de, araştırmadaki dahil etme ve hariç tutma kriterlerine uygun olarak veri tabanı taraması gerçekleştirmiştir. Sonuçlar karşılaştırılmış ve farklılık görülmemiştir. Tarama sonucunda 21 Mayıs 2023 tarihine kadar veri tabanlarında var olan yayınlar araştırmaya dahil edilmiştir.

Araştırmanın Amacı ve Araştırma Soruları

Bilimsel çalışmalar bir probleme yanıt arama üzerine kurgulanır ve yanıt aramanın ilk aşaması konu ile ilgili mevcut durumun tespiti ve analizidir. Bu çalışmada, apiturizm konulu araştırma alanları için temel oluşturma, bilimsel çalışmaları belirli ölçütlere göre tespit ve analiz etme ve henüz araştırılmamış alanları ortaya çıkarma amaçlanmıştır.

Bu amaç çerçevesinde çalışmada literatürdeki apiturizm çalışmalarının konuyu ele alış yöntemleri, konuyu tanımlamaları, temel çalışma başlıklarının neler olduğunu ve literatürdeki boşlukları ortaya çıkarmak, yorumlamak ve gelecek çalışmalara fikir vermek hedeflenmiştir. Sistematik literatür taraması ile yürütülen bu araştırmada temel soru "*apiturizm konulu literatürü oluşturan makaleler nasıl bir gelişim izlemiştir?*" şeklinde belirlenmiştir. Bu amaç doğrultusunda şu sorulara yanıt aranmıştır;

Apiturizm konusunda yapılan çalışmaların odak noktası nedir? Çalışmaların ana başlıkları ve amaçları nelerdir? Araştırmacıların ülkeleri nedir? Hangi bilimsel yöntemler kullanılmıştır? Çalışmalar hangi veri tabanlarında taranmıştır? Apiturizm konusunda, literatürde bulunan boşluklar nelerdir? Gelecekteki araştırmalar için ne tür önerilerde bulunulabilir?

Dahil Etme Ölçütleri

Araştırmada dahil etme ölçütleri, arama terimleri ve veri tabanı tarama sürecine uygulanmıştır. Buna göre dahil etme ölçütleri aşağıda sıralanmıştır:

Arama terimleri konuyla ilişkili olarak "apiturizm", "apitourism", "api-turizm", "api-tourism", "arı turizmi", "bal turizmi", "bee tourism", "bee-tourism", "honey tourism" şeklinde belirlenmiştir.

Taranacak veri tabanlarının belirlenmesinde sosyal bilimler alanında ve hakem incelemesi gerçekleşmiş yayınları içeren veri tabanları tercih edilmiştir. Araştırma kriterlerini karşılayan

bilimsel yayınlara TR Dizin, Google Scholar Web of Science, Scopus, veri tabanları taranarak ulaşılmıştır.
Bu veri tabanlarında arama terimlerini karşılayan ve hakem sürecinden geçen makaleler araştırmaya dahil edilmiştir.
Genç bir turizm türü olan apiturizmin bilinirliği henüz yeni ve araştırmaların hacmi henüz küçük olduğundan, literatür tarama alanı daraltılmamış, tarihle ilgili bir kısıt konulmayarak tarama sonucu elde edilen uygun makaleler araştırma kapsamında incelenmiştir.
Yayın dili açısından bir ayrıma gidilmemiş ve farklı dillerdeki yayınlar araştırmaya dahil edilmiştir.
Sosyal bilimler alanından olan yayınlar araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

Hariç Tutma Ölçütü

Araştırmada hariç tutma kriterlerinde ise

Dahil etme kriterlerindeki tarama sözcüklerinin dışında kalan kelimeler araştırmaya dahil edilmemiştir.
Akademik alt yapısı ve bilimsel dergilerin yayınlanmasını karakterize eden hakem değerlendirme süreçlerinin ürünü olmayan bilgi ve yapıtlarından oluşan literatür gri literatür olarak adlandırılmaktadır. Konferans tutanakları, konferans posterleri, günlükler, sosyal medya gönderileri gri literatür olarak değerlendirilmektedir (Adams vd., 2017:434). Tarama sonucunda elde edilen gri literatür çalışmaya dahil edilmemiştir.
Veri elde etme amacıyla elde edilen tüm bilimsel yayınlar yayın yılı, dili, türü, yayınlandığı dergi, anahtar kelimeleri, yöntemi, amacı …. vb. ölçütlere göre sınıflandırılmıştır. Bununla birlikte araştırmanın veri elde etme sürecinde yayınlarda apiturizm tanımları, çalışılan temel konular, çalışmanın amacı, anahtar kelimeler değerlendirilmiştir.

BULGULAR

Bu çalışmada TR Dizin, Web of Science, Scopus, Google Scholar veri tabanlarından elde edilen ve araştırma konusu ile ilgili bilimsel makaleler değerlendirilmiştir. Araştırmaya dahil edilen yayınlarla ilgili seçim süreci Tablo 1'de belirtilmiştir. Makale seçim sürecinde ilgili veri tabanları, ilgili kelimelerle tarandıktan sonra toplamda 68 makaleye ulaşılmıştır. Makalelerin başlıkları incelenerek konu ile ilgili 43 makale ile bir sonraki aşamaya geçilmiştir. Makalelerin özetleri okunarak geriye kalan 37 makalenin araştırma konusuna uygun olduğu anlaşılıp, çalışmaya dahil edilmiştir.

Tablo 2 Makale Seçim Süreci

Veri Tabanlarının Belirlenmesi	**Web of Science, Scopus, TR Dizin, Google Scholar**
Tarama Terimleri	Apiturizm, Arı Turizmi, Bal Turizmi, Apitourism, Api-Turizm, Api-Tourism, Bee Tourism, Bee-Tourism, Honey Tourism
Veri Tabanlarındaki Uygun Makalelerin Belirlenmesi	TR Dizin: 8 Web of Science: 11 Scopus: 7 Google Scholar: 42
	Toplam:68
Dahil Etme, Hariç Tutma Kriterlerinin Uygulanması ve Benzerlerin Elenmesi	TR Dizin: 3 Web of Science:8 Scopus :2 Google Scholar:24
	Toplam 37 makale araştırmaya dahil edilmiştir

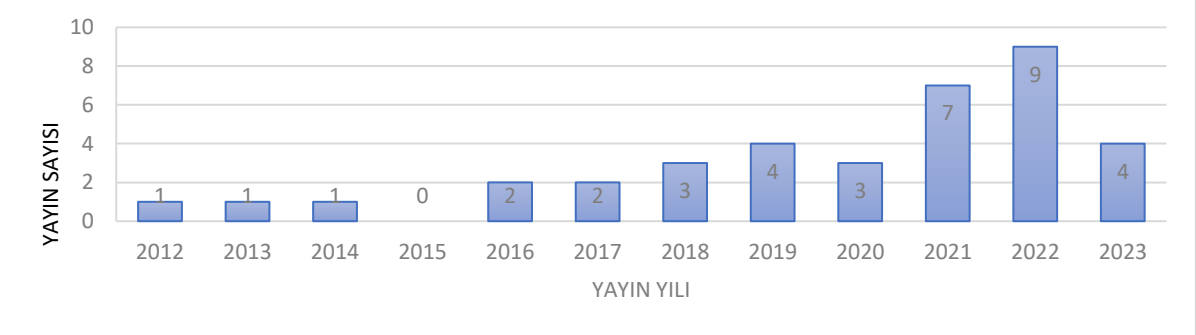
Araştırma kapsamında incelenecek olan makalelere dahil etme ve hariç tutma kriterleri uygulanmıştır. Bu kapsamda seçilen makalelerin apiturizm ile ilgili olması, arama terimlerine uygun olması, belirlenen veri tabanlarında listelenmesi, hakem sürecinden geçmiş olması, dil ve tarih konusunda kısıtlama olmaması, sosyal bilimler alanından olması kriterleri uygulanmıştır.

Şekil 2 Veri Tabanlarındaki Makale Dağılımları



Belirtilen veri tabanlarında seçilen yayınların yüzdesi Şekil 1 de sunulmuştur. Buna göre en çok makale Google Scholar (24 ve %65), Web of Science (8 ve %22), TR Dizin (3 ve %8) ve en makale Scopus (2 ve %5) veri tabanlarında bulunmuştur.

Şekil 3 Makale Sayısının Yıllara Göre Dağılımı



Araştırma kapsamına dahil edilen 37 makale için yıl kriteri uygulanmamıştır. Veri tabanlarında araştırma konusu ile ilgili en eski makale 2014 yılında yayımlanmıştır. 2014-2023 (Mayıs) yılları arasındaki makale sayılarının yıllara göre dağılımı Şekil 2'de gösterildiği gibi gerçekleşmiştir. En erken makalenin yayımlanma tarihinin 2012 yılı olması araştırma konusunun çok yeni olmasını; son yıllarda makale sayısında artış olması (son dört yılın makaleleri toplam makalelerin %62'sini oluşturmaktadır) ise apiturizm ile ilgili bilimsel araştırmalara ilginin arttığı ve konuya önem verildiğini göstermektedir. 2023 yılına ait verilerin, yıl henüz tamamlanmadığından eksik olduğunu belirtmek yerinde olacaktır (Şekil 2).

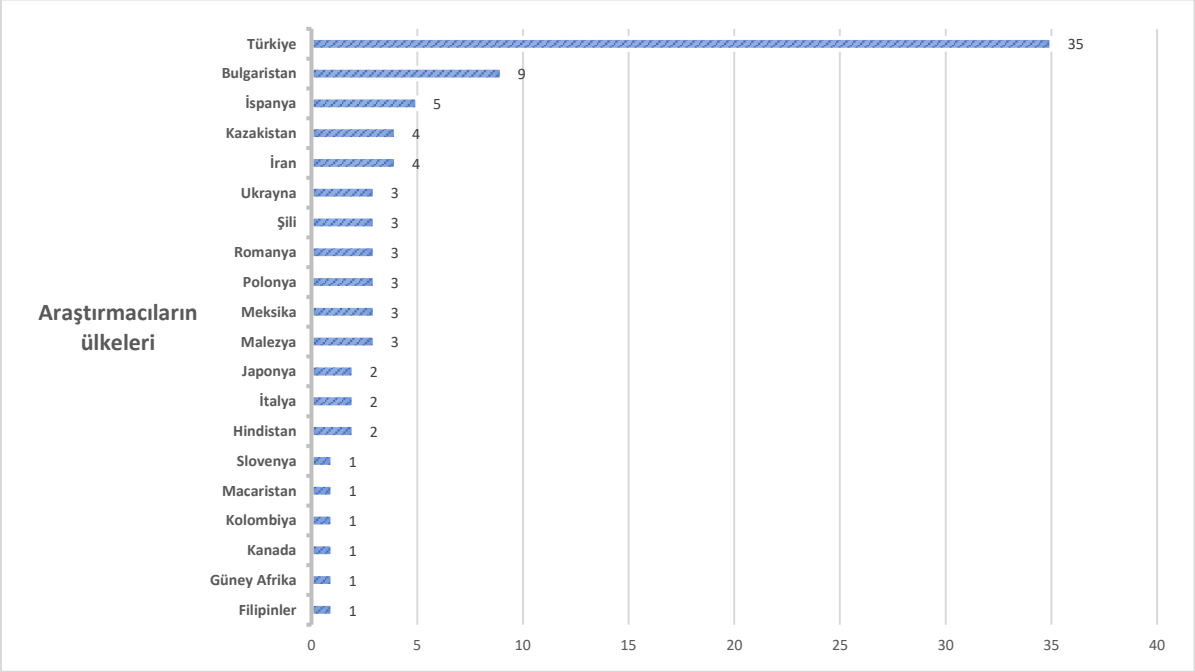
Makalelerin yayımlandığı bilimsel dergilerin sosyal bilimler alanından turizm, ekoturizm, rekreasyon, apiterapi, sorumlu turizm, güncel turizm, ekonomi, çevre, gastronomi, seyahat ve konaklama, mimari, kültür, sürdürülebilirlik, tarım ekonomisi, yönetim başlıklarını içerdiği görülmektedir. Bununla birlikte apikültür, arıcılık, balarısı ile ilgili dergilerde listede yer almaktadır.

Çalışmalardaki yazar sayıları birden fazla olabildiği gibi, aynı çalışmadaki yazarların çalışmalara farklı ülkelerden de katkı sağladığı görülmektedir. Araştırmacıların konuya katkı

sağladıkları ülkeler Şekil 3'te sıralanmıştır. Apiturizm konulu araştırmacıların birçok ülkede olduğu görülmektedir. En fazla araştırmacı sayısı 35 kişi ile Türkiye, 9 kişi ile Bulgaristan, 5 kişi ile İspanya'dadır. Arih ve Korosec (2015:963) Slovenya'nın apiturizm konusunda öncü bir ülke olduğu belirtilse de bulgularda Slovenya'daki araştırmacı sayısının az olduğu görülmektedir. Bu durumda Slovenya'da, diğer ülkelere kıyasla, bilimsel apiturizm araştırmalarına yeterince önem verilmediği sonucuna ulaşmak mümkündür. Slovenya'da apiturizm konusunun bilim dünyası tarafından yeterince önemsenmediği sonucuna varılabilir.

Dünya bal üretiminde ilk sırada yer alan Çin'in bu sıralamada yer almadığı görülmektedir. Bu durumun sebeplerinin ise düşük bir olasılıkta olsa Çin bilim insanlarının apiturizm konusunda yayın yapmaması ya da Çince yazı karakterleri ile Latince yazı karakterlerinin farklılığından dolayı, dizinlerde tarama terimlerine göre yapılan aramada Çince makalelerin listelenmemiş olması sayılabilir.

Şekil 4 Araştırmacıların Ülkeleri, Sayıları



Araştırma kapsamında değerlendirilen makaleler odaklandığı konu, başlık, yazar, yıl, yöntem, amaç açısından değerlendirilmiştir (Tablo 2) Makalelerde görüşme, gözlem, SWOT, ikincil veri, anket, derleme yöntemleri kullanılmıştır. Makalelerin amaçları ise genel hatlarıyla özetlenmiştir. Amaçların genel olarak apiturizmin gelişimine odaklandığı belirtilmiştir.

Makaleler, ortak odak noktasına uygun olarak ürün, sağlık, kültür, kalkınma, gastronomi, eğitim, destinasyon yönetimi konuları altında kategorilendirilmiştir. Ayaz Dönmez ve Helvacıoğlu'nun (2023) araştırmasında yer alan tablo, geliştirilerek Tablo 2'de sunulmuştur. Destinasyonlarda değer yaratarak pozitif etki yaratmayı amaçlayan destinasyon yönetimi kavramı, kategorilerden biridir ve 18 makale bu kategori altında değerlendirilmiştir. Destinasyon yönetimi kategorisindeki makaleler, genel olarak, destinasyonda apiturizm alanında hem arzı hem talebi canlandırma etkisi yaratabilecek apiturizmi ve potansiyelini ortaya çıkarmayı hedeflemişlerdir.

Apiturizm uygulamaları arasında yer alan apiterapi, api masaj, api-inhale, apitedavi arı ve arıcılık ürünleri kullanılarak gerçekleşmektedir. Bir destinasyonda apiturizmin gelişimi bütüncül bir yaklaşımla değerlendirilip arı ürünlerinin tedavi edici özelliği ile de desteklenmelidir. Bu noktada apitedavi yaklaşımlarının doğru bir şekilde uygulanması gerekliliktir. Sağlık kategorisi altında az sayıda çalışma olup, daha yenilikçi çalışmaların apiturizmin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 2 Araştırma Kapsamında Değerlendirilen Makaleler

Odak Noktası	Başlık, Yazar, Yıl	Yöntemi	Amacı
Ürün Odaklı	Apiturizmin Geliştirilmesi Kapsamında Apirota Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma: Marmaris Örneği (Ayaz Dönmez, N., Helvacıoğlu, F., 2023)	Görüşme, Gözlem	Marmaris kırsal alanında arıcılık faaliyetleri ile ziyaretçi çekmeyi sağlayacak ve bölgede değer yaratacak apirota önerisi oluşturmak amaçlanmıştır.
	Muğla İlinde Arı Safarinin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme (Çukur, F., Çukur, T., 2022)	SWOT	Muğla'da arı safarinin uygulanabilirliğinin çeşitli kriterler açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır
	Doğu Karadeniz Bölgesi Apiturizm Potansiyelinin İncelenmesi ve Bir Apirota Önerisi (Arıkan Saltık, I. Tekin, B. Mert, N., 2019)	Derleme	Doğu Karadeniz Bölgesinin apiturizm potansiyeli incelenerek apirota geliştirmek hedeflenmiştir.
Sağlık Odaklı	Sağlık Turizmi Açısından Api Turizmin SWOT Analizi ile Değerlendirilmesi (Suna, B., 2019)	SWOT	Api turizmin Türkiye'deki durumunun sağlık turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
	Apiterapi ve Apiturizmin Kökenleri ve Gelişimi (Suligoj, M.,2021)	Derleme	Slovenya'da apiturizmin gelişimi ve kökenlerini inceleme amaçlanmıştır.
Kültür Odaklı	Apikültür- Turizm İlişkisi (Yonkova, G., Grigorova, Z., Shopova, I., Timareva, S., Gancheva, A., 2016)	Anket	Bulgaristan'da arıcılığın gelişimi ve turizmle ilişkisi, mevcut durum, eğilimler ve fırsatlarla ilgili analizler sunmak amaçlanmıştır.
	Filipin Apiturizminde Yayılan Sosyal Yenilikler (Rivera, J.P.P., Alcantara,L.L., Anahata, H., 2020)	Vaka Çalışması	Filipinler'de apiturizmin yayılımını engelleyen faktörlerin analiz edilmesi, sürdürülebilir arıcılığın geliştirilmesi için tavsiye oluşturmak amaçlanmıştır.
	Turizmde Arıcılığın Kullanımına Keşifsel Bir Yolculuk (Suna, B., 2020)	Görüşme	Gaziantep'teki arı yetiştiricilerinin arıcılık turizmine bakış açıları ve arıcılık konusunda farkındalık oluşturmak amaçlanmıştır.
	Geçmişten Günümüze Bal Arısı, Api-Turizm ve Arıcılığın İzleri (Topal, E., Adamchuk, L., Negri, I., Kösoğlu, M., Papa, G., Darjan, M.S., Cornea-Cipcigan,M., Margaoan, R., 2021)	Derleme	Arıcılık sektörünün tetiklediği yeni alanları geçmişten günümüze anlamak için kaynak oluşturmak amaçlanmıştır.
	Kültürel, Gastronomik ve Turistik Değer: Muğla'da Arıcılık ve Özel Muğla Arıcılık Müzesi Örneği (Şahin,Ö., Aydın,A., 2021)	Görüşme, Gözlem	Türkiye'deki Gastronomi müzelerinden biri olan Özel Muğla Arıcılık Müzesi'nin nasıl geliştirilebileceği yönelik öneri geliştirme amaçlanmıştır.
	Ziyaretçilerin Arıcılık Müzesi Deneyimleri Üzerine Düşünceler: Ziyaretçi Defteri Notlarının Analizi (Akyürek, S., 2022)	Doküman Analizi, Gözlem	Apiturizm kapsamında arıcılık müzesi ziyaretçilerinin düşüncelerinin değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
Kalkınma Odaklı	Arı Turizminin Kırsal Kalkınma Üzerindeki Etkisi: Marmaris Örneği (Uzun, B., Dalgın, T., Çeken, H., Özer, Ç., 2022)	Görüşme	Apiturizmin Marmaris ilçesinde hayata geçirildiğinde kırsal kalkınmaya olan etkisini değerlendirmek amaçlanmıştır.
	Bir Kalkınma Modeli Olarak Ekoköyler ve ÖrneğiSürdürülebilir Yerleşimlerde Api-Turizm (Gonzalez-Arnedo,E.A., Izquierdo-Gascon, M., Rubio- Gil, A.,2022)	Anket	İspanya'da arıcılık ve api-turizmi analiz ederek ekoturizmde kullanımını değerlendirmek amaçlanmıştır
	Sürdürülebilir ve Yenileyici Kırsal Kalkınma Paradigması Olarak Api-Turizm Rotalarına Teorik Yaklaşım (Izquierdo-Gascon, M.Rubio-Gil, A., 2022)	Görüşme Gözlem	İspanya'da apiturizm rotalarının rejeneratif doğasını incelemek amaçlanmıştır.
	APİ Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Olan Etkisinin Değerlendirilmesi (Muğan Ertuğral,S., Toprak,M., Kuran,İ., 2022)	İkincil Veri	Arı turizminin, kırsal turizm açısından bölgesel/yerel kalkınma ile olan ilişkisini incelemek amaçlanmıştır.
Gastronomi Odaklı	Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği (Bekar, A., Arman, M.S., Sürücü, Ç., 2017)	Görüşme Gözlem	Gastronomi müzesi olarak faaliyet gösteren Marmaris Bal Evi'nin turizmde çekicilik unsuru olarak kullanılması ve bölgenin turizm faaliyetlerine katkısı incelenmiştir.
	Bolu İlinde Üretilen Arı Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi (Akar Şahingöz, S. İnci, F., 2018)	Görüşme	Bolu'daki arıcılık faaliyetlerinin gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
	Yerel Ürünlerin Müze Aracılığıyla Turizme Kazandırılması: Siirt Arıcılık Müze Önerisi (Baycar, A., 2022)	İkincil Veri	Siirt'te arıcılık faaliyetlerinin katma değerini arttıracak arıcılık temalı gastronomi müzesi önerisini ortaya koymak amaçlanmıştır.
Eğitim Odaklı	Bir Eğitim Turizmi Olarak Apiturizmi (Madras-Majewska, B., Majewski, J.,2013)	Derleme	Arıcılık turizminin eğitimsel işlevleri belirlenmesi amaçlanmıştır.
Destinasyon Yöneti	Kritik Belirsizlik Yaklaşımı ve DEMATEL/COPRAS Tekniklerine Dayalı Olarak İran'da Apiturizmin Geleceği (Fathi, M.R., Torabi, M., Saraj, S.R.M., 2022)	Görüşme	İran apiturizminin temel faktörleri ve apiturizmi geliştirmek için olası senaryoları belirlemek amaçlanmıştır.

	Niş Bir Pazar: Api Terapi ve Api Turizmi (Koç, B.P., Özgürel, G., 2023)	İkincil Veri	Bal arısı ve ürünlerinin önemi incelenerek apiturizmin farklı boyutlar açısından değerlendirilmesi amaçlanmaktadır
	Ukrayna'da Yeşil Kırsal Turizmin Gelişimi Problemleri ve Beklentileri (Oleynik, V., Iaromenko, S.,2012)	Derleme	Ukrayna'daki bölgelerin rekreasyon ve turizm potansiyeli endeksi karşılaştırılmıştır. Bölgeler farklı turizm türleri ve apiturizm açısından değerlendirilmiştir.
	Avrupa'da Api Turizm (Wos, B., 2014)	Gözlem Anket	Apiturizmin Polonya, Çekya, Almanya, Slovenya, İspanya, Litvanya, Ukrayna, Portekiz, Slovakya, Macaristan, Yunanistan'da mevcut durumun değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
	Bulgaristan'da Apiturizm Kaynakları (Grigorova, Z., Timareva, S., Shopova, I.,2016)	Anket	Bulgaristan'daki arı kolonilerinin kovan sayısını ve ülkedeki bal üretimini, arz ve talebini belirlemek amaçlanmıştır.
	Coğrafi Bilgi Sistemlerinde Çok Kriterli Değerlendirme Kullanarak Apiturizm İçin Uygun Bölgelerin Belirlenmesi: Şili'nin O'Higgins Bölgesi'nde Bir Vaka Çalışması (Pantoja, G., Gomez, M., Contreras, C., Grimau, L., Ramirez, J.F., Montenegro, G., 2017)	Vaka Çalışması	Şili'de apiturizmi hayata geçirmenin uygunluğunun coğrafi bilgi sistemleri kullanılarak değerlendirilmesi amaçlanmıştır.
	Api Turizmin Türkiye'deki Yeri ve Önemi (Suna, B., 2018)	Derleme	Apiturizmin Türkiye turizmindeki önemini değerlendirmek ve apiturizm merkezleri oluşturulması konusunda farkındalık yaratmak amaçlanmıştır.
	Apiturizm, Arı Turizmi (Beige, H., 2018)	Gözlem, İkincil Veri	İran'da arı turizmini ekonomik ve mesleki açıdan analiz etmek amaçlanmıştır.
	Kazakistan'da Apiturizmin Gelişimindeki Sorunlar ve Beklentiler (Aliyeva, Z.N., Baiburiyev, R.M., Lorant, D.D., Shagyrbay, A.S., Kaliaskarova, Z.K., 2019)	Anket	Kazakistan'da apiturizm gelişiminin mevcut durumunu tartışılarak gelişimi için sorunlar ve beklentileri ortaya çıkarma amaçlanmıştır.
	Entomotorizm ve Meksika'nın İğnesiz Arıları (Lemelin, R.H., 2019)	Gözlem	Yeni şekillenen entonomoturizmin ve meliturizmin Meksika'daki potansiyelini ortaya koymak amaçlanmıştır.
	Sivas İlinin Api-turizm Potansiyelinin İncelenmesi (Şeker, İ.T., 2020)	İkincil Veri	Sivas'ın apiturizm potansiyelini belirlemek amaçlanmıştır.
	Muğla İli Arıcılık Potansiyelinin Apiturizm Açısından Değerlendirilmesi (Çukur, F., Çukur, T., 2021)	İkincil Veri	Muğla'nın arıcılık potansiyelini değerlendirerek apiturizmin geliştirilmesine yönelik görüş öne sürmek amaçlanmıştır.
	Turist Rehberlerinin Arıcılık Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği (Kılıç, B., Gönenç Güler, E., 2021)	Anket	Turist rehberlerinin arıcılık turizmine yönelik bilgi ve algı düzeylerinin turistlere tavsiye niyetine etkisini ortaya çıkarmak amaçlanmıştır.
	Arı Turizminin Gelişmesine Yönelik Faktörler (Vladimirov, K.,2021)	Anket	Bulgaristan'da arıcılığın durumu, eğilimler ve beklentiler ve turizmle ilişkisinin analiz edilmesi amaçlanmıştır.
	Apiturizm Araştırmalarında İlerlemeler (Alayande, K.A.,2021)	Anket	Apiturizmin önemli yönleri ve Güney Afrika'daki durumunun analiz edilmesi amaçlanmıştır.
	Veracruz'da Apiturizm Potansiyeli (Cabanas,R.T., Espinosa,S.A.V., Hernández,H.V., 2023)	İkincil Veri	Meksika'nın Veracruz eyaletindeki arı kovanlarının bir dizi kartogramı geliştirilerek ekoturizm kapsamında apirota geliştirilmesi amaçlanmıştır.
	Tarım Turizminde Api Turizm: Yeşil, Arıcılık Ve Turizmin Birleşimi Kuzey Doğu Hindistan'ın Jampuı Hılls Vadisi (Pal, S., Bhattacharya,S., 2023)	İkincil Veri	Hindistan'da apiturizmi uygulamadaki olası engelleri tanımlamak amaçlanmaktadır.
	Malezya'daki Apiturizm Tesisi İçin Ziyaretçi Algısı Yoluyla Mekansal Tipolojinin Belirlenmesi (Muhammad,I.I.M., Shaari,M.F., Zaman,N.Q., 2022)	Anket	Malezya'daki Apiturizm tesislerinin ziyaretçilerinin algılarını değerlendirmek amaçlanmıştır.

Makalelerin anahtar kelimelerinde farklı dillerde olanlar Türkçeye çevrilip Maxqda programında kelime bulutu oluşturulmuştur (Şekil 4). Anahtar kelimelerin sıklığına bakıldığında Turizm, Api, Arı, Bal, Arıcılık, Kırsal, Sürdürülebilir, Kalkınma, Yerel, Ekoturizm kelimelerinin sıklığının fazla olduğu görülmektedir. Bununla birlikte rejeneratif, gastronomi, entomoturizm, apirota kelimelerinin de apiturizm ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Şekil 5 Makale Anahtar Kelimelerinden Oluşturulan Kelime Bulutu



SONUÇ

Günümüzde insanlar beklenti ve isteklerini daha iyi karşılayacak alternatif turizm türlerine yönelme eğilimindedir. Daha doğa içinde, daha sağlıklı, daha az kalabalık, daha bireysel, daha ilgi alanlarına ve meraklarına yakın aktivitelere yönelim giderek artmaktadır. Apiturizm de insanların farklı beklenti ve merakını karşılayan bir turizm türü olarak varlığını göstermeye başlamıştır.

Bilimsel çalışmalardan, apiturizmin küresel olarak bir ivme kazanmaya başladığı anlaşılmaktadır. Yerel açıdan bakıldığında ise ülkemizin bu pazardaki aktörlerden biri olması için ne tür girişimlerde bulunması gerektiği ise tüm düşüncelere açık bir konudur. Bu noktada bilim dünyasında apiturizm alanında ne tür çalışmaların yapıldığı da yol gösterici olması açısından önemlidir.

Sistematik literatür tarama yöntemi ile yapılan bu çalışmada apiturizm alanının henüz yeni ortaya çıkan ve gelişim gösteren bir konu olduğunu gözler önüne serilmiştir. Son dört yılda yapılan çalışmaların, toplam çalışmaların %62'sini oluşturması da konunun popülerliğinin giderek arttığını istatistiki açıdan desteklemektedir. Araştırmaların daha çok nitel yöntemlerle gerçekleştirilmesinin sebebi olarak ise bu turizm türünün, uygulanışının küçük gruplar ya da bireysel kişilerle yapılabilmesinden kaynaklanmaktadır.

Dünyada birçok destinasyonda arıcılık faaliyeti gerçekleştiği için, apiturizm konusunda araştırma yapan bilim insanlarının ülke açısından çeşitlilik gösterdiği bu çalışma ile anlaşılmaktadır. Çalışma, farklı coğrafyalarda apiturizme bakışı belirleme açısından önem arz etmektedir. Türkiye'den araştırmacı sayısının diğer ülkelerin araştırmacı sayısından oldukça fazla olması ülkemiz bilim insanları tarafından konunun ilgi çekici olduğunu göstermektedir.

Literatürde Slovenya'nın apiturizm konusunda öncü bir ülke olduğuna dair vurgulamalar mevcuttur. Dünya arıcılık istatistiklerinde kovan sayısı ya da bal üretimi açısından bu ülke ile ilgili bir değere rastlanmamaktadır. Apiturizm konusunda öncü olduğunun savunulması, ülkenin bu konuda markalaşmaya gitmesi ile ilişkilendirilmektedir.

Suna, (2019) ve Ayaz Dönmez ve Helvacıoğlu (2023) Türkiye'nin güçlü bir apiturizm potansiyeline vurgu yaparken, apiturizm kapsamında sunulacak ürünlerin kısıtlı ya da yaygın olmadığını belirtmektedir. Apiturizmde mevcut potansiyeli güçlendirmenin, yenilikçi ürün yaratma, değer katma ve markalaşma ile sağlanacağı öngörülmektedir. Türkiye'de ve dünyada gerçekleştirilmiş çalışmaların bir çoğu destinasyonların potansiyelini belirlemeye yöneliktir. Ancak apiturizmin ülkemizde de ivme kazanabilmesi için gastronomi, sağlık, kozmetik vb. açıdan ürün geliştirme çalışmalarının gerçekleştirilmesi öncelikli olmalıdır.

Bal ile yapılabilecek yiyecek ve içecek reçeteleri geliştirilmeli;

Sağlık alanındaki uygulamalar ve etkileri araştırılmalı;

Sağlık alanındaki uygulamalarla ilgili girişimciler teşvik edilmeli;

Kozmetik alanında yenilikçi uygulamalar geliştirilmeli ve etkileri araştırılmalı;

Küçük arıcılık çiftlikleri için mimari projeler geliştirilmeli;

Konaklama birimlerinde apimasaj, apikozmetik vb. uygulamaların yapılabilmesi için model geliştirilmeli;

Bal festivali, bal yemekleri yarışması, bal içecekleri yarışması gibi apiturizmi destekleyici olası etkinlikler araştırılmalı ve düzenlenmelidir.

Sonuç olarak sayılan bu önerilerin araştırılması ve apiturizmde kullanılmak üzere yenilikçi ürün ortaya konulmasının etki yaratacağı düşünülmektedir. Gelecekte gerçekleştirilecek bilimsel çalışmaların sayılan bu fikirlerden faydalanarak yapılması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Adams, R.J. Smart, P., Huff, A.S. (2017). Shades Of Grey: Guidelines For Working With The Grey Literature in Systematic Reviews for Management and Organisational Studies. *International Journal of Management Reviews, 19*, 432–454.

Akar Şahingöz, S. İnci, F. (2018). Bolu İlinde Üretilen Arı Ürünlerinin Gastronomi Turizmi Kapsamında Değerlendirilmesi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, Ek Sayı 1, 519-533.

Akyürek, S. (2022). Reflections on Visitors Experiences of The Beekeeping Museum: An Analysis of The Guestbook Notes. *European Journal of Tourism Research*, 1-19.

Alayande, K.A. (2021). The Apitourism Advances in Its Research Aspects. *Journal of Apitherapy,* 8.9, 01.

Aliyeva, Z.N., Baiburiyev, R.M., Lorant, D.D., Shagyrbay, A.S., Kaliaskarova, Z.K. (2019). Problems and Prospects of Development of Apitourism in Kazakhstan. *Bulletin of The National Academy of Sciences of The Republic of Kazakhstan,* 6, 382, 45-53.

Arıkan, I.S., Tekin, B., Mert, N. (2019). Doğu Karadeniz Bölgesi Apiturizm (Arıcılık Turizmi) Potansiyelinin İncelenmesi ve Bir Apirota Önerisi. *Euroasian Education Literature Journal, Special Issue*, September, 264-273.

Arih, K.I. ve Korosec, T.A. (2015). Api-Tourism: Transforming Slovenia's Apicultural Traditions İnto A Unique Travel Experience. Sustainable Development and Planning VII. *WIT Transactions on Ecology and The Environment*, l.193.

Ayaz Dönmez, N., Helvacıoğlu, F. (2023). Apiturizmin Geliştirilmesi Kapsamında Apirota Oluşturulmasına Yönelik Bir Araştırma: Marmaris Örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 20.1, 41-56.

Baycar, A. (2022). Yerel Ürünlerin Müze Aracılığıyla Turizme Kazandırılması: Siirt Arıcılık Müze Önerisi. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism, Recreation and Sports Sciences,* 5 (2): 242-255.

Beige, H. (2018). Api-Tourism, Bees Tourism. *Honeybee Science Journal*, 09(16), 12-18.

Bekar, A., Arman, M. S., Sürücü, Ç. (2017). Turizmde Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Müzeleri: Marmaris Bal Evi Örneği. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2, 468-477.

Cabanas,R.T., Espinosa,S.A.V., Hernández,H.V. (2023). El Apiturismo Y Su Potencialidad En Veracruz Apitourism Potential in Veracruz. *ROTUR, Revista De Ocio Y Turismo*, 17.1, 41-56.

Çukur, F., Çukur, T. (2021). Muğla İli Arıcılık Potansiyelinin Apiturizm Açısından Değerlendirilmesi. *Tarım Ekonomisi Dergisi*, 27.2, 113-122.

Çukur, F., Çukur, T. (2022). Muğla İlinde Arı Safarinin Uygulanabilirliği Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10 (2), 1040-1052.

Donthu, N., Kumar,S., Mukherjee, D, Pandey,N., Lim,W.M. (2021). How To Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296.

Fathi, M.R., Torabi, M., Saraj, S.R.M. (2022). The Future of Apitourism in Iran Based on Critical Uncertainty Approach And DEMATEL/COPRAS Techniques. *Journal Of Tourism Futures*.

Gascon, M.I., Rubio-Gil, A. (2022) Theoretical Approach To Api-Tourism Routes As A Paradigm Of Sustainable And Regenerative Rural Development. *Journal of Apicultural Research*. Ahead of print, 751-766.

Gonzalez-Arnedo, E.A., Izquierdo-Gascon, M., Rubio-Gil, A. (2022). Ecovillages As A Development Model and The Case Of Api Tourism in Sustainable Settlements. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20.5, 1143-1161.

Grigorova, Z., Timareva, S., Shopova, I. (2016). Resources for Apitourism in Bulgaria. *Journal of Economic Development, Environment and People, 5,2, 79-89.*

Kılıç, B., Gönenç Güler, E. (2021). Turist Rehberlerinin Arıcılık Turizmine Yönelik Bilgi ve Algı Düzeylerinin Tavsiye Niyetine Etkisi: Türkiye Örneği. *Social Sciences Research Journal (Ssrj)*, 10 (4), 813-823.

Koç, B.P., Özgürel, G. (2023). A Niche Market: Api Therapy and Api Tourism. *International Journal of Tourism And Destination Studies*, 2.1, 1-11.

Lemelin, R.H. (2019). Entomotourism and the Stingless Bees of Mexico. *Journal of Ecotourism,* 9,2,168-175.

Madras-Majewska, B., Majewski, J. (2013). Apitourism As A Form of Educational Tourism. *Research Papers of Wrocław University of Economics*, 304, 144-153.

Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., PRISMA Group. (2009). Preferred Reporting İtems For Systematic Reviews And Meta-Analyses: The PRISMA Statement. *Journal of Clinical Epidemiology,* 62, 1006-1012.

Muğan Ertuğral,S., Toprak,M., Kuran,İ. (2022). Api Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Olan Etkisinin Değerlendirilmesi. *Academic Social Resources Journal*, 7.44, 1829-1836.

Muhammad,I.I.M., Shaari,M.F., Zaman,N.Q. (2022). Determining Spatial Typology Through Visitor Perception For Apitourism Facility in Malaysia. *Malaysia Architectural Journal*, 4.3, 22-35.

Oleynik, V., Iaromenko, S. (2012). Problems and Prospects of Development of Green Rural Tourism in Ukraine. *Regional Formation and Development Studies*, 1 (6), 67-73.

Ordu Ticaret Borsası, Arıcılık Raporu 2023, www.ordutb.org.tr/aricilik-raporu/

Pal, S., Bhattacharya,S. (2023). Apıtourism in Agritourism: A Fusion Of Greenery, Apiculture & Tourism in TheValley Of Jampui Hills of North East India. *Plant Archives*, 23.1, 51-55.

Pantoja, G.G., Contreras, M., Grimau, C., Montenegro, L., Ciencia, G. (2017). Determination of Suitable Zones For Apitourism Using Multi-Criteria Evaluation in Geographic Information Systems. *Ciencia a Investigation Agraria*, 44(2):139-153.

Rivera, J.P.P., Alcantara,L.L., Anahata, H. (2020). Diffusing Social Innovations in Philippine Apitourism. *Asia-Pacific Social Science Review* 2, 20(3), 163–181.

Snyder, H. (2019). Literature Review As A Research Methodology: An Overview And Guidelines. *Journal Of Business Research,* 104, 333-339.

Suligoj, M. (2021). Origins and Development of Apitherapy and Apitourism. *Journal of Apicultural Research,* 60, 3, 369–374.

Suna, B. (2018). Api Turizm'in Türkiye'deki Yeri ve Önemi. *Uludağ Arıcılık Dergisi,* 18 (1), 42-51.

Suna, B. (2019). Sağlık turizmi Açısından Apiturizmin Swot Analizi ile Değerlendirilmesi. *Uludağ Arıcılık Dergisi,* 19(1): 12-18.

Suna, B. (2020). Turizmde Arıcılığın Kullanımına Keşifsel Bir Yolculuk. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, Nisan, 31(1), 19-30.

Şahin, Ö., Aydın, A. (2021). Kültürel, Gastronomik ve Turistik Değer: Muğla'da Arıcılık ve Özel Muğla Arıcılık Müzesi Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 459-473.

Şeker, İ.T. (2020). Sivas İlinin Api-turizm Potansiyelinin İncelenmesi. *Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4(5): 364-373.

Topal, E., Adamchuk, L., Negri, I., Kösoğlu, M., Papa, G., Darjan, M.S., Cornea-Cipcigan,M., Margaoan, R. (2021). Traces of Honeybees, Api-Tourism and Beekeeping: From Past To Present. *Sustainability*, 13, 11659, 1-21.

Tranfield, D. Denyer, D, Smart, P. (2003). Towards A Methodology For Developing Evidence-Informed Management Knowledge By Means Of Systematic Review. *British Journal Of Management,* 14, 207-222.

Uzun, B., Dalgın, T., Çeken, H., Özer, Ç. (2022). Arı Turizminin Kırsal Kalkınma Üzerindeki Etkisi: Marmaris Örneği. *Asya Studies*, 6(22), 179-192.

Vladimirov, K. (2021). Factors For The Development of Bee Tourism. *Izvestia Journal of The Union of Scientists – Varna*, 10.3, 13-20.

Webster, J., Watson, R.T. (2002). Analyzing The Past To Prepare For The Future: Writing A Literature Review. *Management Information Systems Quarterly*, 26, 3.

Wos, B. (2014). Api-tourism in Europe. *Journal of Environmental and Tourism Analyses*, 2,6, 66-74.

www.hurriyet.com.tr/ekonomi/bal-gibi-yatirim-bakanlik-79-ilde-733-bal-ormani-kurdu-42203615

www.tarimorman.gov.tr, 2022. Ürün Raporu ARICILIK,2022.

Yonkova, G., Grigorova, Z., Shopova, I., Timareva, S., Gancheva, A. (2016). The Relation Apiculture – Tourism. *New Knowledge Journal of Science*, 5-2, 29-36.

CRITICAL RESOURCES IN THE MARBLE INDUSTRY, STRATEGIES TO CONTROL THESE RESOURCES AND INTER-ORGANIZATIONAL NETWORKS

Assist. Prof. Dr. Fatih BIYIKLI

Afyon Kocatepe University, – ORCID ID: 0000-0002-1652-7910

ABSTRACT

Organizations can never be entirely rational; they always need resources. At this point, the problem that organizations must overcome is called dependency. Resource dependency theory states that organizations need resources to survive and accept that they will obtain them from the environment and that other organizations in the environment want to have the same resources, which are mandatory. It is necessary for the organization to achieve its goals and to continue to survive. This study aimed to examine the marble industry in Afyonkarahisar within the framework of resource dependence theory. Although the Afyon marble sector has prosperous resources regarding raw materials, it is tough to say that these resources are used effectively. The expectations and tendencies of the sector regarding the transformation of marble raw material, which has significant advantages, into "competitive advantage" with new collaborations were obtained through semi-structured interviews. Afyon marble sector consists of marble quarry operation and production enterprises. Stone removal and sizing from the quarry are the areas where the existing businesses are the best. New product development, quality improvement, marketing, qualified human resources and financial management are areas where companies are weak. Failures in these areas mean a significant loss of energy, time and economics for them. The study showed that business owners and managers are aware of these problems but are insufficient in creating solutions. They cannot be successful because they do not have the capabilities to compete in global markets. As a result of the work done, solution proposals for the sector have been developed. The companies in the marble sector have been evaluated within the framework of resource dependence theory, and an inter-organizational strategic alliance model has been developed for companies to use their resources more effectively.

Keywords : Resource-Dependence, Strategic Alliances, Network Organizations

1. INTRODUCTION

Source words have multiple meanings: where water comes out, a hot spring, a spring, where something comes out, origin, where news comes out, income, health-providing element, the document used in research and examination, method of joining two metal or artificial parts, fusing and glueing work, order It has the meanings of entering the front of the existing queue by taking the rights of others without waiting, and the place where any energy is formed and spread to the environment (TDK, 2016). On the other hand, the word dependency has various meanings, including being dependent on the will, power or help of something else, without freedom, autonomy, and excessive dependence on a person financially or morally. Based on these definitions, It is possible to briefly define what is needed, demanding, reaching and connecting as resource dependency. Organizations can never be entirely rational; they always need resources. The problem to be heard in this way is called the addiction they must overcome (Meydan, 2012: 163). Resource dependency theory states that organizations need resources to survive and accept that they will obtain them from the environment and that other organizations in the environment want to have the same resources, which are mandatory. It is necessary for the organization to achieve its goals and to continue to stand (Meydan, 2010: 6). This study aims to examine the marble industry in Afyonkarahisar within the framework of resource dependence theory. In this context, this study primarily conducted a literature review on resource dependency, strategic alliances and network organizations. Afterwards, information about the Afyonkarahisar Marble sector was given. In the research part of the study, semi-structured interviews were done with five large marble enterprises in Afyonkarahisar and sectoral analysis of the companies was made within the framework of strategic alliance and resource dependence. Content analysis, one of the qualitative analysis methods, was used as the analysis method.

2. RESOURCE-DEPENDENCE THEORY

Resource dependency theory predicts that organizations need resources to survive but cannot create them themselves and will obtain them from the environment and that other organizations in the environment want to have the same resources (Pfeffer and Salancik, 1978). The resources focused here are those outside the organization. Organizations also aim to secure the flow of these resources and thus reduce the uncertainty in the environment (Pfeffer and Salancik, 1978; Oliver, 1997). At the same time, as the part of the resources met by other organizations increases, the dependency on these organizations also increases. Accordingly, organizations

that are critical, scarce, have no substitute and have valuable resources have more power (Pfeffer and Salancik, 1978).

According to the theory, an organization should be able to obtain the resources necessary for its primary purpose: survival and success. This situation brings about the ability of an organization to manage its relations with other organizations well (Mizruchi and Mina 2002). Resource dependency theory states that alliances manage resource scarcity and uncertainty (Pfeffer and Salancik, 1978). This theory predicts that organizations cannot survive independently and will necessarily interact with their environment to purchase labour, raw materials or equipment or sell its products. In addition, organizations enter into alliances to gain control over their environment (Wisnieski & Dowling, 1997).

Alliances provide the benefit of protecting organizations from their environment and reducing environmental uncertainties. At the same time, when resources are scarce, the continuation of the resource flow can be ensured by alliances (Pfeffer and Salancik, 1978; Wisnieski and Dowling, 1997). Resource dependency has advantages as well as disadvantages. An important disadvantage can be that an organization cannot make its own decisions without consulting others and has to think about the organization it is in alliance with (Pfeffer and Salancik, 1978). When alliance formations are considered from a different perspective regarding resources, it is stated that organizations can form alliances for two reasons (Eisenhardt & Schoonenoven, 1996). First, organizations have sensitive strategic positions and expect resources from the alliance they will form. The second is that they enter into alliances to add capital to their assets.

Resource dependence and, accordingly, strategic alliances can take three forms (Wisnieski & Dowling, 1997). The first is the horizontal dependence between competitors. The alliances considered here are formed by organizations seeking the same resources (Eisenhardt and Schoonenoven, 1996; Oliver, 1990). In horizontal alliances, organizations change their resources or create a pool and ensure their common use. The second type of dependency is vertical dependency. Vertical alliances are formed by organizations that use each other's inputs or outputs. These are alliances in the supplier-buyer relationship type. The third type of dependency is interdependence. Alliances formed by organizations that give each other their inputs and outputs can be evaluated in this situation. Exchanges of organizations' ideas, employees, materials and equipment are realized through mutual alliances (Das and Teng, 2000; Wisnieski and Dowling, 1997).

Another contribution of resource dependency theory that can be evaluated in explaining alliances may be related to sectoral concentration. In sectors with moderate concentration, if competitive uncertainty is high, organizations try to eliminate the dependency on competition by forming strategic alliances (Gulati, 1998).

It seems likely that organizations operating in a resource-intensive sector, where it is necessary to have scarce resources, may enter into strategic alliances with each other regarding resources for resource access and exchange.

3. STRATEGIC ALLIANCES

Strategic alliances are defined as cooperation agreements between two or more organizations to achieve mutually beneficial purposes or as voluntary agreements that organizations form to exchange, share and co-produce products, services or technologies (Gulati, 1998). In a broader sense, strategic alliances are long-term, purposeful and binding collaborations between organizations to achieve their goals, in which they share unique resources and capabilities that often complement each other (Varadarajan & Cunningham, 1995). Organizations that form alliances aim to increase their competitive position and performance.

A strategic alliance encompasses a wide range of forms of relationships and collaborations; formal or informal, from the simple (such as shopping) to the complex (such as full joint investments where the organizations doing business together form a third organization), from any joint activity to joint investments. Small investments, joint investments, long-term contracts, product, production, marketing and technology exchange agreements enter into strategic alliances (Hyder and Abraha, 2003). As it can be understood from these, organizations are in alliance with each other for different purposes and ways. At the same time, strategic alliances, as a form of inter-organizational relationship, are a form that falls somewhere between the market and hierarchy, which is the traditional research focus of management and economics researchers (Wisnieski and Dowling, 1997). Formed alliances are generally established for a specific purpose and disappear when the target is achieved (Adobor, 2006).

Organizations try to harmonize the three factors that are important to them by forming alliances. These factors are listed as the organization's environment, administrative structure and internal technology (Osborn et al., 1998) because organizations can continue to survive if they harmonize their structures and internal technologies with the environment (Burns and Stalker, 1961).

Another factor that can be considered for successful alliances is how organizations choose the other organization to enter into alliances. Organizations consider different factors, such as task-related and potential partners, while making decisions about the organizations they will ally with (Geringer, 1991). In the selection criteria for the task, the strategic harmony between the organizations is focused on, and the strategic resources that the organization needs for its competitive success come to the fore. This is how alliances are made to reach resources and reduce transaction costs. The selection criteria for the partner focuses on the harmonious work and organizational harmony of the allied organizations. Organizations' resemblance to each other, shared history and cultural compatibility can be within these criteria (Dong & Glaister, 2006).

When the reasons why organizations make strategic alliances are examined with a different classification, it is seen that these reasons can be listed as necessity, asymmetry, reciprocity, efficiency, stability and legitimacy, which are explained in detail below (Oliver, 1990):

Necessity: Organizations come into contact with each other to meet their legal and mandatory requirements.

Asymmetry: Organizations interact with each other to have a say over other organizations or the resources of these organizations.

Reciprocity: Organizations interact with each other to achieve common goals.

Efficiency: Organizations interact with each other to renew their production processes and improve their input/output ratios.

Stability: Organizations engage with each other to respond to environmental uncertainty.

Legitimacy: Organizations engage with each other to demonstrate that they adopt dominant norms.

Although alliances have different reasons listed above, organizations try to achieve their goals with the strategies they develop against the five forces they encounter in the market (Porter, 1985) and enter into alliances when these strategies require it. However, the expectation that the potential synergy that organizations and alliances will create can create value is also important (Keil, 2000).

4. NETWORK ORGANIZATIONS

A social network comprises a special social relations group and interconnected nodes (individuals or organizations) (Gulati, 1998). Network mechanisms are embedded in social relations, so individual actions are influenced by position within social networks. Organizations are intertwined with the outside world; they are constantly in mutual relations with other organizations in various social and economic fields, forming a social network (Gulati et al., 2002). Organizational network refers to an organization's relationship with other organizations within the same network. Networks of organizations can vary according to their place in the wheel of life, defined as birth, growth and maturation (transformation). Accordingly, while organizations are in a network with their immediate environment during the organization's birth, they seek cooperation with other organizations and actors in the growth process and expand their networks (Porter & Powell, 2006). The efforts of organizations to increase their legitimacy, especially at the stage of being born, are possible by being aware of other organizations and organizational structures thanks to these networks (Gulati et al., 2002). Within the organizational life cycle, two basic views on network structures exist (Porter and Powell, 2006). The first view sees networks as a tool for tracking relationships; The second view sees network orders as a conscious logic determining relationships between individuals and organizations.

The need to reach important information, globalization, professionalization and the increase in outsourcing increases the importance of organizational networks (Porter and Powell, 2006). Therefore, organizations born in a prosperous network relationship have more chances to gain a competitive advantage. In addition, organizations that are at the centre of networks can also have information about new forms (Palmer and Biggart, 2002).

As can be understood from the above statements, organizations can learn the forms and institutions they need to adopt through networks (Galaskiewicz & Wasserman, 1989). Because institutions and organizational forms are built into these networks. Settlement means that organizations cannot act entirely with their own decisions, movements from the past affect organizations, and the structure of relations affects the decisions of organizations. In addition, organizations can learn in which organizations the resources are located and how they can access these resources with the help of their networks. Organizations that can be contacted to reduce transaction costs and contribute to cost minimization can also be identified through organizational networks.

Alliance formation of organizations is a process that includes elections and selections (Baldo et al., 2009). Organizations evaluate other organizations they will ally with according to strategic and social criteria. At this point, the importance of organizational networks becomes

even more prominent. As a result of all these, it is seen that the alliances made are related to social networks, and social networks can affect organizations in making alliances (Gulati, 1998).

5. OVERVIEW OF MARBLE INDUSTRY IN AFYONKARAHISAR

Afyonkarahisar is very rich in terms of marble resources. Marble resources are mostly found around the İscehisar district. The operation and processing of rich and high-quality marble deposits in Afyonkarahisar has enabled the sector to develop rapidly. According to the Afyonkarahisar Governorship website, one-third of the block marble in Turkey is mined in Afyonkarahisar İscehisar. The annual production capacity of Afyonkarahisar, whose total marble reserve is estimated at 400 million m3, is around 6.9 million m3. There are 355 marble processing facilities in Afyonkarahisar and 45 large-scale integrated facilities. There are 40 marble processing plants in the Afyonkarahisar Organized Industrial Zone. Afyonkarahisar has a share of 11.54% of Turkey's total natural stone exports. Turkey's natural stone exports 2020 are 1 billion 736 million 683 thousand dollars, and Afyonkarahisar's natural stone exports in 2020 are 200 million 482 thousand dollars. The total number of members in the natural stone sector registered with the Afyonkarahisar Chamber of Commerce and Industry as of November 2021 is 1,074 (Sabancı Foundation, 2022)

The marble industry is a technology-intensive industry. However, there is a need for an unskilled, semi-skilled workforce and a technology-oriented skilled workforce. Many workers, supervisors, engineers, technicians and administrative personnel are employed in the Afyonkarahisar natural stone sector. In this sector, 8,298 people are employed, including 7,188 in the non-metallic mineral products sub-sector and 1,110 in other mining companies and quarries. This number constitutes 63.59% of the total employment in the industrial sector in Afyonkarahisar (Sabancı Foundation, 2022)

Waste rates are very high in the marble industry. These general waste rates may vary depending on the machines used, the type of marble and the process. The degree of hardness of the marble and the veins on it affect the waste in the production process. For example, beige marble and coloured marble have higher shrinkage than others. Waste rates may vary in cutting and moulding techniques made in gang saws and este machines. This weakness in the efficient processing of natural resources reveals two essential issues: 1) using advanced technology to cut marble more efficiently and 2) developing new products by using leftover marble after cutting.

6. METHODOLOGY

6.1. Aim and Scope of the Study

Although the Afyon marble sector has prosperous resources regarding raw materials, it is tough to say that these resources are used effectively. To learn the expectations and tendencies of the industry in terms of transforming the marble raw material, which has significant advantages, into "competitive advantage" with new collaborations, and to develop solutions in this regard, to evaluate the companies in the marble industry within the framework of resource dependence theory, to propose a new strategic alliance model and to enable companies to use their resources more effectively.

In this study, five big marble producers in the Afyonkarahisar industrial zone were contacted, and their views on strategic alliances were obtained by the semi-structured interview method. In light of these data, the strategic alliance perspectives of the companies towards the marble sector and the sector's problems were revealed by making content analysis.

The research question of this study is as follows: "Will the Afyon marble sector, which has a very high waste rate and lacks technologically advanced production facilities, become more effective with the strategic alliances of companies?"

6.2. Limitations

The most significant limitation of the research is that the marble companies we could reach were limited to 5. This situation reduces the overall representative power of the study. However, since the companies are generally medium and large-sized, they can at least reveal the general point of view of the Afyon centre marble companies.

6.3. Findings

Three basic questions were asked in the interview. These open-ended questions are listed as follows:

- Does the Marble Industry need cooperation to use its resources better?
- In which areas is more cooperation needed?
- What kind of cooperation strategy should be developed?

As a result of the content analysis made in the light of the data collected from the interview questions, the prominent answers to each question were compiled as follows:

Does the marble industry need cooperation to use its resources better?

In the answer to this question, it is possible to see the effect of previous unsuccessful experiences. Although most participants stated a need for a cooperative relationship, the answer

to this question was, "It is necessary to make much effort". It is possible to feel that the entrepreneurs in the sector are insecure and hesitant towards each other about acting together due to the previous experiences of unsuccessful partnerships and cooperatives in the Afyon marble sector.

Which areas need more cooperation?

The five most repeated expressions in the answers to this question are Expanding to Foreign Markets, Reducing Costs, Raw Material Requirement, R&D and Contract Manufacturing.

What kind of cooperation strategy should be developed?

The answers given to this question are listed as follows: Cooperation with domestic and foreign companies should be established, a foreign trade company should be established, a new union should be established, and a joint investment R&D company should be established.

7. GENERAL EVALUATIONS AND CONCLUSIONS

Afyon marble sector consists of marble quarry operation and production enterprises. Stone removal and sizing from the quarry are the areas where the existing businesses are the best. New product development, quality improvement, marketing, qualified human resources and financial management are areas where companies are weak. Failures in these areas mean a significant loss of energy, time and economics for them. The study showed that business owners and managers are aware of these problems, but they are insufficient in creating solutions. Therefore, they cannot be successful because they do not have competitive capabilities in global markets. This failure leads businesses to try to compete with their competitors by constantly providing a price advantage. High costs, low exchange rates and the necessity of lowering prices cause enterprises to operate with very low profitability. This situation causes businesses to face great financial difficulties in any economic fluctuation. For companies in the marble sector to gain a competitive advantage in today's market conditions, they need to develop new strategies for the market, such as reducing costs, creating differences and focusing on core competencies instead of doing everything. Businesses can reach their goals faster and easier if they cooperate by bringing together business knowledge and resources to gain these capabilities.

In the light of the data obtained from the study, the following suggestions were made for the sector:

Afyon Marble is a raw material that can make a difference. For this reason, it is possible to present the resource to the world markets under better conditions with more robust marketing strategies by using the resource effectively.

Businesses alone cannot resist the high competition in the market. For this reason, they must combine their knowledge, experience and strength to increase their competitiveness.

When the right cooperation is established between the enterprises in the Afyon marble sector, and the right production techniques and marketing strategies are developed, they can have the power to compete in international markets.

Establishing Foreign Trade businesses, the cooperation method that stands out in the research can be an important initiative to solve marketing problems.

Again, in the study, it is seen that the sector is warm to foreign partnerships. With the partnerships to be made with foreign enterprises, it will be possible to benefit from their business knowledge and enter new markets.

In light of the information obtained from this study, the Japanese keiretsu style or network organization forms are the organizational forms recommended for the sector to become more effective and for Afyon to become an essential player at the international level.

REFERENCES

Adobor, H., 2006. The Role of Personal Relationships in Inter-Firm Alliances: benefits, Dysfunctions, and Some Suggestions, Business Horizons, 49, 473-486.

Baldo F., Rabelo R. J. ve Vallejos R. V., 2009. A framework for selecting performance indicators for virtual organization partners' search and selection, International Journal of Production Research, 47, 17, 4737–4755.

Burns, T. ve Stalker, G., 1961. The Management of Innovation, London: Tavistock.

Das, T.K. ve Teng, B., 2000. A resource-based theory of strategic alliance formation, Journal of Management. 26, 31-61.

Dong, L. ve Glaister, K.W., 2006. Motives and Partner Selection Criteria in İnternational Strategic Alliances: Perspectives of Chinese Firms, International Business Review, 15, 577-600.

Eisenhardt, K. M. ve Schoonhoven, C. B., 1996. Resource-Based view of the Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms, Organization Science, 7, 2. 136-150.

Galaskiewicz, J. ve Wasserman, S., 1989. Mimetic and Normative Processes within an Interorganizational field: An Empirical Test. Administrative Science Quarterly, 34, 454-479.

Geringer J.M., 1991. Strategic determinants of partner selection criteria in international joint ventures, Journal of International Business Studies, 22, 41-62.

Gulati, R., 1998. Alliances and Networks, Strategic Management Journal, 19, 293-317.

Gulati, R., Nitin, N. ve Akbar, Z., 2002. Strategic Networks. Strategic Management Journal, 21, 3, 203-215.

Hyder, A. S. ve Abraha D., 2003. Strategic Alliances In Eastern And Central Europe, Pergamon: Amsterdam Kalaignanam, K., Shankar, V. ve Varadarajan, R.P., 2006. Asymmetric.

Keil, T., 2000. Strategic Alliances – A Review Of The State Of Art, Helsinky University WP Series, 10.

Meydan, C.H., 2010. ''Kaynak Bağımlılığı, İşlem Maliyetleri, Örgütsel Ağ ve Yeni-Kurumsal Kuram ile Örgütlerin İttifak Olusturma Sebepleri Üzerine Bir İnceleme'', Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Dergisi, 9.cilt, 2.sayı, s.6

Meydan, C.H., 2012. ''Kaynak Bağımlılığı Kuramı'', Örgüt Kuramları Kitabı, s.163-183, Beta Yayınları, Ankara.

Mizruchi, M. S. ve Mina Y., 2002. Interorganizational Power and Dependence, Baum J.A.C., der. The Blackwell Companion to Organizations, Oxford: Blackwell, 599-620.

Oliver, C., 1990. Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions, The Academy of Management Review, 15, 2. 241-265.

Oliver C., 1997. Sustainable Competitive Advantage: Combining Institutional and Resource-Based Views, Strategic Management Journal, 18, 9, 697-713.

Osborn, R.N., Hagedoorn, J., Denekamp, J.G., Duysters, G. ve Baughn, C.C., 1998. Embedded Patterns of International Alliance Formation: An Institutional Perspective, Organization Studies, 19, 617-638.

Palmer, D. A., ve Biggart, N. W., 2002. Organizational institutions. Baum J. A. C., Der.) The Blackwell Companion to Organizations. Oxford: Blackwell, 259-280.

Pfeffer, J, ve Salancik, G.R., 1978. The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. New York: Harper and Row.

Porter, M. E., 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, The Free Pres: New York, NY.

Porter, K. A., & Powell, W. W. (2006). Networks and organizations. The Sage handbook of organization studies, 2, 776-799.

Sabancı Vakfı (2022). Gücümün farkındayım işimin başındayım, Mermer sektöründe kadın Afyonkarahisar Raporu. https://www.sabancivakfi.org/i/content/Mermer_Sektorunde_Kadin_Raporu.pdf

Varadarajan, P. R., & Cunningham, M. H. (1995). Strategic alliances: a synthesis of conceptual foundations. Journal of the academy of marketing science, 23, 282-296.

Wisnieski, J.M. ve Dowling, M.J., 1997. Strategic Alliances in New Ventures: Does Governance Structure Affect New Venture Performance?, Frontiers of Entrepreneurship Research, http://www.babson.edu/entrep/fer/papers97/wisniesk/wisni2.htm, 15.09.2009.

İnternet Kaynakları: Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr [Erisim Tarihi:17.01.2023]

MARKA DEĞERİ EN YÜKSEK 100 TÜRK MARKASININ MİSYON VE VİZYON İFADELERİNİN MÜŞTERİ ODAKLILIK YÖNÜNDEN İNCELENMESİ

Dr.Öğr. Üyesi Reyhan BAHAR
Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, - 0000-0001-5872-6275

ÖZET

Günümüzde yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler işletmeleri sürekli değişen koşullarda ve artan rekabet ortamında faaliyet göstermeye itmektedir. İşletmeler için böyle bir ortamda mücadele edebilmenin anahtar faktörü müşteri odaklılıktır. Bu çalışmada, "Brand Finance" firmasının 2023 yılında Türkiye'nin en değerli markalarını listelediği "Turkey100" raporunda yer alan markaların internet sitelerinde yayınladıkları misyon ve vizyon ifadelerini müşteri odaklılık perspektifinden incelemek amaçlanmaktadır. Misyon ve vizyon ifadeleri bir işletmenin rekabet ortamında kendini rakiplerine göre nasıl konumlandıracağını ifade etmesine imkân sağladığı gibi paydaşları ve çevresi ile iletişim kurmasını da sağlamaktadır. Misyon ve vizyon ifadelerinin bir diğer önemli rolü ise bir işletmeyi diğerlerinden ayırmaktır. Bir işletmenin var oluş amacını ifade eden misyon ve bir işletmenin gelecekte ulaşmak istediği noktaya işaret eden vizyon ifadeleri, işletmelerin sahip olduğu değerleri iletmek ve vurgulamak için temel bir araç niteliği taşımaktadır. Bu bağlamda 100 markanın internet sitelerinde yer alan misyon ve vizyon ifadeleri içerik analizi yöntemi aracılığıyla incelenerek, öne çıkan kavramlar belirlenmeye ve müşteri odaklı kavramlara yer verilme sıklığı tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Odaklılık, Misyon, Vizyon

AN ANALYSIS OF THE MISSION AND VISION STATEMENTS OF THE 100 TURKISH BRANDS WITH THE HIGHEST BRAND EQUITY IN TERMS OF CUSTOMER ORIENTATION

ABSTRACT

Today's rapid technological developments push businesses to operate under ever-changing conditions and in an increasingly competitive environment. The key factor for businesses to be able to compete in such an environment is customer orientation. In this study, it is aimed to

examine the mission and vision statements published on the websites of the brands included in the "Turkey100" report, in which "Brand Finance" lists Turkey's most valuable brands in 2023, from the perspective of customer orientation. Mission and vision statements enable a business to express how it will position itself in a competitive environment compared to its competitors, as well as to communicate with its stakeholders and its environment. Another important role of mission and vision statements is to distinguish a business from others. Mission statements, which express the purpose of an enterprise's existence, and vision statements, which point to the point that an enterprise wants to reach in the future, are a basic tool for communicating and emphasizing the values that enterprises have. In this context, the mission and vision statements on the websites of 100 brands were analyzed through content analysis method to identify the prominent concepts and to determine the frequency of including customer-oriented concepts.
Key Words: Customer Orientation, Mission, Vision

1. GİRİŞ

Pazarlamanın tarihsel gelişim sürecinde müşteri odaklı yaklaşımlar ilk kez modern pazarlama anlayışı ile başlamıştır. İşletmelerin faaliyetlerinin odağına müşterilerini koymalarının nedeni rekabet ortamında başarılarını sürdürmek istemeleridir. Günümüze dek de bu yaklaşım önemini sürdürmüştür. Günümüzde de yoğun rekabet ortamında işletmelerin başarılı olabilmelerinin yolu müşterilerinin istek ve beklentilerini dikkate almaktan geçmektedir. Müşteri odaklı yaklaşım, etkin ve verimli pazarlama stratejilerinin oluşturulmasını sağlayarak işletme performansına olumlu yönde etki etmektedir (Değermen, 2008: 185). Literatürde birçok çalışma müşteri odaklılık ile firma performansı arasındaki anlamlı ilişkiyi ortaya koymuştur (Feng vd., 2012; Frambach vd., 2016; Ziggers ve Henseler, 2016).

İşletmeler için müşteri odaklılığın benimsenmesi, müşterilerle uzun vadeli bir ilişki geliştirmek, rekabet avantajı elde etmek ve iş başarısı elde etmek için hayati öneme sahiptir (Valenzuela vd., 2010: 277). Müşteri odaklılığın, müşteri çıkarlarını ön planda tutan ve müşterilerini mutlu etmeyi amaçlayan firmalar için rekabet avantajına dönüştüğü birçok çalışmada, öne sürülmüştür (Al Karim ve Habiba, 2020; Wang ve Feng, 2012; Kumar ve Reinartz, 2006).

Müşteri odaklılık, işletmelerin müşterilerinin taleplerini daha iyi anlamalarına, satışlarını arttırmalarına ve bu sayede rekabette avantaj elde ederek iş başarısı kazanmalarına yol açmaktadır (Feng vd., 2012; Valenzuela vd. 2010; Ziggers ve Henseler, 2016). Rekabet noktasında işletmelerin karşılaştığı en büyük problem, sundukları ürün ve hizmetlerin rakiplerinin ürün ve hizmetleriyle taşıdığı benzerliktir. Her başarılı yeniliğin rakipler tarafından hızlıca taklit edilebilir hale gelmesi, işletmeler için rekabet avantajı elde etmeyi gittikçe daha

karmaşık ve zor hale getirmiştir (Ehrenberg vd., 1997:8). Bu nedenle, işletmeler için amaç arzu edilen, benzersiz ve çok değerli olmaktır (Sharp ve Dawes, 2001: 739). Bir işletme, temel felsefe ve değerlerini ileterek, itibarını olumlu yönde etkilemeye çalışabilir ve böylece kendisini pazarda konumlandırabilir (Barnett vd., 2006; Chun ve Davies, 2001; van Riel ve Balmer, 1997). Misyon ve vizyon ifadeleri, bu değerleri aktarmanın, özgünlüğü ve farklılığı vurgulamanın önemli bir aracı olarak görülmektedir (Leuthesser ve Kohli, 1997; Yamauchi, 2001).

Bu çalışmada Brand Finance tarafından yayınlanan Turkey100 raporunda yer alan Türkiye'nin en değerli 100 markasının web siteleri incelenerek işletmelerin marka kimliği oluşturma sürecinde önemli bir yeri olan ve kurumsal kimliğin yansıtılmasına katkı sağlayan misyon ve vizyon ifadeleri içerik analizi aracılığıyla incelenmiştir.

2. MÜŞTERİ ODAKLILIK

Müşteri odaklılık yaklaşımının temeli pazarlama anlayışının gelişimine dayanmaktadır. (Yang vd., 2006: 1355). Pazarlama anlayışındaki gelişmeler incelendiğinde yaşanan gelişmelerle ilgili değişimleri gerekli kılan temel unsurun giderek artan ve farklılaşan rekabet ortamına bağlı olduğu ve bu ortamda müşterileri ikna ve tatmin yoluyla satışın esas olduğu görülmektedir. Pazarlama alanında ortaya çıkan yeni anlayışlar müşteriyi işletmelerin faaliyetlerinin odağına yerleştirmiştir ve bu anlayış pazarlama literatüründe müşteri odaklılık kavramıyla kendine yer bulmuştur (Akın, 2019: 2744).

Bir işletmenin pazardaki stratejik odağını yansıtan müşteri odaklılık kavramı işletmenin müşteri ihtiyaçlarına hizmet etmek için pazardan bilgi toplanması, yayılması ve ihtiyaçlara yanıt vermek için tanıtım ve desteğe yönelmesi olarak tanımlanmaktadır (Atuahene-Gima ve Ko, 2001, s.55). Müşteri odaklılık, bir işletmenin uzun vadede karlılık için sahiplerinin, yöneticilerinin, çalışanlarının ve tüm paydaşlarının çıkarlarını gözetmekle birlikte müşterilerinin çıkarlarını önceliklendirmelerini ortaya koyan bir yaklaşım olarak tanımlanmaktadır (Deshpande vd., 1993: 27). Bir diğer tanıma göre müşteri odaklılık, işletmelerin faaliyetlerini süreçlerin merkezine müşteriyi yerleştirerek gerçekleştirmesidir (Çildağ, 2007: 9). Literatüre bakıldığında çalışmalar genellikle müşteri odaklılığın işletmelere getirdiği faydalar üzerine odaklanmıştır. Bu faydaları şu şekilde özetlemek mümkündür (Kağnıcıoğlu, 2002: 89; Boles vd, 2001; Uray, 2014: 9; Feng vd., 2012; Valenzuela vd., 2010; Ziggers ve Henseler, 2016).

Müşteri şikayetlerinin azalması
Maliyetlerin düşürülmesi
İşletmenin pazar payının artması
Çalışanların motivasyonunun artması
Karlılık artışı
İşletme imajına olumlu etkisi
Rekabet avantajı
Algılanan hizmet kalitesinin artması
Müşteri tatmininin artması
Daha yüksek satış performansı

3. MİSYON ve VİZYON

Misyon kavramı Drucker (1974) tarafından bir işletmenin var oluş amacı olarak tanımlanmıştır. Bu noktadan baktığımızda işletmelerin misyon ifadelerinin onlara özgü, faaliyet gösterdikleri pazara odaklı, örgütün değerlerini yansıtan, geleceğe yönelik, nitel ve uzun vadeli amaçları kapsayan bir yapıda olması gereklidir (Ülgen ve Mirze, 2007: 178; Alkoç, 2010; Köseoğlu ve Ocak, 2010). Vizyon ise işletmenin uzun vadeli hedeflerinin genel bir ifadesidir (Alkoç, 2010: 26). Vizyonu somut bir gelecek resmi şeklinde de tanımlamak mümkündür (Akgemci vd., 2004: 2).

Bu tanımlara bakıldığında misyon ve vizyon ifadelerinin işletmeler hakkında birçok bilgiyi barındırdıklarını söylemek mümkündür. Bu nedenle literatürde birçok farklı çalışma işletmelerin misyon ve vizyon ifadelerini farklı açılardan incelemişlerdir. Ay ve Koca (2012), ISO 500 listesindeki firmaların misyon, vizyon ve değerlerini içerik analizi ile inceledikleri çalışmasında firmaların misyon ve vizyon ifadelerinde en sık tekrarladıkları kelimeleri ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Misyon ifadelerinde en sık tekrarlanan kavramın sosyal sorumluluk; vizyon ifadelerinde ise en sık tekrarlanan kavramın liderlik olduğu sonucunu ortaya koymuşlardır. Sabuncuoğlu ve Gök (2008) ise büyük işletmelerin web sitelerinde yer verdikleri misyon ve vizyon ifadelerini pazar odaklılık açısından incelemiş ve müşterin beklentilerini karşılayarak sektörde öncü firma olma özelliklerine vurgu yaptıklarını belirtmiştir. Erol ve Kambur (2014), Türkiye'nin en büyük ilk 100 firmasının girişimcilik özellikleri bakımından misyon ve vizyon ifadelerini analiz ettiği çalışmasında en sık tekrarlanan kavramı kendine güven olarak tespit etmiştir. Benzer bir çalışmada Türkiye'nin ikinci 500 büyük firmasının misyon ve vizyon ifadelerini incelemiş ve başarı kavramını en sık tekrarlanan

kavram olarak bulmuştur (İnce, 2015). Kılıç vd. (2014) ise Fortune dergisinin açıkladığı ilk 100 firmanın misyon ve vizyon ifadelerini incelemiştir ve işletmelerin ürün ve hizmetlerinde müşterilerin istek ve talepleri doğrultusunda yenilik yapma odaklı olduklarını ortaya koymuşlardır. Oruç ve Zengin (2015), turizm işletmelerinin misyon ve vizyon ifadelerini müşteri odaklılık açısından incelemiştir ve turizm işletmelerinin misyon ve vizyon ifadelerinde müşteri odaklılığa önem verdikleri ve müşteriye değer atfedildiği sonucuna ulaşmıştır. Başka bir çalışmada ise BİST 100 endeksindeki firmaların misyon ve vizyon ifadeleri çevre perspektifinden ele alınmıştır ve 14 işletmenin misyonunda ve 5 işletmenin vizyonunda çevre kavramına yer verildiği görülmüştür (Güney, 2015). Tatlı ve Üstün (2018) BİST 100 endeksindeki işletmelerin vizyon ifadelerinde liderlik, yenilikçilik, küreselleşme ve sürdürülebilirlik kavramlarına öncelik verdikleri; misyon ifadelerinde ise sürdürülebilirlik, katma değer sunma, çevreye karşı duyarlılık, liderlik ve kalite gibi kavramlara öncelik verdikleri sonucuna varmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı Brand Finance firmasının 2023 yılı verileri itibariyle Türkiye'nin marka değeri en yüksek 100 markanın internet sitelerinde yer alan misyon ve vizyon ifadelerini müşteri odaklılık yönünden içerik analizi yöntemiyle incelemektir. Araştırmanın veri toplama sürecinde listede yer alan markaların internet siteleri incelenerek öncelikle internet sitelerinde misyon ve vizyon ifadelerine yer verip vermediklerine bakılmıştır. Daha sonra ulaşılan misyon ve vizyon ifadeleri bilgisayar ortamında uygun bir dosyada listelenerek saklanmıştır ve incelemeler bu dosya üzerinden yapılmıştır. İlk olarak işletmelerin internet sitelerinde misyon ve vizyon ifadelerine yer verip vermemelerine yönelik sonuçlar ortaya konmuştur. Daha sonra internet sitesinde misyon ve vizyon ifadelerine yer veren markaların pazarda kendilerini nasıl konumlandırdıklarını anlayabilmek için misyon ve vizyon ifadelerinde en sık kullandıkları kelimelerin neler olduğu tespit edilmiş sonrasında bu ifadeler Narver ve Slater (1990: 24) tarafından geliştirilen pazar odaklılık ölçeğinin müşteri odaklılık boyutuyla ele alınmıştır.

5. BULGULAR

İlk olarak elde edilen verilerde markaların internet sitelerinde misyon ve vizyon ifadelerinin var olup olmadığına ilişkin bir inceleme yapılmıştır. Sonuçlar Çizelge 1'de sunulmuştur. Buna göre 100 markanın 63 tanesi internet sitesinde hem misyon hem de vizyon ifadesine yer verirken,

markaların 6 tanesi yalnızca vizyon 5 tanesi de yalnızca misyon ifadelerine yer vermiştir. Markaların 26 tanesinin ise internet sitelerinde misyon ve vizyon ifadelerine yer vermedikleri görülmüştür.

Çizelge 1. Markaların İnternet Sitelerinde Misyon ve Vizyon İfadelerinin Bulunup Bulunmama Durumuna Göre Dağılımları

Misyon ve Vizyon İfadelerine Yer Veren	**63**
Sadece Vizyon İfadesine Yer Veren	6
Sadece Misyon İfadesine Yer Veren	5
Misyon ve Vizyon İfadelerine Yer Vermeyen	26
Toplam	100

Markaların kendilerini pazarda nasıl konumlandırdıklarını ve kendini ifade etmede en çok hangi kavramları kullandıklarını anlayabilmek için de misyon ve vizyon ifadelerinde geçen kelimelerin tekrar edilme sıklıkları incelenmiştir ve ilgili sonuçlar Çizelge 2'de sunulmuştur.

Çizelge 2. Markaların Misyon-Vizyon İfadelerinde En Sık Tekrar Edilen Kavramlar

Kavram	Sıklık Sayısı
Müşteri	49
Liderlik Vurgusu	35
Küresel Marka Olma Hedefi	37
Sürdürülebilirlik	27
Teknoloji	25
Güvenilirlik	29
Kalite	24
Yenilikçilik	35
Çevreye Duyarlılık	22
İş görenlerin Katkısı	23
Büyüme	17

Çizelge 2'de de görüldüğü gibi markaların misyon ve vizyon ifadelerinde en sık tekrarladıkları kavram müşteri (49) kavramıdır. Küresellik (37), yenilikçilik (35), liderlik (35) ve güvenilirlik (29) de onu takip eden kavramlar arasındadır.

Çizelge 3. Misyon ve Vizyon İfadelerinin Müşteri Odaklılık Ölçütlerine Göre Dağılımları

MÜŞTERİ ODAKLILIK ÖLÇÜTLERİ	FREKANS
MÜŞTERİ İHTİYAÇLARINI ANLAMAK (Müşteri-tüketici, beklenti-talep, ihtiyaç)	93
MÜŞTERİ MEMNUNİYETİ HEDEFLERİ (Müşteri tatmini, müşteri memnuniyeti)	12
Müşteri odaklılık	6
Müşteri değeri yaratmak	42

İşletmelerin misyon ve vizyon ifadeleri müşteri odaklılık bakımından incelenirken Narver ve Slater (1990: 24) tarafından geliştirilen pazar odaklılık ölçeğinin 5 ifadeden oluşan müşteri odaklılık boyutundan yararlanılmıştır. Ancak satış sonrası hizmetler ifadesine ilişkin örneklem üzerinde herhangi bir ifadeye rastlanamadığı için bu ifade kapsam dışı bırakılmıştır. Diğer 4 ifadeye göre misyon ve vizyon ifadeleri değerlendirilecek olursa müşteri ihtiyaçlarını anlamak vurgusu örneklemde yer alan işletmelerin misyon ve vizyonlarında en sık tekrarlanan (93) kavram olmuştur. Müşteri değeri yaratmak teması ise misyon ve vizyon ifadelerinde 42 kez yer almıştır.

6. SONUÇLAR ve DEĞERLENDİRME

Genel olarak baktığımızda çalışmanın ana kütlesini 2023 yılının marka değeri en yüksek 100 markası oluşturmaktadır. Bu markaların 63 tanesinin internet sitesinde misyon ve vizyon ifadelerine yer verdiği görülmüştür. Ancak dijitalleşmenin ve e-ticaretin giderek yaygınlaştığı günümüzde işletmeler için önemli bir iletişim ve tanıtım aracı olan internet sitelerinin bu noktada daha etkin ve verimli kullanılması önerilebilir.

Bu çalışmada misyon ve vizyon ifadelerine ulaşmak için yalnızca markaların internet siteleri kullanılmıştır. Bu çalışmanın bir kısıtını oluşturmaktadır. Daha sonraki çalışmalarda işletmelerin faaliyet raporları, kurumlardan alınan bilgiler (mail vs. yoluyla istenen bilgiler) de kullanılarak kapsam genişletilebilir.

Genel olarak değerlendirildiğinde örneklemde yer alan markaların müşterilerinin istek ve beklentilerini önemseyen, sektöründe lider ve küresel marka olma hedefi taşıyan, yenilikçi, güvenilir, sürdürülebilirliğe, teknolojiye, kaliteye, çalışanlarının katkısına ve çevreye önem veren markalar olduğunu söylemek mümkündür.

Müşteri odaklılık açısından değerlendirildiğinde de genel olarak markalarının misyon ve vizyonlarını müşterilerinin ihtiyaçlarını anlamak, müşteri memnuniyeti sağlamak ve müşterilerine değer sunmak odaklı geliştirdikleri görülmüştür.

Araştırma başarılı markalar üzerinde yürütüldüğü için bu değerleri benimsemek ve misyon ve vizyonlarını bu değerleri baz alarak konumlandırmak diğer işletmelere de öneri olarak sunulabilir.

KAYNAKÇA

Akgemci, T., Çelik, A., & Ertuğrul, G.Ü.,Vizyon Sahibi Örgütlerin Özellikleri: Konya Sanayi İşletmelerinde Yapılan Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11, 2004.

Akın, E., Üretim Yapan Kobi'lerde Müşteri Odaklılık ve İlişkisel Pazarlama Yönelimi, Business & Management Studies: An International Journal, 7(5), 2019.

Al Karim, R. and Habiba, W., Effects of CRM components on firm's competitive advantage: a case on Bangladesh banking industry", Management Research, Vol. 10 No. 1, 2020.

Alkoç, G. P., *Misyon ve Vizyon İfadelerinin İşletme Stratejisindeki Yeri ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkileri*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, İstanbul, 2010.

Atuahene-Gima, K., ve Ko, A., An Empirical İnvestigation of the Effect of Market Orientation and Entrepreneurship Orientation Alignment on Product İnnovation, Organization Science, 12(1), 2001.

Ay, Ü., ve Koca, A. İ., ISO 500 Listesindeki İşletmelerin Misyon, Vizyon ve Değerlerinin İçerik Analizi, Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, *4*(2), 2012.

Barnett, M.L., Jermier, J.M. and Lafferty, B.A., Corporate Reputation: the Definitional Landscape", Corporate Reputation Review, Vol. 9, 2006.

Boles, J. S., Babin, B. J., Brashear, T. G., & Brooks, C., An Examination of The Relationships Between Retail Work Environments, Salesperson Selling Orientation-Customer Orientation and Job Performance. Journal Of Marketing Theory and Practice, *9*(3), 2001.

Chun, R. and Davies, G., E-Reputation: The Role of Mission and Vision Statements in Positioning Strategy, Brand Management, Vol. 8, 2001.

Çildağ, G., *Müşteri İlişkileri Yönetimi ve Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama,* Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Aydın, 2007.

Değermen, A., Hizmet Personelinin Müşteri Odaklı Davranışlarının Müşterilerin Algılamaları Üzerindeki Etkisinin Saptanmasına Yönelik Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8 (30), 2008.

Deshpande, R., Farley, J. U., ve Webster Jr, F. E., Corporate Culture, Customer Orientation, And İnnovativeness İn Japanese Firms: A Quadrad Analysis, Journal of Marketing, 57(1), 1993.

Drucker, H. M., *The political uses of ideology*. Springer, 1974.

Ehrenberg, A., Barnard, N. and Scriven, J., Differentiation or Salience, Journal of Advertising Research, Vol. 37, No. 3, 1997.

Erol, Y., ve Kanbur, E., Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Türkiye'nin İlk 100 Büyük Şirketinin Girişimcilik Özellikleri, Business and Economics Research Journal, *5*(3), 2014.

Feng, T., Sun, L., Zhu, C., & Sohal, A. S., Customer Orientation For Decreasing Time-To-Market Of New Products: IT İmplementation As A Complementary Asset, Industrial Marketing Management, 41(6), 2012.

Frambach, RT, Fiss, PC ve Ingenbleek, PT, Firma Performansında Müşteri Odaklılık Ne Kadar Önemlidir? Yönelimlerin, Stratejilerin ve Ortamların Bulanık Küme Analizi, İşletme Araştırmaları Dergisi, 69 (4), 2016.

Güney, C., BİST 100 Endeksinde Yer Alan İşletmelerin "Misyon" ve "Vizyon" Bildirimlerinde "Çevre", Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi. 3(12), 2015.

İnce, A. R., Türkiye'nin İkinci 500 Büyük Şirketinin Misyon ve Vizyon İfadelerine Göre Girişimcilik Özellikleri, Academic Review of Economics & Administrative Sciences, *8*(2), 2015.

Kağnıcıoğlu, C. H., Günümüz İşletmelerinin Yaşam Anahtarı: Müşteri Odaklılık, Ege Akademik Bakış Dergisi, 2, 2002.

Kılıç, A., Eren, H., ve Gürsoy, A., Yenilikçilik Faktörlerinin Örgütlerin Vizyon ve Misyon İfadelerindeki Varlığı; Fortune Türkiye İlk 100 Firma Örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 6(4), 2014.

Köseoğlu, M. A., ve Ocak S., Misyon İfadelerinde Kullanılan Öğeler İşletmelerin Mülkiyet Yapısına Göre Değişir Mi?: Özel Ve Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Araştırma, Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 13(1), 2010.

Kumar, C. and Reinartz, *Customer Relationship Management: A Database Approach*, John Wiley & Sons, New York, NY, 2006.

Leuthesser, L. ve Kohli, C., *Corporate İdentity: The Role of Mission Statements*, Business Horizons, Vol. 40, 1997.

Narver, J. C., ve Slater, S. F., The Effect of a Market Orientation On Business Profitability, Journal of Marketing, 54(4), 1990.

Oruç, M. C., ve Zengin, B., Misyon Vizyon Bildirilerinin Müşteri Odaklılık Yönünden Değerlendirilmesi: 5 Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Örneği, Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(3), 2015.

Sabuncuoğlu, A., ve Osman, G. Ö. K., Büyük İşletmelerin Web Sitelerinde Yer Alan Misyon Ve Vizyon İfadelerinin Pazar Odaklılık Açısından İncelenmesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), 2008.

Tatlı, M., ve Üstün, F., BİST 100 Endeksindeki Firmalarin Misyon, Vizyon, Örgütsel Değer ve Stratejik Amaçlarinin İçerik Analizi, Ekonomi Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi, 3(1), 2018.

Uray, M., *Müşteri Odaklılık Ve Örgütsel Güven İlişkisinde Örgütsel Özdeşleşme Ve Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü Ve Bir Araştırma*, Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2014.

Ülgen, H. ve Mirze, K., *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, 4. Baskı, İstanbul, Arıkan Yayınları, 2007.

Valenzuela, L.M., Mulki, J.P. ve Jaramillo, J.F., Impact of Customer Orientation, Inducements and Ethics on Loyalty to the Firm: Customers' Perspective, Journal of Business Ethics, Vol. 93 No. 2, 2010.

Van Riel, C.B.M. ve Balmer, J.M.T, Corporate Identity: The Concept, its Measurement and Management, European Journal of Marketing, Vol. 31, 1997.

Yamauchi, K., Corporate Communication: A Powerful Tool For Stating Corporate Missions, Corporate Communications: An International Journal, Vol. 6 No. 3, 2001.

Yang, Z., Xu Z., Dong D.H., A Reexamination of Customer Orientation and Business Performance: From a Cultural Perspective, Management Science and Engineering ICMSE '06 International Conference, 5-7 Oct., Lille, 2006.

Wang, Y. ve Feng, H. (2012), Customer Relationship Management Capabilities: Measurement, Antecedents and Consequences, Management Decision, Vol. 50 No. 1, 2012.

Ziggers, G.W. ve Henseler, J., Bir Firmanın Müşteri Odaklılığının ve Tedarik Bazlı Yöneliminin Performans Üzerindeki Pekiştirici Etkisi. Endüstriyel Pazarlama Yönetimi, 52 , 2016.

ÇALIŞAN SERMAYE ORTAKLIĞI(ÇALIŞAN HİSSE SAHİPLİĞİ PLANLARI) VE ÇALIŞAN MÜLKİYETİ

Öğr. Gör. Dr. Ümmühan MUTLU

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0002-6277-228X

ÖZET

Kurumsal yönetimde, menfaatlerin çatışması ve bilgi olarak iki unsurun aktif rol oynadığı söylenebilmektedir. Kurumsal yönetime ilişkin alınan kararlarında, en düşük çatışma ve en fazla bilgi ile verilmiş olması beklenmektedir. Kurumsal yönetim, ekonomi ve hukuk bilimleri, çalışanlara işlerinin üzerinde ve bir mal sahibinin menfaatlerinden daha fazla yetki vermenin, şirketleri daha güçlü ve daha üretken yaptığını göstermiştir. Çalışanların sıklıkla, vekâlet çatışması olarak da adlandırdığımız, işin, şirketin maksimum fayda sağlayacağı şekilde yapılması ile işin, kendisinin maksimum fayda sağlayacağı şekilde yapılması arasındaki seçim ile karşı karşıya olduğu bilinmektedir. Çalışanın bu konudaki en doğru kararı vermesini sağlamak için temsilcilik maliyetlerini en aza indiren şirkete dâhil olma, mal sahipliği, bilgi ve yetki sisteminin bir parçası olma konusu öne çıkmaktadır.

Mülkiyet, bireylerin sahip olduğu bir hak olduğu kadar bir sorumluluk olarak da tanımlanabilmektedir. İşveren ve toplum menfaatlerini temsil edilebilmesi açısından, çalışanlar ele alınmıştır. Çalışan sermaye ortaklığı, çalışanların çalıştıkları firmalarda anlamlı mülkiyet menfaatleri edinmelerine imkân sağlayan bir girişimdir. Bu kapsamda, kurumsal yönetim yapısının hedefi, değişen zaman ve teknolojiler doğrultusunda, ihtiyaçlara uyum sağlanabilmesi için sürekli olarak yeniden değerlendirilmelerin yapılmasına olanak sağlanmasıdır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Yönetim, Çalışan Sermaye Ortaklığı, Çalışan Hisse Sahipliği Planı.

GİRİŞ

Şirketlerde kurumsal yönetim mekanizmalarının üzerinde durduğu en temel problemlerden biri yönetici ve hissedar arasında oluşan çıkar uyuşmazlığının giderilmesidir. Hissedarların, şirketin yönetim faaliyetlerini kontrol eden profesyonel yöneticilerin şirket kazançlarını kendi çıkarları doğrultusunda aktarım yapmaları durumu ile karşı karşıya olmaları, yönetici-hissedar çıkar çatışmalarını doğurmaktadır. Hissedarların aleyhine gelişen bu olumsuz durumu ortadan kaldırmak için yöneticiyi kontrol etmeleri ve buna ek olarak yöneticinin kendi çıkarlarına zarar verecek bir eylemde bulunmaması ya da bulunduğu takdirde olası zararı telâfi edeceğini kabul edeceği bir sözleşme yapma yoluna gidebilmektedirler. Bunun dışında, hissedarların yöneticilerine sağlayacakları teşvikler yoluyla bu çıkar çatışmasının önlenmesine de çalışılabilmektedir.

Hileler içeren muhasebe skandalları dolayısıyla dünya çapında kurumsal yönetim alanında çok sayıda olumsuzluk meydana gelmiştir. Bunlardan en bilineni olan Enron skandalı, Ekim 2001'de Amerika Birleşik Devletlerinde yer alan Enron şirketinin iflası ile sonuçlanan bir yolsuzluk olayıdır. Enron, WorldCom, Tyco skandalları olarak genişletilebilen ve 2001 ile 2002 arasında yaşanan toplu skandal, sahtekarlık ve başarısızlıkların tümüne bir tepki olarak doğan Sarbanes-Oxley (2002) yasası, Kamu Şirket Muhasebe Reformu ve Yatırımcı Koruma Kanunu (2002) olarak da bilinen ve 30 Temmuz 2002'de imzalanan yasadır. Bu yasa ile şirketlerin denetlenebilirlik, şeffaflık, kalite kontrolü, etik kuralları, serbestliği ve disiplin işlemlerinin yürütülmesi şeklinde görevlere sahip olan Amerikan sermaye piyasasınca belirlenen üyelerin içinde bulunduğu bir sektör ortaya çıkarılmıştır.

Küreselleşen ve rekabetin üst düzeyde olduğu süreçte işletmeler eleman seçiminde, donanımlı ve işletme için verimli, üretken elemanları işe alırken bu elemanların şirkete sadakat göstermesini ve şirketteki sürekliliğini ve motivasyonlarının artışını hedeflemektedirler. Eğer işletme bu tarzdaki çalışanlarını işletmede tutmasını sağlayacak imkânlara sahip değilse bu imkânlar yüksek ücret ve sosyal olanaklar şeklinde olabilir. Bu durumda, Çalışan Hisse Senedi Opsiyonları (İngilizce karşılığı, Employee Stock Option Plans (Esop)) bu amaç için uygulanabilecek en önemli plan olacaktır. Bu şekilde Çalışan Hisse Senedi Opsiyonları ile çalışanların şirkette sermaye ortaklığı bağlılığı arttırılmış ve işletmenin karlılık hedefleri ile çalışanların geliri arasında uyumlu bir ilişki yaratılmış olmaktadır.

Çalışanların sermayeye ortaklığı diğer adıyla çalışan hisse sahipliği planları ve çalışan mülkiyet edinimi uygulamaları, kurumsal yönetim araştırmalarında sıklıkla ele alınan ve işletmenin hedeflerine ulaşabilmesinde önemli katkılar sağlaması beklenen uygulamalardır. İlk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde 1974 yılında uygulanan çalışan sermaye ortaklığı girişimi, uygulayan şirkete vergi teşviki olanağı sağlanması nedeniyle daha geniş bir uygulama alanına kavuşmuştur. Çalışan sermaye ortaklığı uygulamaları, sahiplik eylemi dolayısıyla çalışanların şirkete olan sadakat duygusunun gelişmesine, çalışanların moral, motivasyon ve performansında artışa yol açmaktadır. Çalışan sermaye ortaklığı uygulamaları; çalışanların bağlı olduğu işletmenin sermayesinde pay sahibi olmaları durumudur. Bu uygulamalar, basit hisse senetleri şeklinde olabileceği gibi yüksek yapılandırılmış planlar şeklinde de görülebilmektedir. Çalışanların sermaye ortaklığı uygulamalarına şirketlerin neden başvurdukları sorusuna, emeklilik güvenliğinde görülen artışlar, şirket kazanç artışları, çalışanların yönetime katılma ve söz hakları cevap olabilmektedir (NCEO, 2018). Çalışanların sermaye ortaklığı uygulamaları, 1974 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde uygulanma alanı bulmuşsa da ABD, Kanada, Asya ve AB ülkelerinde kullanım sıklığı bulunan bu uygulamalar Türkiye'de gerekli teşviki görmemesi nedeniyle yaygınlaşmamıştır (Atasoy, 2009, s. 1-3).

Ancak rekabetin artmasıyla işletmelerde şirketin hedeflerini gerçekleştirmelerinde, işgücünün kalitesi fark edilir bir hale gelince katılımcı bir yönetim yaklaşımı için adı geçen uygulamalara başvurmaya başlamışlardır. Çalışanların sermayeye ortaklığı, dünyada çok sayıda ülkede rastlanan uygulamalar olduğu halde Amerika halen lider konumdadır (Atasoy, 2009, s. 2).

ÇALIŞANLAR VE MÜLKİYET

Ekonomi alanındaki ve yönetim teorisindeki araştırmacılar, çalışanlara işlerinin üzerinde ve hissedarın menfaatlerinden daha fazla yetki vermenin işletmelerin olduğundan daha fazla performans göstermelerine sebep olmuştur. Çalışanların işletmede karşı karşıya oldukları bir konu vardır. Bu konu, çalışanların işini yaparken işletmenin maksimum yararını gözeterek mi yoksa kendisinin maksimum yararını ele alarak mı yapacağı arasındaki seçimle ilgilidir. Çalışanın işletme için en doğru karar vereceğinden emin olmanın en iyi yolu olarak hissedar ve çalışan menfaatlerinin kesiştirilmesi söz konusu olmaktadır. Bunu gerçekleştirebilmek için temsilcilik maliyetlerini minimuma indirmeyi hedefleyen, mülkiyet sahipliği, bilgi ve yetki sistemi ile donatılmış bir plana ihtiyaç vardır.

İşletmelerin içinde bulunduğu rekabet ortamı, faaliyetlerini sürdürmekte; bu süreçte yöneten ve yönetilenler arasındaki ilişkilerin sağlıklı kurulabilmesi ise sadece üretim sürecinin sorunsuz işlemesine bağlı bulunmamaktadır. Çalışan hisse senetleri planı, şirket sahiplerine vergi avantajı doğururken bir yandan çalışanlara mülkiyet sahipliği hakkı nedeniyle bireysel yatırım portföylerini çeşitlendirme olanağı sağlamaktadır (Işık, 2017). Çalışan mülkiyeti sayesinde çalışanın, işletmeden sağladığı hakkın yanı sıra bir sorumluluğu da bulunmaktadır. Çalışanların hisse senedi sahipliğinin amacı, çalışanlara şirketten fayda sağlayarak ek bir teşvik sağlamak, yani şirket mülkiyetinin çalışanlarla paylaşılmasına olanak tanıyarak daha fazla verim elde etmektir (Scott, 2003, s. 126). Çalışan hisse edindirme uygulamasına sahip
İşletmelerin çalışanlarının, işletmeye karşı bağlılığının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Çalışanların, bağlı oldukları işletmeye karşı sadakati ve bağlılığı, işletmeleri başarıya götüren en büyük faktörlerden biridir. Bu nedenle, işletmelerin hisse edindirme planlarını uygulama gerekliliği doğmaktadır (Atay ve Çankır,2020).

Amerika Birleşik Devletlerinde, mülkiyeti hissedarlardan çalışanlara aktaran bir uygulama olan Çalışan Hisse Sahipliği Planı olarak adlandırılan bu plan, ilk kez 1974'de Russell Long ve Louis Kelso tarafından oluşturulmuştur. Vergi teşvikleri ve kredi düzenlemelerini gerektiren Çalışan Hisse Sahipliği Planı, çalışanların çalıştıkları firmalarda anlamlı mülkiyet menfaatleri edinmelerine imkan sağlayan modern bir Amerikan girişimi olarak tanımlanabilir.
Çalışan Hisse Sahipliği Planı temelde emeklilik fonu ile ortak özellikler barındırmaktadır. İşletme sahipleri veya çalışanlar ya da her ikisi tarafından ödeme yapılarak finansman sağlanabilmektedir. Çalışan Hisse Sahipliği Planının, diğer emeklilik fonlarından ayrılan yönü, sadece fonu kuran işletmenin hisse senetlerine yatırım yapılıyor oluşudur. Diğer emeklilik fonlarındaki gibi çeşitlendirme yapma zorunluluğu söz konusu değildir (Salkınç ve Bal, 2007). Çalışan Hisse Sahipliği Planının halka açık şirketlerce uygulanabilirliği söz konusu olduğu gibi, her büyüklüğe sahip halka kapalı şirketlerce de uygulanabilir olduğu söylenebilmektedir (Salkınç ve Bal, 2007). Ancak Çalışan Hisse Sahipliği Planı oluştuırma ve planı yürürlüğe koymanın getirdiği maliyetler dolayısıyla 15 ve altında çalışana sahip olan işletmelerin bu yöntemi tercih etmedikleri ifade edilmektedir (The National Center for Employee Ownership, 2010).

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Kurumun yönetimi için en iyi konumdaki kişi ya da grup belirlenirken menfaatlerin çatışması ve bilgiden oluşan iki unsur ele alınmaktadır. Bu grup veya kişiler belirlendikten sonra alınan kararların en fazla bilgi ile donatılmış ve en az çatışma oluşturacak şekilde verilmiş olması gerekmektedir.

İşletmelerin kurumsal yönetiminde aktif rol oynayan yönetim kurulu ve hissedarlar şirkette faaliyet gösterme yeteneğine sahip olmalıdır ve doğru hareket etmek için yeteri kadar güdülenmeli ve bilgilendirilmelidir. Kurumsal yönetim mekanizmalarının en temel hedefinin, işletmenin yönetim yapısının bilgi ve iletişim teknolojilerinde ve rekabetten kaynaklı gelişmeler doğrultusunda uyum sağlanabilmesi açısından sürekli olarak yeniden değerlendirilmesi ve gözden geçirilmesi esastır.

Çalışan sermaye ortaklığının ve uygulanan Çalışan Hisse Sahipliği Planlarının, çalışanlara mülkiyet hakkı doğurmasının yanında, işverenler açısından da vergi ve şirket aidiyet, örgütsel verimliliğin ve şirket performansının arttırılması şeklinde avantajları bulunmaktadır. Bu sayede motivasyonu yüksek şirket sadakatine sahip çalışanlara sahip olma ve hissedarlara ek finansman avantajı da eklenebilmektedir.

Amerika'da Çalışan hisse senedi sahipliği ile ilgili olarak çıkarılan yasalar sayesinde planı uygulayan işletmelerin vergi teşvikinden yararlanmaları mümkün kılınmıştır. Amerika'da devlet tarafından uygulanan bu vergi avantajının ülkemizde uygulanmıyor oluşu ve bu konuya gerekli önemin verilmeyişi, çalışan ve sermayenin uyumlaştırılması açısından bir eksiklik olarak ele alınmaktadır.

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

İşletmelerin ve çalışan hisse senedi sahipliği planları katılımcılarının, şirketin kurumsal yönetimi ve performansına odaklanması için bu planlardan yararlandırılması gerekmektedir. Çalışan hisse senedi sahipliği planı hisseleri, çalışanın ücretlendirme yönetimi olarak da görülmektedir. Bu planlar sayesinde, çalışanların da kendileri sermaye sahibi olmaları dolayısıyla işletme performansını en yüksekte tutma ve işletme için en iyisini, en verimli olacak şekilde gerçekleştirme konusunda yüreklendirildiği ifade edilmektedir.

KAYNAKÇA

Atasoy, Y. (2009). Çalışanların Sermayeye Ortaklığı, Çalışanları HisseSenedi Edindirme) Konusunda Şirketler ve Çalışanlar Üzerine Bir Uygulama ve Türkiye İçin Öneriler. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ankara Üniversitesi SBE, Ankara.

Atay, F. & Çankır, B. Çalışanların İşletmeye Ortak Edilmesi (Hisse Edindirme Planları) İle Çalışan Davranışları Arasındaki İlişki: Meta Analiz Çalışması. *Finans Ekonomi Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *5*(2), 225-244.

Işık, Sevgi (2017). Emek-Sermaye Ortaklığı Bağlamında Çalışanların Hisse Senedi Sahipliği Planı: Amerika'dan Örnekler. In Journal of Social Policy Conferences (No. 72, pp. 55-87). Istanbul University.

NCEO. (2018, Nisan 10). How an Employee Stock Ownership Plan (ESOP) Works. Ekim 19, 2019 tarihinde https://www.nceo.org/articles/esop-employee-stock-ownership-plan adresinden alındı.

Sakınç, İ., & Bal, H. (2007). Alternatif Bir Finansman Aracı: Çalışanları Hissedar Yapma Planı(ESOP). E-Yaklaşım Dergisi, (44).

The National Center for Employee Ownership-NCEO. 'A Brief History of S Corporation ESOP Scams', (Çevrimiçi), http://www.nceo.org/main/artic- le.php/id/13/.

The National Center for Employee Ownership-NCEO. 'How an Employee Stock Ownership Plan (ESOP) Works', (Çevrimiçi), http://www.nceo.org/main/article.php/id/8/.

DAVRANIŞSAL FİNANSTA YÖNETİCİLERİN SERMAYE BÜTÇELEME VE YATIRIM KARARLARINI ETKİLEYEN EĞİLİMLER

Öğr. Gör. Dr. Ümmühan MUTLU

Kocaeli Üniversitesi, - 0000-0002-6277-228X

ÖZET

Sermaye bütçelemesi ve yatırıma ilişkin kararlar, şirket yöneticilerinin işletme finansmanında karşı karşıya olduğu en önemli kararlardandır. Şirket karının maksimizasyonu hedefini taşıyan ve bu hedefle şirketi sürekli kılmayı ve şirketin büyümesini hedefleyen şirket yöneticilerinin bu süreçte, davranışsal finans teorisi altında, hangi eğilimlere maruz kaldığı ve hangi faktörlerden etkilendikleri konusu önem kazanmıştır. Sermaye bütçelemesi, firmaların sermayelerini yatırıma nasıl dönüştüreceklerini belirlerken ele aldıkları, yeni proje, mevcut projeye yapılan ek yatırımlar, sermayenin dağıtım kararları, birleşmeler ve devralmalar gibi temel kararları içeren bir süreçten oluşmaktadır. Bu kararlarda yöneticilerin önemli bir etkisi vardır. Davranışsal finans bağlamında, insani yani bireysellik etkisi dolayısıyla, yöneticilerin davranışsal özellikleri yatırım karar sürecini etkilemektedir. Bu kapsamda, yöneticilerin bu önemli kararlarında aktif rol oynayan aşırı güven ve optimizm eğiliminin etkileri ele alınmıştır. Aşırı güvenli yöneticilerin, bilgilerine aşırı değer verdikleri görülmektedir. Sermaye bütçelemesi gibi karmaşık ve önemli kararlarda, vaka sayısının az olması ve yeterli veri bulunamaması gibi nedenlerle yöneticinin, kendi bilgi ve deneyimine aşırı değer verdiği görülebilmektedir. Aşırı güvenden farklı olarak optimizm ise, bir karar sonucunda, olumlu olayların gerçekleşme olasılığının olduğundan daha fazla gerçekleşmesinin beklenmesidir. Yöneticiler, abartılı bilgi kullanarak, daha fazla güven duyarak ve riskleri kontrol altında tutabileceklerini sanarak aşırı güvenli hale dönüşmektedirler. Çok sayıda, hızlı ve abartılı yatırımlar gerçekleştiren bu yöneticilerin yaşadığı kayıpların azaltılması için çeşitli tekniklerden yararlanılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Davranışsal finans, Sermaye Bütçelemesi Kararları, Yatırım Kararları, Aşırı Güven, Optimizm.

GİRİŞ

Sermaye bütçelemesi ve yatırıma ilişkin kararlar, şirket yöneticilerinin işletme finansmanında karşı karşıya olduğu en önemli kararlardandır. Şirket karının maksimizasyonu hedefini taşıyan ve bu hedefle şirketi sürekli kılmayı ve şirketin büyümesini hedefleyen şirket yöneticilerinin bu süreçte, davranışsal finans teorisi altında, hangi eğilimlere maruz kaldığı ve hangi faktörlerden etkilendikleri konusu önem kazanmıştır. Sermaye bütçelemesi, firmaların sermayelerini yatırıma nasıl dönüştüreceklerini belirlerken ele aldıkları, yeni proje, mevcut projeye yapılan ek yatırımlar, sermayenin dağıtım kararları, birleşmeler ve devralmalar gibi temel kararları

içeren bir süreçten oluşmaktadır. Bu kararlarda yöneticilerin önemli bir etkisi vardır. Davranışsal finans bağlamında, insani yani bireysellik etkisi dolayısıyla, yöneticilerin davranışsal özellikleri yatırım karar sürecini etkilemektedir.

Sermaye bütçelemesi ve yatırım kararlarının işletmenin hayatiyetini etkileyebilecek düzeyde bir faaliyet olduğu çok açıktır. İşletmenin aktardığı yatırımın yanlış veya ekonomik olmadığı durumlar meydana geldiğinde büyük miktarda paranın kolayca boşa gidebildiği görülmektedir. Sermaye bütçelemesi kararlarının doğasından ötürü ve matematiksel hesaplamalar gerektirmesi nedeniyle zor kararlar olduğu bilinmektedir. Net bugünkü değer, iç getiri oranı ve yıllık gelir tekniklerini inceleyerek yatırım kararları analiz edilmeye çalışılır. Nakit akışlarının zamanlaması yeni yatırım kararlarında önemlidir(Fao, 2006).

Davranışsal finans, geleneksel finansın dikkate almadığı psikolojik özellikleri temel finansal problemleri çözümlemekte odağına almaktadır. Bu temel finansal problemler içerisinde sermaye bütçelemesi ve yatırıma ilişki kararlar da mevcuttur.

Kronolojik açıdan ilk kez 1980 yılında davranışsal finans kavramı ortaya çıkmıştır. Daniel Kahneman ve Amos Tversky isimli yazarların başı çektiği davranışsal finans kavramı ile ilgili yaptıkları birçok araştırma sonucunda, ‘’Beklenti Teorisi”ni ortaya çıkarmayı başarmışlardır.

Davranışsal finans, eğilimler dediğimiz yatırımcıların belirsizlik altında, karar verme durumunda karşılaştıkları duygusal ve bilişsel hatalarla ilgilidir. Geleneksel finansta rasyonel bireyin, yatırım kararında beklenen fayda tesorisine göre hareket eden, etkin piyasa hipotezi kapsamında beklentilerini belirleyen ve aynı hataları tekrarlamayan yatırımcı olarak tanımlandığı görülmektedir (Paksoy ve Aykut, 2021).

Davranışsal finans, “geleneksel finansın firma değerini temel alan psikodinamik faktörlerle çatıştığını belirtmektedir. Bu etmenlerin sadece yatırımcıların değil, yöneticilerin de rasyonel davranmalarına engel olduğunu iddia etmektedir. Davranışsal kurumsal finansa göre, yöneticilerin ve yatırımcıların rasyonel olmayan davranışlar sergilemelerine sebep olabilecek psikolojik etmenlerin geleneksel paradigmalar ile çatıştığı ortaya koyulmuştur. Davranışsal finans bu kapsamda, davranışsal kurumsal finans uygulamaları açısından önemli hipotezler ortaya koymaktadır (Bulut ve Er, 2017).

Bu araştırmada sermaye bütçelemesi gibi işletme yönetimleri için can alıcı noktada olan bir kararda, yöneticinin karşı karşıya olduğu eğilimleri ve bu eğilimlerin yöneticiler ve işletmeler üzerindeki etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

SERMAYE YATIRIM BÜTÇELEMESİ

Sermaye yatırımına ilişkin proje yapılırken, cari harcamalar ile ayrılan özellikler mevcuttur. Bu iki özelliğin, projelerin cari harcamalara nazaran daha büyük hacimli işlemlerden

kaynaklanması ve yatırım maliyetinin karşılanması ile getirilerin ele geçmesi arasında uzun bir vadenin olması ile ilgili olduğu düşünülmektedir (Fao, 2006).

Sermaye bütçeleme, en basit tanımıyla işletmelerin sermayelerini yatırıma dönüştürürken yeni proje yatırımı, mevcut projeye ek yatırımlar, sermayenin bölümler arasında dağılımı ve şirket devralma veya birleşmeleri şeklindeki kararlarla oluşturulan bir süreçtir. İşletmenin bu tür kararları verirken göz önünde bulundurması gereken projenin net bugünkü değeri, projeden elde edilecek net nakit girişleri gibi öznellik içeren sorularla karşılaşılmaktadır. Bu soruların cevabının öznellik içermesi bu sorular belirlenirken bireysellik yani insan etkisinin söz konusu olmasını ifade etmektedir. Bu nedenle, yöneticilerin aldığı kararlarda yaşanan öznellik nedeniyle davranışsal özelliklerinin bu karar verme sürecini etkilediği görülmektedir (Gervais, 2010).

2.1 AŞIRI GÜVEN

Sermaye bütçelemesi ve yatırım kararı gibi yönetsel kararlarda yöneticilerin aşırı güven eğilimine maruz kaldıkları görülmektedir. Aşırı güvenin, aşırı bilgiden kaynaklanabileceği gibi bireylerin diğer bazı özelliklerinin de aşırı güvene sebep olduğu bilinmektedir.

Sermaye bütçeleme gibi karmaşık bir olayda nakit akışını tahmin etmenin belirsiz çıktılar çerçevesinde söz konusu olması mümkündür. Yönetici, böylesi önemli bir kararda ve bununla ilgili başka bir verinin bulunmadığı durumda kendi bilgisine aşırı değer vermektedir. Ayrıca öğrenme, mevcut sorunla ilgili vakalarla çok kez karşılaşma ile bununla ilgili kesin geri bildirimler almakla sağlanmaktadır. Ancak sermaye bütçeleme gibi benzer vakaların çok sayıda olmadığı kararlarda bunun sınırlı olması yöneticinin yine kendi bilgisine değer vermesine sebep olmaktadır. Aşırı güve eğilimine sebep olan bir diğer neden, bireyin yönetici pozisyonunda yer almasıdır. Çünkü birey yönetici olduysa bu onun başarısını gösterir ve başarısı süreklidir. Bu yüzden yöneticiler, aşırı güvenli olabilmektedirler. Yönetici pozisyonuna başvuran bireyler incelendiğinde de bu bireylerin optimist ve kendine güvenen bireyler olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bu pozisyona seçilenler de genel popülasyona göre aşırı güvenlidir (Gervais, 2010). Bir diğer araştırma, yönetici aşırı güveninin artmasıyla firmaların borçluluk oranlarının da artış gösterdiğini bulmuştur (Oliver, 2005). Buna ek olarak, Tomak (2013) yönetici aşırı güvenin ve borçlanma oranlarının ilişkili olmadığını bulmuştur. Sermaye bütçelemesi kararlarında, iyimserlik eğiliminin incelendiği bir çalışmada ise, yöneticilerin gelirler konusunda iyimser, giderler konusundaysa kötümser düşündüğün bulunmuştur (Oran ve Perek, 2016).

Bir yöneticinin sermaye bütçeleme ve yatırım ile ilgili kararında riske ilişkin tutumunun da etkili olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda riskten kaçınan bir yöneticinin aşırı güveni, onu risk konusunda daha az muhafazakar olmaya sevkedecektir. Bunun sonucunda, firmaların değerli ve riskli projeleri takip etme konusunda yöneticiyi motive etmesi daha kolay olacaktır. Ücretlendirme konusunda orta seviyedeki aşırı güven, firmaların yöneticiye daha iyi durumda olmasını sağlayacak ücret sözleşmeleri teklif etmesine yol açmaktadır. Kendine aşırı güvenen yöneticilerin, firmalar için meslektaşlarına göre daha çekici bulunabileceği ifade edilmiştir. (Gervais vd.,2011)

2.2. İYİMSERLİK (OPTİMİZM)

İyimserlik, genellikle psikoloji bilimi ve davranış bilimleri alanında araştırmacıların ilgisini çeken kavramlardandır. Davranışsal finansta iyimserlik konusunda yapılan araştırmalarda, çoğu zaman iyimserlik eğiliminin aşırı güven ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Cassar ve Gibson'un (2007) yöneticilerin gelir tahminlerinde iyimser olmadıklarını bulmaları dikkat çekicidir; Firmalarının üretmesi beklenen nakit akışlarını sistematik olarak olduğundan fazla tahmin etmiyorlar. Ancak, aynı yöneticilerin gelir tahminlerinin çok aşırı ve aşırı değişken olması nedeniyle aşırı güven sergilediklerini de görüyorlar.
Oran ve Perek, 2013 de yaptıkları araştırmanın sonuçlarında, katılımcıların satış gelirleri konusunda genel olarak iyimser olduklarını, nakit akışı tahmin aşamasında ise proje maliyetleri konusunda kötümser olduklarını ifade etmektedir. Benzer şekilde, Ben-David, Graham ve Harvey'in (2008) CFO' lara yönelik araştırması, onların hem aşırı güvenlerini hem de iyimserliklerini ölçmelerine olanak tanıyor. Aşırı güvenin yatırımın temel itici gücü olduğunu, iyimserliğin ise yatırım üzerinde daha sıra dışı bir etkiye sahip olduğunu bulmuşlardır.

Optimizm, olumlu olayların gerçekleşme olasılığı incelendiğinde olumlu olayların olduğundan daha yüksek beklenti uyandırmasıdır. İnsanlar iyi olaylar szö konusu oladuğunda, bunun kendi başlarına akranlarından daha sık geldiğini düşünmektedirler. Optimizm eğilimi, yöneticilerin olduğundan daha fazla proje yapmasına sebep olurken, yöneticilerin kar öngörülerinde ise iyimser olmadıkları ortaya koyulmuştur.

Optimizme göre, nakit akışının sistematik olarak fazla hesaplanmamasına rağmen, kar öngörülerinin aşırı derecede dalgalı yani istikrarsız olduğunda aşırı güven sergilendiği görülmektedir (Cassar ve Gibson, 2007). Girişimcileri aşırı güven sergileyen ülkelerde iş kurma oranı daha yüksek ancak başarısızlık oranı da daha yüksek olarak bulunmuştur (Koellinger,Minniti ve Schade,2007). Geçmişteki şirket birleşmeleri başarılı olan CEO'ların gelecekte firmasının değerini düşüren birleşmeler yaptıkları da görülmektedir (Doukas&Petmezas,2007).

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Geleneksel finansın tersine davranışsal finans, piyasalarda rasyonel olmayan kararların varlığını ve bireylerin kararlarında, duygusal ve bilişsel olarak sınıflandırılabilen eğilimlerin etkili olduğunu savunmaktadır. Davranışsal finans, sadece kişisel finansı değil kurumsal finansı da ele almaktadır.. Davranışsal finans alanında yapılan çalışmalar, işletme finansmanında karar yetkisine sahip bir yöneticinin, sermaye bütçelemesi ve yatırım konusunda alacakları kararlarda, özellikle aşırı güven eğilimine çok fazla maruz kaldığını daha sonra da aşırı güvenle ilişkili olarak iyimserlik eğiliminin bu kararlarda etki gösterdiğini ortaya koymuştur.

Bireylerin aşırı güvenli olmaları, genel olarak, kendi bilgilerinin kesinliğini olduğundan fazla öngörmeleri, bu bilgiler ışında belirsizliğin azaltılarak her şeyin kontrol altında olduğunu

düşünmeleriyle ilişkilendirilebilir. Yöneticilerde daha sık görülebilen aşırı güven eğiliminin, olduğundan daha hızlı, daha sık ve abartılı yatırımların oluşmasına sebebiyet verdiği görülmüştür. Aşırı güven eğiliminin olumsuz etkilerini azaltmada, yöneticilerin bu konularda daha sık kararlarla karşılaşması sonucu elde edilen deneyimler etkili olabilmektedir. Davranışsal finansta iyimserlik eğilimini araştıran çalışmaların ise genellikle iyimserlik eğilimiyle ilişkili olan aşırı güvenin bulgularından sonra yer aldığı ve iyimserlik eğiliminin, sermaye bütçelemesi ve yatırım kararları üzerindeki etkisi incelendiğinde araştırmaların genelinde, gelirler açısından bir iyimserlik yarattığı ifade edilmektedir.

KAYNAKÇA

Fao (2006). Investment decisions - Capital budgeting,http://www.fao.org/docrep/W4343E/w4343e07.htm

Paksoya, S., and Aykut, M. Yatırımcı Davranışlarının Davranışsal Finans Açısından Değerlendirilmesi Evaluation of Investor Behaviors in terms of Behavioral Fin Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 2021, 5(1).

Bulut, E., and Bünyamin, E. R. (2018). Davranışsal Kurumsal Finans Ekseninde Kurumsal Finansal Kararlar: Bir Literatür Değerlendirmesi. Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, (20), 33-50.

Tomak, Serpil (2013). The Impact of Overconfidence on Capital Structure in Turkey, International Journal of Economics and Financial Issues, 3 (2), 512-518.

Oran, Jale Sözer ve Perek, Seda Gürol (2013). An Empirical Test of Optimism Bias in Capital Budgeting Decisions, Journal of Modern Accounting and Auditing, 9 (2), 287-296.

Gervais, S., Heaton, J. B., & Odean, T. (2011). Overconfidence, compensation contracts, and capital budgeting. The Journal of Finance, 66(5), 1735-1777.

Gervais, S. (2010). Capital budgeting and other investment decisions. Behavioral finance: Investors, corporations, and markets, 413-434.

Oliver, B. R. (2005). The Impact of Management Confidence on Capital Structure, http://ssrn.com/abstract=791924.

Simon, Mark, and Susan M. Houghton. 2003. The relationship between overconfidence and the introduction of risky products: Evidence from a field study. Academy of Management Journal 46:2, 139–49.

Cassar, Gavin, and Brian Gibson. 2007. Forecast rationality in small firms. Journal of Small Business Management 45:3, 283–302

Doukas, John A., and Dimitris Petmezas. 2007. Acquisitions, overconfident managers and self-attribution bias. European Financial Management 13:3, 531–77

Gervais, Simon, and Itay Goldstein. 2007. The positive effects of biased self-perceptions in firms. Review of Finance 11:3, 453–96.

Koellinger, Philipp, Maria Minniti, and Christian Schade. 2007. I think I can, I think I can: Overconfidence and entrepreneurial behavior. Journal of Economic Psychology 28:4, 502–27.

Ben-David, Itzhak, John R. Graham, and Campbell R. Harvey. 2008. Managerial overconfidence and corporate policies. Working Paper, Duke University.

BRAND PERSONALITIES OF EMERGING VIRTUAL INFLUENCERS AYPERA AND ALARA X IN TURKEY: AN ANALYSIS USING AAKER'S SCALE

Asst. Prof. Dr. Nur ÖZER CANARSLAN
Anadolu Üniversitesi, - 0000-0003-3091-6012

ABSTRACT

This study aims to analyze the brand personalities of new generation virtual influencers such as Aypera and Alara in Turkey's rapidly evolving digital marketing environment. These rising virtual influencers on social media platforms have become an important marketing tool for brands. In line with the criteria of the brand personality scale created by Aaker, the Instagram posts of two virtual influencers were analyzed in terms of brand personality by using content analysis method. As a result of the study; 98 posts in Aypera's account were coded according to Aaker's brand personality dimensions and sub-dimensions and it was revealed that brand personality has five dimensions. The distribution of the dimensions; 51% sincerity, 37.75% excitement, 8.33% sophistication, 1.85% masculine. As a result of the coding of 108 posts in Alara X's account, it was determined that the brand personality has 4 dimensions. The distribution of the dimensions; 36.11% sophistication, 34.25% excitement, 27.77% sincerity, 1.85% masculinity. Brand personality dimensions and sub-dimensions were also visualized by creating a word cloud in the study. This study sheds valuable light for marketers, academics and business professionals who want to understand the brand personalities of Turkey's first virtual influencers Aypera and Alara X on social media and develop strategies in this area.

Anahtar Kelimeler : Virtual Influencer, Brand Communication, Brand personality, Social media

Introduction

The development of virtual influencers has transformed how brands engage with their target audience in the always changing world of digital marketing. These computer-generated characters have swiftly become well-known on different social media platforms, capturing the interest of a wide and engaged user base. They are frequently difficult to tell apart from real influencers. They have emerged as potent tools for brands looking to build meaningful online presences thanks to their capacity to relate to people on a personal level, offer relatable content, and effortlessly integrate with contemporary digital culture.

The emergence of virtual influencers in Turkey, an emerging market with a quickly expanding digital economy, has not gone ignored. Important participants in this field include Aypera and Alara X, two pioneering virtual influencers who have gained a lot of attention and engagement

on social media platforms. It is crucial to investigate the features that define these brands' personalities and the effects they have on the audience as these virtual influencers keep influencing customer perceptions and actions.

With regard to two new virtual influencers in Turkey's digital scene, Aypera and Alara X, this study tries to delve into their brand personas. The dimensions that create their brand personalities are intended to be studied using Aaker's Brand Personality Scale as the framework, offering light on how these personalities resonate with their audience. Academics interested in comprehending the interaction between virtual personas and consumer behavior as well as marketers and business professionals attempting to navigate the world of virtual influencer marketing would find great value in the research.

The remainder of this paper is organized as follows: The theoretical background and relevant literature on virtual influencers and brand personality are outlined in Section 2 of this article. The research methodology, including the procedure for gathering data and the approach used for content analysis, is described in Section 3. The results of the analysis are presented in Section 4 for both Aypera and Alara X, emphasizing the characteristics that define each brand's personality. The results of the findings and their importance for academic research and marketing tactics are covered in Section 5. Finally, Section 6 brings the work to a close by summarizing the major conclusions and outlining possible directions for further investigation in the dynamic area of virtual influencer marketing.

Literature Review

Influencer Marketing and Virtual Influencers

Influencer marketing extends the "word of mouth" marketing method through which companies seek well-known or influential individuals on social media for brand or product endorsements. Unlike traditional media, where communication is distributed top-down, social media allows for bottom-up, bidirectional communication where recipients can also take part in the activities posted by the senders (Arsenyan ve Mirowska, 2021). In recent years, virtual influencers (VIs) have entered the market, creating competition for human influencers (Mediakix 2019)

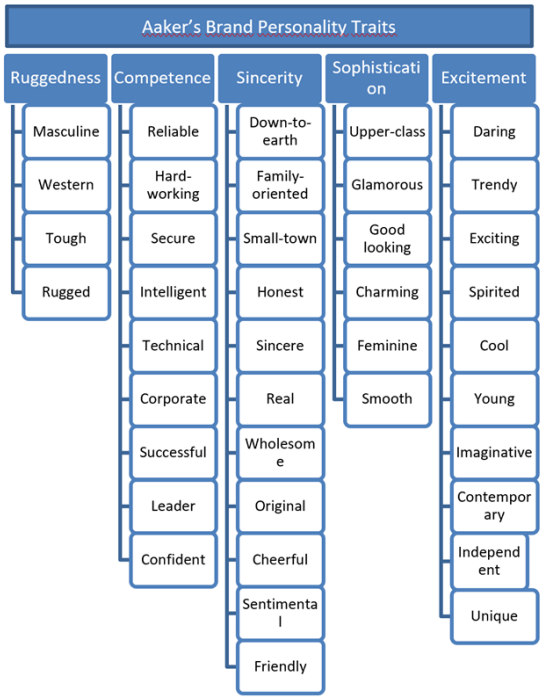
A virtual influencer is a person or entity made by software that has the ability to influence others, primarily through marketing partnerships or involvement in social media campaigns, and is only produced and consumed through digital platforms (Moustakas et al. 2020). According to Conti et al. virtual influencers are more flexible, more exclusive, brand safety and brand innovative. Virtual influencers have becme more popular in recent years, and most of them are “similar to human beings in terms of their physical appearance, personality, and behaviour” (Moustakas et al. 2020, 1). According to Thomas and Fowler (2021), virtual

influencers can be just as successful as human celebrity endorsers at influencing consumers' attitudes toward a product or service.

Brand Personality

As defined by Aaker (1997), brand personality refers to the set of human characteristics associated with a brand. According to Aaker, brands share similarities with real personalities or characters, and consumers attach their own personality-like characters to particular brands in order to give those brands personalities. Brand personality is used to differentiate oneself in a product category (Halliday, 1996)

Aaker (1997) originally developed the Dimensions of Brand Personality to identify the main consumer personality traits linked to brand preference. In order to define and evaluate the "personality" of a brand in its five fundamental dimensions, which are further subdivided into a number of facets, Aaker (1997) developed a 42-item scale of attributes. Figure 1 provides a conceptual foundation for this study.



Methodology

This section provides an overview of the study methodology used to evaluate the brand personalities of Turkey's newest virtual influencers, Aypera and Alara X. The study's goal was to evaluate the characteristics of these online influencers' brand personalities using Aaker's Brand Personality Scale as a framework. To study their Instagram postings and pinpoint their intrinsic brand personality features, the research employed a content analysis methodology.

The Instagram posts made by Aypera and Alara X on their official accounts make up the study's sample. These digital influencers were chosen because they are the leading members of Turkey's first new generation of virtual influencers. They are good candidates for studying the subtleties of brand personalities in the context of virtual influencers because of their popularity, level of interaction, and distinctive personalities.

Both Aypera's and Alara X's official Instagram accounts had enough posts available for data gathering. The study included a range of posts, including pictures, videos, captions, and interactions with followers, to ensure a thorough examination. To get a meaningful sample of material and interactions, we chose every single post that the virtual influencers had ever made on their accounts.

The Aaker's Brand Personality Scale, which measures traits including sincerity, excitement, sophistication, and masculinity/femininity, served as the foundation for the coding process. Each Instagram post was carefully examined to determine whether these dimensions and their corresponding sub-dimensions were present. For instance, posts were given a sincerity rating if their content exuded sincerity, honesty, and authenticity.

Data Analysis

The distribution of brand personality attributes among the Instagram postings of both virtual influencers was examined using quantitative data analysis. The total number of coded postings served as the basis for calculating the percentages of each dimension and sub-dimension. This made it possible to compare the many ways in which Aypera and Alara X displayed their brand personalities.

To enhance the presentation of findings, brand personality dimensions and sub-dimensions were visualized using word clouds. This method gave a visual representation of the recurring themes found in the material of Aypera and Alara X, illuminating the fundamental traits that make up each brand's distinct personality.

ALARA X					**AYPERA**			
Main Brand Personality	**n**	**%**	**Brand Personality Sub-dimension**	**Brand Personality Sub-dimension n**	**Brand Personality Sub-dimension n**	**%**	**n**	**Main Brand Personality**
Sophistication	43	39.8	Glamorous	26	2	8.33	9	**Sophistication**
			Feminen	11	7			
			Upper-class	6	0			
Excitement	31	34.2	Artistic	7	5			**Excitement**
			Trendy	6	3			
			Exciting	8	11			

			Imaginative	2	5	37.7	29	
			Unique	8	4			
			Young	0	1			
			Real	11	5	51	50	
			Friendly	8	14			
			Down to earth	7	19			
			Cheerful	2	0			
			Sentimental	2	8			
Sincerity	30	27.7	Honest	0	4			**Sincerity**
			Secure	2	1	7.40	8	
			Corporate	1	0			
			Successful	0	4			
Competency	2	1.8	Hard-working	0	3			**Competency**
Total	**108**	100				100	98	

Table 2: Distribution of Aypera and Alara X brand personality dimension

As a result of the study; 98 posts in Aypera's account were coded according to Aaker's brand personality dimensions and sub-dimensions and it was revealed that brand personality has four dimensions. The distribution of the dimensions; 8.33% sophistication, 37.7% excitement, 51% sincerity, 7.40% competency

As a result of the coding of 108 posts in Alara X's account, it was determined that the brand personality has 4 dimensions. . The distribution of the dimensions; 27.7% sincerity, 34.2% excitement, 39.8% sophistication, 1.8% competency.



Figure 1. Aypera's main brand personality Wordart



Figure 2. Aypera's sub brand personality dimensions.



Figure 3. Alara 'x's brand personality dimensions



Figure 4. Alara 'x's brand personality subdimensions

Using word clouds to visualize brand personality dimensions and sub-dimensions gives the influencer's content themes a powerful visual expression. This method offers a rapid understanding of the repeating characteristics that characterize their personas. The word clouds support the quantitative results, highlighting the particular attributes that are most important in each content strategy.

In the word cloud, we can visually express the difference between the brand personalities of Aypera and Alara more clearly. As we can see in the figures, in the word cloud,s Aypera's brand personalıty is characterızed by more sincere, friendly, emotional traits, while Alara's brand personality is characterized by more sophisticated, femininee, glamorous traits.

Discussion:

The findings of this study provide a comprehensive understanding of the brand personalities exhibited by the emerging virtual influencers, Aypera and Alara X, within the dynamic context of Turkey's digital marketing landscape. The application of Aaker's Brand Personality Scale to analyze their Instagram posts has illuminated the distinct dimensions that define and differentiate their brand personalities. These insights hold significant implications for marketers, academics, and business professionals seeking to harness the potential of virtual influencer marketing.

The analysis of Aypera's Instagram posts revealed a predominant brand personality characterized by sincerity, as indicated by a substantial 51% representation. This sincerity-driven personality aligns with the influencer's ability to establish an authentic and relatable connection with her audience. This finding underscores the value of genuine communication in fostering engagement and trust within virtual influencer-brand relationships. The secondary dimension of excitement at 37.75% showcases Aypera's capacity to infuse enthusiasm and vitality into her content, resonating with her predominantly youthful audience. However, the relatively lower representation of sophistication and masculinity suggests that these dimensions might be areas for potential refinement in Aypera's brand persona.

In the case of Alara X, the brand personality dimensions portray a more balanced distribution. The dimension of sophistication, dominant at 36.11%, signifies Alara X's embodiment of refined aesthetics and cultural awareness, which likely appeals to a discerning audience. The closely trailing excitement dimension at 34.25% accentuates her ability to create dynamic and captivating content. The representation of sincerity at 27.77% indicates an underlying authenticity that connects her with her followers. The minimal presence of masculinity reaffirms the influencer's focus on other dimensions and her appeal to a broader audience irrespective of gender.

Theoretical and Practical Implications:

This study contributes to the growing body of knowledge on virtual influencer branding by applying Aaker's Brand Personality Scale in a novel context. The identified dimensions offer insights into the ways virtual influencers strategically construct and communicate their personalities to resonate with their audience. By understanding these dimensions, marketers can refine their strategies to align with the preferences and expectations of their target market, ultimately leading to more effective influencer-brand collaborations.

Academically, this research enriches the discourse on the intersection of digital culture, branding, and influencer marketing. It demonstrates the applicability of established branding theories to virtual influencer personas and expands our understanding of how these personas impact consumer behavior and perception.

Limitations and Future Research:

Although this study offers insightful information, there are several drawbacks. The study is restricted to content on Instagram and does not accurately reflect the nuanced brand personas of the influencers on other platforms or in face-to-face encounters. The study concentrated on two particular virtual influencers in the Turkish environment, therefore its conclusions might not generalize to other virtual influencers or cultural contexts.

Future studies could examine how brand identities change over time and the possible effects of partnerships between online influencers and conventional celebrities or corporations. Additionally, a comparison of online influencers from various cultural origins may reveal interesting differences in the characteristics of brand personality.

REFERENCES

Aaker, J. (1997). Dimensions of Brand Personality. SSRN Electronic Journal.

Arsenyan, J., & Mirowska, A. (2021). Almost human? A comparative case study on the social media presence of virtual influencers. International Journal of Human-Computer Studies, 155, 102694.

Conti, M., Gathani, J., & Tricomi, P. P. (2022). Virtual influencers in online social media. IEEE Communications Magazine, 60(8), 86-91.

Halliday, J. (2017). Chrysler Brıngs Out Brand Personalıtıes Wıth '97 Ads. [online] Adage. Available at: http://adage.com/article/news/chrysler-bringsbrand-personalities-97-ads-automaker-dealergroups-expected-spend-2-bil-effort/76902/.

Mediakix. 2019. "What Are CGI Influencers?" Meet Instagram's Virtual Models. https://mediakix.com/blog/cgi-influencers-instagram-models/

Moustakas, E., Lamba, N., Mahmoud, D., & Ranganathan, C. (2020, June). Blurring lines between fiction and reality: Perspectives of experts on marketing effectiveness of virtual influencers. In 2020 International Conference on Cyber Security and Protection of Digital Services (Cyber Security) (pp. 1-6). IEEE

Thomas, V. L., and K. Fowler. 2021. "Close Encounters of the AI Kind: Use of AI Influencers as Brand Endorsers." Journal of Advertising 50 (1):11–25.

ALGILANAN PAKET SERVIS HIZMETININ RESTORAN MARKA İMAJINA VE YENIDEN SATIN ALMA NIYETINE ETKILERI

Yüksek Lisans Öğrencisi Işık PALA
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 0009-0004-6127-5662

Dr. Öğretim Üyesi Yasin SOYLU
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, 0000-0002-2951-0069

ÖZET

Günümüzde insanlar ev dışında yemek arzularını çoğunlukla yiyecek içecek işletmelerinde karşılayabilmektedirler. İnsanların restoran seçimlerinde kritik faktörlerden biri hizmet kalitesidir. Restoran işletmeleri diğer işletmeler ile rekabette avantaj elde edebilmek adına verdikleri hizmetin kalitesine daha çok dikkat etmektedirler. Çünkü hizmet kalitesi hem restoranın imajına etki etmekte hem de müşterilerin işletmelerden aldıkları hizmeti için tekrar ziyareti olası hale getirmektedir. Bu unsur işletmenin kazancı ve karlılığın yükseltmektedir. Araştırmanın amacı restoran işletmelerinde paket servis hizmeti verildiğinde algılanan hizmet kalitesinin, restoran imajı ve yeniden satın alma niyeti üzerinde etkilerini incelemektir. Araştırmada nicel araştırma yaklaşımlarından betimsel model kullanılmıştır. Bu kapsamda Türkiye çapında telefonla veya çeşitli uygulamalarla yemek siparişi vermiş kişilerle çevrimiçi anket yöntemi kullanılarak veri toplanmıştır. Elde edilen verilerin analizi için SPSS ve Smart PLS istatistik programları kullanılmıştır. Kullanılabilir 271 adet anket veri analizine tabi tutulmuştur. Kişi özellikleri çalışmada önem arz etmediğinden demografik testler yapılmamıştır. Araştırma sonuçlarına göre algılanan paket servis hizmetinin, restoran imajına doğrudan ve pozitif yönlü etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelime: Paket Servis Hizmeti, Algılanan Hizmet Kalitesi, Restoran İmajı, Yeniden Satın Alma Niyeti

1.GİRİŞ

Varoluşlarından bu yana bireyler, yaşamlarını sürdürmek amacıyla tüketim davranışı sergilerler. Günümüze kadar süren gelişim, insanların ihtiyaçlarını karşılamak adına tüketim faaliyetlerini başka bir boyuta taşımıştır. Çağdaş pazarlama yaklaşımları müşteriyi çıkış noktası olarak görmektedir. Müşterinin bakış açısını anlamayan işletmelerin günümüz rekabet koşullarında faaliyetlerini sürdürmeleri neredeyse imkansızdır. İşletmeler, rekabet avantajı elde etmek için farklı pazarlama yöntemleri ve anlayışları kullanma eğilimindedir. İlişkisel pazarlama, müşteri önceliğini artırma ve mevcut müşterileri elde tutma felsefesine dayanan yeni bir pazarlama anlayışıdır. Yeni müşteri kazanmanın mevcut müşterileri elde tutmaktan çok daha maliyetli olması ilişkisel pazarlama yaklaşımının ortaya çıkmasında kilit rol oynamıştır. Sonuç olarak, günümüz şirketleri kendi aralarındaki rekabet anlayışlarını, yeni müşteriler

çekmek yerine mevcut müşterilerinin rakip şirketlere geçmesini engelleme stratejisi üzerine inşa etmektedirler. Alternatiflerden birini seçip deneyimleyen tüketiciler, tüketim davranışını sergiledikten sonra hissettikleri uyumsuzluk arttıkça restoran imajına bakışlarını değiştirebilmektedir. Literatürde restoran sektöründe hizmet kalitesi, restoran imajı ve yeniden satın alma niyeti algısını ölçmeye yönelik çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalarda restoran işletmesinin hizmet değerini ortaya koyan unsurlar belirlenmeye çalışılmıştır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Hizmet

Hizmet; tarihsel seyrine bakıldığında sadece otellerde, havayollarında, danışmanlık şirketlerinde ortaya konan faaliyetten bir eylem olarak oluşmaktadır. Zamanla bankalar, sigorta şirketleri, hastaneler, sivil toplum örgütlerinde ve sanayi sektörü için bir rekabet unsuru haline gelmiştir (Yumuşak, 2006: 4). Tek'e (1997) göre hizmet veya servis, kalite kontrol, tedarikçi güvencesi, itibar ve uygunluk gerektiren, satışa sunulan faaliyetler, faydalar ve tatminlerdir. Hizmetler temel olarak ürün üretmeyen faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Tütüncü, 2009: 21). Zaman, mekan, biçim ve psikolojik açıdan fayda sağlayan ekonomik faaliyet olarak yorumlanır (Gözlü, 1994). Hizmet, insanların günlük yaşamlarında ürettikleri ve asla vazgeçmedikleri doyumlardır. Hizmetler insanlık tarihinin başından beri vardır ve hizmetler maddi tatminden çok manevi tatmin sağlar (Karahan, 2006: 27).

2.1.1.Hizmetlerin Özel Nitelikleri

Niteliklerin belirlenmesinde öncelikli amaç hizmetler ve mallar arasındaki farkı açıkça ortaya koyabilmektir.

Soyutluk

Lovelock (1981) ve Shostak'a (1977) göre hizmetlerin çoğu soyuttur. Nesnelerden ziyade eylem olduklarından, kesin, tekdüze kalite için üretim spesifikasyonları nadiren belirlenir. Soyutlama tüm hizmetlerde mevcuttur. Bu nedenle araştırmacıların bu özelliğe özel bir ilgisi vardır. Ancak dinamik, sübjektif ve geçici oldukları için soyut unsurları ölçmek zordur (Kotler ve Armstrong, 2005: 259).

Heterojenlik

İkincisi, hizmetler, özellikle yüksek miktarda emek gerektiren hizmetler, heterojendir. Hizmetlerin performansı üreticiden üreticiye, müşteriden müşteriye ve günden güne değişebilir. Hizmet personeli davranışının tutarlılığını garanti etmek zordur (Booms ve Bitner, 1981). İşletmenin sunmaya çalıştığı şey tüketicinin aldığından farklı olabilir. Aynı hizmetin kalitesi, hizmeti sunan kişiye, hizmetin süresine ve sunulma biçimine göre farklılık gösterebilmektedir (Kuzu, 2010:23).

Eş Zamanlı Üretim ve Tüketim

Mal üretiminde, üretim ve tüketim süreçleri birbirinden farklı olduğu için müşteri sadece ürünü almak istedinde işletme ile etkileşime geçer. Üretim çoğu zaman müşteri tarafından görülmez. Hizmetlerin üretimi ile satışı eş zamanlıdır. Müşteri üretim sürecine katılmış olur.

Bunun iki sonucu vardır: Birincisi, üretici ve satıcı genellikle aynı kişidir. Müşterinin hizmet sürecinin bir parçası olaması gibi hizmeti sağlayan kişi de hizmetin bir parçasıdır. Yeme-içme, ulaşım, sağlık hizmetleri gibi farklı hizmet çeşidinde müşterinin orada olması, üretim sürecine katılması gerekmektedir (Sevimli,2006:5). Birçok mal üretildikten sonra satılıp tüketilirken, hizmetlerin geneli satıldıktan sonra üretilir, üretildiği anda da tüketilir. Hizmetlerinin üretimi, hizmetler tüketicilere sunulana kadar gerçekleşmeyecektir. Hizmet işletmelerinin çoğunda, işlemin gerçekleşmesi için hizmet sağlayıcı ve müşterisinin aynı yerde olması gerekir. Hizmeti bir hizmet çalışanı üretiyorsa, hizmetin bir parçasıdır (Kotler, Bowen ve Makens, 2003:43).

2.2.Kalite

Kalite standardize edilmemiş, müşterinin davranış özelliklerine, ekonomik durumuna ve demografik özelliklerine göre değişebilen subjektif bir kavramdır. Bu kapsamda kalite; müşteride yaratılan memnuniyet, müşterinin tatmini olarak tanımlanabilir. Hizmetinin genel özelliklerinden dolayı, hizmet veren işletmeler için standart bir kalite kavramından bahsetmek zordur. Hizmetin çekirdek özelliği olan soyutluk, tüketici tarafından önceden deneyimlenmemiş olması, yani üretimin ve tüketimin eş zamanlı gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Bu da farklı müşteri beklentisine göre, müşterinin tatmin seviyesini değiştirebilmektedir (Temizel ve Garda, 2017: 163). Bir işletmenin performansında ürün ve hizmetlerin "kalitesi" ana faktörlerdendir. Kalite, pazar konumlamasında etkili bir araçtır. Üretici, marka geliştirirken, markanın hedef pazardaki yerini destekleyecek bir kalite düzeyi seçmek mecburiyetindedir. Belli bir ürünün üretim nedenine bağlı, amaçları gerçekleştirme seviyesidir. Kalite, ürünün dayanıklılığı, güvenilirliği, doğruluğu, görünüşü, tamlığı, bakım onarım kolaylığı ve diğer değer verilen özelliklerin bütünüdür (Tek, 1997: 360).

2.2.1.Hizmet kalitesi

Malların pazarlanması ile hizmetlerin pazarlanması arasında hizmetlerin özelliklerinden kaynaklanan önemli farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Hizmet pazarlamasını anlamak için, hizmet pazarlamasının çekirdek faktörü olan hizmet kalitesini anlamak ve özümsemek gereklidir (Şekerkaya, 1997: 13). Hizmet, geçmişte olduğu gibi amatörler tarafından gerçekleştirilen faaliyetleri içeren bir konsept olmaktan çıkmış; en iyi hizmeti veren kişi veya şirkete itibar kazandıran, müşteri kazanmaya, para kazandırmaya ve bunları sağlamak için uzmanlık gerektiren bir faaliyettir. Bu durumun üstesinden gelmek için çeşitli stratejiler de belirlenmektedir. Günümüzde ürün kalitesi çok önemlidir ve işletmeler sundukları hizmetin üstünlüğüyle ve kalitesiyle pazarda var olabileceklerini anlamışlardır (Karahan, 2006: 14). Hizmet kalitesi, müşterinin beklentilerini karşılayabiliyorsa değerlidir. Dolayısıyla, hizmet kalitesi açısından kalite, müşteri tarafından algılanan performans düzeyi veya hizmetin müşteriye yönelik memnuniyet düzeyi olabilir (Çiftçi, 2006: 15).

Müşterilerinin belirli bir hizmete ilişkin beklentileri, yapılan hizmetin kalitesinin değerlendirilmesini şekillendirir. Müşterilerin beklentileri ile yönetimin müşteri beklentileri anlayışı arasında bir çelişki olduğunda, algılanan hizmet kalitesi hasar görecektir. Yönetimin müşteri beklentilerini doğru bir şekilde belirleyememesi, bir tür kalite açığıdır. Yönetim, müşteri beklentilerini tam olarak saptadığında bile, hizmet kalitesi problemleri ortaya çıkabilir. Bununla beraber, bazı durumlarda, yönetim müşteri beklentilerinin farkına varır ve uygun standartları belirler ve yine de işletme tarafından verilen hizmet yetersiz kalır. Hizmet kalitesinin devamlılığı, sadece müşteri isteklerinin tanınmasına ve uygun spesifikasyonların oluşturulmasına değil, aynı zamanda belirli seviyelerde performans göstermeye istekli ve

yetenekli insanlardan oluşan bir iş gücünün sürdürülmesine de bağlıdır (Berry, Parasuraman ve Zeithaml, 1988: 38).

2.3.E-Ticaret ve Paket Servisi

Bilgi teknolojisindeki gelişmeler, işletme ve pazar bünyesinde büyük değişikliklere sebep olmaktadır. İşletmeler arası bilgi sistemleri ve internet, e-ticaret ve elektronik pazaryerlerinin oluşturulması gibi yeni iş uygulama biçimleri ve yöntemlerine olanak sağlamaktadır (Giaglis, Klein ve O'Keefe, 2002: 231). Dijitalleşme, fiziksel ürünlerin programlanabilir, adreslenebilir, mantıksal, akılda kalıcı, izlenebilir ve ilgili hale getirilme aşaması olarak tanımlanmaktadır (Tian, Lin ve Ni, 2010). Günümüzde Gastronomi 4.0 kavramı ile yiyecekte ve içecekte dijitalleşme uygulamaları ve denemeleri başlamıştır. Bir çevrimiçi sipariş uygulamasının misyonu, müşterileri ve yiyecek/içecek işletmelerini birbirine bağlamaktır. Bir yemek siparişi uygulaması, müşterileri anlaşmalı satıcılardan gelen ürünlerle tanıştırmaya çalışır. Uygulama, bu faaliyetleri gerçekleştirirken müşterinin istek ve tercihlerini dikkate almaktadır. Bunun için yemek siparişi uygulamaları, müşterilerin istedikleri ürünleri seçebilmeleri için filtreleme seçenekleri sunar. Siparişi aldıktan sonra satıcıyla iletişime geçer. Restoranlar online paket servis siparişlerini yerine getirirken ürün çeşitliliği, kalite, teslimat, zamanlama ve altyapı açısından yetersiz kalmaya başlamaktadır. Pazarda artan rekabet ve müşteri memnuniyeti gibi etkenlerle birlikte hem masaya servis hem de paket servis hizmeti veren restoranlar büyük sorunlarla karşılaşmaktadır (Tarınç ve Ülken, 2021: 322-323). Mobil internetin yaygınlaşmasıyla birlikte, akıllı telefonların kullanıldığı Çevrimiçi Paket Servis Siparişi ve Teslimatı gelişmekte olan bir hizmet haline geldi. Bu hizmette, kullanıcı, online sipariş verdikten sonra, restoran personeli tarafından teslim edilen yemeği alabilmektedir. Ayrıca, sistemde hizmetin yeni modeli olarak çeşitli çevrimiçi dağıtım platformları geliştirilmektedir. Paket servisi olan yiyeceklerin farklı restoran çalışanları tarafından bağımsız olarak teslim edildiği geleneksel teslimat yönteminden farklı olarak, bu platformlarda kayıtlı birden fazla satıcı, teslimat maliyetini indirgemek için profesyonel teslimat personelinin kaynaklarını kullanabilmektedir (Liu, Guo, Du, Yu, Zhang ve Chen, 2017: 564). Hizmet yükselen bir gelişme gösterse de mevcut çevrimiçi paket servis siparişi ve teslimatı hizmetlerinin hala bazı sınırlamaları mevcuttur. İlk olarak, gıda teslimatının gerçekleştirilmesi, teslimat verimliliğini düşüren ve yavaş hız nedeniyle sınırlı teslimat aralığına neden olan teslimat maliyeti göz önüne alındığında çoğunlukla araba yerine bisiklet veya elektrikli scooter kullanılarak tamamlanır. İkincisi, yemek siparişlerinin büyük çoğunluğu aynı zaman diliminde verilir ve bu da kısa zamanda çok sayıda teslimat talebine yol açabilir. Bu sebeple, teslimat personelinin sayısının sabit olması nedeniyle yoğun saatlerde ürünün zamanında teslim edilmesi zorlaşır. Bunun yanında, günün büyük bir kısmında az sayıda teslimat talebi olduğunda, profesyonel teslimat personelinin kaynakları boşa gidebilir. Dolayısıyla, bu zorlukların üstesinden gelmek için yeni bir metot araştırılmaktadır (Liu ve diğerleri, 2017: 564).

Chai ve Yat (2019)'ın yaptığı çevrimiçi yemek teslimatı sitelerinin kullanım motivasyonları araştırmasında site veya uygulamaların sağladığı rahatlık, kolay kullanım ve kılavuz niteliği taşımasıyla pozitif etki yaratmaktadır. Çevrimiçi yemek teslimatı siteleri kullanımı zamandan tasarrufu sağlamaktadır. Çevrimiçi yemek teslimatının kullanılmasında bir diğer faktör ise kişilerin yemek yapmayı tercih etmek istememeleri, yemek satılan yerlerde park yeri bulamama, yürüme mesafesinin fazla olması gibi zorluklardan dolayı çevrimiçi sipariş verip yemeğin kapıya gelmesini tercih edebilmektedirler (Chai ve Yat, 2019: 73). Kullanıcılar,

çevrimiçi yemek siparişi hizmetlerini zamandan ve emekten tasarruf açısından uygun olarak algılar, bu da diğer faaliyetlere zaman ve enerji harcanabileceği manasına gelir. Fakat, bu faktörler sadece çevrimiçi gıda dağıtımına tercih etmelerini açıklamak için yeterli değildir. Bir araştırmaya göre, çevrimiçi sipariş verirken reklam yöntemleri, teklifler ve indirimler ve teslimat hizmeti kalitesi gibi pazarlama faktörleri, çevrimiçi yemek teslimatının kullanılmasına yol açmaktadır. Öte yandan internet, akıllı telefonlar ve kullanılan uygulamaların kalitesi gibi teknolojik faktörler de online yemek dağıtımını teşvik etmektedir. Bulgular bölümünden, çalışma çok boyutlu bir değişken olarak çevrimiçi yemek dağıtımının teknik, pazarlama ve davranışsal faktörler dahil olmak üzere birçok faktörden etkilendiği sonucuna varılmaktadır (Mohammad, Aldmour ve Al-Hawary, 2022).

Çevrimiçi gıda elektronik ticareti tarafından çokça kullanılan plastik ambalajlar, tek kullanımlık plastik tüketimini büyük ölçüde arttırmaktadır. Endüstri istatistiklerine göre, Çin'in en büyük üç çevrimiçi yemek dağıtım platformunun siparişleri ve bunlara karşılık gelen tek kullanımlık yemek çubukları ve plastik poşetler gibi sofra takımları, ortalama 15 milyar parça mutfak atığı üretiyor. Bununla beraber, çeşitli sebeplerle, çevrimiçi gıda dağıtım firmaları tarafından üretilen büyük miktarda atık, uygun şekilde geri dönüştürülmemiş ve işlenmemiş ve parçalanmayan plastik atıkların kötüye kullanılması, ekolojik çevre, insan sağlığı ve hayvanlar üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır (Guo, Wu, Peng ve Qiu, 2021). Paket servislerde kullanılan alüminyum kaplar insan, deniz ve karasal toksisitelerin yanı sıra ozon tabakasının tükenmesine de yol açmaktadır (Gallego-Schmid,Mendoza ve Azapagic, 2019). Covid-19'un ortaya çıkardığı küresel pandemi döneminin ilk zamanlarında arama motorlarında üreticilerin ürün lojistiğini nasıl sağlayacaklarını, müşterilerin ise bu yeni düzende ürünü nasıl ve nerede bulabileceklerini aradıkları keşf edilmiştir. Bu süreçte 'eve teslim' en çok aranan kelime öbeği, bir diğeri ise 'kaçta açılıyor' olmuştur (Google Perakende, 2020: 6).

2.4.Covid-19, Paket Servis ve Bulut Mutfak İlişkisi

Dünyayı etkisi altına alan koronavirüs, her sektör gibi yeme-içme sektörünü de olumsuz etkilemiştir. Salgının yayılmasını önlemek için alınan önlemler (sokağa çıkma yasakları, işletmelerin kapasitelerini indirgemek veya tamamen kapatma durumunda kalması, insanların dışarıda yemek yemeyi tercih etmemesi gibi) sektörü büyük bir krize maruz bırakmıştır (Okat, Bahçeci ve Ocak, 2020: 215-216). Bir diğer kaynağa göre de yiyecek ve içecek endüstrisi, dünyanın en hızlı büyüyen endüstrilerinden biri olmasına, en temel insan ihtiyaçlarını gidermek için kaynak sağlamasına ve ulusal ve uluslararası ekonomilerde hayati bir rol oynamasına karşın, Covid-19 salgının etkisinden sert bir şekilde etkilenmektedir (Chowdhury, Sarkar, Paul ve Moktadir, 2020: 167). COVID-19 salgını restoranlar için varoluşsal bir tehdit haline gelmeye başladığında, teslimat kurtarıcı bir lütuf haline geldi. Çevrimiçi platformlar aracılığıyla teslimat yapan restoranlar, 2020 boyunca teslimat gelirlerini arttırmayı başardı. Buna karşın, genel karları ortalama olarak düştü ve ara sıra negatif marjlara neden oldu. Bu eğilim, pandemi esnasında uygulanan yemek kısıtlamaları ile hızlanmış olabilir, fakat teslimat kaynaklı gelir artışları ile kâr düşüşleri arasındaki boşluk zaten temel bir sorundu. Şarap ve diğer alkollü içecekler gibi yüksek marjlı ürünler sipariş eden kurum içi müşteriler doluluk ve işçilik maliyetlerini karşılamaya yardımcı olduğundan bu daha az sorun haline gelmektedir.Aynı zamanda, hızla genişleyen bir teslimat işi, aşçılardan yöneticilere ve bakım personeline kadar herkesin daha çok çalışması gerektiği anlamına gelebilir. Restoranların büyük olasılıkla yüksek hacimli teslimat siparişlerini karşılamak için yeni süreçler ve sistemler uygulamaya koyması gerekecektir. Sonucunda restoranlar, teslimatı işletmenin diğer bölümlerine karşı dikkatli bir şekilde dengelemelidir. (Ahuja, Chandra, Lord ve Peens, 2021: 6-7). Bulut mutfaklar; 'hayalet mutfak', 'sanal mutfak', 'gölge mutfak', 'karanlık mutfak' ve

'ortak mutfak' gibi isimlerle de anılır, restoranların yemek siparişlerini sadece teslimat için hazırlamasına olanak tanıyan alanlardır (Upadhye ve Sathe, 2020: 107-108). Bu tür mutfak uygulamalarında müşteriler için fiziksel bir alan ayrılmamaktadır. Çevrimiçi sipariş yöntemleri daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Klasik restoran mantığının tam aksi bir uyuglama olarak göze çarpmaktadır. Endüstri 4.0 teknolojisinin kullanıldığı Fiziksel olarak müşterinin ve müşteriye ayrılan kısımların yer almadığı, çevrimiçi sipariş ve paket teslimat gereğince çalışan ve farklı marka, mutfakların bir arada bulunabildiği "bulut mutfak" konsepti endüstri 4.0 teknolojileri sayesinde hayatımıza giren konseptlerden birisidir. Bu konsept ile klasik tanımda müşterinin yemek yediği ve buna uygun üretim yapılan restoranlar ortadan kalkmakta ve yerine paket servisi ön plana alan bir düşünce gelişmektedir. Finansal avantajları olan bu mutfak konseptinde çalışma hayatının stresinden uzak, kadınların da iş yaşantısına dahil olabildiği bir konsepttir. Tüm ülkeleri etkisi altına alan Covid-19 Pandemisinde bulut mutfakları önemli hale gelmiştir. Bulut mutfak yeni bir restoran anlayışıdır (Süzer vd., 2019: 976).

2.5.İmaj

İmaj kavramının sözlük anlamı "zihinsel görüş, algı veya fikir"dir (İlban, Köroğlu ve Bozok, 2008: 107-108). Bir imaj, duyular tarafından algılanan bir şey hakkında bir hatıra olabilir veya bir kişi tarafından bir şey hakkında yaratılan zihinsel bir kurgu olabilir. İmajlar, insanların geçmişe bakış açısını yeniden kazanmalarına ve yeni bilgilere erişmelerine yardımcı olmaktadırlar (Öter ve Özdoğan, 2005: 129). İmaj planlama ve oluşturma, araştırma kaynağı olarak üç temel şekilde kullanılır. Coğrafi araştırmalarda; destinasyonların fiziksel, kültürel ve ekonomik özelliklerinin analiz edilmesinde, pazarlama araştırmalarında destinasyonların rekabet avantajlarının analizinde ve farklı topluluklardaki farklı insan tiplerine dayalı sosyolojik araştırmalarda imaj kullanılmaktadır (Ryglova ve Turcinkova, 2004: 356). Farklı alanlarda yapılan araştırmalarda imajın birçok özelliğinden dolayı kullanım alanı farklılık gösterebilmektedir. Bazı yazarlar, imge kavramına olumlu ve olumsuz çağrışımlar atfeder (Robins, 1999; 26). İmaj aynı zamanda bir turizm destinasyonunun önemli bir unsuru haline gelmiştir. Çünkü imaj, bir destinasyonun rekabet avantajını, turistlerin destinasyon seçim sürecinde ve destinasyonu tekrar ziyaret etme istekliliğini etkileyen önemli bir faktördür (Baloğlu ve McCleary, 1999). Turizm gelişimi ve turizm pazarlaması açısından imaj, talebi etkileyen önemli bir faktördür. İmajın temel olarak iki ana güç tarafından şekillendirildiği konusunda fikir birliğine varılmaktadır. Birincisi motive edici faktör, ikincisi ise kişisel faktördür. Birincisi dış uyaranlar ve algılanan fiziksel nesnelerdir. İkincisi, algılayanın (tüketici) sosyal ve psikolojik özellikleridir. Yani tüketicilerin zihnindeki imaj, sadece ürünün yansıttığı uyarıcı faktörleri değil, aynı zamanda bireyin kendisinin yansıttığı etkileyici faktörleri de içermektedir (İlban, 2007: 68). İmaj, tıptaki "plasebo etkisine" benzetilebilir. Bir ilacın etkinliği, etrafındaki aura tarafından değiştirilebilir. Aynı şey, tümü belirli iddiaların gücünü değiştirebilen pazarlama, paketleme, kurumsal reklamcılık ve marka güvenilirliği için de geçerli. İmaj sürekli dinamik halindedir. Bir süre önce "Japon Malı" ifadesi alay konusu olmak için kullanılırdı. Günümüzde bunun tersi doğru kabul edilmektedir. Marlboro eskiden bir kadın sigarasıydı. Artık marka "maço" erkeğe hitap ediyor. Bu tür örnekler mevcuttur. Teknoloji İmajı değiştirebilir. İmaj, belirli bir kişinin veya ürünün yaşam tarzları, çevresi, arka planı ve ritmi aracılığıyla yönlendirilebilir. İmaj kavramı, pazara bakmanın yeni yollarını açar (Dichter, 1985).

2.5.1.Restoran İmajı

Kurumsal imaj, birçok sanayi kuruluşu veya hizmet sektörü tarafından geliştirilen ürünlerin doğru bir şekilde pazarlanması, tutundurulması ve tanıtımı için dikkatle incelenmesi gereken bir kavramdır. Ürün imajı ve marka imajı, müşterilerin zihninde uzun vadeli başarının anahtarı olarak kabul edilir. Rekabetin ön plana çıktığı günümüz iş dünyasında, bir kurumun satışlarını ve kârlılığını etkileyen kritik unsurlardan biri, kurumun ilişki içinde olduğu diğer kişi ve kurumların görüş, fikir ve tutumlarıdır (Christian, 1959:79-80). Tüketicilerin bir mağaza hakkında düşündükleri ve bildikleri, mağazanın imajını şekillendirir. Mağazanın perspektifinden imajı, geniş bir gruptan oluşan tüketicilerin mağazaya yönelik algılarından/tutumlarından oluşmaktadır. Restoran imajı düşünüldüğünde hem somut hem de soyut özellikler ele alınmaktadır. Somut özellikler, restoran konumu, restoran düzeni, fiyat aralığı gibi fiziksel özellikler ve tüketicilerin bir şekilde rakiplerle objektif olarak karşılaştırılabileceği diğer özelliklerdir. Somut olmayan nitelikler, restoran personelinin güler yüzlülüğünü, ambiyansı/atmosferini veya dekorun çekiciliği gibi özellikleri barındırmaktadır. Pazarlamacılar, restoran imajını inceleyerek, yeni restoranlarının imaj algısının hedef pazarlarının gereksinimlerine uyup uymadığını saptayabilmektedir. Pozitif bir imaj oluşuyorsa aynı pazarlama stratejisi ile devam edilmesi uygundur. Olumsuz bir imaj olması durumunda, bireysel özelliklerin incelenmesi, stratejinin değiştirilmesini gerektirebilecek alanları belirleyecektir (Oh, 1995: 6-8).

2.6.Yeniden Satın Alma Niyeti

Yeniden satın alma niyeti kavramı tüketicinin mevcut durumunu ve olası koşulları analiz ederek aynı işletmeden yeni bir hizmet satın alma kararı olarak tanımlanmaktadır (Hellier vd., 2003:1764). Yani, müşterinin aynı satıcının ürün veya hizmetini satın almaya devam edeceğine ilişkin sübjektif olasılık veya müşterinin aynı satıcının ürün veya hizmetini tekrar satın alacağı ifadesidir. Bir müşterinin tekrar satın alma isteği, uygun performans kriterleri (kazançlar), rekabet, maliyet, müşteri memnuniyeti, duygu, etki, algılanan değer, uygunluk, önceki işlemlerde kazanılan müşteri yakınlığı gibi değerlere bağlıdır (Akdoğan vd., 2012:3). Tekrar satın alma isteğinin belirlenmesinde kalite, memnuniyet, sadakat, bağlılık ve güven gibi faktörlerin anahtar görev gördüğü söylenebilmektedir. Müşterilerin bir markaya yönelik yüksek kalite algısının, o markayı tekrar tercih etme isteklerini artırdığı söylenebilir (Turgut, 2014: 35). Araştırmacılar, restoran işletmelerinin müşteri memnuniyeti ve satın alma davranışı niyeti üzerine araştırmalar yapmaktadırlar. Örneğin, Dube-Rioux (1990), orta sınıf restoranlarda tüketici tatminini belirleyen faktörleri araştıran bir çalışmada, yanıt verenlerin duygusal tepkilerinin memnuniyet düzeylerini artıracağını tahmin etmiştir. Kivela ve arkadaşlarının (1999), Hong Kong'daki temalı restoranlarla ilgili bir çalışmada 1028 katılımcıdan yemek öncesi ve yemek sonrası değerlendirmeler almışlar. Çalışmada, memnuniyet her zaman sadık müşteriler yaratmayacağı ancak memnuniyet düzeyi yüksek sadık bir müşteriyi portföyü oluşturmada en büyük etken olarak değerlendirilmiştir (Temeloğlu vd., 2017:255). Yeniden satın alma niyeti, iş sistemlerinin stratejik bir bakış açısıyla ilişki yönetimi yaklaşımı geliştirerek hizmet sunumu oluşturması için en uygun bağımlı değişkendir (Hume, 2008: 360). İşletmelerle etkileşim, müşteriyi elde tutma, yeniden satın alma ve başkalarına yönlendirme gibi birden çok boyutta ele alınır. Bu boyutlar arasında yeniden satın alma, temel ve açık bir sadakat algısı olarak tanımlanabilmektedir (Oliver, 1999). Mutlu ve Bulut (2022)'nin kahve müşterileri üzerine yaptığı çalışmada deneyimle ilişkili müşteri kişilik özelliklerinin kahve tüketicilerinin kahve dükkanı seçiminde tekrar satın alma niyetini hem doğrudan hem de müşteri tatmini aracılığıyla etkilediği, buna karşın bağlamsal deneyim ve müşteri marka aidiyetinin ise doğrudan tekrar satın alma niyetini etkilemediği, ancak bu iki deneyimsel

unsurun müşteri tatmini yaratarak tekrar satın alma niyetini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuşturlar (Mutlu ve Bulut, 2022). Müşterilerin tekrar satın alma niyetleri genellikle performans, maliyet ve rekabet edebilirlik gibi geçmiş tecrübelerle kazandıkları değerlerle şekillenir. Çoğunlukla müşterilerin gelecekteki satın alma niyetleri, müşteri memnuniyeti ile alakalıdır çünkü gelecekteki satın alma niyetleri, önceki deneyimlerinden türetilen değerlere göre şekillenmektedir. Bir müşterinin pozitif geçmiş deneyimleri, olumlu gelecek beklentilerine sebebiyet vermektedir (Olaru, Buying ve Peterson, 2008: 556-561).Tüketicileri bir işletmeye çekmek ve işletmenin ürünlerini satın almasını sağlamak, kısacası yeni müşteriler kazanmak büyük önem arz etmektedir. Ancak tüccarlar-esnaflar için kritik öneme sahip olan ürün alan, aynı ürünü tekrar tekrar kullanmak isteyen müşterilerini mutlu etmek ve başka ürün ve markalara geçiş yapmalarını engellemektir. Bu sebeple klasik pazarlama yöntemlerinden farklı olarak tekrar satın alma, çağdaş pazarlama yöntemlerinde en önemli konulardan biri olarak kabul edilmektedir. Yeni bir müşteri elde etmenin maliyeti eski müşterileri elde tutmanın maliyetinden çok daha yüksetir ve bu durum bile tekrar satın almanın faydaları arasında gösterilebilir (Shoemaker ve Lewis, 1999). Tekrar satın alma kararı, satın alma davranışından sonra verilen davranışı ifade etmektedir. Yeniden satın alma davranışı, bir ürünü veya markayı tekrar satın almayı ve bir mağazayı tekrar ziyaret etmeyi içerir. Mal ve hizmet satın almayla ilgili olumlu tecrübeler, yeniden satın alma sürecini etkiler (Hsu vd., 2014).

3.Yöntem

Anket çalışması 25.04.2023 tarihinde başlamış olup dört ay sürmüştür. Veriler genel tüketici kütleden toplanmıştır. Günümüzde çoğu kişinin herhangi bir sosyal medya platformunda en azından bir hesabının olduğu ve telefona erişimi olduğu görülmektedir. Araştırmanın örneklem grubu telefon veya internet mecralarından paket servis hizmeti alan tüketiciler olarak belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma kapsamında, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda ve kartopu örnekleme yöntemi kullanılarak 271 kişiye ulaşılmıştır. Kolayda örnekleme; olasılığa dayalı olmayan ve gönüllülük esasına dayalı herkesin katılım gösterdiği yaygın olarak kullanılan bir örnekleme yöntemidir (Altunışık vd., 2015:142).

Araştırmada farklı olaylara, nesne ya da kişilere yönelik algı ya da davranışların gözlemlenebilir, ölçülebilir ve sonuçları karşılaştırılabilir hale getirerek objektifleştirilmesinden dolayı (Kozak, 2015) nicel araştırma metodunun kullanılmasına karar verilmiştir. Araştırmada veri toplama amacıyla kullanılan tekniklerinden biri anket tekniğidir. Anket tekniğinin seçilme nedeni ise araştırma amacına yönelik olarak kısa sürede çok daha fazla sayıya ulaşabilme avantajı vermesidir (Ural ve Kılıç, 2011:55; Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2011: 91).

Bu çalışmanın verileri Türkiye genelinde restoranlardan (restoran kimliği gözetmeksizin) paket servis hizmeti alan tüketiciler arasından 272 kişiye uygulanan bir anket aracılığıyla toplanmıştır. Tüm katılımcılar en az 1 defa olmak üzere paket servis hizmetinden faydalanmıştır. Katılımcılara dağıtılan anketler “Google Formlar” aracılığı ile çevrimiçi ortamda yayılmıştır. Katılımcılara sosyal platformlar aracılığı ile ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizi ve karşılaştırılmasında SPSS 24 yazılımı aracılığıyla tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır. Araştırma modeli, araştırmanın amacına uygun şekilde verilerin toplanabilmesi ve çözümlenebilmesi niyetiyle gereken şartların düzenlenmesi olarak tanımlanmaktadır (Karasar, 2016: 109). Bu koşulları yerine getiren iki model bulunmaktadır. Bunlardan birincisi tarama modelidir ve önceki ya da güncel bir durumu sadece var olduğu haliyle saptamayı sağlayan yaklaşımdır (Karasar, 2016:109). İkinci model ise deneme modelleridir. Bu modelde gözlemlenen verilerin araştırmacı tarafından kontrol edildiği ve neden–sonuç ilişkilerinin test

edildiği bir model olarak açıklanmaktadır (Erkuş, 2013: 70). Bu yüzden bu araştırmanın amacının tarama modellerine uygun olduğu ifade edilebilir. Tarama modeli, nicel ve nitel araştırma yaklaşımlarının bir arada kullanılabilmesine olanak sağlayan bir modeldir (Kırcaali, 1997: 5). Çalışmada sadece nicel araştırma yaklaşımı kullanılmıştır.
Alanyazında yapılan çalışmalarda da restoran paket servis hizmeti ile yeniden satın alma niyeti ve restoran imajı arasındaki önemli ilişkiler gözlemlenmiştir. Bu doğrultuda H1 ve H2 hipotezleri oluşturulmuştur.
H1. Restoran paket servis hizmeti ile restoran imajı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.
H2. Restoran paket servis hizmeti ile yeniden satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

4. Sonuçlar ve Değerlendirme

Araştırmanın bu bölümünde normallik testlerine, frekans testlerine, geçerlilik ve güvenilirliğe, hipotez testlerine yer verilmiştir.
Bu araştırmada verilerin normalliğinin saptanması amacıyla öncelikli olarak Shapiro-Wilk normallik test sonuçları incelenmiştir. Ancak araştırmada sağlanan verilerin analiz edilmesinden sonra (ölçeklerde yer alan ifadelerin anlamlılık düzeylerinin p=0,000 <0,05'ten daha küçük çıkması) verilerin normal olmayan bir dağılım gösterdiği saptanmaktadır. (Çolak, 2017: 74-75). Bu çalışmada da algılanan restoran hizmet kalitesinin restoran imajına ve yeniden satın alma niyeti arasındaki ölçeklere bağlı alt ölçeklerin anlamlılık düzeyleri de p=0,000<0,05'ten küçük çıkmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ölçeklerin anlamlılık düzeylerinin p=0,000<0,05'ten daha küçük çıkması durumunda ise verilerin normal bir dağılım göstermediği sonucuna ulaşılmıştır (Şahin, 2018: 87)

Çizelge 1. Normallik Testi Tablosu

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
FAKTORYSAN	,321	271	,000	,830	271	,000
FAKTORRPSK	,342	271	,000	,809	271	,000
FAKTORRI	,151	271	,000	,944	271	,000

Sözü edilen testlerin dışında verilerin normalliği çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları ile değerlendirilebilmektedir (Büyüköztürk, 2002, s. 480). Kline (2011) bu değerlerin +3 ve -3 aralığında olması halinde verilerin normal olarak dağıldığının kabul edilebilir olduğunu söylemektedir. Ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerlerinin (-1,5) ve (+1,5) arasında olması sebebiyle verilerin normal bir dağılım gösterdiği sonucuna varılmıştır.

Çizelge 2. Çarpıklık ve Basıklık Değer Tablosu

		FAKTORRPSK	FAKTORRI	FAKTORYSAN
N	Valid	271	271	271
	Missing	0	0	0
Mean		3,8044	3,3948	3,7528
Median		4,0000	3,5000	4,0000
Variance		,639	,645	,653
Skewness		-,771	-,285	-,749
Std. Error of Skewness		,148	,148	,148
Kurtosis		,637	,079	,890
Std. Error of Kurtosis		,295	,295	,295

Geçerlilik ve Güvenilirlik

Araştırmada yer alan ölçeklerin güvenirliği için ise Cronbach's Alpha değerleri incelenmiş ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda alakalı ölçeklerin geçerlik ve güvenirlikleri test edilmiştir. Maddelerin iç tutarlılığının bir ölçüsü olan Cronbach alfa katsayısı, ölçekteki maddelerin homojen yapısını ifade etnej veya sorgulamak için kullanılır. Cronbach's alpha katsayısı yüksek olan ölçekteki maddelerin birbiriyle tutarlı olmakla birlikte aynı özelliği ölçen maddelerden ortaya çıktığı söylenmektedir. Çalışmada elde edilen güvenilirlik puanları .534 ile .944 arasında değişmektedir. Cronbach alfa likert tipi ölçeklerde oldukça sık kullanılmaktadır. Cronbach alfa şu şekilde ifade edilir:

"$0.00 < \alpha < 0.40$ güvenilir olmadığını ifade etmektedir."
"$0.40 < \alpha < 0.60$ güvenilirliği düşük değer aralığını ifade etmektedir."
"$0.60 < \alpha < 0.80$ değerleri yüksek güvenilir ifade edilmektedir."
"$0.80 < \alpha < 1.00$ değerleri inanılmaz güvenilir ifade edilmektedir."

Araştırma ölçeklerinin yapı geçerliliği açıklayıcı faktör analizi (AFA) ile test edilmiştir. İlgili ölçeklerin her birine ilişkin AFA sonuçlarına göre her bir ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu görülmektedir.

Hipotez Testleri

Korelasyon analizinde saptanan değişkenler için aralarındaki ilişkinin kuvveti ve yönü değerlendirilmesi yapılmaktadır. Regresyon analizinde nedensellik analizine dayanan ilişkinin kuvveti ve yönü hakkında değil değişkenlerde bağımlı olma ya da bağımsız olma farkı yapılarak bakılmaktadır. Bu bölümde H2 hipotezi test edilmiştir.

Aşağıda verilen tabloya göre; katılımcıların algılanan restoran hizmet kalitesi ölçeği (Ort=3.80, SS=0.79), restoran imajı ölçeği (Ort=3.39, SS=0.80) ve yeniden satın alma niyeti ölçeği (Ort=3.72, SS=0.79) skorları arasındaki ilişki Pearson Korelasyonu ile ölçülmüştür. Bu değişkenler içinde orta ve yüksek seviyede, pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. ((r(269) =.513,p<.01) ,(r(269)=.814,p<.01), (r(269)=.506,p<.01)).

Çizelge 3. Korelasyon Tablosu

		FAKTORRPSK	FAKTORRI	FAKTORYSAN
FAKTORRPSK	Pearson Correlation	1	,513**	,814**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	271	271	271
FAKTORRI	Pearson Correlation	,513**	1	,506**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	271	271	271
FAKTORYSAN	Pearson Correlation	,814**	,506**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	271	271	271

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

Çıkartılan sonuçlar H2 "restoran paket servis hizmeti ile yeniden satın alma niyeti arasında anlamlı ilişki vardır" hipotezini desteklemektedir. Anket çalışmasıyla elde edilen veri setlerinden, algılanan restoran hizmet kalitesi boyutunun, restoran imajı ölçeği maddelerinden oluşan alt boyutları ile ilgili ilişkisi ve etkilerini belirlemek amacıyla tüm faktörler bazında basit doğrusal regresyon testi uygulanmıştır. Bu amaçla yapılan test sonuçları aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Algılanan restoran hizmet kalitesi boyutunun, restoran imajı ile ilgili ilişkisini ortaya koyan Beta, 0,513 ve P değerleri 0,000 olarak görülmektedir. Tablo ..de yer alan regresyon analizi sonuçlarına göre, restoran paket servis hizmetinin restoran imajını pozitif yönde etkilediği belirlenmiştir (β= 0,51, p<0,05). Bu durumda H1 "restoran paket servis hizmeti ile restoran imajı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır" hipotezi doğrulanmaktadır.

Çizelge 4. Regresyon Tablosu

Bağımsız Değişken	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Sabit)	2,072	,182		11,400	,000
Hizmet Kalitesi	,510	,052	,513	9,794	,000

5. Genel Değerlendirme ve Sonuçlar

Yiyecek ve içeceklerin insan hayatında önemli bir yer tuttuğu yadsınamaz bir gerçektir. Fizyolojik ihtiyaçlar insanın ilk ihtiyaçlarıdır. Fizyolojik ihtiyaçlar, insanların hayatta kalmak için ihtiyaç duyduğu yiyecek ve içecekleri içerir. İnsanlar bazen ihtiyaç duydukları yiyecekleri başka bir restorandan temin ederler. Bir restoranı ziyaret eden müşteriler için sadece yemeğin tadı değil, mağazadaki park alanı, çalışanların müşterilere karşı tutumu, mağazanın fiziksel özellikleri ve mağazanın temizliği de önemlidir. Paket servisi, algıladıkları hizmet kalitesinde önemli bir rol oynamaktadır. Restoran müşterileri tarafından algılanan hizmet kalitesi de memnuniyet üzerinde etkilidir. Müşterinin restoranda veya paket servis hizmetini aldığı başka bir mekanda kalite düzeyi az hizmet alması onun tatmin olmamasına neden olurken, tam tersi bir durumda ise müşterinin tatmininin arttıracaktır. Her iki durumda da bu, müşterinin yeniden satın alma niyetini etkiler. Memnuniyet seviyeleride algınan hizmet kalitesi durumda olduğu gibi sonulanacaktır. Memnun müşteri tekrar satın alır memnun olmayan müşteri ise tekrar satın alma davranışı göstermeyeceği beklenmektedir. Çalışmanın ortaya koyduğu sonuçlara göre Personel hizmet kalitesinde bir azalış durumu gerçekleştiğinde tüketicilerin tekrar satın alma niyetleri olumsuz olacaktır. Bundan dolayı işletmelerin personellerini de dikkatli seömeli ve onların eğitimleri ile ilgilenmelidirler. Yalnızca restoran içi çalışanlar değil paket servis hizmeti veren personel varsa onlar da aynı eğitimi görmelidirler. Müşterinin yaşayacağu huzursuzluklarda personel ne yapacak ve nasıl karşılık verecek bu belirlenmelidir. Müşterilerden alınacak geri bildirimlerle gerekli düzeltmeler yapılmalıdır. Müşterilerin kullanımına bir Whatsapp öneri hattı kurulabilir. Sorunlara karşı anında tespit ve buna ilişkin düzeltmeler son derece önemlidir ve sorunun hemen çözülmesini de sağlayacaktır. Anlık çözüm sorunun kulaktan kulağa diğer müşterilere yansımasını da engelleyecektir. Bundan sonraki

araştırmalarda duyusal yönden algılanan hizmet kalitenin incelenmesini sağlayabilecek boyutlar ve bu boyutların niyete etkisi incelenebilir maddeleri altında öneriler yapılmıştır.

6.KAYNAKÇA

Ahuja, K., Chandra, V., Lord, V., & Peens, C. (2021). Ordering İn: The Rapid Evolution Of Food Delivery. *Mckinsey & Company, 22.*

Akdoğan, M. Ş., Özgener, Ş., Kaplan, M., & Coşkun, A. (2012). The Effects Of Consumer Ethnocentrism And Consumer Animosity On The Re-Purchase İntent: *The Moderating Role Of Consumer Loyalty.*

Baloglu, S., & Mccleary, K. W. (1999). A Model Of Destination İmage Formation. *Annals Of Tourism Research, 26(4), 868-897.*

Berry, L. L., Parasuraman, A., & Zeithaml, V. A. (1988). The Service-Quality Puzzle. *Business Horizons, 31(5), 35-43.*

Chai, L. T., & Yat, D. N. C. (2019). Online Food Delivery Services: Making Food Delivery The New Normal. *Journal Of Marketing Advances And Practices, 1(1), 62-77.*

Chou, S. W., & Hsu, C. S. (2016). Understanding Online Repurchase İntention: Social Exchange Theory And Shopping Habit. *Information Systems And E-Business Management, 14, 19-45.*

Chowdhury, M. T., Sarkar, A., Paul, S. K., & Moktadir, M. A. (2020). A Case Study On Strategies To Deal With The İmpacts Of Covıd-19 Pandemic İn The Food And Beverage İndustry. *Operations Management Research, 1-13.*

Christian, R. C. (1960). How Important Is The Corporate Image?. *Journal Of Marketing (Pre-1986), 24(1), 79a*

Çiftçi, A. G. (2006). Hizmet Kalitesi Ve Bankacılık Sektöründe Hizmet Kalitesi Ölçümüne Yönelik Bir Uygulama *(Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).*

Çolak, E. (2017). Muğla Halkının Turizm Olgusuna Ve Turizm Etkilerine Bakış Açılarını Anlamaya Yönelik Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi, *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla*

Coşkun, R., Altunışık, R., Bayraktaroğlu, S. Ve Yıldırım, E. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Spss Uygulamalı (8. Baskı). *Sakarya Kitabevi, Sakarya.*

Davutoğlu, N. A. C. İ., & Yıldız, E. (2020). Turizm 4.0'dan Gastronomi 4.0'a Giden Yolda: Geleceğin Restoranları Ve Yönetimi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 8(109).*

Dichter, E. (1985). What's İn An İmage. *Journal Of Consumer Marketing, 2(1), 75-81.*

Dube-Rioux, L. (1990). The Power Of Affective Reports İn Predicting Satisfaction Judgments*, İn Advances İn Consumer Research. Volume, 17, 571-576.*

Erkuş, A. (2013). Davranış Bilimleri İçin Araştırma Süreci. *Ankara: Seçkin Yayıncılık*

Gallego-Schmid, A., Mendoza, J. M. F., & Azapagic, A. (2019). Environmental İmpacts Of Takeaway Food Containers. *Journal Of Cleaner Production, 211, 417-427.*

Giaglis, G. M., Klein, S., & O'keefe, R. M. (2002). The Role Of İntermediaries İn Electronic Marketplaces: Developing A Contingency Model. *Information Systems Journal, 12(3), 231-246.*

Google Perakende (2020). Covıd-19 Sürecinde Perakende Satış İşletmenize Yön Verme. Https://Services.Google.Com/Fh/Files/Misc/2020_Covidretailguide_Tr.Pdf?Utm_Campaign=Tr Adresinden Alınan.(Erişim Tarihi: 22 Mart 2023)

Gözlü, S. (1994). Hizmet İşletmelerinde Kalite Yönetimi. *Standart Dergisi, 33(400), 31-34.*

Hellier, P. K., Geursen, G. M., Carr, R. A., & Rickard, J. A. (2003). Customer Repurchase İntention: A General Structural Equation Model. *European Journal Of Marketing, 37(11/12), 1762-1800.*

Hsu, Y. W., Gardner, L. A., & Srinivasan, A. (2014). Understanding Service Provision And Online Repurchase Intention İn Online Auction Contexts.

Hume, M. (2008). Understanding Core And Peripheral Service Quality İn Customer Repurchase Of The Performing Arts. Managing Service Quality: *An International Journal, 18(4), 349-369.*

İlban, M. O. (2007). Destinasyon Pazarlamasında Marka İmajı Ve Seyahat Acentalarında Bir Araştırma.

İlban, M. O., Köroğlu, A., & Bozok, D. (2008) Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Gönen Örneği.

Karahan, K. (2006). Hizmet Pazarlaması (2. Baskı). *İstanbul: Beta Basım Yayım.*

Karasar, N. (2016). Bilimsel Araştırma Yöntemi. *Ankara: Nobel.*

Kırcaali, İ. G. (1997). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yaklaşımları. Eskişehir: *Eskişehir Ekonomik Ve Sosyal Araştırmalar Merkezi Yayını*

Kivela, J., Inbakaran, R., & Reece, J. (1999). Consumer Research İn The Restaurant Environment, Part 1: A Conceptual Model Of Dining Satisfaction And Return Patronage. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management.*

Kline, R. B. (2011). Principles And Practice Of Structural Equation Modeling.*Third Edition. New York: The Guilford Press*

Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). *Principle Of Marketing (Edition 11),*

Kotler, P., Bowen, J. T. Ve Makens J.C. (2003). Marketing For Hospitality And Tourism (3rd Edition). *Prentice Hall, Pearson Education International.*

Kozak, M. (2015). Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım Ve Yayım Teknikleri. *Ankara: Detay Yayıncılık.*

Kuzu, A. (2010). Yaşli Bakim Kurumlarinda Hđzmet Kalđtesđ Kavrami Ve Kavramsal Hđzmet Kalđtesđ Modelđ: Servqual Uygulamasi *(Doctoral Dissertation, Sakarya Universitesi (Turkey)).*

Lee, S. H., Kwak, M. K., & Cha, S. S. (2020). Consumers' Choice For Fresh Food At Online Shopping İn The Time Of Covid19. *Journal Of Distribution Science, 45-53.*

Liu, Y., Guo, B., Du, H., Yu, Z., Zhang, D., & Chen, C. (2017, October). Poster: Foodnet: Optimized On Demand Take-Out Food Delivery Using Spatial Crowdsourcing. *In Proceedings Of The 23rd Annual International Conference On Mobile Computing And Networking (Pp. 564-566).*

Lovelock, C. H. (1980). Towards A Classification Of Services. *Theoretical Developments İn Marketing, 72(6), 72-76.*

Mohammad, A., Aldmour, R., & Al-Hawary, S. (2022). Drivers Of Online Food Delivery Orientation. *International Journal Of Data And Network Science, 6(4), 1619-1624.*

Mutlu, Ç., & Bulut, Z.(2022) Çeşitli Deneyimsel Unsurların Müşteri Memnuniyeti Ve Yeniden Satın Alma Niyetine Etkisi: Kahve Müşterileri Üzerine Bir İnceleme. *International Journal Of Contemporary Tourism Research, 6(2), 119-128.*

Oh, H. C. (1995). An Empirical Study Of The Relationship Between Restaurant İmage And Customer Loyalty. *Virginia Polytechnic Institute And State University.*

Okat, Ç., Bahçeci, V., & Ocak, E. (2020). Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Neden Olduğu Krizin Yiyecek İçecek İşletmeleri Üzerindeki Etkisinin Değerlendirilmesi. *International Journal Of Contemporary Tourism Research, 4(2), 201-218.*

Olaru, D., Purchase, S., & Peterson, N. (2008). From Customer Value To Repurchase İntentions And Recommendations. *Journal Of Business & Industrial Marketing, 23(8), 554-565.*

Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal Of Marketing, 63(4_Suppl1), 33-44.*

Öter, Z., & Özdoğan, O. N. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Arastirmalari Dergisi, 16(2).*

Praharjo, A., & Kusumawati, A. (2016). The İmpact Of Electronic Word Of Mouth On Repurchase İntention Mediated By Brand Loyalty And Perceived Risk. *South East Asia Journal Of Contemporary Business, Economics And Law, 11(2), 62-69.*

Riaz, H., Davidaviciene, V., Ahmed, H., & Meidute-Kavaliauskiene, I. (2022). Optimizing Customer Repurchase İntention Through Cognitive And Affective Experience: An İnsight Of Food Delivery Applications. *Sustainability, 14(19), 12936.*

Robıns, Kevin. (1999). İmaj: Görmenin Kültür Politikası, (Çeviren: Nurçay Türkoğlu), *Ayrıntı Yayınları, İstanbul*

Ryglova, K., & Turcinkova, J. (2004). Image As An İmportant Factor Of Destination Management. Policies, Methods And Tools For Visitor Management–Proceedings Of The Second International, 355.

Şahin, S. (2018). Konaklama İşletmelerinde İlişkisel Pazarlama Uygulamaları İle Müşteri Şikâyet Davranışı Ve Tekrar Satın Alma Niyeti Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi: Turizm Akademisyenleri Tarafından Bir Değerlendirme. Doktora Tezi, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum*

Şekerkaya, A. K. (1997). Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü. Spk.

Sevimli, S. (2006). Hizmet Sektöründe Kalite Ve Hizmet Kalitesi Ölçümü Üzerine Bir Uygulama *(Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).*

Shoemaker, S., & Lewis, R. C. (1999). Customer Loyalty: The Future Of Hospitality Marketing. *International Journal Of Hospitality Management, 18(4), 345-370.*

Shostack, G. L. (1977). Breaking Free From Product Marketing. *Journal Of Marketing, 41(2), 73-80.*

Süzer, Ö., Uçuk, C., Doğdubay, M., & Dinç, Y. (2021). Endüstri 4.0'ın Yiyecek İçecek Endüstrisine Bir Yansıması Olarak Bulut Mutfaklar (Kavramsal Bir Analiz).

Tarınç, A., & Ülken, H. (2021) Covıd-19 Sonrası Gelişen Mutfak Akımı: Bulut Mutfak. Journal Of Gastronomy, *Hospitality, And Travel, 4(2)*

Tek, Ö. B. (1997). Pazarlama İlkeleri: Türkiye Uygulamaları: Global Yönetimsel Yaklaşım. *Cem Ofset.*

Temeloğlu, E., Taşpınar, O., & Soylu, Y. (2017). Yiyecek Ve İçecek İşletmelerinde Atmosfer, Tüketim Duyguları, Müşteri Menuniyeti Ve Yeniden Satın Alma Davranışı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Journal Of Tourism & Gastronomy Studies, 5(2 (Special)), 253-264.*

Temizel, G., & Garda, B. (2017). Konaklama İşletmelerinde Hizmet Kalitesi Kavramı Ve Hizmet Kalitesinin Ölçülmesinde Kullanılan Modeller. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Ve Teknik Araştırmalar Dergisi, (14), 161-171.*

Tian, L. Q., Lin, C., & Ni, Y. (2010, October). Evaluation Of User Behavior Trust İn Cloud Computing. *In 2010 İnternational Conference On Computer Application And System Modeling (Iccasm 2010) (Vol. 7, Pp. V7-567). Ieee.*

Turgut, M. Ü. (2014). Marka Sevgisinin Marka Güveni, Olumsuz Bilgiye Karşı Direnç Ve Tekrar Satın Alma Niyeti Çerçevesinde İncelenmesi.

Tütüncü, Ö. (2009). Ağırlama Hizmetlerinde Kalite Sistemleri. *Ankara: Detay Yayıncılık, 1, 1-3.*

Upadhye, N., & Sathe, S. (2020). Cloud Kitchen-Case Study Of Swiggy Cloud Kitchen In Pune.

Ural, A. Ve Kılıç, İ. (2011). Bilimsel Araştırma Süreci Ve Spss İle Veri Analizi. *Ankara: Detay Yayıncılık*

Yumuşak, N. U. (2006). Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler: *Uşak Ticaret Ve Sanayi Odası Uygulaması* (Doctoral Dissertation, Deü Sosyal Bilimleri Enstitüsü).

ÖRGÜTSEL DAYANIKLILIK KAVRAMINA İLİŞKİN TÜRKİYE'DEKİ LİSANSÜSTÜ TEZLERİN İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet YILDIRIM

Adıyaman Üniversitesi, Besni Ali Erdemoğlu MYO, ORCID ID: 0000-0001-7627-0945

Özet

Bu çalışma Türkiye'de lisansüstü tezleri kapsamında ele alınan örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin bir durum çalışması olarak yapılmıştır. Yapılan literatür incelemesinde örgütsel dayanıklılık kavramını ele alan lisansüstü tez çalışmalarının incelendiği bir durum çalışmasına rastlanmamıştır. Dolayısıyla bu çalışmanın temel amacı bir durum çalışması yaparak örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin bu boşluğu doldurmak ve literatüre katkı sunmaktır. Bu amaçla yazar tarafından bir yayın sınıflandırma formu kullanılarak 5 yüksek lisans ve 12 doktora tezi olmak üzere toplamda 17 lisansüstü tez çalışmasına ait veriler toplanmıştır. Bir lisansüstü tez çalışması İran örneklemini kapsadığı için analizlere dâhil edilmemiştir. Çalışma sonucunda elde edilen veriler incelendiğinde örgütsel öğrenme, temel stratejik yönelimler, örgütsel güven, öz yeterlilik, güçlendirici liderlik, örgütsel zekâ, öğrenen örgüt, insan kaynakları uygulamalarının etkinliği, adaptif liderlik, organik örgüt yapısı, hizmet yenilikçiliği, tıbbi yöntemsel yenilikçi eğilimler, yönetsel yenilikçi eğilimlerin örgütsel dayanıklılığın öncülleri olarak tespit edildiği görülmektedir. Ayrıca örgütsel performans, travmatik olaylara karşı risk algısı, çalışan performansı, yeşil yenilik, sürdürülebilirlik performansı, örgütsel özümseme ve firma yenilikçiliği örgütsel dayanıklılığın bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Dayanıklılık, Lisansüstü Tezler, Durum Çalışması

AN EXAMINATION OF POSTGRADUATE THESES ON THE CONCEPT OF ORGANIZATIONAL RESILIENCE IN TURKEY

Abstract

This study was conducted as a case study on the concept of organizational resilience within the scope of postgraduate theses in Turkey. In the literature review, no case study examining postgraduate thesis research on the concept of organizational resilience was found. Therefore, the primary aim of this study is to fill this gap and contribute to the literature by conducting a case study. For this purpose, data from a total of 17 postgraduate thesis studies, including 5 master's theses and 12 doctoral theses, were collected by the author using a publication classification form. One postgraduate thesis that covered the Iranian sample was excluded from the analysis. Upon examining the data obtained in the study, it is observed that organizational learning, fundamental strategic orientations, organizational trust, self-efficacy, empowering leadership, organizational intelligence, learning organization, effectiveness of human resource

practices, transformative leadership, adaptive leadership, organic organizational structure, service innovation, medical methodological innovative trends, and managerial innovative trends were identified as antecedents of organizational resilience. Additionally, organizational performance, perception of risk against traumatic events, employee performance, green innovation, sustainability performance, organizational assimilation, and firm innovation emerged as outcomes of organizational resilience.

Keywords: Organizational Resilience, Postgraduate Theses, Case Study

1. GİRİŞ

Bu çalışma sonucunda elde edilen bulgular örgütsel dayanıklılık ile birlikte çalışılan konular, araştırmalarda kullanılan yöntemler ve analiz teknikleri hakkındaki eğilimlerin ortaya çıkarılmasına yardımcı olduğu için bu çalışmanın alana önemli bir katkı sunacağı düşünülmektedir. Sürekli değişimlerin yaşandığı çalışma yaşamının istikametinin tahmin edilmesi ancak yeterli düzeyde araştırmaların yapılması sonucunda elde edilen verilen derinlemesine analiz edilmesi ile mümkün hale gelebilir. Dolayısıyla lisansüstü tezler genel olarak bilime katkı sağlamak amacı ile güncel eğilimlerin derinlemesine araştırılması sonucunda ortaya çıkan araştırmalar olarak ifade edilebileceğinden bu çalışmaların mevcut durumunun ortaya çıkarılması da gelecekte yapılacak araştırmalara rehberlik edecektir. Bu açıdan bakıldığında bu çalışmanın lisansüstü tezlere ilişkin genel görünümü ve eğilimi yansıtması nedeniyle literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Türkiye'deki lisansüstü tezler Türkiye Yükseköğretim Kurulu'na bağlı ulusal tez merkezinin internet sayfasında yayınlanmaktadır. Bu internet sitesi üzerinden 23.08.2023 tarihi itibari ile yapılan taramada örgütsel dayanıklılık ile ilgili olarak 17 lisansüstü tez çalışması listelenmiştir. Lisansüstü tezlerin 5 tanesi yüksek lisans, 12 tanesinin de doktora tezi olarak yayınlandığı görülmektedir. Lisansüstü tezlerin genel görünümüne bakıldığında bu tezlerin 3 tanesinin vakıf üniversitelerine, 14 tanesinin ise devlet üniversitelerine bağlı enstitülerde yürütüldüğü görülmektedir. Bu tezlerden bir tanesi İran örneklemi üzerinden gerçekleştirildiği için analizlere dâhil edilmemiştir.

Lisansüstü tezlerin bulguları incelendiğinde örgütsel öğrenme, temel stratejik yönelimler, örgütsel güven, öz yeterlilik, güçlendirici liderlik, örgütsel zekâ, öğrenen örgüt, insan kaynakları uygulamalarının etkinliği, dönüşümcü liderlik, adaptif liderlik, organik örgüt yapısı, hizmet yenilikçiliği, tıbbi yöntemsel yenilikçi eğilimler, yönetsel yenilikçi eğilimlerin örgütsel dayanıklılığı etkilediği görülmektedir. Ayrıca örgütsel dayanıklılığın ise örgütsel performansı, travmatik olaylara karşı risk algısını, çalışan performansını, yeşil yeniliği, sürdürülebilirlik performansını, örgütsel özümsemeyi, firma yenilikçiliğini etkilediği bulgularına ulaşılmıştır.

2. ÖRGÜTSEL DAYANIKLILIK KAVRAMI

Bir örgütün sürekli değişen bir ortamda gelişebilmesi için esnek, çevik ve dinamik olması gerekir. Dahası örgütler hayatta kalmanın ötesinde sürekli değişen ve örgütleri tehdit eden bu tür ortamlarda başarıyı gerçekten yakalayabilmelidir. Sürekli değişen ortamlar örgütler açısından bazı zorlukları beraberinde getirse de dayanıklı örgütler bu zorluklar karşısında

olumlu bir takım ayarlamaları yapmayı başarabilir. Dolayısıyla örgütsel dayanıklılık oluşturma kapasitesine yönelik çabalar, değişimlerin birer fırsat kaynağı olabileceğini de göstermektedir (Lengnick-Hall, Beck, ve Lengnick-Hall, 2011: 243).

Örgütsel dayanıklılık kavramı örgütlerin zorlu koşullar söz konusu olduğunda bu koşullardan daha güçlü ve daha becerikli bir şekilde çıkması ve bu zorlu koşullar altında olumlu uyumun sürdürülmesi şekline tanımlanmaktadır. Tanımdaki zorlu koşullar ise örgüte özel bazı hataları, skandalları, krizleri ve şokları, rutin süreçlerdeki aksaklıkları ve rekabet gibi devam eden riskleri, stresleri ve gerginlikleri ifade etmektedir (Vogus ve Sutcliffe, 2007: 3418).

Örgütsel dayanıklılık kavramı bilişsel boyut, davranışsal boyut ve bağlamsal boyut olmak üzere üç farklı boyut altında incelenmektedir. Bilişsel boyut güçlü değerlere sahip olma, olayları yapıcı bir tutumla yorumlama, öngörülemeyen olaylara zihinsel olarak hazır olma gibi dayanıklılık için gerekli faktörleri ifade etmektedir. Davranışsal boyut, öğrenilmiş beceriler, sezgisel çeviklik, alışkanlıklar ve rutinler, davranışsal hazır olma durumu gibi dayanıklılık için gerekli olan davranışsal faktörleri kapsamaktadır. Bağlamsal boyut ise psikolojik güven, sosyal sermaye, geniş kaynak ağı, yayınık güç ve sorumluluk gibi dayanıklılık sürecinde gerekli ilişkileri, koşulları ve kaynakları ifade etmektedir (Özdemir, 2020: 69).

3. YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma yaklaşımı içerisinde yer alan doküman analizi yolu ile gerçekleştirilmiştir. Doküman analizi anket, derinlemesine görüşmeler ve katılımcı gözlem gibi diğer araştırma yöntemleri ile aynı derecede iyi olmanın yanında bunlara nispeten daha az maliyetli bir araştırma yöntemi olarak değerlendirilmektedir. Sosyal bilimlerde sıklıkla kullanılmaya başlanan bu analiz yönteminde basılı ve elektronik ortamda yayınlanan materyaller incelenerek bir değerlendirme yapılmaktadır (Sak, Sak, Şendil ve Nas, 2021: 230). Çalışma kapsamında 22.08.2023 tarihi itibariyle ulusal tez merkezi internet sayfasında yer alan ve "örgütsel dayanıklılık" konusu ile ilgili olan lisansüstü tezler taranarak incelenmiştir. Bu kapsamda ulusal tez merkezi internet sitesinde taranan 5 Yüksek lisans ve 12 doktora tezi olmak üzere toplam 17 Lisansüstü tez betimsel içerik analizine tabi tutularak çözümlenmiştir. Betimsel içerik analizi daha önceden belirlenmiş bir konu hakkında yapılmış çalışmaların incelenmesi ve alandaki eğilimlerin ortaya çıkarılmasını ifade etmektedir (Ültay, Akyurt ve Ültay, 2021: 189). Bu amaç doğrultusunda içerik analizine tabi tutulacak lisansüstü tezlere ilişkin verilerin elde edilmesi için araştırmacı tarafından benzer çalışmalar (Aydın, Selvitopu ve Kaya, 2018; Nalçakan, 2020) incelenerek oluşturulan yayın sınıflama formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Yayın sınıflama formunda çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezlerin genel bir çerçevesinin çizilmesi amacı ile şu sorulara yanıtlar aranmaktadır.

1. Türkiye'de çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezler, yıllara göre nasıl dağılmaktadır?

2. Türkiye'de çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezler, tezlerin türüne göre nasıl dağılmaktadır?

3. Türkiye'de çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezler, konularına göre nasıl dağılmaktadır?

4. Türkiye'de çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezler, alanlarına göre nasıl dağılmaktadır?

5. Türkiye'de çalışan dayanıklılığı üzerine yapılan lisansüstü tezlerin bulgularına göre dağılımı nasıldır?

Araştırma kapsamında elde edilen veriler MAXQDA 2020 programına aktarılmış ve örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin lisansüstü tezlerin bulguları öncüller, sonuçlar, aracılık ilişkileri ve birlikte çalışılan değişkenler açısından kodlanmıştır. Böylelikle lisansüstü tezlerin örgütsel dayanıklılığa ilişkin literatüre yaptıkları katkılar ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma bir durum çalışması olarak tasarlanmıştır. Nitel bir araştırma yöntemi olan durum çalışmasında belirli bir zaman dilimi içerisinde bir ya da daha fazla durum hakkında gözlem, görüşme, doküman, rapor gibi kaynaklardan elde edilen veriler derinlemesine bir inceleme yapılarak durum ya da durumlara ilişkin bazı temalar ortaya çıkarılmaktadır (Creswell (2007)'den akt. Subaşı ve Okumuş, 2017: 420). Bu çalışmada da Türkiye'deki "örgütsel dayanıklılık" ile ilgili lisansüstü tezlerin mevcut durumu ortaya çıkarılmak amaçlanmaktadır. Örgütsel dayanıklılık kavramı üzerine tez.yok.gov.tr adresinde yayınlanan tezlere ilişkin yüzdelik ve frekans analizleri MAXQDA 2020 paket programı aracılığı ile yapılmıştır. Bu analizler sonucundaki veriler çizelgeler şeklinde çalışmada belirtilmiştir.

3.2. Evre ve Örneklem

YÖK ulusal tez merkezi internet sitesinde (Ulusal Tez Merkezi, 2023) "örgütsel dayanıklılık" alanında yayınlanmış lisansüstü tezler araştırma evrenini oluşturmaktadır. Bu kapsamda bütün yayınlanmış tezlere ulaşıldığı için herhangi bir örneklem alınmamıştır. Ulusal tez merkezindeki tezlere ilişkin veriler şu ilkelere bağlı kalınarak araştırmaya dâhil edilmiştir;

1. Araştırmanın anahtar kelimesi olarak "örgütsel dayanıklılık" kavramı kullanılmıştır.

2. 22.08.2023 tarihine kadar yayınlanan tezler araştırmaya dâhil edilmiştir.

3. Araştırmada hem Türkçe hem de İngilizce dilinde yayınlanan tezler kapsam içine alınmıştır.

4. Araştırmada Türkiye örnekleminde yürütülen çalışmalar incelemeye alınmıştır.

4. BULGULAR

Araştırma soruları çerçevesinde https://tez.yok.gov.tr internet sayfası üzerinden çalışan dayanıklılığı kavramına ilişkin listelenen lisansüstü tezlerden elde edilen veriler çizelgeler ve görsel olarak gösterilmektedir.

4.1. Örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin lisansüstü tezlerin genel değerlendirmesi

Araştırma kapsamında incelenen lisansüstü tezlerin yazarları, yayınlanma yılları, tez türleri ve tezlerin yapıldığı alanlara ilişkin bilgiler Çizelge 1'de gösterilmektedir.

Çizelge 1: Örgütsel Dayanıklılık Kavramına İlişkin Lisansüstü Tezlerin Genel Bilgileri

	Yazar	Yıl	*Konu*	Tür	Alan
1	Özbudak, E.Ç.	2018	*Hazır mısınız? organizasyonel travma için algılanan risk düzeyinin ölçülmesi ve örgütsel dayanıklılıkla ilişkisi*	Yüksek Lisans	Psikoloji
2	Kumbalı, H.Ç.	2018	Örgüt yapısına göre bilgi yönetimi ve örgütsel dayanıklılık ilişkisi	Doktora	İşletme
3	Öztürk, A.	2018	Sağlık sektöründe hizmet yenilikçiliğine dair yenilikçi eğilimler ile örgütsel dayanıklılık ilişkilerinin incelenmesi	Doktora	Hastaneler; Sağlık Kurumları Yönetimi; İşletme
4	Karaköse, M.A.	2019	Liderlik tarzları, örgütsel dayanıklılık, örgütsel özümseme kapasitesi ve firma yenilikçiliği ilişkisi	Doktora	İşletme
5	Kozcu, G.Y.	2020	*Örgütsel öğrenme yeteneği, örgütsel dayanıklılık, örgütsel performans ve pazar türbülansı: Durumsal Aracılık Modeli*	Doktora	İşletme
6	Özdemir, S.	2020	İKY uygulamalarının etkinliğinin örgütsel dayanıklılık ve çevikliğe etkisi üzerine bir araştırma	Doktora	İşletme
7	Balak, D.	2021	Örgütsel zekâ, örgütsel dayanıklılık kapasitesi ve firma performansı ilişkisi	Doktora	İşletme
8	Sevimli, M.S.	2021	Kurumsal yönetim ve örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişki	Yüksek Lisans	İşletme
9	Kaçmaz, Y.Y.	2021	Öğrenen örgütlerin kurumsallaşma aracılığı ile örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisi: Alanya'da konaklama işletmeleri yöneticileri üzerine bir uygulama	Doktora	Turizm; İşletme
10	Tehrani, M.A.	2022	*Covıd-19 sırasında İran restoranlarında örgütsel dayanıklılık üzerine bir inceleme*	Yüksek Lisans	Turizm
11	Genez, E.	2022			İşletme

			Örgütsel dayanıklılık, algılanan örgütsel destek ve işe adanmışlığın işgören performansı üzerine etkileri: Covıd-19 pandemisi sürecinde bir araştırma	Yüksek Lisans	
12	Kurşuncu, R.S.	2022	Örgütsel güven, örgütsel dayanıklılık, örgütsel dışlanma, örgütsel sinizm: Eğitim sektörü üzerine bir araştırma	Doktora	İşletme
13	Kuzgun, Ş.	2022	Örgütsel dayanıklılık kapasitesi, yeşil yenilik, algılanan yeşil örgütsel davranış, çevresel belirsizlik ve sürdürülebilirlik performansı arasındaki ilişkiler	Doktora	İşletme
14	Karagözoğlu, A.A.	2022	Güçlendirici liderlik, örgütsel dayanıklılık, öz yeterlik ilişkisinin incelenmesi	Doktora	Eğitim ve Öğretim
15	Ergin, E.	2022	Algılanan örgütsel vatandaşlık davranışı ile algılanan örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkiyi açığa çıkarmaya yönelik bir araştırma	Yüksek Lisans	İşletme
16	Yorulmaz, H.	2023	Dijital çağda KOBİ'lerde örgütsel dayanıklılık için stratejik yönelimler ve esnek çalışma model önerisi	Doktora	İşletme
17	Yurdunkulu, A.	2023	Öğretmenlerin kişisel performanslarına yönelik algıları ile örgütsel dayanıklılık düzeyleri ve okul müdürünün kuantum liderlik düzeyi arasındaki ilişki	Doktora	Eğitim ve Öğretim

2023 yılında 2, 2022 yılında 6, 2021 yılında 3, 2020 yılında 2, 2019 yılında 1, 2018 yılında 3 olmak üzere toplamda 17 adet lisansüstü tez yayınlanmıştır. Görüldüğü üzere en çok lisansüstü tez çalışması 2022 yılında yayınlanmıştır. Tezlerin türüne bakıldığında ise 5 lisansüstü tezin yüksek lisans tezi, 12 tanesinin de doktora tezi olarak yayınlandığı görülmektedir. Yayınlanan lisansüstü tezlere bakıldığında 12 tezin işletme alanını kapsadığı, iki tezin eğitim ve öğretim, iki tezin turizm, bir tezin sağlık kurumları yönetimi, bir tezin de psikoloji alanını kapsadığı görülmektedir.

4.2. Örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin lisansüstü tezlerden elde edilen bulgular

Örgütsel dayanıklılık kavramı ile ilişkili olarak yayınlanan lisansüstü tezler büyük çoğunlukla daha önce çalışılmamış veya yeterli doyuma ulaşmamış değişkenler arasındaki ilişki ve etkileşimi analiz ederek literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Çizelge 2'de örgütsel dayanıklılığa ilişkin yapılan lisansüstü tez çalışmalarından elde edilen önemli bulgular gösterilmektedir.

Çizelge 2: Örgütsel Dayanıklılığa İlişkin Lisansüstü Tezlerin Önemli Bulguları

Tez Yazarı	Tez Yılı	Önemli Bulgular
Özbudak, E.Ç.	2018	Örgütsel dayanıklılık travmatik olaylara karşı risk algısını azaltmaktadır.
Kumbalı, H.Ç.	2018	Organik örgüt yapısı, örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir. Bilgi yönetimi süreci örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir. Örgüt yapısının örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisinde bilgi yönetiminin kısmi aracılık rolü bulunmaktadır.
Öztürk, A.	2018	Hizmet yenilikçiliği örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir. Yönetimsel yenilikçi eğilimler örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir. Tıbbi yöntemsel yenilikçi eğilimler örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir.
Karaköse, M.A.	2019	Adaptif liderlik, örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir. Örgütsel dayanıklılık, özümseme kapasitesini pozitif yönde etkilemektedir.
Kozcu, G.Y.	2020	Örgütsel öğrenme yeteneği örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir. Örgütsel dayanıklılık örgütsel performansı pozitif olarak etkilemektedir. Örgütsel dayanıklılık, örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel performans arasında aracılık rolüne sahiptir.
Özdemir, S.	2020	İKY uygulamalarının etkinliği örgütsel dayanıklılığı pozitif yönde etkilemektedir.
Balak, D.	2021	Örgütsel zeka, örgütsel dayanıklılık kapasitesini artırmaktadır. Örgütsel dayanıklılık kapasitesi örgütsel performansı pozitif olarak etkilemektedir. Örgütsel dayanıklılık kapasitesi, örgütsel zeka ve örgütsel performans arasında aracılık rolüne sahiptir.
Sevimli, M.S.	2021	Kurumsal yönetim ile örgütsel dayanıklılık arasında yüksek düzeyde pozitif ilişki bulunmaktadır.
Kaçmaz, Y.Y.	2021	Öğrenen örgüt faktörleri örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir. Kurumsallaşma örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir. Kurumsallaşma öğrenen örgüt ve örgütsel dayanıklılık arasında tam aracılık rolüne sahiptir.
Tehrani, M.A.	2022	Çalışma evreni Türkiye dışındaki bir ülkede olduğu için analizlere dahil edilmemiştir.
Genez, E.	2022	Örgütsel dayanıklılık iş gören performansını etkilememektedir.
Kurşuncu, R.S.	2022	Örgütsel güven örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir.
Kuzgun, Ş.	2022	Örgütsel dayanıklılık yeşil yeniliği pozitif yönde etkilemektedir. Örgütsel dayanıklılık sürdürülebilirlik performansını pozitif olarak etkilemektedir.
Karagözoğlu, A.A.	2022	Öz yeterlilik örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir. Güçlendirici liderlik örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir. Güçlendirici liderlik ve örgütsel dayanıklılık arasına öz yeterliliğin aracılık rolü bulunmaktadır.
Ergin, E.	2022	Örgütsel dayanıklılık ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır.
Yorulmaz, H.	2023	Temel stratejik yönelimler örgütsel dayanıklılığı pozitif olarak etkilemektedir.
Yurdunkulu, A.	2023	Örgütsel dayanıklılık çalışan performansını pozitif olarak etkilemektedir.

4.3. Örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin lisansüstü tezlere göre kavramın öncülleri, sonuçları ve aracılık ilişkileri.

Örgütsel dayanıklılık kavramı üzerine yapılan lisansüstü tez çalışmaları bu kavramın öncülleri ve sonuçları hakkında önemli bulgular ortaya çıkarmaktadır. Çizelge 2'de gösterilen lisansüstü tezlerin bulgularından yola çıkarak örgütsel dayanıklılığın öncülleri ve ardıllarına ilişkin kodlamalar sırasıyla Çizelge 3'te ve Çizelge 4'de gösterilmektedir.

Çizelge 3: Lisansüstü Tezlerin Örgütsel Dayanıklılık Kavramının Öncüllerine İlişkin Bulguları

Öncüller	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Organik Örgüt Yapısı	1	5,88	10
Bilgi Yönetimi Süreci	1	5,88	10
Hizmet Yenilikçiliği	1	5,88	10
Yönetimsel Yenilikçi Eğilimler	1	5,88	10
Tıbbi Yöntemsel Yenilikçi Eğilimler	1	5,88	10
Adaptif Liderlik	1	5,88	10
Örgütsel Öğrenme Yeteneği	1	5,88	10
İKY Uygulamalarının Etkinliği	1	5,88	10
Örgütsel Zekâ	1	5,88	10
Öğrenen Örgüt Faktörleri	1	5,88	10
Kurumsallaşma	1	5,88	10
Örgütsel Güven	1	5,88	10
Öz Yeterlilik	1	5,88	10
Güçlendirici Liderlik	1	5,88	10
Temel Stratejik Yönelimler	1	5,88	10
Kodlanmış BELGELER	10	58,82	100
Kodlanmamış BELGELER	7	41,18	-
Analiz Edilen Belgeler	17	100	-

Çizelge 3'teki veriler incelendiğinde örgütsel dayanıklılık kavramının öncülleri olarak birçok değişkenin olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerin ayrı ayrı tez çalışmalarında ele alındığı görülmektedir. Dolayısıyla her tez çalışmasının literatüre özgün bir katkı sunmak amacı ile daha önce çalışılmamış değişkenleri ele aldığı söylenebilir.

Çizelge 4: Lisansüstü Tezlerin Örgütsel Dayanıklılık Kavramının Sonuçlarına İlişkin Bulguları

Ardıllar	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Örgütsel Performans	2	11,76	28,57
İş Gören Performansı	2	11,76	28,57
Travmatik Olaylara Karşı Risk Algısı	1	5,88	14,29
Özümseme Kapasitesi	1	5,88	14,29
Yeşil Yenilik	1	5,88	14,29
Sürdürülebilirlik Performansı	1	5,88	14,29
Kodlanmış BELGELER	7	41,18	100
Kodlanmamış BELGELER	10	58,82	-
Analiz Edilen Belgeler	17	100	-

Çizelge 4'deki veriler incelendiğinde 2 lisansüstü tez çalışmasında örgütsel performansın örgütsel dayanıklılığın bir sonucu olduğu belirlenmiştir. Benzer bir durum çalışan performansı için de geçerlidir. Bunlar dışındaki travmatik olaylara karşı risk algısı, özümseme kapasitesi, yeşil yenilik, sürdürülebilir performans gibi sonuçlar birer tez çalışması sonucunda elde edilen bulguları ifade etmektedir.

4.4. İncelenen lisansüstü tezlerde ortaya çıkan aracılık ilişkileri

Çizelge 5'de örgütsel dayanıklılık kavramının yer aldığı lisansüstü tez çalışmalarında ortaya çıkan aracılık ilişkileri gösterilmektedir.

Çizelge 5: İncelenen Lisansüstü Tez Çalışmalarında Ortaya Çıkan Aracılık İlişkileri

Aracılık İlişkileri	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Örgüt Yapısı>Bilgi Yönetimi>Örgütsel Dayanıklılık	1	5,88	20
Örgütsel Öğrenme Yeteneği>Örgütsel Dayanıklılık>Örgütsel Performans	1	5,88	20
Örgütsel Zekâ>Örgütsel Dayanıklılık>Örgütsel Performans	1	5,88	20
Öğrenen Örgüt>Kurumsallaşma>Örgütsel Dayanıklılık	1	5,88	20
Güçlendirici Liderlik>Öz Yeterlilik>Örgütsel Dayanıklılık	1	5,88	20
Kodlanmış BELGELER	5	29,41	100
Kodlanmamış BELGELER	12	70,59	-
ANALİZ EDİLEN BELGELER	17	100	-

Çizelge 5'deki veriler incelendiğinde (a) örgüt yapısı ve örgütsel dayanıklılık arasında bilgi yönetiminin, (b) öğrenen örgüt ile örgütsel dayanıklılık arasında kurumsallaşmanın, (c) güçlendirici liderlik ile örgütsel dayanıklılık arasında öz yeterliliğin aracılık rolünün bulunduğu görülmektedir. Ayrıca örgütsel dayanıklılığın (d) örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel performans arasında, (e) örgütsel zeka ve örgütsel performans arasında aracılık rolüne sahip olduğu görülmektedir.

4.5. İncelenen lisansüstü tezlerde örgütsel dayanıklılık kavramı ile birlikte çalışılan değişkenler

Çizelge 6'da örgütsel dayanıklılığa ilişkin lisansüstü tez çalışmalarında öncül veya ardıl olma durumuna bakılmaksızın aynı çalışmada kavram ile birlikte çalışılan farklı değişkenlere yer verilmektedir. Ayrıca Görsel 1'de örgütsel dayanıklılığa ilişkin yapılan lisansüstü tez çalışmalarında kavram ile birlikte çalışılan değişkenlere ilişkin kod bulutu gösterilmektedir.

Çizelge 6: Lisansüstü Tez Çalışmalarında Örgütsel Dayanıklılık Kavramı İle Birlikte Çalışılan Değişkenler

Birlikte Çalışılan Değişkenler	Belgeler	Yüzde	Yüzde (geçerli)
Örgütsel Performans	2	5,88	12,5
Çalışan Performansı	2	5,88	12,5
Bilgi Yönetimi	1	2,94	6,25
Hizmet Yenilikçiliği	1	2,94	6,25
Yenilikçi Eğilimler	1	2,94	6,25
Liderlik Tarzları	1	2,94	6,25
Örgütsel Özümseme Kapasitesi	1	2,94	6,25
Firma Yenilikçiliği	1	2,94	6,25
Örgütsel Öğrenme Yeteneği	1	2,94	6,25
Travma İçin Algılanan Risk	1	2,94	6,25
Pazar Türbülansı	1	2,94	6,25
İKY Uygulamalarının Etkinliği	1	2,94	6,25

Çeviklik	1	2,94	6,25
Örgütsel Zekâ	1	2,94	6,25
Kurumsal Yönetim	1	2,94	6,25
Öğrenen Örgüt	1	2,94	6,25
Kurumsallaşma	1	2,94	6,25
Algılanan Örgütsel Destek	1	2,94	6,25
İşe Angaje Olma	1	2,94	6,25
Örgütsel Güven	1	2,94	6,25
Örgütsel Dışlanma	1	2,94	6,25
Örgütsel Sinizm:	1	2,94	6,25
Yeşil Yenilik	1	2,94	6,25
Algılanan Yeşil Örgütsel Davranış	1	2,94	6,25
Çevresel Belirsizlik	1	2,94	6,25
Sürdürülebilirlik Performansı	1	2,94	6,25
Güçlendirici Liderlik	1	2,94	6,25
Öz Yeterlik	1	2,94	6,25
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	1	2,94	6,25
Stratejik Yönelimler	1	2,94	6,25
Esnek Çalışma	1	2,94	6,25
Örgüt Yapısı	1	2,94	6,25
Kuantum Liderlik	1	2,94	6,25
Kodlanmış BELGELER	16	47,06	100
Kodlanmamış BELGELER	18	52,94	-
Analiz Edilen Belgeler	34	100	-



Görsel 6: Lisansüstü Tez Çalışmalarında Örgütsel Dayanıklılık Kavramı İle Birlikte Çalışılan Değişkenlere İlişkin Kod Bulutu

Çizelge 6'daki veriler ve Görsel 1'deki kod bulutu incelendiğinde lisansüstü tez çalışmalarında örgütsel dayanıklılık kavramı ile birlikte örgütsel performansın ve çalışan performansının ikişer çalışmada ele alındığı diğer kavramların ise ayrı ayrı çalışmalarda birer defa ele alındığı görülmektedir.

5. SONUÇ

Bu çalışma, örgütsel dayanıklılık kavramı ile ilgili olarak Türkiye'de yürütülen lisansüstü tez çalışmalarının incelenmesi amacı ile nitel bir araştırma olarak tasarlanmıştır. Yapılan literatür taramasında örgütsel dayanıklılık kavramını ele alan lisansüstü tez çalışmalarının belirli bir yapı içerisinde incelendiği ve sonuçlarının derlendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın temel amacı ise lisansüstü tez çalışmalarına ilişkin önemli verileri ortaya çıkarmaktır. Bu amaç doğrultusunda araştırmacı tarafından oluşturulan bir yayın sınıflama formu kullanarak bir durum çalışması yapılarak örgütsel dayanıklılık kavramına ilişkin yapılan lisansüstü tez çalışmalarının yayınlanma yılı, yazarı, tez türü, tez alanı, araştırma konusu ve önemli bulguları ortaya çıkarılmıştır. Böylelikle kavrama ilişkin mevcut durumu, kavramın öncülleri ve ardılları olarak ortaya çıkan değişkenleri ortaya çıkarması, 23.08.2023 tarihi itibari ile kavramla birlikte lisansüstü tez çalışmalarında ele alınan değişkenlerin belirlenmesi ve kavrama ilişkin nispeten yetersiz sayıda çalışmada ele alınan değişkenleri ortaya çıkarması nedeniyle bu çalışmanın literatüre önemli katkılar sunacağı düşünülmektedir.

Çalışma sonucunda elde edilen veriler, çalışmanın yapıldığı tarihe kadar kavrama ilişkin 5 yüksek lisans ve 12 doktora düzeyinde olmak üzere toplam 17 adet lisansüstü tez çalışmasının yapıldığını göstermektedir. Bu çalışmaların sonucunda organik örgüt yapısı, bilgi yönetim süreci, hizmet yenilikçiliği, tıbbi yöntemsel yenilikçi eğilimler, adaptif liderlik, örgütsel öğrenme yeteneği, İKY uygulamalarının etkinliği, örgütsel zekâ, öğrenen örgüt faktörleri, kurumsallaşma, örgütsel güven, öz yeterlilik, güçlendirici liderlik ve temel stratejik yönelimlerin örgütsel dayanıklılığın birer öncülü olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Örgütsel dayanıklılık kavramının sonuçları incelendiğinde 16 lisansüstü tez çalışmasının sonuçları, örgütsel performans, çalışan performansı, travmatik olaylara karşı risk algısı, özümseme kapasitesi, yeşil yenilik ve sürdürülebilirlik performansının örgütsel dayanıklılığın birer sonucu olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlardan örgütsel performans ve çalışan performansı ikişer ayrı çalışmada da örgütsel dayanıklılığın bir sonucu olarak bulunmuştur.

Örgütsel dayanıklılık ile birlikte çalışılan değişkenlere bakıldığında 33 farklı değişkenin kavram ile birlikte birer kez çalışıldığı görülmektedir. Bu, aynı zamanda bu değişkenlerin yeni lisansüstü tez çalışmalarında veya makale çalışmalarında önemli birer çalışma alanı olarak ele alınabileceğini de göstermektedir. Dolayısıyla daha genellenebilir sonuçlar için farklı çalışmalarda bu kavramlar arasındaki ilişkilerin ele alınması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Aydın, A., Selvitopu, A., & Kaya, M. (2018). Sınıf yönetimi alanındaki lisansüstü tezlerin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 18*(1), 41-56.

Balak, D. (2021). *Örgütsel zekâ, örgütsel dayanıklılık kapasitesi ve firma performansı ilişkisi.* Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Türkiye

Ergin, E. (2022). *Algılanan örgütsel vatandaşlık davranışı ile algılanan örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişkiyi açığa çıkarmaya yönelik bir araştırma.* Yüksek Lisans Tezi, Ege

Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Bilimi ve Organizasyon Bilim Dalı, Türkiye

Genez, E. (2022). *Örgütsel dayanıklılık, algılanan örgütsel destek ve işe adanmışlığın işgören performansı üzerine etkileri: Covıd-19 pandemisi sürecinde bir araştırma.* Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Türkiye

Kaçmaz, Y.Y. (2021). *Öğrenen örgütlerin kurumsallaşma aracılığı ile örgütsel dayanıklılık üzerindeki etkisi: Alanya'da konaklama işletmeleri yöneticileri üzerine bir uygulama.* Doktora Tezi, Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı, Türkiye

Karagözoğlu, A.A. (2022). *Güçlendirici liderlik, örgütsel dayanıklılık, öz yeterlik ilişkisinin incelenmesi.* Doktora Tezi, Fırat Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitim Yönetimi Bilim Dalı, Türkiye

Karaköse, M.A. (2019). *Liderlik tarzları, örgütsel dayanıklılık, örgütsel özümseme kapasitesi ve firma yenilikçiliği ilişkisi.* Doktora Tezi, Gebze Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Bilim Dalı, Türkiye

Kozcu, G.Y. (2020). *Örgütsel öğrenme yeteneği, örgütsel dayanıklılık, örgütsel performans ve pazar türbülansı: Durumsal Aracılık Modeli.* Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme (İngilizce) Ana Bilim Dalı, İşletme Bilim Dalı, Türkiye

Kumbalı, H.Ç. (2018). *Örgüt yapısına göre bilgi yönetimi ve örgütsel dayanıklılık ilişkisi.* Doktora Tezi, Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Genel İşletme Bilim Dalı, Türkiye

Kurşuncu, R.S. (2022). *Örgütsel güven, örgütsel dayanıklılık, örgütsel dışlanma, örgütsel sinizm: Eğitim sektörü üzerine bir araştırma.* Doktora Tezi, Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Türkiye

Kuzgun, Ş. (2022). *Örgütsel dayanıklılık kapasitesi, yeşil yenilik, algılanan yeşil örgütsel davranış, çevresel belirsizlik ve sürdürülebilirlik performansı arasındaki ilişkiler.* Doktora Tezi, İstanbul Arel Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Türkiye

Lengnick-Hall, C. A., Beck, T. E., & Lengnick-Hall, M. L. (2011). Developing a capacity for organizational resilience through strategic human resource management. *Human resource management review*, *21*(3), 243-255.

Nalçakan, M. (2020). Raylı Sistemler Konulu Lisansüstü Tezlerin İncelenmesi. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, *15*(1), 355-377.

Özbudak, E.Ç. (2018). *Hazır mısınız? organizasyonel travma için algılanan risk düzeyinin ölçülmesi ve örgütsel dayanıklılıkla ilişkisi.* Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Lisansüstü Programlar Enstitüsü, Örgüt Psikolojisi Ana Bilim Dalı, Türkiye

Özdemir, S. (2020). *İKY uygulamalarının etkinliğinin örgütsel dayanıklılık ve çevikliğe etkisi üzerine bir araştırma.* Doktora Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Türkiye

Öztürk, A. (2018). *Sağlık sektöründe hizmet yenilikçiliğine dair yenilikçi eğilimler ile örgütsel dayanıklılık ilişkilerinin incelenmesi.* Doktora Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Türkiye

Sak, R., Sak, İ. T. Ş., Şendil, Ç. Ö., & Nas, E. (2021). Bir araştırma yöntemi olarak doküman analizi. *Kocaeli Üniversitesi Eğitim Dergisi, 4*(1), 227-256.

Sevimli, M.S. (2021). *Kurumsal yönetim ve örgütsel dayanıklılık arasındaki ilişki.* Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, İşletme Yönetimi Bilim Dalı, Türkiye

Subaşı, M., & Okumuş, K. (2017). Bir araştırma yöntemi olarak durum çalışması. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21*(2), 419-426.

Tehrani, M.A. (2022). *Covıd-19 sırasında İran restoranlarında örgütsel dayanıklılık üzerine bir inceleme.* Yüksek Lisans Tezi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Ana Bilim Dalı, Türkiye

Ulusal Tez Merkezi (2023). https://tez.yok.gov.tr, erişim tarihi: 23.08.2023.

Ültay, E., Akyurt, H., Ültay, N. (2021). Sosyal bilimlerde betimsel içerik analizi. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi, (10),* 188-201.

Vogus, T. J., & Sutcliffe, K. M. (2007). *Organizational resilience: Towards a theory and research agenda*. In 2007 IEEE international conference on systems, man and cybernetics (pp. 3418-3422). IEEE.

Yorulmaz, H. (2023). *Dijital çağda KOBİ'lerde örgütsel dayanıklılık için stratejik yönelimler ve esnek çalışma model önerisi.* Doktora Tezi, İstanbul Medipol Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Strateji Bilim Dalı, Türkiye

Yurdunkulu, A. (2023). *Öğretmenlerin kişisel performanslarına yönelik algıları ile örgütsel dayanıklılık düzeyleri ve okul müdürünün kuantum liderlik düzeyi arasındaki ilişki.* Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Türkiye

AFYONKARAHİSAR İLİ TURİZMİ VE EKONOMİYE ETKİLERİ

Doç. Dr., Ceyda KÜKRER MUTLU
Afyon Kocatepe Üniversitesi, (https://orcid.org/0000-0003-4002-6750)

YÖK 100/2000 Doktora Bursiyeri (Doktora Öğrencisi), Ayşe MERCAN
Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,
(https://orcid.org/0000-0001-8332-7794),

ÖZET

Turizm, ülkelerin, bölgelerin ve şehirlerin büyümesine, kalkınmasına katkı sağlayan önemli bir faaliyettir. Turizm faaliyetleri ve çeşitleri ülkenin, bölgenin ve şehrin coğrafi, kültürel ve sosyoekonomik özellikleri nedeniyle farklılık göstermektedir. Afyonkarahisar ili, Ege Bölgesinde yer alan doğu ile batıyı, kuzey ile güneyi birbirine bağlayan kavşak noktasında yer alan bir ildir. Bu özelliği ili diğer iller arasında öncelikli hale getirmektedir. 21. yüzyılda Afyonkarahisar, jeopolitik konumu, doğal güzellikleri, tarihi, mutfak kültürü, jeotermal kaynakları, dini inanç yapıları ve spor turizmi sayesinde gelişen bir turizm şehri haline gelmiştir. Ayrıca Türk milleti açısından zaferin kazanıldığı Büyük Taarruz Savaşı, şifalı termal kaynakların çokluğu ile "termalin başkenti" olarak adlandırılan ve UNESCO tarafından Türkiye'de üçüncü gastronomi şehri olarak seçilmesi nedeniyle Afyonkarahisar turizm potansiyeli ve destinasyonu açısından Türkiye'de dikkat çeken sayılı illerden birisi konumundadır.

Turizm çeşitliliği ve faaliyetleri fazla olan illerin önemli avantajları bulunmaktadır. Bu avantajlardan en önemlisi ekonomi üzerinde oluşturduğu pozitif etkidir. Bu bağlamda turizm destinasyonu fazla olan illerde yeni iş sahalarının açılması, diğer sektörler ile etkileşim, gelir artışı, istihdam artışı ve vergi gelirlerinde artış meydana gelmektedir.

Bu çalışmada Afyonkarahisar ilinde yapılana turizm türleri açıklanacak daha sonra Afyonkarahisar'da turizm ekonomi ilişkisine değinilecektir. Çalışmada son olarak Afyonkarahisar iline gelen yerli ve yabancı turistlere örnek olması açısından önemli bölgelere ve turizm çeşitlerine yönelik oluşturulan 4 günlük senaryodan oluşturulmuş rotaya yer verilecektir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Turizm ve Ekonomi, Afyonkarahisar .

1.GİRİŞ

Küreselleşmenin arttığı dünyada birçok unsur ile beraber turizm alanında da çeşitlilik artmıştır. Ülkeler ve şehirler turizm gelirlerini artırmak için yeni destinasyon alanları oluşturmaya çalışmışlarıdır. Bu nedenle dünyada ve Türkiye'de doğa turizmi, tarih turizmi, sağlık turizmi ve kültür turizmi başta olmak üzere eğlence turizmi, spor turizmi, gastronomi turizmi ve kongre turizmi gibi turizm türleri ortaya çıkmıştır.

Eski bir tarihe sahip olan Afyonkarahisar milattan önce Hitiler, Frigler, Lidyalılar, Pers İmparatorluğu arkasından Helenler, Roma İmparatorluğu milattan sonra ise Bizans İmparatorluğu gibi farklı medeniyetlerin beşiği olmuştur. Dolayısıyla bu medeniyetlere ait tarihi izler ile beraber kültürel izleri de taşıyan bir ildir. Bu özelliği ilin turizm açısından çekiciliği artıran önemli unsurlardan birisidir.

Afyonkarahisar ili, Ege Bölgesinde yer alan doğu ile batıyı, kuzey ile güneyi birbirine bağlayan kavşak noktasında yer alan bir ildir. Bu özelliği ili diğer iller arasında öncelikli hale getirmektedir. 21. yüzyılda Afyonkarahisar, jeopolitik konumu, doğal güzellikleri, tarihi, mutfak kültürü, jeotermal kaynakları, dini inanç yapıları ve spor turizmi sayesinde gelişen bir turizm şehri haline gelmiştir. Ayrıca Türk milleti açısından zaferin kazanıldığı Büyük Taarruz Savaşı, şifalı termal kaynakların çokluğu ile "termalin başkenti" olarak adlandırılan ve UNESCO tarafından Türkiye'de üçüncü gastronomi şehri olarak seçilmesi nedeniyle Afyonkarahisar turizm potansiyeli ve destinasyonu açısından Türkiye'de dikkat çeken sayılı illerden birisi konumundadır (Afyonkarahisar Belediyesi).

İlde turizm potansiyelinin gelişmiş olması ekonomik yapı üzerinde de olumlu katkılar meydana getirmiştir. Bu katkılar; yeni iş sahalarının açılması, diğer sektörler ile etkileşim, yeni yatırımlar yapılması ve istihdam olanaklarının artmasıyla beraber vergi gelirlerinde artış olmasıdır.

Bu çalışmada ilk olarak turizm türleri Afyonkarahisar ili örnekleri ile anlatılacak daha sonra Afyonkarahisar'da turizm ve ekonomiye değinilecektir. Çalışmada son olarak Afyonkarahisar iline gelen yerli ve yabancı turistlere örnek olması açısından önemli bölgelere ve turizm çeşitlerine yönelik oluşturulan 4 günlük senaryodan oluşturulmuş rotaya yer verilecektir.

2. AFYONKARAHİSAR İLİ VE TURİZM KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turizm, insanların geçici veya kısa süreli ikametgah ettikleri yerler dışından farklı bir yere yaptıkları yer değiştirme hareketidir (Doğan, 2017: 269).

Türk Dil Kurumu sözlüğünde turizm, *"Dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi. Bir ülkeye veya bir bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik önlemlerin, yapılan çalışmaların tümü"* şeklinde tanımlanmıştır (Türk Dil Kurumu). Günümüzde ise turizm insanların spor, gastronomi, sağlık, kongre, sempozyum, seminer ve dini inançları için yaptıkları seyahat ve konaklamayı içine alan geniş bir tanıma sahiptir. Turizm ülkelerin, bölgelerin ve şehirlerin doğal ve doğal olmayan yollar ile oluşan faaliyetlerini içermektedir.

İnsanlar boş zamanlarında çeşitli turizm faaliyetlerinden yararlanmak amacıyla seyahat etmektedirler. Bu bağlamda bakıldığında turizmin insanlık tarihi kadar eski olduğunu söylemek mümkündür. Turizm geçmişten günümüze farklı nedenler yapılmış ve farklı unsurlardan etkilenmiştir.

Afyonkarahisar ili geçmişi milattan önceki dönemlere rastlamaktadır. Dolayısıyla bu özelliği turizme önemli katkılar sağlamaktadır. Zengin turizm çeşitliliğine sahip olan Afyonkarahisar'da günümüzde doğa turizmi, fuar ve kongre turizmi, gastronomi turizmi, kültür ve tarih turizmi, sağlık turizmi ve inanç turizmi yapılmaktadır.

3. AFYONKARAHİSAR İLİNDE TURİZM VE EKONOMİYE ETKİLERİ

Turizm, seyahat edilen ve konaklanan ülke, bölge veya şehirde ekonomiye olumlu katkıları olan bir sektördür. Yerli veya yabancı turistler gittikleri yerlerde konaklama başta olmak üzere yeme- içme sektörü, giyim sektörü, ulaşım sektörü, eğlence sektörü, hediyelik eşya sektörü ve yöresel yiyecek içecekleri, kıyafetleri, aksesuarları satın almak için harcama yapmakta ve dolayısı ile gittikleri yerin ekonomisine gelir getirici etkileri bulunmaktadır. Bu bağlamda turizm, turizm destinasyonu olan bölgelerde çeşitli iş kollarının oluşmasına ve istihdam olanaklarının artmasına da neden olmaktadır.

Afyonkarahisar ili turizm çeşitliliğinin fazla olması nedeniyle son yıllarda turizm gelirleri artış eğiliminde olan bir şehirdir. Dolayısıyla Afyonkarahisar'da turizm; gelir, harcama, istihdam ve bunlara bağlı olarak vergi gelirleri üzerinde önemli etkilere sahiptir.

Turizm sektörü, 12 ay boyunca canlı kalabilen bir sektördür. Ege Bölgesi'nde İç Ege Bölümünde yer alan Afyonkarahisar ili deniz turizmi dışında hemen hemen tüm turizm çeşitliliğine sahiptir. Dolayısıyla ilde 12 ay boyunca turizm faaliyetleri devam etmektedir. Bu bağlamda ilde yer alan birçok faaliyet alanı hizmetlerin sunulması için mal ve hizmet alımında bulunmakta ve piyasada bir hareketlilik oluşturmaktadır. Turizmden etkilenen faaliyet alanları; yeme- içme, gıda, hediyelik eşya imalatçıları, seyahat acenteleri, ulaşım firmaları (hava, deniz ve karayolu), taksiciler, otel işletmeleri, kiralık araba ve apart işi ile uğraşanlar, lokantalar, kafeler ve eğlence yerleri, haberleşme merkezleri, elektrik idaresi, gaz idaresi, ısıtma merkezleri, su idareleri, yöresel ürünleri satanladır (Sandıkcı, Çelik, Yayla; 2014:427). Sayılan faaliyet alanları ile uğraşanlar bu faaliyetleri nedeniyle gelir elde etmekte ve buna bağlı olarak yapılan kayıtlı işlemler de vergi, katılma payı ve harçlar ile devletin gelir sağlamasına aracı olmaktadır.

Afyonkarahisar turizm gelirleri arasında en büyük pay sağlık turizminde görülmektedir. Bu bağlamda ilde yer alan konaklama merkezlerinde yılın her ayı ziyaretçi bulunmaktadır. İle ekonomik anlamda gelir getiren önemli bir alanda mutfak kültürüdür. Bu bağlamda ile gelen ziyaretçiler Türkiye'de UNESCO tarafından tescil edilmiş üçüncü gastronomi şehri olan ilde yöreye ait farklı lezzetleri tatmak amacıyla konaklama yerleri dışında bulunan restoran ve lokantaları ziyaret etmektedirler. Ayrıca geldikleri il ve ülkeye dönerken Afyonkarahisar'dan lokum, kaymak, ekmek kadayıfı, sucuk, pastırma ve haşhaş gibi yöresel ürünleri satın almak amacıyla harcama yapmaktadırlar. Dolayısıyla ilde belirli sektörlerde gelir artışı meydana gelmektedir.. Bu gelir artışına bağlı olarak istihdam edilecek personel sayısında artış ile kayıt dışı yapılmayan satışlar vergi gelirlerinde artışa neden olmaktadır.

Yerli ve yabancı ziyaretçilerin gezileri sırasında dolaylı olarak yapmış olduğu diğer harcamalar da turizm gelirlerine katkı sağlamaktadır. Turistler tarafından yapılan turizm harcamaları yerli ve yabancılar açısından farklıdır. Yabancı turistlerin harcamaları ile döviz gelirleri oluşmaktadır. Yerli veya yabancı turistlerin yaptığı turizm amaçlı harcamalar ilin ekonomik kalkınması açısından önemlidir.

Turizmin ekonomi ile ilişkisine bakıldığında gelir sağlaması yanında istihdam üzerinde de olumlu katkıları bulunmaktadır. Turizm hizmet sektöründe yer alan bir istihdam alanıdır ve emeğin yoğun bir şekilde kullanıldığı sektörlerden birisidir. Turizm, turistlere sunduğu ulaşım, konaklama, lokanta, kafe, eğlence, hediyelik eşya, gidilen ülke, bölge, şehir vb. yörelere ait ayakkabı, çanta, kıyafet gibi hizmetlerin sunulabilmesi için buraları işletenlere ve çalışanlara dolayısı ile bunların ailelerine dolaylı bir şekilde istihdam imkanı sağlamaktadır (Sandıkcı, Çelik, Yayla; 2014:426).

Bu bağlamda Afyonkarahisar ilinde özellikle son yıllarda turizmin çeşitlenmesi, sağlık turizmin giderek canlanması ve yeni konaklama merkezlerinin açılması istihdam üzerinde büyük paya sahip olduğu söylenebilir.

Turizmin ekonomi ile ilişkisinde olumlu katkılardan birisi de devlete vergiler yoluyla gelir sağlamasıdır. Turizmde konaklama, ulaşım, kişisel harcamalar, yiyecek- içecek ve eğlence alanı, müze ve ören yeri girişleri olmak üzere birçok hizmetten vergi, harç, resim ve katılma payı alınmaktadır. Alınan bu gelirlerin bir kısmı ziyaretçiler tarafından bir kısmı da doğrudan ve dolaylı bir şekilde hizmeti sunanlar tarafından ödenmektedir. Turizmden elde edilen bu gelirler doğrudan turizm gelirlerinden sağlanabileceği gibi dolaylı olarak turizm sektörü ile etkileşim halinde bulunan sektörler tarafından da elde edilebilmektedir. Dolaysıyla turizm doğrudan ve dolaylı olarak vergi gelirlerinin artmasına katkı sağlamaktadır.

Çizelge 1. Afyonkarahisar İli 2018-2021 Yılları Yerli ve Yabancı Turist Konaklama Verileri

	YERLİ TURİST		YABANCI TURİST		TOPLAM	
YILLAR	**Giriş**	**Geceleme**	**Giriş**	**Geceleme**	**Giriş**	**Geceleme**
2018	1.015.754	2.141.083	23.709	48.675	**1.039.463**	**2.189.758**
2019	1.019.679	2.118.457	28.588	59.215	**1.048.267**	**2.177.672**
2020	648.789	1.193.178	10.773	21.421	**659.562**	**1.242.735**
2021	993.797	1.891.728	23.358	49.759	**1.017.155**	**1.941.487**

Kaynak: Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü

Yukarıda yer alan Çizelge 1'e göre 2019 yılında bir önceki yıla göre Afyonkarahisar'a gelen yerli ve yabancı turistlerin toplam sayısında %1 artış meydana gelmiştir. 2020 yılında ise Afyonkarahisar'a gelen yerli ve yabancı turistlerin sayısında %37 azalma meydana gelmiştir. Bu durumun nedeni küresel bir salgın olan COVID-19 pandemisinin ortaya çıkmasıdır. 2021 yılında ise salgın öncesi döneme yakın bir turist sayısı Afyonkarahisar ilini ziyaret etmiş ve bir önceki yıla göre %54 artış meydana gelmiştir. Afyonkarahisar iline gelen turist sayısı ve gelen turistlerin geceleme verilerine bakıldığında yerli ve yabancı turistlerin ortalama 2 gece kaldığı görülmektedir. Yerli ve yabancı turist sayıları karşılaştırıldığında ise yerli turist sayısının yabancı turist sayısından fazla olduğu görülmektedir.

Afyonkarahisar istihdam olanakları açısından bakıldığında içinde bulunduğu TR33 Bölgesi Türkiye'de işsizlik oranın %10'un altında kaldığı en düşük işsizlik oranına sahip bölgelerden birisidir. Afyonkarahisar ili özelinde istihdam alanları incelendiğinde 2000'li yıllarda %47,7 tarım, %11,7'si sanayi ve %4,6 hizmet ağırlıklı iken günümüzde tarım sektörünün ağırlığı azalmış diğer iki sektörün özellikle hizmet sektörünün ağırlığı artmıştır. (Kayahan: 14).

Çizelge 2. Afyonkarahisar İlinde Faaliyet Gösteren Sektörler ve İşletme Sayısı

Sektörler	İşletme Sayısı
İmalat	200
Toptan ve perakende ticaret	106
Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri	49
İnşaat	47
Ulaştırma ve depolama	32
İdari ve destek hizmet faaliyetleri	25
Madencilik ve taş ocakçılığı	23
Eğitim	18
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	16
Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı	8
Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	6
Diğer hizmet faaliyetleri	3
Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri	2
Gayrimenkul faaliyetleri	2
Bilgi ve iletişim	2
Finans ve sigorta faaliyetleri	1
Kültür, sanat eğlence, dinlence ve spor	1
Genel Toplam	**543**

Kaynak: Türkiye İş Kurumu İşgücü Piyasası Araştırması Afyonkarahisar İli 2021 Yılı Sonuç Raporu

Çizelge 2'ye göre turizm sektörü değerlendirildiğinde turizm sektöründe yer alan konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri sektörü işletme sayısı üçüncü sırada yer almaktadır. Bu da sektör olarak turizm faaliyetlerinin önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Çizelge 3. Sektörlere ve Cinsiyete Göre Çalışan Sayıları

Sektörler	Erkek Çalışan	Kadın Çalışan	Toplam Çalışan
İmalat	13.547	3.770	17.317
Toptan ve perakende ticaret	5.464	2.325	7.788
İnşaat	3.330	227	3.557
Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri	2.434	1.039	3.472
İdari ve destek hizmet faaliyetleri	2.300	888	3.187
Ulaştırma ve depolama	2.722	306	3.028
Madencilik ve taş ocakçılığı	2.137	99	2.236
İnsan sağlığı ve sosyal hizmet faaliyetleri	476	792	1.267
Eğitim	449	477	926
Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme üretimi ve dağıtımı	605	88	692
Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	78	56	133
Gayrimenkul faaliyetleri	85	17	102
Diğer hizmet faaliyetleri	60	20	80
Bilgi ve iletişim	29	12	41
Kültür, sanat eğlence, dinlence ve spor	40	0	40
Su temini; kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri	12	2	14
Finans ve sigorta faaliyetleri	12	1	13
Genel Toplam	**33.779**	**10.116**	**43.895**

Kaynak: Türkiye İş Kurumu İşgücü Piyasası Araştırması Afyonkarahisar İli 2021 Yılı Sonuç Raporu

Çizelge 3'e göre konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetlerinde çalışanlar sektörel olarak değerlendirildiğinde 43.895 kişiden 3.472 kişinin bu sektörde çalıştığı ve çalışanların 2.434 çalışanın erkek, 1.039 çalışanın kadın olduğu görülmektedir.

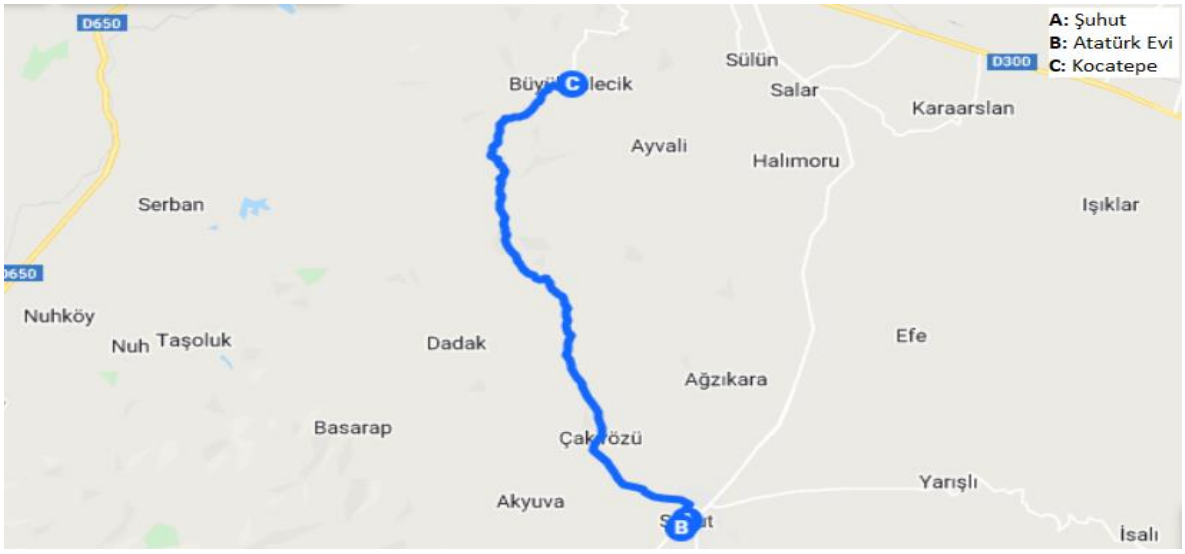
Afyonkarahisar İli vergiler açısından değerlendirildiğinde turizm faaliyetlerinden elde edilen gelirlerin devlete de önemli ölçüde gelir sağladığı görülmektedir. Bu bağlamada devlet turizm faaliyetleri yoluyla vergi, harç, resim ve katılma payı yoluyla gelir elde edilmektedir. Bu gelir türleri arasında en büyük pay vergilere aittir. Doğrudan ve dolaylı bir şekilde turizm nedeniyle gelir elde eden mükellefler bunların bir kısmını vergi olarak devlete ödemektedirler. Böylece turizm sayesinde devlet; gelir vergisi, kurumlar vergisi, katma değer vergisi, özel tüketim vergisi elde etmektedir.

4. AFYONKARAHİSAR İLİ TURİZM ROTALARI

Bölgeleri birbirine bağlayan kavşak noktasında bulunan Afyonkarahisar sağlık turizmi ile adı duyulmuş bir il iken son yıllarda doğa, kültür, inanç, gastronomi ve spor turizmi açısından da adından bahsedilen önemli bir turizm merkezi haline gelmiştir. Turizm çeşitliliği fazla olan Afyonkarahisar ilinin yerli ve yabancı turistler tarafından gezilebilmesi için 4 günlük senaryodan oluşan rotalar oluşturulmuştur.

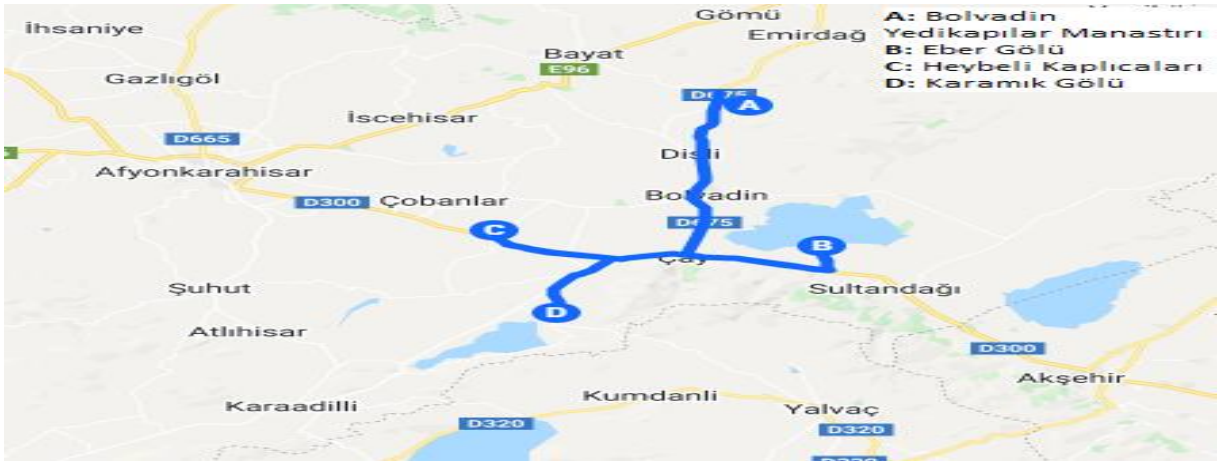
4.1. Birinci Gün Rotası

Birinci gün gezi rotaları oluşturulurken sabah ve öğleden sonra olmak üzere iki rota belirlenmiştir. Aşağıda Görsel 1 ve 2'de birinci gün gezi rotaları yer almaktadır.



Görsel 1. Birinci Gün Sabah Rotası (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

Yukarıda Görsel 1'de sabah gezilecek yerler yer almaktadır. Bu bağlamda gezinin birinci günü konaklanan otelden Afyonkarahisar'ın Şuhut ilçesine gidilerek burada kahvaltıda keşkek yenilecek ve akabinde ilçede Büyük Taarruz zamanında karargah olan Atatürk Evi gezilecektir. Buradan sonra ise Kocatepe'ye çıkılacak ve Kocatepe Atatürk Anıtı ve Kitabesi ziyaret edilecektir.

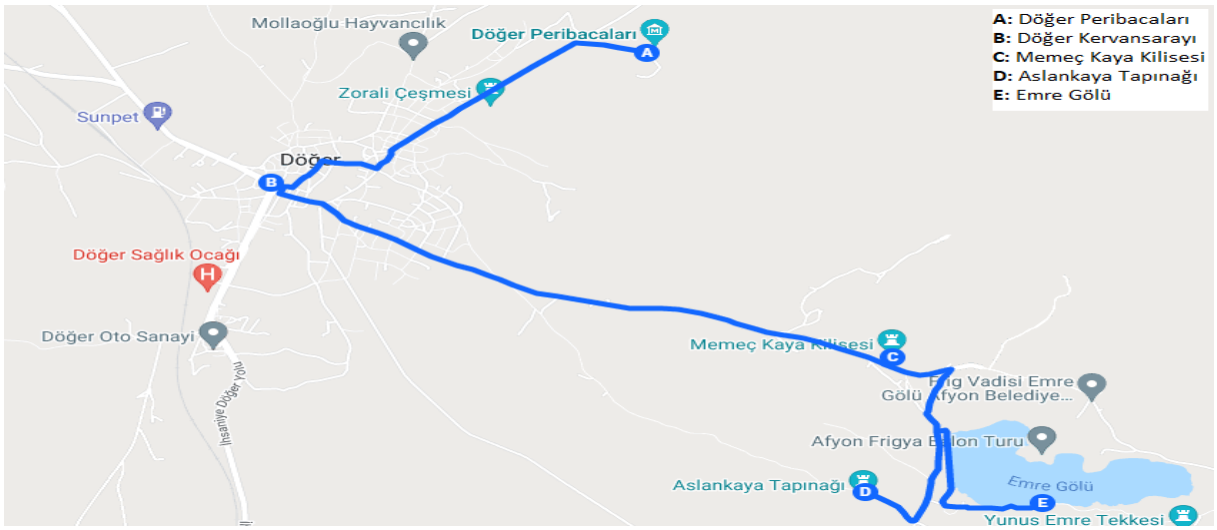


Görsel 2. Birinci Gün Öğleden Sonra Rotası, (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

Yukarıda Görsel 1'de oluşturulan rota gezildikten sonra Bolvadin ilçesine gidilerek Yedikapılar Manastırı gezilir. Arkasından yine Bolvadin ilçesinde bulunan Eber Gölüne gidilerek göl ve etrafı gezilerek fotoğraf çektirilir. Mayıs ayında geziye gidilmesi durumunda dünyada sadece Eber Gölünde yetişmesi ve güzelliği nedeniyle "Eber Sarısını" görmek için göle gidilir. Göle gidildiğinde ayrıca kuşların göç dönemine rastlamasında çeşitli kuş türleri görülüp fotoğrafları çekilebilir. Eber Gölünden sonra dinlenmek amacıyla Heybeli Kaplıcalarına gidilerek şifalı termal sulardan yararlandıktan sonra akşama doğru Çay ilçesinde gidilir ve (eğer vişne mevsimi ise vişne bahçesinde dalından tescilli Çay Vişnesi toplanır) balık çeşitliliği, kuş çeşitliliği fazla olan Karamık Gölüne gidilir ve göl gezisinden sonra burada akşam yemeği yenilerek Afyonkarahisar'a dönüş yapılır. İsteyen turistler ise göl çevresinde kamp kurarak geceyi burada geçirebilirler.

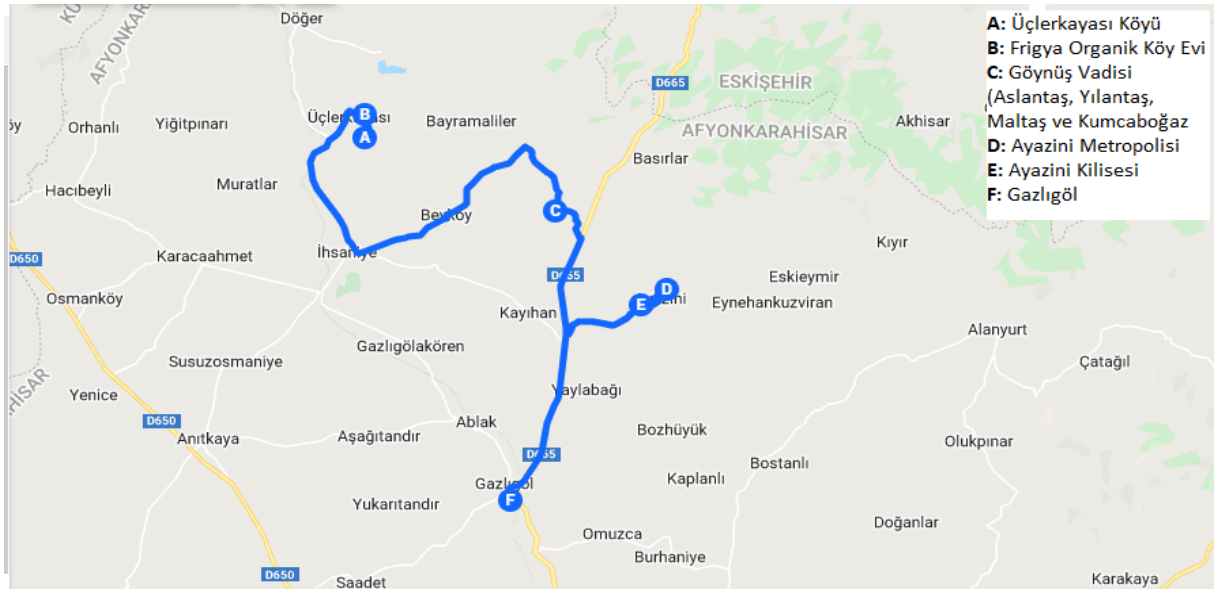
4.2. İkinci Gün Rotası

İkinci gün gezi rotaları oluşturulurken sabah ve öğleden sonra olmak üzere iki rota belirlenmiştir. Aşağıda Görsel 3 ve 4'te ikinci gün gezi rotaları yer almaktadır.



Görsel 3. İkinci Gün Sabah Rotası, (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

Yukarıda Görsel 3'te gezinin ikinci günü sabah rotası yer almaktadır. Gezinin ikinci gününü Frigya ve Göynüş Vadileri gezisi oluşturmaktadır. Sabah kahvaltısından sonra konaklanan otelden ayrılarak Döğer Kasabasında bulunan peribacaları ile geziye başlanır. Daha sonra Döğer Kervansarayı, Memeç Kaya Kilisesi, Aslankaya Tapınağı ve son olarak Emre Gölü ile sabah gezilecek rota tamamlanır. Tarihi ve doğal güzellikleri ile Emre Gölü ve çevresinde ziyaretçiler için çeşitli alternatifler mevcuttur. Bu bağlamda balon turu, tekne turu ATV ile gezinti, bisiklet turu veya at ile gezinti yapabilirler.



Görsel 4. İkinci Gün Öğleden Sonra Rotası, (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

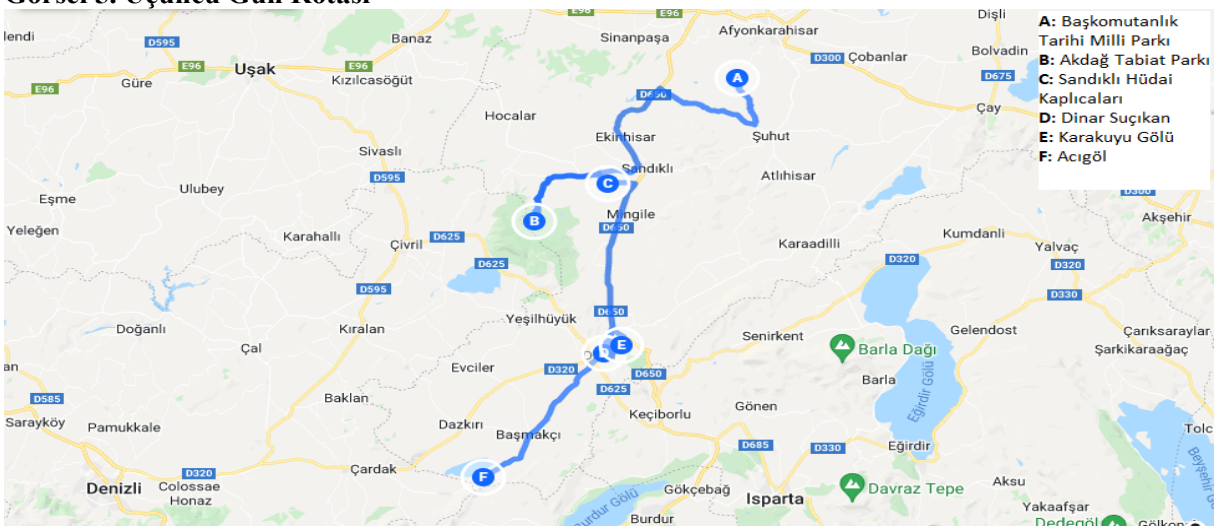
Yukarıda yer alan Görsel 4'te gezinin ikinci günü öğleden sonra gezilecek rotası yer almaktadır. Öğleden sonra Üçlerkayası Köyü ile geziye başlanır . Üçlerkayası Köyü gezildikten sonra burada bulunan Frigya Organik Köy evinde öğle yemeği molası verilir. Yemekten sonra Göynüş Vadisinde Açık Hava Tapınağına gidilir. Burada yer alan kayadan yapılmış tarihi

mezar odaları (Aslantaş ve Yılantaş) gezilir. Bu geziden sonra yakınlarında bulunan Maltaş ve Kumcaboğaz Anıtları gezilir. Ardından Ayazini Kilisesi ve Metropolisi gezilir. Tarihi Ayazini'nde yöresel lezzetler eşliğinde akşam yemeği yenilir. Yemekten sonra Gazlıgöl'e gelinir ve günün yorgunluğu atmak için buradaki termallerden yararlanılır. Dileyen turist Gazlıgöl'de konaklayabilir ya da Afyonkarahisar merkeze dönebilir.

4.3. Üçüncü Gün Rotası

Üçüncü gün gezi rotaları aşağıda Görsel 5'te üçüncü gün gezi rotaları yer almaktadır.

Görsel 5. Üçüncü Gün Rotası

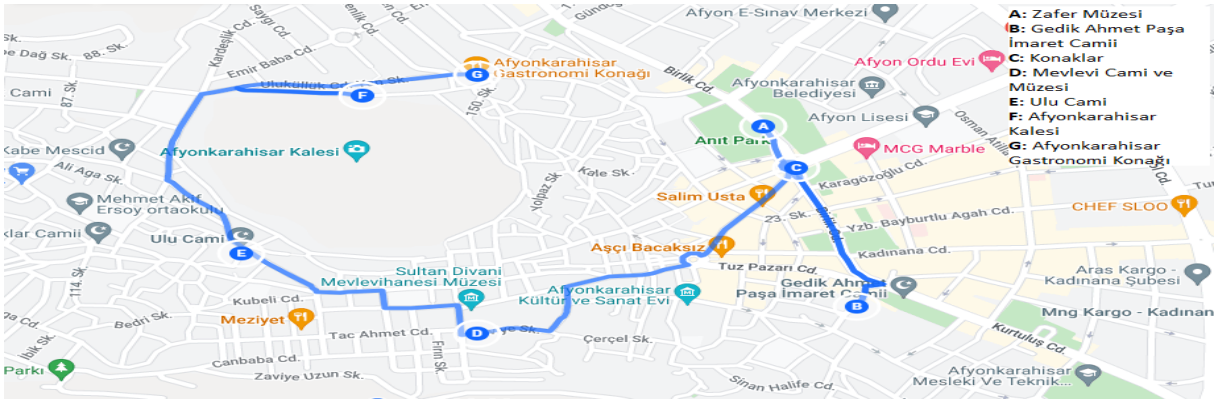


Görsel 5. Üçüncü Gün Rotası, (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

Yukarıda yer alan Görsel 5'e göre gezinin üçüncü gününü konaklanan otelde kahvaltı yapıldıktan sonra Başkomutanlık Tarihi Milli Parkına gidilerek başlamaktadır. Daha sonra Sandıklı ilçesinde bulunan Akdağ Tabiat Parkına gidilerek farklı bitki ve hayvan türlerinin yer aldığı parkta gezinti yapılır ve fotoğraf çekilir. Akdağ Tabiat Parkında yapılan gezintiden sonra "Frigya Termal Turizm Bölgesi" kapsamında yer alan şifalı suları ile meşhur -Hüdai Kaplıcalarına gidilir. Burada çevre gezisinden sonra dileyen ziyaretçiler şifalı kaplıca suları ve çamur banyosundan yararlanabilirler. Arkasından Hüdai Kaplıcalarında tescillenmiş saç yenildikten sonra Dinar ilçesinde bulunan Suçıkan ve Karakuyu Gölüne gidilir. Buradan gezinin son rotası olan Acıgöl gezildikten sonra Afyonkarahisar il merkezine geri dönülür.

4.4. Dördüncü Gün Rotası

Dördüncü gün gezi rotaları aşağıda Görsel 6'da dördüncü gün gezi rotaları yer almaktadır.



Görsel 6. Dördüncü Gün Rotası, (Kaynak: Tarafımızca hazırlanmıştır.)

Yukarıda yer alan Görsel 6'da gezinin son günü rotasına göre sabah konaklanan otelden ayrılarak Afyonkarahisar il merkezi gezilir. Geziye öncelikle Zafer Müzesinden başlanmaktadır. Daha sonra Gedik Ahmet Paşa Medresesi İmaret Camii gezilir ve buradan da Afyonkarahisar'da yer alan tarihi konaklardan birisinde yöresel kahvaltı yapılır. Kahvaltıdan sonra Konya'dan sonra Türkiye'de ikinci sırada yer alan Mevlevihane (Sultan Divani Mevlevihane'si Müzesi- Mevlevi Camii ve Müzesi) ziyaret edilir. Arkasından geziye tarihi ve ahşap mimarisi ile dikkat çeken Ulu Cami ile devam edilir. Dileyen ziyaretçiler ise Afyonkarahisar Kalesine çıkabilirler ve şehrin manzarası eşliğinde kalede çay veya farklı bir içecek ile soluklanabilirler. Kaleden indikten sonra Afyonkarahisar'ın yöresel lezzetlerinin satıldığı Uzun Çarşıya uğrayarak lokum, sucuk, pastırma patatesli köy ekmeği, ekmek kadayıfı kaymak vb. ürünler satın alabilirler. Daha sonra Kalesinin eteklerinde yer alan Gastronomi Konağında gezilir. Konakta Afyonkarahisar'ın sıra yemeği veya Afyonkarahisar'ın tescilli yöresel yemeklerinden (keşkek, musakka, Afyon kebabı, patlıcan böreği, ilabada sarması, bamya çorbası ve ekmek kadayıfı gibi) oluşan akşam yemeği sonrasında gezi sonlandırılır.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Turizm insanların boş zamanlarını değerlendirmesi, dinlenme, yeme- içme, görme, sağlık ve eğlenme ihtiyaçlarını karşılaması açısından önemlidir. Sonsuz talebe sahip olan insanlar günümüzde farklı turizm deneyimleri yaşamak istemişlerdir. Bu bağlamda turizm son yıllarda deniz turizmi yanında alternatif turizm olanaklarının değerlendirilmesine neden olmuştur. Afyonkarahisar ili de alternatif turizm olanaklarının yoğun bir şekilde görüldüğü illerden birisidir. Birçok ili ve bölgeyi birbirine bağlayan Afyonkarahisar, doğal güzelliklerinin varlığı, termal kaynakların bolluğu, spor turizmi, tarihi, gastronomisi ve son yıllarda Frigya Vadisi ile ön plana çıkmaktadır. Bu özelliği nedeniyle turizmin 12 ay boyunca kesintisiz yapıldığı nadir illerden birisidir.

Günümüzde turizm çevresel etkileri, kültürel etkileri yanında özellikle ekonomik etkileri ile değer kazanmaktadır. Afyonkarahisar ilinde turizm çeşitliliğinin fazla olması ve gelir getirici bir özelliğe sahip olması nedeniyle turizm ve turizme bağlı sektörler gelişmiştir. Artan turizm çeşitliliği ve bunlara yönelik yatırımlar ilde yeni iş kollarının genişlemesi ile turizm sektöründe istihdam olanaklarını geliştirmiştir. Turizmde meydana gelen bu gelişmeler beraberinde sektörde faaliyet gösterenlerin gelirlerinin artması ve vergi miktarlarını artırmıştır. Dolayısıyla diğer sektörler ile karşılaştırıldığında daha az sermeye gerektiren bacasız sanayinin ekonomiler üzerinde büyük oranda olumlu payı mevcuttur.

Önemli turizm destinasyon merkezlerinden birisi olan Afyonkarahisar ilinin turizm değerlerine katkı sağlamak amacıyla dört günlük bir gezi rotası oluşturulmuştur. Bu bağlamda oluşturulan

her rota ilde birbirine yakın turizm merkezleri ve turizm çeşitliliği dikkate alınarak oluşturulmuştur.

KAYNAKÇA

Afyonkarahisar Belediyesi. https://www.afyon.bel.tr/, (Erişim Tarihi: 10.05.2022).

Afyonkarahisar İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. https://afyon.ktb.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 16.05.2022).

Doğan, M., (2017), Turizm ve Şehir Vergisi: Kuramsal Bir Analiz ve Türkiye Üzerine Öneriler, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 28*(2), 269 – 280.

Kayahan, C., Afyonkarahisar İli ve İlçeleri Akademik Danışman Değerlendirme Raporu, Tepav.

Sandıkcı, M., Çelik, S., ve Yayla, Ö., (2014), Sandıklının Kongre Turizmi Potansiyelinin Değerlendirilmesi, Marka Kent Sandıklı Sempozyumu, 15-18 Ekim 2014, 422-440.

Türk Dil Kurumu Sözlükleri, https://sozluk.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 14.06.2022).

Türkiye İş Kurumu, İşgücü Piyasası Araştırması Afyonkarahisar İli 2021 Yılı Sonuç Raporu.

ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNDE ÖZNEL İYİ OLUŞ İLE BİLİŞSEL ESNEKLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Doç. Dr. Mustafa Yüksel ERDOĞDU
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi,
Yüksek Lisans Öğrencisi, Burcu YAVUZ
İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi,
ORCID ID: 0009-0004-9843-6300

ÖZET

Öznel iyi oluş kavramı pozitif psikoloji kapsamında ele alınan kavramlardan biri olup son yıllarda alanda araştırılan önemli konulardan biri haline gelmiştir. Öznel iyi oluş, kişinin yaşamından memnuniyet duyması ve yaşamını olumlu olarak değerlendirmesi olarak açıklanabilmektedir. Bilişsel esneklik kavramı ise bireylerin değişen durumlara uyum sağlayabilmesi, esnek olabilmesi ve farklı alternatiflerin mevcut olduğunu düşünebilmesi olarak tanımlanmıştır. Öznel iyi oluş kavramı üzerinde bilişsel süreçlerin etkili olduğu düşünüldüğünde bilişsel esneklik kavramının öznel iyi oluş ile arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmanın temel amacı da üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Araştırma ilişkisel tarama modelinde gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda değişkenlerin bazı demografik özellikler (cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, anne baba tutumları, hayatta ne kadar mutlu olduğu, hayatta en çok kimin mutlu ettiği, başkalarının düşüncelerine ne kadar önem verdiği) kapsamında da incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma 262 üniversite öğrencisi üzerinde yapılmıştır. Katılımcıların 195'i kadın, 67'si erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Araştırmada verileri elde etmek için Öznel İyi Oluş Ölçeği (Tuzgöl Dost, 2005) ve Bilişsel Esneklik Ölçeği (Gülüm ve Dağ, 2012) kullanılmıştır. Araştırmada normallik testi sonucuna göre iki değişken arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı, ikili değişkenlerde t testi, ikiden fazla bağımsız değişkenlerle tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik puanları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Ayrıca bilişsel esnekliğin alternatifler ve kontrol alt boyutları ile öznel iyi oluş düzeyleri arasında da istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu bulunmuştur. Bu durumda üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeyleri arttıkça öznel iyi oluş düzeylerinin de arttığı yorumu yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: Öznel iyi oluş, Bilişsel esneklik, Üniversite öğrencileri

GİRİŞ

Mutluluk kavramı pozitif psikoloji kapsamında ‘‘Öznel İyi Oluş’’ olarak açıklanmakta ve alanın en önemli araştırma konularından birini oluşturmaktadır (Lyubomirsky, 2007; Eryılmaz ve Doğan, 2013). Diener (2009)'a göre öznel iyi oluş; kişinin yaşamında hoş bir duygusal deneyim yaşaması ya da bu tür duygulara daha yatkın olması şeklinde tanımlanabilir. Deci ve Ryan (2008)'e göre ise öznel iyi oluş; yüksek düzeyde olumlu duygulanım, düşük düzeyde

olumsuz duygulanım ve bireyin yüksek düzeyde yaşamından memnuniyet duyması olarak yorumlanmıştır. Öznel iyi oluş kavramı bireyin yaşamına yönelik genel olarak sahip olduğu duygu ve düşüncelerinin değerlendirilmesidir (Duru ve Türkdoğan, 2012). Öznel iyi oluş kavramı iki bileşene sahiptir: Duyuşsal ve Bilişsel bileşenler. Duyuşsal bileşenler, olumlu duygu ve olumsuz duygulardan oluşturmaktadır. Olumlu duygular neşe, güven, enerjik olma, heyecan, isteklilik gibi terimleri ifade ederken olumsuz duygular üzüntü, utanç, öfke, korku, kaygı gibi terimleri ifade etmektedir (Diener, 1984; Diener ve Myers, 1995; Doğan 2013). Bilişsel bileşen ise yaşam doyumu olarak ifade edilir. Yaşam doyumu, kişinin yaşamdan genel olarak duyduğu memnuniyeti değerlendirebilmesidir (Park ve ark., 2004; Cardom, 2017).

Araştırmalarda genel olarak öznel iyi oluş düzeyleri ile yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu gibi bazı demografik değişkenler arasında zayıf ilişki olduğu bulunmuştur (Diener, Osihi ve Lucas, 2003; Tuzgöl Dost, 2005). Üniversite öğrencilerinde öznel iyi oluş ile anne baba tutumu, ekonomik durum gibi değişkenler arasında (Tuzgöl Dost, 2005) anlamlı bir ilişki bulunmuş; arkadaşlık ve sosyal aktivite ile öznel iyi oluş arasında (Harlow ve Cantor, 1996) boş zaman etkinlikleri ile öznel iyi oluş arasında (Cheng ve Furnham, 2003) anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Literatürde öznel iyi oluş kavramı farklı kuramlar çerçevesinden incelenmiştir. Bilişsel kuramlar açısından bakıldığında öznel iyi oluş düzeyleri yüksek olan bireylerin dikkati olumlu uyaranlara odaklanmaktadır. Bireyler karmaşık veya tarafsız oldukları olaylar hakkında yorum yaparken olumlu bir perspektiften bakarlar (Diener ve Ryan, 2009; Demirbilek, 2021). Bu açıdan bakıldığında öznel iyi oluş ile bilişsel süreçlerin bir bağlantısı olduğu anlaşılmaktadır. Bir başka değişken olarak bilişsel esneklik kavramının da öznel iyi oluş ile arasında bir ilişki olduğu düşünülmektedir. Bilişsel esneklik, bireylerin durumlara nasıl tepki verdiğini anlayabilmek için incelenen önemli bir kavramdır. Bilişsel esneklik, bireylerin çevre koşullarına göre bilişlerini değiştirebilme yetisi olarak açıklanmaktadır. Bilişsel esneklik kavramı, bireylerin, yaşadığı zor durumları kontrol edilebilir algılayabilmesi, zor durumlarda çeşitli çözüm üretebilmesi, yaşamda ortaya çıkan olayların değişik alternatiflerinin olabileceğini algılama becerisi olacak şekilde üç temel alanı kapsamaktadır (Dennis ve Vander Wal, 2010; Gülüm ve Dağ, 2013). Bilişsel esneklik bir kişinin beklenmedik durumlarda farklı seçenekleri ve alternatiflerinin olduğunun farkında olması, esnek olma ve yeni bir duruma uyum sağlamaya istekli olması ve bu konuda kendini yeterli hissetmesi olarak tanımlanmaktadır (Martin ve Anderson, 1998; Martin ve Rubin, 1995). Bilişsel esnek olan bireyler atılgan, ilgi gösteren, sorumluluk sahibi olan ve kişiler arası ilişkilerde kendini yeterli ve güvende hisseden ve aynı zamanda davranışlarının sonuçlarının başarılı olacağına inanan bireylerdir (Martin ve Anderson, 1998; Bilgin, 2009).

Yapılan araştırmalar incelediğinde üniversite öğrencilerinde bilişsel esneklik ile stres arasında negatif yönde anlamlı ilişki olduğu (Altunkol, 2011), bilişsel esneklik ile mutluluk düzeyleri arasında ise anlamlı bir pozitif ilişki olduğu (Asıcı ve İkiz, 2015) bulunmuştur. Bu araştırmanın da iki değişkeni olan bilişsel esneklik ve öznel iyi oluş ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında; Satan (2014)'ın çalışmasında bilişsel esnekliğin öznel iyi oluşun yordayıcısı olduğu bulunmuş, bilişsel esneklik düzeyleri arttıkça öznel iyi oluş düzeyleri de artış göstermiştir. Demirbilek (2021)'in araştırmasında öznel iyi oluş ile bilişsel esneklik arasında anlamlı ilişki bulunmuş, öznel iyi oluş ile bilişsel esneklik arasındaki ilişkide öz şefkatin aracılık etkisinin anlamlı fakat affediciliğin aracılık etkisinin anlamlı olmadığı görülmüştür.

Cardom (2017)'ye göre bilişsel esneklik, yaşamdaki stres kaynaklarına ve kriz durumlarına yapıcı tepkiler oluşturarak iyi oluşu arttırmanın etkili bir yolu olarak görülmektedir. Bu sebeple bilişsel olarak esnek olan bireylerin öznel iyi oluş düzeylerinin de yüksek olabileceği düşünülmektedir. Aynı zamanda öğrenciler günümüzde kişisel, mesleki, sosyal ve akademik olarak birçok problemle karşılaşmaktadır (Sevinç, 2010). Bu problemlerle başa çıkmada üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeylerinin değerlendirilmesinin ve öznel iyi oluş düzeyleri üzerindeki etkilerinin incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik becerilerinin desteklenerek onların öznel iyi oluşlarına katkı sağlayacağı ve ruh sağlığının korunabileceğine yönelik bir farkındalık kazandırılacağı düşünülmektedir. Bu doğrultuda bu araştırmanın genel amacı, üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Bu amaç çerçevesinde 1) öznel iyi oluş ile bilişsel esneklik arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığı, 2) öznel iyi oluş ve bilişsel esnekliğin (alternatif ve kontrol alt boyutu) yaşa, cinsiyete, medeni duruma, gelir durumuna, anne baba tutumlarına, hayatı bir bütün olarak değerlendirdiklerinde ne kadar mutlu olduklarına, onları hayatta en çok kimin mutlu ettiğine, çevresindeki kişilerin düşüncelerine ne kadar önem verdiklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediği gibi sorulara yanıt aranmıştır.

YÖNTEM

Araştırma Deseni

Bu araştırma üniversite öğrencilerindeki öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik arasındaki ilişkiyi ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Araştırma nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel (korelasyonel) tarama modeli ile gerçekleştirilmiştir.

Katılımcılar

Araştırma İstanbul ilinde okuyan 262 üniversite öğrencisi üzerinde yürütülmüştür. Katılımcıların 195'i (%74) kadın, 67'si (%26) erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Katılımcıların 123'ü (%47) 18-20 yaş aralığında, 100'ü (%32) 21-23 yaş aralığında, 25'i (%10) 24-26 yaş aralığında, 14'ü (%5) 27 ve üstü yaş aralığındadır. Öğrencilerin medeni durumuna bakıldığında 253'ü (%96) bekar, 9'u (%4) evlidir. Öğrencilerin gelir durumundan 12'si (%5) düşük, 222'si (%84) orta, 28'i (%11) yüksek düzeydedir. Öğrencilerin 37'si (%14) otoriter, 71'i (%27) demokratik, 14'ü (%5) ilgisiz, 140 (%55) koruyucu anne baba tutumuna sahiptir. Öğrencilerin yaşamlarından ne kadar mutlu olduklarına bakıldığında 9'u (%3) çok mutsuz, 14'ü (%5) mutsuz, 93'ü (%36) orta, 119'u (%46) mutlu, 27'si (%10) çok mutlu olduklarını belirtmiştir. Öğrencileri hayatta en çok kimin mutlu ettiğine bakıldığında 100'ü (%38) kendim, 114'ü (%43) ailem, 48'i (%19) arkadaşlarım olarak ifade etmektedir. Öğrencilerin çevrelerindeki kişilerin düşüncelerini ne kadar önemli gördüğüne bakıldığında 45'i (%17) oldukça önemli, 120'si (%46) önemli, 62'si (%24) az önemli, 35'i (%13) önemli değil olarak belirtmektedir.

Veri Toplama Araçları

Öznel İyi Oluş Ölçeği: Tuzgöl Dost (2005) tarafından geliştirilen Öznel İyi Oluş ölçeğinin amacı, bireylerin yaşamları hakkındaki bilişsel değerlendirmeleri ile yaşadıkları olumlu ve olumsuz duyguların sıklığı ve yoğunluğunu belirleyerek öznel iyi oluş düzeylerini saptamaktır. Ölçek 26'sı olumlu, 20'si olumsuz ifadeden oluşmak üzere 46 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin cevaplama sistemi beşli likert ölçeği şeklindedir. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 46, en yüksek puan 230'dur. Ölçeğin ilk olarak faktör analizi çalışması yapılmıştır. İkinci olarak

ölçeğin madde toplam puan korelasyonları incelenmiştir. Üçüncü olarak ölçeğin ayırt ediciliğini tespit etmek amacıyla alt ve üst %27'lik puan grupları t testi ile karşılaştırılmıştır. Faktör analizi çalışmasında ölçeğe ilişkin KMO katsayısı .861 bulunmuş, Barlett testi anlamlı çıkmış ve faktörlerin her bir değişken üzerindeki ortak varyansının .51 ile .75 arasında değiştiği görülmüştür. Ölçeğin düzeltilmiş madde toplam korelasyonları incelenmiş, korelasyonlarının .32 ile .63 arasında değiştiği gözlenmiştir. Ölçeğin güvenirliği, ilk olarak Cronbach Alfa değeri hesaplanmış ve güvenirlik katsayısı .93 olarak bulunmuştur. İkinci olarak test-tekrar test yöntemi uygulanmıştır. Ölçeğin kararlılık katsayısını bulmak amacıyla araştırma örnekleminde yer alan gruba, ölçek iki hafta aralıkla iki kez uygulanmış ve Pearson momentler çarpım korelasyon katsayısı .86 olarak bulunmuştur. Bu araştırmada katılımcılar için ölçeğin Cronbach Alfa değeri yeniden hesaplanmış ve elde edilen değer .94 olarak bulunmuştur.

Bilişsel Esneklik Ölçeği: Dennis ve Vander Wal (2010) tarafından geliştirilen Bilişsel Esneklik Ölçeği, kişilerin zor durumlarda alternatif, uyumlu, uygun, dengeli düşünceler üretebilme becerisini ölçmek üzere hazırlanmıştır. Ölçek 20 maddeden oluşmuştur ve beşli likert ölçeği şeklindedir. Ölçekten alınan puanlar 20 ile 100 arasında değişmektedir. Ölçekten alınan puan arttıkça bilişsel esnekliğin de arttığı düşünülür. Bilişsel Esneklik ölçeğinin Alternatif ve Kontrol olmak üzere iki alt ölçeği bulunmaktadır. Alternatifler alt boyutu, yaşamda ortaya çıkan durumların ve insan davranışlarının alternatiflerinin olabileceğini algılama becerisi ve zor durumları çözebilmek için çözüm üretme becerisini ölçmektedir. Kontrol alt boyutu ise, zor durumları kontrol edilebilir algılama eğilimini ölçmektedir.

Ölçeğin Türkçe uyarlama çalışması Gülüm ve Dağ (2012) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin Türkçe uyarlamasında hesaplanan Cronbach Alfa değeri toplam puan için 0.90, alternatifler alt boyutu için 0.89 ve kontrol alt boyutu için 0.85 olarak bulunmuştur. Ölçeğin geçerlilik sınaması için faktör analizi yapılmış ve 6.43, 5.34, 2.87 değerleri bulunmuştur. Aynı zamanda ölçüt geçerliliğini saptamak amacıyla kullanılan ölçeklerle korelasyonlarının -.13 ve -.48 arasında olduğu bulunmuştur. Bu araştırma için Bilişsel Esneklik ölçeğinin Cronbach Alfa değeri yeniden hesaplanmıştır. Elde edilen değerler toplam puan için .82 kontrol alt boyutu için .81, alternatif alt boyutu için .77 olarak hesaplanmıştır.

Ayrıca bu araştırmada katılımcıların demografik bilgilerini ortaya koymak amacıyla araştırmacı tarafından "Kişisel Bilgi Formu" hazırlanmış ve öğrencilere uygulanmıştır.

İşlem ve Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin toplanması için gönüllü olarak katılan 265 üniversite öğrencisine ulaşılmıştır. Gönüllü olarak katılan öğrencilere ölçme araçları verilerek uygulama yapılmıştır. Öğrencilerin bir kısmına çevrimiçi olarak uygulama yaptırılmış bir kısmına ise birebir ölçek uygulanmıştır. Öğrencilerin ölçme araçlarını 15 dakikada yanıtladıkları görülmüştür. Veriler analiz edilmeden önce kontrol edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılardan 3 üniversite öğrencisinin ölçekte boş madde bırakmasından dolayı verileri analize dahil edilmemiştir. Katılımcılardan geriye kalan 262 üniversite öğrencisinin verileri IBM SPSS versiyon 26 programına aktarılmış ve verilerin analizi yapılmıştır.

Araştırmada veri analizine geçmeden önce ölçekten elde edilen puanların normallik testine bakılmış, dağılımın normal olup olmadığının ortaya konulması için basıklık ve çarpıklık değerleri incelenmiştir. Bu durumda Öznel İyi Oluş ölçeğinin basıklık değerleri (- 0.579-0.150), çarpıklık değerleri (0.174-0.300) bulunmuş, Bilişsel Esneklik ölçeğinin ise basıklık değerleri (-0.410-0.150), çarpıklık değerleri (0.188-0.300) bulunmuştur. Tabachnick ve Fidell'e (2013)

göre basıklık ve çarpıklık değerleri -1.5 ile +1.5 arasında değişiyorsa veriler normal dağılmaktadır (Akt. Alanoğlu ve Demirtaş, 2019). Bundan dolayı bu araştırma için dağılım normal olarak kabul edilmiştir. Araştırmada dağılımın normal kabul edilmesinden dolayı ikili grup puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığı için t Testi, ikiden fazla grup puan ortalamaları arasındaki farkın anlamlılığı için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan iki değişken arasındaki ilişkinin ortaya konulması için Pearson Momentler Çarpımı korelasyon kat sayısı hesaplanmıştır.

BULGULAR

Araştırmanın bu kısmında sırasıyla Öznel İyi Oluş ve Bilişsel Esneklik ölçeklerinin puanlarının betimsel istatistiklerine, korelasyon değerlerine, bazı demografik değişkenlerle olan T testine ve tek yönlü varyans analizi bulgularına yer verilmiştir. Araştırmada kullanılan Öznel İyi Oluş Ölçeği ve Bilişsel Esneklik Ölçeği puanlarının betimsel istatistiklerine Tablo-1' de yer verilmiştir.

Tablo-1. Öznel iyi oluş ve Bilişsel esneklik ölçeklerinin betimsel istatistikleri (N=262)

	Ölçekler	Min.	Mak.	Ortalama	Standart Sapma
	Öznel İyi Oluş	72.00	218.00	167.09	27.68
	Bilişsel Esneklik	44.00	95.00	74.46	9.15
Bilişsel Esneklik Alt Ölçekler	Kontrol Alt Boyutu	7.00	35.00	23.17	5.41
	Alternatif Alt Boyutu	33.00	64.00	51.29	5.78

Tablo 1'de görüldüğü gibi Öznel İyi Oluş Ölçeği puanlarının ortalaması 167.09, standart sapması 27.68 olarak ölçülmüştür. Ölçekten elde edilen en yüksek puan 218.00 ve en düşük puan 72.00 olarak belirlenmiştir. Bilişsel Esneklik Ölçeği puanlarının ortalaması 74.46, standart sapması ise 9.15 olarak belirlenmiştir. Ölçekten alınan en yüksek puan 95.00, en düşük puan ise 44.00'tür. Bilişsel Esneklik ölçeğinin iki tane alt boyutu bulunmaktadır. Kontrol Alt Boyutu puanlarının ortalaması 23.17, standart sapması 5.41 olarak ölçülmüştür. Ölçekten elde edilen en yüksek puan 35.00 ve en düşük puan 7.00 olarak belirlenmiştir. Alternatif Alt Boyutu puanlarının ortalaması 51.29, standart sapması 5.78 olarak ölçülmüştür. Ölçekten alınan en yüksek puan 64.00 ve en düşük puan 33.00 olarak belirlenmiştir.

Araştırmada kullanılan bağımlı ve bağımsız değişkenlerin birbirleri ile ilişkilerine Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo-2. Öznel iyi oluş ve Bilişsel esneklik ve alt boyutları arasındaki ilişkilerin korelasyon analizi

Değişkenler	1	2	3	4
1.Öznel İyi Oluş	_			
2.Bilişsel Esneklik	0.525**	_		
3.Kontrol Alt Boyutu	0.549**	0.804**	_	
4.Alternatif Alt Boyutu	0.317**	0.831**	0.338**	_

**p<.01

Tablo 2'de görüldüğü gibi öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeği puanları ile bilişsel esneklik ölçeği puanları arasında (r = .525, p < .01) pozitif yönde ilişkiler bulunmaktadır. Öğrencilerin öznel iyi oluş ölçeği puanları ile bilişsel esneklik ölçeği kontrol alt boyutu puanları arasında (r = .549,

p < .01) ve alternatif alt boyutu puanları (r= .317, p < .01) arasında pozitif yönde ilişkiler bulunmaktadır. Diğer bir ifade ile öğrencilerin bilişsel esneklikleri arttıkça öznel iyi oluş düzeyleri de artmaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerden elde edilen puanların ikili değişkenlere göre t testi sonuçlarına Tablo 3 ve Tablo 4'de yer verilmiştir.

Tablo-3. Öznel iyi oluş ve Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının ikili değişkenlere göre T testi sonuçları

	Ölçekler	Medeni durum	N	X±S	Sd	t	p
	Öznel İyi Oluş	Bekar Evli	253 9	166.63±27.61 180.11±28.20	260	1.43	.15
	Bilişsel Esneklik	Bekar Evli	253 9	74.22±9.08 81.11±9.15	260	2.23	.02
Bilişsel Esneklik Alt Ölçekler	Kontrol Alt Boyutu	Bekar Evli	253 9	23.03±5.38 27.11±4.96	260	2.23	.02
	Alternatif Alt Boyutu	Bekar Evli	253 9	51.19±5.77 54.00±5.63	260	1.43	.15

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=1.43, p>.05]. Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları medeni duruma göre anlamlı farklılıklar göstermektedir [t(260)=2.23, p<.05]. Evli öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri ($\bar{X}$=81.11) bekar öğrencilere göre ($\bar{X}$=74.22) daha yüksektir. Bilişsel esneklik ölçeğinin Kontrol Alt Boyutu puanları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [t(260)=2.23, p<.05]. Alternatif Alt Boyutu puanları medeni duruma göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=1.43, p>.05].

Tablo-4. Öznel iyi oluş ve Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının ikili değişkenlere göre T testi sonuçları T testi sonuçları

	Ölçekler	Cinsiyet	N	X±S	Sd	t	p
	Öznel İyi Oluş	Kadın Erkek	195 67	168,58±27,33 162,76±28,44	260	1.48	.13
	Bilişsel Esneklik	Kadın Erkek	195 67	74,33±8,84 74,83±10,06	260	-.38	.70
Bilişsel Esneklik Alt Ölçekler	Kontrol Alt Boyutu	Kadın Erkek	195 67	22,82±5,21 24,19±5,87	260	-1.79	.07
	Alternatif Alt Boyutu	Kadın Erkek	195 67	51,51±5,71 50,64±5,94	260	1.07	.28

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=1.48, p>.05]. Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=-.38, p>.05]. Bilişsel esneklik ölçeğinin Kontrol Alt Boyutu puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=-1.79, p>.05]. Alternatif Alt Boyutu puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [t(260)=1.07, p>.05].

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeğinden aldığı puanların ikiden fazla değişken ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığını test etmek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizinin sonuçlarına Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo-5. Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeğinden Alınan Puanlarının İkiden Fazla Değişkenlere Göre Anova Sonuçları

Anket Soruları	Seçenekler	N	X±S	VK	KT	Sd	KO	f	p
Yaş	18-20 21-23 24-26 27 ve üstü	123 100 25 14	162,94±29,96 167,62±25,00 175,48±25,70 184,85±18,46	GA Gİ T	8322,49 191774,11 200096,61	3 258 261	277,16 743,31	3.73	.01
Gelir Durumu	Düşük Orta Yüksek	12 222 28	142,08±21,86 167,09±27,42 177,78±25,71	GA Gİ T	10707,16 189389,45 200096,61	2 259 261	5353,5 731,23	7.32	.00
Anne baba tutumları	Otoriter Demokratik İlgisiz Koruyucu	37 71 14 140	163,27±25,89 173,12±26,84 151,42±31,12 166,61±27,65	GA Gİ T	6592,85 193503,75 200096,61	3 258 261	2197,6 750,01	2.93	.03
Yaşamınızda ne kadar mutlusunuz?	Çok mutsuz Mutsuz Orta Mutlu Çok mutlu	9 14 93 119 27	108,77±25,77 137,57±25,40 157,72±22,85 179,42±19,70 179,77±27,07	GA Gİ T	73429,090 126667,52 200096,61	4 257 261	18357,2 492,87	37.2	.00
Hayatta en çok kim mutlu eder?	Kendim Ailem Arkadaşlarım	100 114 48	166,41±29,50 170,38±25,22 160,70±28,73	GA Gİ T	3239,490 196857,12 200096,61	2 259 261	1619,74 760,06	2.13	.12
Başkalarının sizin hakkınızdaki düşünceleri ne kadar önemlidir?	Oldukça önemli Önemli Az önemli Önemli değil	45 120 62 35	150,80±32,39 171,60±23,23 169,93±24,42 167,54±33,59	GA Gİ T	14900,39 185196,21 200096,61	3 258 261	4966,79 717,81	6.91	.00

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(3-261)=3.73, p<.05]. Yaşları 18-20 arasında olanların öznel iyi oluş düzeyi ($\bar{X}$=162.94), 21-23 yaş arasında olanların ($\bar{X}$=167.62), 24-26 yaş arasında olanların ($\bar{X}$=175.48), 27 ve üstü yaş aralığında olanların ($\bar{X}$=184.85) olarak hesaplanmıştır. Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre 27 yaş ve üstü olanların öznel iyi oluş düzeyleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir.

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(2-261)=7.32, p<.05]. Gelir durumu düşük olanların ($\bar{X}$=142.08), orta olanların ($\bar{X}$=167.09), yüksek olanların ($\bar{X}$=177.78) olarak bulunmuştur. Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak amacıyla

Scheffe testi yapılmış gelir durumu yüksek olanların puanları, gelir durumu düşük ve orta olanlara göre anlamlı bir şekilde yüksek çıkmıştır.

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları anne baba tutumlarına göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(3-261)=2.93, p<.05]. Anne baba tutumu otoriter olanlar ($\bar{X}$=163.27), demokratik olanlar ($\bar{X}$=173.12), ilgisiz olanlar ($\bar{X}$=151.42), koruyucu olanlar ($\bar{X}$=166.61) arasında değişmektedir. Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak amacıyla Scheffe testi yapılmış anne baba tutumu demokratik olanların puanları, anne baba tutumu otoriter, ilgisiz ve koruyucu olanlara göre anlamlı bir şekilde yüksek çıkmıştır.

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları yaşamlarında ne kadar mutlu olduklarını değerlendirmelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(4-261)=37.24, p<.05]. Yaşamlarında çok mutsuz olan öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri ($\bar{X}$=108.77) , mutsuz olanların ($\bar{X}$=137.57), orta olanların ($\bar{X}$=157.72), mutlu olanların ($\bar{X}$=179.42), çok mutlu olanların ise ($\bar{X}$=179.77) olarak ölçülmüştür. Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre yaşamlarını değerlendirdiklerinde çok mutlu olan öğrencilerin puanları, çok mutsuz, mutsuz, orta ve mutlu olarak değerlendirenlere göre anlamlı bir şekilde yüksektir.

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları hayatta onları en çok kimin mutlu ettiğine göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir [f(2-261)=2.13, p>.05]. Kendim olarak ifade edenler ($\bar{X}$=166.41), ailem olarak ifade edenler ($\bar{X}$=170.38), arkadaşım olarak ifade edenler ($\bar{X}$=160.70) olarak bulunmuştur.

Öğrencilerin Öznel İyi Oluş Ölçeği puanları başkalarının sizin hakkınızdaki düşüncelerine verdiğiniz öneme göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(3-261)=6.91, p<.05]. Oldukça önemli olduğunu söyleyen öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri ($\bar{X}$=150.80) önemli olduğunu söyleyen öğrencilerin ($\bar{X}$=171.60), az önemli olarak ifade edenlerin ($\bar{X}$=169.93) önemli değil olarak ifade edenlerin ($\bar{X}$=167.54) olarak hesaplanmıştır. Öznel iyi oluş ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre çevresindeki kişilerin düşüncelerinin önemli olduğunu ifade edenlerin öznel iyi oluş düzeyleri az önemli ve önemli değil olarak ifade edenlere göre daha yüksektir.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeğinden aldığı puanların ikiden fazla değişken ortalamaları arasındaki farkların anlamlılığını test etmek için yapılan Tek Yönlü Varyans Analizinin sonuçlarına Tablo 6'da yer verilmiştir.

Tablo-6. Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeğinden Alınan Puanlarının İkiden Fazla Değişkenlere Göre Anova Sonuçları

Anket Soruları	Seçenekler	N	X±S	VK	KT	Sd	KO	f	p

Yaş	18-20 21-23 24-26 27 ve üstü	123 100 25 14	72,49±9,31 75,67±8,29 74,40±10,11 83,28±4,95	GA Gİ T	1711,47 20177,71 21889,19	3 258 261	570,492 78,208	7.29	.00
Gelir Durumu	Düşük Orta Yüksek	12 222 28	68,58±11,59 74,44±9,01 77,14±8,24	GA Gİ T	615,994 21273,19 21889,19	2 259 261	307,99 82,13	3.75	.02
Anne baba tutumları	Otoriter Demokratik İlgisiz Koruyucu	37 71 14 140	73,91±8,25 75,12±9,72 73,85±8,57 74,33±9,21	GA Gİ T	49,63 21839,55 21889,19	3 258 261	16,546 84,649	.19	.89
Yaşamınızda ne kadar mutlusunuz?	Çok mutsuz Mutsuz Orta Mutlu Çok mutlu	9 14 93 119 27	64,33±10,85 67,50±12,91 74,33±8,99 75,97±7,83 75,25±9,19	GA Gİ T	1892,91 19996,27 21889,19	4 257 261	473,229 77,807	6.08	.00
Hayatta en çok kim mutlu eder?	Kendim Ailem Arkadaşlarım	100 114 48	76,11±9,27 73,93±8,56 72,29±9,84	GA Gİ T	528,91 21360,27 21889,19	2 259 261	264,457 82,472	3.20	.04
Başkalarının sizin hakkınızdaki düşünceleri ne kadar önemlidir?	Oldukça önemli Önemli Az önemli Önemli değil	45 120 62 35	68,31±11,18 75,13±8,23 76,09±7,24 77,20±9,27	GA Gİ T	2184,66 19704,53 21889,19	3 258 261	728,220 76,374	9.53	.00

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları yaşa göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(3-261)=7.29, p<.05]. Yaşları 18-20 arasında olanların bilişsel esneklik düzeyi ($\bar{X}$=72.49), 21-23 yaş arasında olanların ($\bar{X}$=75.67), 24-26 yaş arasında olanların ($\bar{X}$=74.40), 27 ve üstü yaş aralığında olanların ($\bar{X}$=83.28) olarak hesaplanmıştır. Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre 27 yaş ve üstünde olanların bilişsel esneklik düzeyleri diğer yaş gruplarına göre daha yüksektir.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları gelir durumuna göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(2-261)=3.75, p<.05]. Gelir durumu düşük olanların ($\bar{X}$=68.58), orta olanların ($\bar{X}$=74.44), yüksek olanların ($\bar{X}$=77.14) olarak bulunmuştur. Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak amacıyla Scheffe testi yapılmış gelir durumu yüksek olanların puanları, gelir durumu düşük ve orta olanlara göre anlamlı bir şekilde yüksek çıkmıştır.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları anne baba tutumlarına göre anlamlı farklılık göstermemektedir [f(3-261)=.19, p>.05]. Anne baba tutumu otoriter olanlar ($\bar{X}$=73.91),

demokratik olanlar ($\bar{X}$=75.12), ilgisiz olanlar ($\bar{X}$=73.85), koruyucu olanlar ($\bar{X}$=74.33) arasında değişmektedir.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları yaşamlarında ne kadar mutlu olduklarını değerlendirmelerine göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(4-261)=6.08, p<.05]. Yaşamlarında çok mutsuz olan öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri ($\bar{X}$=64.33), mutsuz olanların ($\bar{X}$=67.50), orta olanların ($\bar{X}$=74.33), mutlu olanların ($\bar{X}$=75.97), çok mutlu olanların ise ($\bar{X}$=75.25) olarak ölçülmüştür. Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre yaşamlarını değerlendirdiklerinde mutlu olan öğrencilerin puanları, çok mutsuz, mutsuz, orta ve çok mutlu olarak değerlendirenlere göre anlamlı bir şekilde yüksektir.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları hayatta onları en çok kimin mutlu ettiğine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir [f(2-261)=3.20, p<.05]. Kendim olarak ifade edenler ($\bar{X}$=76.11), ailem olarak ifade edenler ($\bar{X}$=73.93), arkadaşım olarak ifade edenler ($\bar{X}$=72.29) olarak bulunmuştur. Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre kendim olarak ifade edenlerin bilişsel esneklik düzeyleri ailem ve arkadaşlarım olarak ifade edenlere göre anlamlı bir şekilde yüksektir.

Öğrencilerin Bilişsel Esneklik Ölçeği puanları başkalarının sizin hakkınızdaki düşüncelerine verdiğiniz öneme göre anlamlı farklılık göstermektedir [f(3-261)=9.53, p<.05]. Oldukça önemli olduğunu söyleyen öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri ($\bar{X}$=68.31) önemli olduğunu söyleyen öğrencilerin ($\bar{X}$=75.13), az önemli olarak ifade edenlerin ($\bar{X}$=76.09) önemli değil olarak ifade edenlerin ($\bar{X}$=77.20) olarak hesaplanmıştır. Bilişsel esneklik ölçeği puanlarının hangi gruplar arasında anlamlı farklılık oluşturduğunu ortaya koymak yapılan Scheffe testi sonuçlarına göre çevresindeki kişilerin düşüncelerinin önemli değil olarak ifade edenlerin bilişsel esneklik düzeyleri oldukça önemli, önemli ve az önemli olarak ifade edenlere göre daha yüksektir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri ve bilişsel esneklik düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Aynı zamanda değişkenlerin bazı demografik özellikler (cinsiyet, medeni durum, yaş, gelir durumu, anne baba tutumları, hayatta ne kadar mutlu olduğu, hayatta en çok kimin mutlu ettiği, başkalarının düşüncelerine ne kadar önem verdiği) kapsamında da incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma bulgularına göre değişkenler arasındaki ilişkilere bakıldığında öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik arasında pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Ayrıca bilişsel esnekliğin alternatifler ve kontrol alt boyutları ile öznel iyi oluş düzeyleri arasında da istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu bulunmuştur. Bu durumda üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeyleri arttıkça öznel iyi oluş düzeyleri de artmaktadır. Bilişsel esneklik düzeyi yüksek olan kişilerin karşılaştıkları sorunlara çözümler bulmada alternatif seçenekler üretebildiği ve kendilerini sorun çözmede daha yetkin hissettikleri (Dennis ve Vander Wal, 2010) bulunmuştur. Bu durumda araştırmanın bulgularına göre zor durumlarla karşılaştıklarında alternatif çözümler üretebilen, düşüncelerinde ve davranışlarında esnek olabilen, olaylara daha geniş bir açıdan bakabilen bireylerin hayatta daha mutlu oldukları ve kendilerini daha doyum alabilen bireyler olarak hissettikleri söylenebilir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerinin bazı değişkenler ile arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Bulgulara bakıldığında öznel iyi oluş puanlarının cinsiyete göre kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bu bulgu literatürde benzer çalışmalarda da görülmektedir. Tuzgöl Dost (2005) çalışmasında üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği, Satan (2014)'ın çalışmasında da cinsiyete göre anlamlı farklılık olmadığı bulunmuştur. Bu araştırmada da cinsiyete yönelik bir farklılık olmaması öznel iyi oluşun her bireyin kendi yaşantısına bağlı olduğu ve cinsiyetten bağımsız olduğu düşünülebilir.

Araştırma bulgularında öznel iyi oluş puanları medeni durum açısından incelendiğinde anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Yani üniversite öğrencilerinden evli olanlar ile bekar olanlar arasında öznel iyi oluş puanlarının farklılaşmadığı gözlemlenmiştir. Yurcu ve Atay (2015)'te turizm sektörü çalışanlarının üzerinde yaptıkları çalışmada, öznel iyi oluş düzeyleri ile medeni durum arasında anlamlı bir farklılık bulunmadığı, Yüksekbilgili ve Akduman (2015)'ın araştırmasında personelin medeni durumu ile işyerindeki mutluluk düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı bulunmuştur.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri yaş değişkenine göre anlamlı düzeyde bir farklılık göstermektedir. Bulgularda üniversitede okuyan 27 yaş ve üzeri öğrencilerin öznel iyi oluşlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Diener (1984)'e göre yaşla birlikte öznel iyi oluş düzeyinin artış gösterdiği söylenmektedir. Buna göre bu araştırmanın bulgularında da yaşla birlikte öznel iyi oluş düzeyinin artmasının sebebi 27 yaş ve üzerinde olan öğrencilerin deneyimlerinin fazla olmasından dolayı yaş ile birlikte olumlu duyguların ve yaşam doyumunun arttığı düşünülebilir. Ünübol, Sayar ve Koçyiğit (2020)'de yapmış oldukları çalışmada ve Eryılmaz ve Ercan (2011)'de yaptığı çalışmada yaş arttıkça öznel iyi oluşun arttığı bulunmuştur.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş düzeyleri, gelir durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir. Gelir durumunu yüksek olarak belirten öğrencilerin öznel iyi oluş düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bu durumda üniversite öğrencilerinin gelir durumu arttıkça öznel iyi oluş düzeyleri de artmaktadır. Yüksek gelir düzeyinin bireylerin ihtiyaçlarının karşılanmasında önemli olduğunu ve bireyin ihtiyaçlarının karşılanmasının da öznel iyi oluş düzeylerini arttırabileceği söylenebilir. Bu durumda refah seviyesinin yükselmesinin bireyin öznel iyi oluş düzeyini olumlu yönde etkilediği düşünülebilir. Bu bulgu Diener (1984) ve Tuzgöl-Dost (2010)'un yapmış olduğu çalışmalar ile desteklenmektedir.

Araştırma bulguları üniversite öğrencilerinin anne baba tutumları ile öznel iyi oluş arasında anlamlı bir farklılık olduğunu göstermektedir. Anne baba tutumlarını demokratik olarak algılayan öğrencilerin, anne baba tutumlarını otoriter, koruyucu ve ilgisiz algılayanlara göre öznel iyi oluş düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Çeçen (2008) ailelerini demokratik tutuma sahip olarak algılayan öğrencilerin kendilerini daha az yalnız hissettiklerini ve çevrelerinden daha fazla sosyal destek gördüklerini ifade etmiştir. Bu bilgilerden yola çıkarak demokratik tutuma sahip ebeveynlerin, çocuklarının fikirlerine önem vermesi, daha kabul edici ve destekleyici yaklaşımları çocukların kendilerini daha iyi ifade edebilmelerine ve özgüvenli olmalarına katkı sağlayabilir. Aynı zamanda demokratik ebeveyn tutumu sayesinde çocuklar aileden daha fazla destek görebilir, özgüvenleri gelişebilir ve kendilerini yalnız hissetmezler. Bu sebeple öznel iyi oluşlarının da yüksek olabileceği düşünülmektedir.

Literatürde bu araştırma bulgusunu destekleyici çalışmalar bulunmaktadır. Tuzgöl-Dost (2010), yaptığı çalışmasında Türk öğrencilerde anne baba tutumunu demokratik olarak algılayanların öznel iyi oluş düzeylerinin anlamlı olduğu bulunmuş, Özkan (2014)'ün çalışmasında da anne baba tutumunu demokratik olarak algılayanların öznel iyi oluş düzeylerinin, otoriter olarak algılayanlara göre daha yüksek olduğu bulunmuştur.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin kendilerini ne kadar mutlu algıladıklarına göre öznel iyi oluş puanları açısından aralarında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulgularda kendilerini ''Çok mutlu'' olarak algılayanların öznel iyi oluş puanları daha yüksek bulunmuştur. Literatüre bakıldığında Balcı Şen (2022)'de yapmış olduğu çalışmada öğrencilerin mutluluk düzeyleri ile öznel iyi oluşları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulmuştur.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş puanlarının, hayatta en çok onları kimin mutlu ettiklerine göre bakıldığında aralarında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bulgulara göre hayatta onları en çok mutlu eden kişinin ''Ailem'' olarak ifade edenlerin sayısı yüksek bulunmuş fakat anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Araştırma bulgularında öğrencilerin ''Başkalarının sizin hakkınızdaki düşünceleri ne kadar önemlidir?'' sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında öznel iyi oluş puanları ile arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Başkalarının düşüncelerini ''Önemli'' bulan öğrencilerin öznel iyi oluş düzeyleri yüksek bulunmuştur. Bu duruma bakıldığında başkalarının kendisi hakkındaki düşüncelerini dinlemenin ve önemsemenin, bireylerin karşılarındaki kişiden onay alma ihtiyacıyla ilgili olabileceği düşünülebilir. Başkalarının onayına ihtiyaç duyan ve başkalarından kabul gören öğrencilerin öznel iyi oluş düzeylerini olumlu yönde etkilediği düşünülebilir.

Araştırmada üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeylerinin bazı değişkenler ile arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına da bakılmıştır. Araştırmanın bulgularına bakıldığında bilişsel esneklik toplam puanlarının cinsiyete göre kız ve erkek öğrenciler arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Bilişsel esneklik toplam puanlarının cinsiyete göre anlamlılık göstermemesinin sebebi, kadın ve erkek öğrencilerde bilişsel esneklik düzeylerinin benzerlik göstermesinden kaynaklanabilir. Bu sebeple cinsiyet ayrımı yapılmadan her bireyin hayatta zor durumlarla karşılaşabilir ve bu durumlara uyum sağlayacak esneklik gösterebilecekleri düşünülebilir. Literatüre bakıldığında bilişsel esnekliğin cinsiyete göre farklılaşmadığı Doğan, Laçin ve Yalçın (2018), Zahal (2014), Çuhadaroğlu (2011) gibi çalışmalar mevcuttur.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında bilişsel esneklik toplam puanlarının medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Kontrol alt boyutu anlamlı bir farklılık gösterirken, Alternatif alt boyutu anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bunun sebebinin araştırmadaki katılımcıların çoğunluğunun bekar olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Araştırma bulgularına bakıldığında üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeyleri ile yaş değişkeni arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bulgulara göre 27 yaş ve üstü öğrencilerin bilişsel esneklik düzeyleri daha yüksek bulunmuştur. Çuhadaroğlu (2011) bilişsel esnekliği, bireyin bilgisinin yetersiz kaldığı durumlarda geçmiş deneyimlerinden faydalandığı ve yaşadığı benzer senaryoları düşünerek bir deneme yanılma yolunu kullandığı bir zekâ biçimi olarak tanımlamaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak öğrencilerin deneyimleri yaş aldıkça artacağından dolayı büyük yaş gruplarının bilişsel olarak daha esnek olduğu düşünülmektedir.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeyleri ile gelir durumu arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Gelir durumunu yüksek olarak ifade eden öğrencilerin bilişsel esneklikleri daha yüksek bulunmuştur. Gelir düzeyinin yüksek olması bireylerin hayatını birçok yönden etkilemektedir. Bireylerin karşılaşacağı bazı zor durumları maddi kazançları sayesinde aşabilecekleri ve daha kolay çözüm üretebilecekleri düşünülebilir. Bu sebeple zor durumların üstesinden gelebilmeleri ve bilişsel olarak daha esnek olabilecekleri düşünülmektedir. Literatüre bakıldığında Kömür (2018) çalışmasında gelir düzeyi ile bilişsel esneklik arasında anlamlı ilişki olduğunu bulmuştur.

Araştırma bulgularında bilişsel esneklik ile anne baba tutumları arasında anlamlı bir farklılaşma olmadığı bulunmuştur. Anne baba tutumlarının öğrencilerin bilişsel yapılarında herhangi bir değişikliğe neden olmadığı düşünülebilir.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin kendilerini ne kadar mutlu algıladıkları ile bilişsel esneklik düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulgulara bakıldığında kendilerini ‘‘Mutlu’’ olarak ifade edenlerin bilişsel esneklik düzeyleri yüksektir. Bilişsel olarak esnek olanların yaşamından memnun olan ve mutlu olan bireyler olabileceği düşünülmektedir. Literatürde bilişsel esneklik ve mutluluk arasında anlamlı ilişkilerin bulunduğunu gösteren araştırmalar (Satan, 2014; Asıcı ve İkiz, 2015) mevcuttur.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklik düzeylerinin hayatta en çok onları kimin mutlu ettiklerine göre bakıldığında aralarındaki ilişkide anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bulgularda hayatta onları en çok mutlu edeni ‘‘Kendim’’ olarak ifade edenlerin sayısı daha yüksek bulunmuştur. Bireyin kendisinden tatmin olma duygusu ve elde ettiği kişisel mutluluğu içsel motivasyon olarak tanımlanmaktadır (Turhan ve Çetinsöz, 2019). Buna göre kendi kendini mutlu edebilen öğrencilerin içsel motivasyonlarının yüksek olabileceği düşünülebilir. Bu sebeple kendi kendini mutlu edebilen ve içsel motivasyonu yüksek olan bireyin zor durumlara daha farklı açılardan bakabildiği ve kolay uyum sağlayabildiği düşünülebilir.

Araştırma bulgularında üniversite öğrencilerinin ‘‘Başkalarının sizin hakkınızdaki düşünceleri ne kadar önemlidir?’’ sorusuna verdikleri yanıtlara bakıldığında bilişsel esneklik düzeylerinin anlamlı bir farklılık gösterdiği bulunmuştur. Bulgularda başkalarının kendileri hakkındaki düşüncelerini ‘‘Önemli değil’’ olarak ifade edenlerin sayısı daha yüksek bulunmuştur. Bu bulguya göre başkalarının kendisi hakkındaki düşüncelerini önemsemeyen veya kayıtsız kalan bireylerin bilişsel olarak daha esnek olabileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak bu araştırma öznel iyi oluş ve bilişsel esnekliğin arasındaki pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu araştırmanın örneklem büyüklüğünün küçük olması nedeniyle istatistiksel olarak verilerin az olması ve pandemi nedeniyle veriler toplanırken sürecin daha kısa tutulması araştırmanın sınırlılıkları arasında gösterilebilir. Bu araştırma üniversite öğrencileri üzerinde yapılmıştır. Bu nedenle üniversite öğrencilerinde psikolojik danışmanlık faaliyetleri kapsamında öznel iyi oluş düzeylerini geliştirmeye yönelik programlar düzenlenmesi önerilmektedir. Aynı çalışmanın başka yaş grupları üzerinde yapılması önerilebilir. Öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik arasındaki ilişkinin nedenlerini derinlemesine inceleyen nitel çalışmaların yapılması önerilebilir. Öznel iyi oluş ve bilişsel esneklik değişkenlerini ayrı ayrı başka değişkenler (benlik saygısı, kişilik özellikleri, anne baba tutumları vb.) ile birlikte araştırılması önerilebilir.

KAYNAKÇA

Alanoğlu, M. & Demirtaş, Z. (2019). The relationship between teachers perceptions of organizational justice and job satisfaction. *Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi, 9*(1), 149-170. DOI: 10.14527/pegegog.2019.006

Altunkol, F. (2011). *Üniversite öğrencilerinin bilişsel esneklikleri ile algılanan stres düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi* (Yüksek lisans tezi). Çukurova Üniversitesi.

Asıcı, E., & İkiz, F. (2015). Mutluluğa giden bir yol: Bilişsel esneklik. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *1*(35), 191-211.

Balcı Şen, M. (2022). *Üniversite öğrencilerinin öznel iyi oluş ve mutluluk düzeylerinin reaktif aktivitelere katılma durumlarına göre incelemesi* (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Selçuk Üniversitesi.

Bilgin, M. (2009). Bilişsel esnekliği yordayan bazı değişkenler. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, *3*(36), 142-157.

Cardom, R. D. (2017). *The mediating role of cognitive flexibility on the relationship between cross-race interactions and psychological well-being* (Doctoral dissertation). University of Kentucky.

Cenkseven, F., & Akbaş, T. (2007). Üniversite öğrencilerinde öznel ve psikolojik iyi olmanın yordayıcılarının incelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, *3*(27), 43-65. https://dergipark.org.tr/en/pub/tpdrd/issue/21447/229852

Çeçen, A. R. (2008). Öğrencilerinin cinsiyetlerine ve anababa tutum algilarina göre yalnizlik ve sosyal destek düzeylerinin incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, *6*(3), 415-431.

Çuhadaroğlu, A. (2013). Bilişsel esnekliğin yordayıcıları. *Cumhuriyet Uluslarası Eğitim Dergisi, 2*(1), 86-101.

Dağ, İ., & Gülüm, V. (2013). Yetişkin bağlanma örüntüleri ile psikopatoloji belirtileri arasındaki ilişkide bilişsel özelliklerin aracı rolü: Bilişsel esneklik. *Türk Psikiyatri Dergisi*, *24*(4).

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Hedonia, eudaimonia, and well-being: An introduction. *Journal of happiness studies*, *9*(1), 1-11.

Demirbilek, H. (2021). *Lise öğrencilerinde bilişsel esneklik, öznel iyi oluş, affetme ve öz şefkat arasındaki ilişkilerin yapısal eşitlik modellemesi ile incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi.

Dennis JP, Vander Wal JS. (2010). The cognitive flexibility inventory: Instrument development and estimates of reliability and validity. *Cogn Ther Res, 34*:241-253.

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin, (95)*, 542-75.

Diener, E. (2009). Subjective well-being. *The science of well-being*, 11-58. https://doi.org/10.1007/978-90-481-2350-6_2

Doğan, T. (2006). Üniversite Öğrencilerinin İyilik Halinin Maneviyat ve Serbest Zaman Boyutlarının İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışına ve Rehberlik Dergisi, 3*(26), 1-16.

Doğan, T. & Eryılmaz, D. A. (2013). Benlik Saygısı ve Öznel İyi Oluş Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33* (33), 107-117. https://doi.org/10.9779/PUJE434

Doğan, T. (2013). Beş faktör kişilik özellikleri ve öznel iyi oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi, 14*(1), 56-64. https://dergipark.org.tr/en/pub/doujournal/issue/66668/1043081

Dost, M. T. (2010). Güney Afrika ve Türkiye'deki üniversite öğrencilerinin bazı değişkenlere göre öznel iyi oluş ve yaşam doyumlarının incelenmesi. *Eğitim ve Bilim, 35*(158).

Eryılmaz, A., & Ercan, L. (2011). Öznel İyi Oluşun Cinsiyet, Yaş Grupları ve Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Turkish Psychological Counseling & Guidance Journal, 4*(36).

Gülüm, I. V., & Dağ, İ. (2012). Tekrarlayıcı Düşünme Ölçeği ve Bilişsel Esneklik Envanterinin Türkçeye uyarlanması, geçerliliği ve güvenilirliği. *Anatolian Journal of Psychiatry/Anadolu Psikiyatri Dergisi, 13*(3).

Keith, J., Velezmoro, R., & O'Brien, C. (2015). Correlates of cognitive flexibility in veterans seeking treatment for posttraumatic stress disorder. *The Journal of nervous and mental disease, 203*(4), 287-293. doi: 10.1097/NMD.0000000000000280

Martin, M. M., & Rubin, R. B. (1995). A new measure of cognitive flexibility. *Psychological reports, 76*(2), 623-626.

Martin, M. M., & Anderson, C. M. (1998). The cognitive flexibility scale: Three validity studies. *Communication Reports, 11*(1), 1-9. https://doi.org/10.1080/08934219809367680

Myers, D. G., & Diener, E. (1995). Who is happy? *Psychological Science, (6),* 10-19.

Park, N., Peterson, C., & Seligman, M. E. P. (2004). Strengths of Character and Well-Being. *Journal of Social and Clinical Psychology, 23*(5), 603–619. https://doi.org/10.1521/jscp.23.5.603.50748

Satan, A. A. (2014). Dini inanç ve bilişsel esneklik düzeylerinin öznel iyi oluş düzeyine olan etkisi. *21. Yüzyılda Eğitim Ve Toplum Eğitim Bilimleri Ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3*(7), 56-74.

Sevinç, S. (2010). *Mersin üniversitesi birinci sınıf öğrencilerinin akademik, sosyal, kişisel ve kurumsal uyumlarını olumsuz etkileyen faktörlerin incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Mersin Üniversitesi.

Turhan, M. & Çetinsöz, B. (2019). Duygusal zeka ve motivasyon arasındaki ilişki: Turizm programı öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, (18)*69, 268-287. https://doi.org/10.17755/esosder.438269

Tuzgöl Dost, M. (2005). Ruh sağlığı ve öznel iyi oluş. *Eğitim Araştırmaları Dergisi, 20*, 223–231. Türkdoğan, T., & Duru, E. (2012). Üniversite öğrencilerinde öznel iyi oluşun yordanmasında temel ihtiyaçların karşılanmasının rolü. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 12*(4), 2429-2446.

Ünübol H., Hızlı G., Koçyiğit G. (2020). Bağlanma, aleksitimi ve psikolojik belirtilerin öznel iyi oluş üzerindeki yordayıcı etkisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, (12)*, 398-420. https://doi.org/10.18863/pgy.804793

HEMŞİRELERDE ETİK DAVRANIŞLAR VE PSİKOLOJİK ETMENLERİ

Dr. Öğr. Üyesi Durmuş GÖKKAYA
Yozgat Bozok Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-6713-1748

ÖZET

Etik davranışlar tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de son yıllarda araştırmacıların ilgi odağı olan alanların başında gelmektedir. Geçmiş yıllara kıyasla konunun öneminin giderek arttığı ve etik davranışlara olan gereksinimin günümüz koşullarında gerekliliği araştırmacılar tarafından belirtilmektedir. Sağlık hizmetleri sunumunda etik davranışlara dikkat edilmesi kurumsal ve bireysel olarak ileriye dönük olumlu yönde gelişmeler sağlamaktadır. Sağlık hizmetleri sunumunda sayıca büyük bir çoğunluğu oluşturan ve hasta ve yakınları ile sürekli diyalog içerisinde olan hemşirelerde etik davranışların oluşturulması ya da eğitimler ile kazandırılması sunulan hizmetlerin kalitesini arttırma ve kurumsal yönde yapılacak olan iyileştirmelerde oldukça önem arz etmektedir. Bu çalışmada hemşirelerde etik davranışlar ile ilgili kavramsal bir inceleme oluşturmak ve literatürde ilişkili olduğu psikolojik etmenleri belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması yapılırken Google scholar, ScienceDirect, ESCI, SSCI, SCI-E, PubMed, Scopus, EBSCO, indekslerinde ve dergilerin çoğunlukla yer aldığı veri tabanlarında (https://www.emerald.com/, https://journals.sagepub.com/ ve springer.com) konuyla ilgili yayınlanan makaleler esas alınarak ilgili yayınlar çekilmiştir. Ulusal ve uluslararası alan yazını incelemelerinde hemşirelere yönelik etik davranışlar ile etik iklim, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık kavramlarının anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bununla birlikte bu kavramların farklı sektörlerde ağırlıklı olarak incelendiği hemşirelerde sınırlı sayıda olduğu görülmektedir. Hemşirelerde etik davranışları düzeylerini daha da yükseltmek için literatürdeki çalışmalar doğrultusuna etik iklim, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılığında arttırılması gerektiği önerilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sağlık kurumları, hemşireler, etik davranışlar, etik iklim, psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık

ETHICAL BEHAVIOURS AND PSYCHOLOGICAL FACTORS IN NURSES

ABSTRACT

Ethical behaviours are one of the areas that have been the focus of researchers' attention in recent years in the health sector as in all sectors. It is stated by researchers that the importance of the subject has gradually increased compared to the past years and the need for ethical behaviours is necessary in today's conditions. Paying attention to ethical behaviours in the provision of health services provides positive future developments both institutionally and

individually. Establishing ethical behaviours in nurses, who constitute a large majority in the provision of health services and who are in constant dialogue with patients and their relatives, or gaining them with trainings is very important in increasing the quality of the services provided and improvements to be made in the institutional direction. This study was conducted to create a conceptual review of ethical behaviours in nurses and to determine the psychological factors related to it in the literature. During the literature review, Google scholar, ScienceDirect, ESCI, SSCI, SCI-E, PubMed, Scopus, EBSCO, indexes and databases (https://www.emerald.com/, https://journals.sagepub.com/ and springer.com), where journals are mostly located, were taken as the basis of the articles published on the subject. In the national and international literature reviews, it was determined that ethical behaviours towards nurses and ethical climate, psychological capital and organisational commitment concepts were significantly related. However, it is seen that these concepts are limited in nurses, where they are mainly examined in different sectors. It is suggested that ethical climate, psychological capital and organisational commitment should be increased in line with the studies in the literature in order to further increase the level of ethical behaviours in nurses.

Keywords: Health institutions, nurses, ethical behaviours, ethical climate, psychological capital and organisational commitment

1.GİRİŞ

Etik, bireylerin yaşamlarında ihtiyaç duyulan değerlerin ortaya çıkarılmasını yöneten bir kurallar sistemidir. Etik, kişinin karşılaşmış olduğu olaylar karşısında doğru veya yanlış davranış gösterimlerini yönlendirebilecek seçim yapmasına yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda bireyin kendi davranışlarını değerlendirmede bulunmasını sağlamaktadır. (Nwinyokpugi vd., 2014). Etik yalnızca doğru olanı yapmakla değil aynı zamanda doğru nedenle doğru olanı yerine getirmektir (Chen & Ni, 2012).

Etiğin amacı, ahlaki davranış kalıplarına göre iyi düzeyde oluşturulmuş bir toplumsal değerler bütünü meydana getirmek ve kişinin ahlak dışı davranışlarına yönelik önerilerde bulunmaktır. Bu değerler doğrultusunda etik, toplum tarafından kabul edilmiş ve bireyin göstermiş olduğu davranışları şekillendirmede yardımcı olan inanç sistemidir (Naude, 2004). Etiğin bir diğer amacı ise toplumsal düzen içerisinde ters düşmeyecek birey davranışlarını şekillendiren kuralları ve kişinin belirlemiş olduğu amaçları gerçekleştirmeye yönelik değerleri ortaya koymaktır (Nwinyokpugi vd., 2014). Bireyler tarafından ortaya konulan bu değerlerin belirlenmesi sürecinde kişiler tarafından sergilenen etik davranışlar oldukça önemli bir gerekliliktir (Jahantigh vd., 2016).

Etik davranış, kurumun sahip olduğu öngörüdür. Başka bir tanımda ise, kişinin davranışlarıyla uygun davranış göstermesini sağlayan değerler ve ilkelerdir (Baker vd., 2006). Etik davranış iş ortamında yöneticilerin teşvik etmesiyle oluşan etik ilkeler ve bu etik ilkelerin çalışanlar tarafından içselleştirilmesidir. Etik davranış üzerindeki araştırmalar iki önemli husus üzerinde durmaktadır. İlk olarak; kurum içerisinde etik ilkelerin çalışanlar tarafından gönüllü bir şekilde anlaşılması ve uygulanmasıdır. İkinci olarak ise, kurum idarecileri tarafından desteklenen bir takım etik ilkelerin göz önünde bulundurulmasıdır (Richea, 2013). Etik davranışların birçok noktada olumlu katkıları bulunmaktadır. Kurum içerisinde etik davranışlara dikkate etmek verimliliği arttırdığı, bireyler arası ilişkileri geliştirdiği ve kurumun risk alma derecesini

azalttığı için işletmenin faaliyetleri ve sonuçları üzerinde önemli bir etki yapmaktadır (Jahantigh vd., 2016).

Etik davranışlar, özellikle insan hayatının sağlıklı bir şekilde devam ettirilmesinde etkin bir rol oynayan sağlık hizmetlerinde çok önemlidir. Kurumların değer ve vizyonlarında hastaya saygı ve etik davranışlar göstermek her zaman yer almaktadır. Günümüz koşullarında sağlık kurumlarında etik sorunların içeriğine odaklanılması gerektiği vurgulanmıştır (Nelson vd., 2010). Sağlık kurumları birçok meslek türünü bünyesinde bulunduran kuruluşlardır. Bu meslek türleri içerisinde hemşireler sunulan bakım hizmeti gereği hasta ve yakınları ile yakın iletişimde olmaları ve benzeri nedenlerle birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadır. Hemşirelerin hasta ve yakınlarına iyi bir bakım hizmeti sunabilmesi için fiziksel, duygusal, ilişkisel, sosyal, ahlaki ve manevi boyutlarda sağlık bütünlüğünü arttıracak bir yöne yönlendirilmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda etik davranışlar belirtilen boyutlarda sağlık hizmeti sunumunda etkin rol oynamaktadır (Goethals vd., 2010).

Hemşireler arasında süregelen bir endişenin olması uygulamaların etiksel açıdan yapılmasını zorlaştırmaktadır. Hemşirelerin yalnızca sundukları bakım hizmeti ile değil, aynı zamanda eleştirel düşünme, uyuşmazlıkların çözümü ve etik karar verme gibi gerekli becerileri geliştirme konusunda etik davranışlara ihtiyaç duyulmaktadır (Ebrahimi vd., 2015). Bu çalışmada sağlık kurumlarında insan gücü ve hizmet sunum kaynağının önemli bir parçası olan hemşirelerde etik davranışlar üzerinde durulmuş ve alan yazınında yapılan çalışmalarla birlikte derleme halinde sunulmuştur.

2. ETİK DAVRANIŞLAR

Etik davranış, toplumsal düzende etik olmayan ve ahlaki standartlara aykırı olan olumsuz davranışlardan kaçınmayı aynı zamanda toplumsal düzen içerisinde kabul gören belirli standartları içeren başkalarına karşı saygılı davranış, saydamlık, dürüstlük gibi davranış kalıplarını benimsemeye yarayan oldukça geniş bir kavramdır (Murphy ve Kiffin-Peteren, 2017). Etik davranış "genel kabul gören ahlaki norm kurallarına göre yargılanan bireysel davranış"dır (Trevino vd., 2006; Cremer vd., 2010). Etik davranış bireylerin diğer kişilere olan bağlılığının ve günlük etkileşimleri sırasında birbirleriyle olan ilişkilerinin günlük ifadesi olarak belirtilmektedir. Etik davranış, kişinin göstermiş olduğu kendi davranışları ile tutarlı davranışlar göstermesini sağlayan değerlerdir (Richea, 2013). Diğer taraftan etik davranış, doğru veya yanlış eylemlerle ilgili standartlara uyum ve özerklik, eşitlik, fayda, uygunsuzluk, doğruluk, gizlilik ve sadakat gibi etik kodların yerine getirilmesi anlamına gelmektedir. Etik davranış, kritik zamanlarda doğru bir davranış sergilemek değil, günlük etkileşimlerde günlük olarak diğer insanlara ve insanların iletişim yöntemlerine olan bağlılığı temsil etmektir (Kalanatari vd., 2015).

Etik davranışlar, toplumda insanlara hizmet veren birçok sektörde her kurumun uygulaması gereken önemli özelliklerin başında gelmektedir. Etik davranışın önemi bireyin ahlaki olarak göstermiş olduğu tutumları nasıl kendisinde edinebileceği ve elde etmiş olduğu bu tutumları nasıl geliştirebileceğidir. Bireyin ahlaki tutumları oluşturması ise bireyin sergilemiş olduğu davranış standartlarını etik kurallar doğrultusunda yetiştirmesi ile mümkün olmaktadır (Nejati & Shafaei, 2018). Etik davranışlara olan ilgi, araştırmacılar tarafından her geçen gün artmaktadır. Kurum ve kuruluşlarda ileriye dönük yapılacak iyileştirmelerde etiğe ihtiyaç

duyulduğu araştırmacılar tarafından dile getirilmektedir (Selvaranjan & Sardessai, 2010). Etik davranış, kişinin doğru ve yanlış davranışlarını bir bütün olarak incelemektedir. Bu bağlamda etik davranış kişinin yapması ve kaçınması gereken davranış eğilimlerini ortaya koymaktadır. Etik davranış, "güven, adalet ve dürüstlük" gibi birtakım ahlaki ilkeleri bulundurmaktadır. Çalışma ortamında etik davranış ise, kuruma gelen müşterinin memnuniyetinin sağlanması ve müşteriler ile uzun vadeli düzeyde ilişkilerin kurulmasını belirten dürüst ve adil eylemlerdir (McCain vd., 2010).

Çalışma ortamında memnuniyet ve iletişimin etik davranışlar üzerinde önemli olduğu alanlardan biri de sağlık kurum ve kuruluşları gelmektedir. Sağlık çalışanlarının hasta ve hasta yakınları ile sürekli iletişim halinde olmaları ve hastanın memnun bir şekilde sağlık kurumundan ayrılmasını sağlama noktası noktasında etik davranışların önemi ortaya çıkmaktadır. Sağlık kurumlarında etik davranışlar; hasta ve ailesinin memnuniyetinin arttırılması, çalışanlara eğitimin verilmesi, gelecekte oluşabilecek etik sorunları önlemek için stratejileri geliştirmek gibi olumlu yönde birçok noktada katkılarının olduğu belirtilmektedir (Hajibabaee vd., 2016). Aynı zamanda sağlık personeli tarafından gerçekleştirilen etik davranışlar, her düzeyde kaliteli karar almayı kolaylaştırabilir ve ayrıca yönetimin sağlık kuruluşlarını yürütme şeklini şekillendirmede yardımcı olabilmektedir. Bu nedenle, sağlık hizmetindeki bireylerin nasıl etik ve / veya etik dışı davranışlar sergilediğini anlamak önemlidir (Chiu vd., 2006).

Sağlık hizmetlerinde sunulan bakım hizmetlerinde yaşanan gelişmeler ve teknolojik imkanların hızlı bir şekilde artmasıyla çalışanların birbirleriyle ve hastalar ile sürekli etkileşim içinde olmaları, hastalara sunulan hizmet sırasında etik dışı davranışlarda artış olması ve bunlara yönelik yer verilen haberlerde etik davranışların sağlık kuruluşları açısından büyük bir öneme sahip olduğu görülmektedir (Şahin & Dündar, 2011). Sağlık kurumlarında sağlık çalışanları içerisinde hasta ve yakınları ile en çok iletişimde bulunan meslek gruplarının başında hemşireler oluşturmaktadır (Utlu, 2016). Etik davranış hemşirelik mesleğinin temel özelliklerinden biridir ve hemşirelik bakımında yaşamsal yönlerden biri olarak sayılmaktadır. Hemşirelik mesleği etik davranışı kapsayan ve profesyonel bir hemşirenin temel bir özelliği (Nikkhah vd., 2015; Khorashadizadeh vd., 2021) olmakla birlikte aynı zamanda mesleki sorumluluklarının da gerekli bir parçasıdır (Jahantigh vd., 2016).

Hemşirelerin etik davranışı, bağlamsal ve bireysel yönlerin önemli rol oynadığı güçlü bir ilişkisel süreçtir. Hemşirelerin etik davranışlarını değerler, inanç, deneyim, beceri, bilgi düzeyleri gibi bireysel faktörler ve aynı zamanda ahlaki farkındalık gözlem ve analiz gibi unsurlar etkileyebilir (Ebrahimi vd., 2015). Hemşirelik her zaman ortak etik sorunlarla karşı karşıya kalan bir meslektir. Hemşirelerin etik davranışlara dikkat etmesi örgütsel faaliyetler ve sonuçlar üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedir (Jahantigh vd., 2016). Sağlık kurumlarında yaşanan etik problemler meslektaşlar arasında önemli düzeyde etik sorunlar oluşturabilmektedir. Bu problemler performansı, motivasyonu, sunulan hizmet kalitesini etkilemekte olup hasta ve yakınlarına olumsuz bir durum olarak yansımaktadır (Utlu, 2016).

Hemşirelerde etik davranışı arttırıcı birçok unsurdan literatürde bahsedilmektedir. Hemşirelerin çalışma ortamlarında etik iklim atmosferi ve etik iklim yaklaşımının varlığına inanmaları hasta bakımı sırasında ilgili görevlerini yerine getirirken etik davranış sergileyebilirler (Cerit ve

Özveren, 2019). Etik davranışı yine etik iklimin etkileyebileceği belirtilmiştir (Jahantigh vd., 2016). Ayrıca psikolojik sermaye ve örgütsel bağlılık gibi kavramların alan yazında etik davranışları geliştirdiği bilimsel veriler ile ortaya konulmuştur. Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde etik davranışlar ile ilişkili olan bu psikolojik etmenlere değinilecektir.

3.HEMŞİRELERDE ETİK DAVRANIŞLAR VE PSİKOLOJİK ETMENLER

Etik davranış, dürüstlük, adalet, eşitlik, saygı, haysiyet, çeşitlilik ve başkalarının haklarına saygı gibi birkaç temel etik değere dayanmaktadır. Etik davranış aynı zamanda diğer insanları incitmemeye söz vermek anlamına da gelmektedir (Lu ve Lin, 2014; Samka vd., 2021; Fawares & Almheidat, 2022).

Etik davranış hemşirelik uygulamalarının temel bir unsurudur. Hemşireler sağlığın teşviki, hastalığın önlenmesi ve rehabilitasyon hizmetleri dahil olmak üzere tüm sağlık hizmeti sunumlarında hasta ya da sağlıklı her yaştan gruptan ve toplumdan bireylere bakım vermede etik sorumlulukları sürdürmelidir. Tıp ve teknolojideki gelişmeler, yeni hastalıklar, yetersiz kaynak tahsisi, hemşire açığı, artan sağlık bakım maliyetleri, yaşlanan nüfustaki artışlar gibi bağlamsal faktörler, hasta hakları ve aşırı iş yükü gibi durumlar hemşirelerin etik davranışlarını etkileyebilir ve bunlar etik sorunlara yol açabilir (Ebrahimi vd., 2015: Orathai vd., 2022).

Etik davranış, hemşirelik bakımının hayati yönlerinden biri olmakla birlikte buna bağlılık, hemşirelerin görev ve sorumluluklarının önemli bir parçasıdır. Sağlık hizmetleri ve ilgili teknolojilerdeki ilerlemeler ve etik olmayan davranışlar ve bunların altında yatan faktörlerle ilgili artan endişeler nedeniyle, içinde bulunduğumuz çağda hemşirelerin etik davranışlarına dikkat edilmesi çok önemli hale gelmiştir (Nikkhah vd., 2015). Etik davranış, bilişsel sürecin dört bileşeninden etkilenmektedir. Bu dört bileşen, ahlaki duyarlılığı, ahlaki yargıyı, ahlaki motivasyonu ve ahlaki karakteri içermektedir (Hem vd., 2014).

Ahlaki duyarlılık, ahlaki karar vermenin özü olan etik ikileme verilen yanıttır. *Ahlaki yargı,* bir kişinin farklı durumlarda etik yollar hakkında yaptığı bilgelik derecesidir. *Etik motivasyon,* bireysel sorumluluğun bir kombinasyonu, iyi ve yararlı bakım taahhüdünü yerine getirmeye yardımcı olmaktadır. *Ahlaki karakter* ise, ahlaki kararın uygulanmasının anahtarıdır (Borhani vd., 2015). Aynı zamanda Ahlaki karakter, ahlaki bir görevde ısrar, cesaret ve sıkıcılık gibi özelliklerle karakterize edilmektedir (Zhang vd., 2018; Borhani vd., 2021).

Hemşirelerin etik davranışları, toplumun sağlık örgütlerine ve kişilerin güven ve katılımına ilişkin genel bakış açısı üzerinde oldukça etkilidir. İnsanlar, hemşirelerin ahlaki davranışta önde gelen gruplardan biri olmasını beklemektedir. Çalışanların etik davranışlarının iyileştirilmesi günümüzde kuruluşların ortak hedefi haline gelmiştir (Esmaelzadeh vd., 2017). Bu hedef özellikle hastanelerde önemlidir ve hastane personeli arasında hemşireler etik davranışın geliştirilmesi için ilgi odağındadır (Borhani vd., 2015). Etik davranışı geliştirmek için onu etkileyen faktörlerin bilinmesi gerekir. Farklı çalışmalar, çalışanların etik davranışlarının geliştirilmesinde çeşitli faktörleri önermektedir. Kurum kültürü ve organizasyon yapısı, çalışanların etik durumları üzerinde çok büyük bir etkiye sahiptir. Bazı örgütsel faktörlerin etik davranışı iyileştirme ile ilişkisi çeşitli araştırmalarda incelenmiştir (Numminen vd., 2015; Olso, 1998; Ketefian, 1981; Mobasher vd., 2008; Ghorbani vd., 2014; Borhani vd., 2021).

Özsoy ve Ekici (2017) özel ve kamu kesiminde çalışan hemşireler üzerinde yapmış oldukları çalışmada örgüt kültürü, örgütsel adalet ve etik davranış konusundaki algıları değerlendirilmiştir. Özel bir hastanede çalışan hemşirelerin örgüt kültürü ve etik davranışlarına ilişkin algıların, bir devlet hastanesinde çalışan hemşirelerden daha fazla olduğu bulunmuştur. Çalışma sonuçlarının bu şekilde çıkmış olmasında özel sağlık kurumlarında etik davranış ve örgüt kültürü oluşturma noktasında daha çok dikkat edildiği kurum yöneticilerinin hasta potansiyeli açısından bu konular üzerinde daha dikkatli oldukları ifade edilebilir.

Deshpande vd., (2006) sağlık kuruluşlarında hemşire ve doktorların etik davranışlarını etkileyen faktörleri incelemişlerdir. Meslektaşlarının etik davranışlarının her personelin etik davranışı üzerinde en yüksek etkiye sahip olduğunu ve başarılı meslektaşların veya yöneticilerin etik dışı davranışlarının personeli çok zor şartlarda bıraktığını ortaya koymuşlardır. Hassanian ve Sahayan (2019) çalışmasında Hamadan Tıp Bilimleri Üniversitesi'nde 259 hemşire üzerinde yapmış oldukları çalışmada bireysel etik ilkeler, yerel egoizm ve dışşsal dini yönelimin etik davranışın yordayıcıları olduğu belirlenmiştir.

Zakaria vd. (2016) çalışmasında Mansoura Acil Hastanesi'ndeki hemşirelerde etik konularla ilgili öğretim programının hemşirelerin bilgisi, etik davranışı, etik stres sıklığı ve derecesi üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Hemşirelerde etik konularla ilgili öğretim programlarının hemşirelerin etik bilgisi ve etik davranışları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ayrıca çalışmada hemşirelerin etik stres sıklığı ve derecesini azaltma da Hemşirelerde etik konularla ilgili öğretim programlarının arttırılması gerektiği vurgulanmıştır. Ghassemi vd., (2018) 330 hemşire üzerinde yapmış oldukları çalışmada etik duyarlılık ve ruhsal sağlık ile etik davranış arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Borgani vd. (2021) çalışmasında hemşirelerde etik iklim ile etik davranışlar arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu bildirilmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde alan yazınında etik davranış ile ilişkili psikolojik etmenlerin üzerinde durulmuştur. Farklı sektörde yapılan çalışma örnekleri ile değinilen bu kavramların sağlık sektöründe de uygulayıcılar tarafından yapılması ve araştırmacılara katkı sağlaması amacıyla bu bölüm hazırlanmıştır.

3.1. Etik Davranış İle Etik İklim İlişkisi

Sağlık personeli, kuruluşun etik ikliminden büyük ölçüde etkilenmektedir. Sağlık personelinin sayıca büyük bir çoğunluğunu oluşturan hemşireler hastalarla sürekli ve beşerî etkileşim içinde olmaları nedeniyle etik iklimi oluşturmada etkilidirler (Esmaelzadeh vd., 2017; Borhani vd., 2021). Etik iklim, Victor ve Cullen (1988) tarafından yapılan çalışmalar neticesinde ortaya atılmıştır. Etik iklim, örgütlerde iş görenler açısından beklenen, ödüllendirilen ve desteklenen davranışlardır (Örücü vd., 2020). Etik iklim için örgütler için önemlidir ve çalışanların etik davranışlarını etkilemektedir. Etik iklim, bir örgütün etik performansıyla ilişkilendirilen değerler sistemidir. Bir örgütte etik iklim, örgüt üyelerinin örgüt tarafından desteklenen etik değerlere ve davranışlara ilişkin algılarıdır (Borhani vd., 2021).

Etik iklim, etik sorunların nasıl üstesinden gelineceği ve etik açıdan bir davranışın ne olduğu ile ilgili ortak bir anlayışın geliştirilmesidir. Bu noktada çalışanların kurum içerisinde uygun görülen ve görülmeyen davranışlara yönelik görüşlerinin ve kurum içinde olması gereken etik davranışlarla ilgili beklentilerin belirlenmesi üzerinde durmaktadır. Etik iklim bireylerin

göstermesi gereken doğru davranışı yapmasının ne olduğunu göstermesinin yanında herhangi bir etik sorunla karşılaştığında ne yapılması gerektiği hususunda da yardımcı olmaktadır. Etik ikilim yoluyla örgütlerde çalışanların etik davranış sergilemesine yardımcı olmaktadır. Bu durumda örgütün verimliliğini, performansını ve çalışan bağlılığını arttırmaktadır (Gümüştekin & Durmaz, 2019; Şahin & Dündar, 2011).

Etik iklim, kurum içerisinde algılanan normatif bir yapı olarak değerlendirilmektedir. Etik iklim, yapılan uygulamalar ve paylaşılan davranışsal algılar ile çalışanların göstermesi gereken etik davranışlarına ve etik açıdan karar verme noktasında yardımcı olmaktadır (Doğan & Kılıç, 2014). Etik iklim, etik sorunlar karşısında çalışanların güvenebileceği etik davranışların oluşturulmasına kurumların etik sorunları hangi ölçüde deneyimledikleri noktasında fikir vermektedir. Yapılan bir çalışmada Amerikan şirketlerinin etik olmayan davranışlar nedeniyle yıllık olarak 40 milyar dolarlık kayıplarının olduğu gözlenmiştir. Bu bağlamda örgütlerin etik iklim yoluyla etik davranışları daha yüksek düzeyde yönetmenin en önemli nedenlerinden biri de finansal olarak örgütün hayatta kalmasını sağlamak olduğu ifade edilebilir (Şahin & Dündar, 2011).

Çalışma ortamında hemşirenin etik davranış sergilemesinin birçok yönde olumlu yönde katkısı bulunmaktadır. Hemşirenin etik değer ve davranışları ile ortaya çıkan etik iklim, en etkin doğru uygulamaların belirlenmesi, kaliteli sağlık hizmetlerinin sunulması, uzmanlık ve bilgiye dayalı karar verilmesi, hemşireler arası iletişim, bilgi paylaşımı ve iş birliği gibi katkılar sağlamaktadır (Gün vd., 2022). Alan yazınında etik iklim ile etik davranış arasındaki ilişkiyi belirlemek yönelik farklı sektörlerde çalışma örnekleri yer almaktadır. Koh ve Boo (2001) çalışmasında Singapur'da 237 yönetici üzerinde elde ettikleri araştırma sonuçlarında örgütsel olarak etiğin üç önemli ölçütünün olduğu belirlenmiştir. Bunlar; kariyer başarısı, etik davranış ve etik iklim arasındaki ilişki, örgütün etik iklimi ve etik davranış için üst yönetimin desteğidir. Ayrıca bu önemli üç kriterin iş tatmini ile ilişkisini ortaya koymuşlardır (Fu, 2014). Lu ve Lin (2014) çalışmasında etik iklim ve liderliğin etik davranış üzerindeki etkileri incelenmiştir. 128 katılımcının katkı gösterdiği araştırmada etik iklim ve etik liderlik etik davranışı pozitif yönde etkilediği gözlenmiştir. Victor ve Cullen (1998) çalışmasında çalışma süresindeki artışla etik davranış ve etik iklimin arttığı ifade edilmiştir.

Chiang vd., (2013) çalışmasında 318 işletme bölümü öğrencisi üzerinde yapmış oldukları çalışmada etik iklimin etik davranışın önemli bir yordayıcısı olduğu gözlenmiştir. Al Halbusi vd., (2020) çalışmasında 295 işçi dahilinde yürütülen çalışmada etik iklim ile etik davranış arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Dickson vd., (2001) ifadesine göre de etik iklimin oluşturulmasında önemli belirleyicilerden biri de liderlerin etik davranışları olduğu belirtilmiştir. Fu ve Deshpande (2012) örneklemini 208 çalışan üzerinde yaptığı çalışmada etik iklim ile etik davranış arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu bildirmiştir.

Gümüştekin ve Durmaz (2019) çalışmasında örnekleminin çoğunluğunu hemşirelerin oluşturduğu sağlık çalışanlarında etik iklim ve psikolojik sermayenin etik davranışlar üzerine etkileri incelenmiştir. Çalışma sonuçları incelendiğinde; psikolojik sermaye ve etik iklimin etik davranışları etkilediği gözlenmiştir. Jahantigh vd., (2016) çalışmasında hemşirelerde etik iklim ile etik davranış arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışma sonuçları incelendiğinde;

Zahedan'daki Ali Ibn Abitaleb ve Khatam AlAnbia hastanesinde çalışan 251 hemşirede etik iklim ile etik davranış arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı gözlenmiştir. Çalışma sonucunda anlamlı bir ilişki olmadığını göstermesi etik iklim ve etik davranışların algılanış biçimindeki farklılıklar olduğu yönünde yorumlanabilir. Buna karşın yapılan çalışmalarda etik iklim ile etik davranış arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirtilmiştir (Gümüştekin & Durmaz, 2019)

4.2. Pozitif Psikolojik Sermaye İle Etik Davranış İlişkisi

Alan yazınında ilk olarak Maslow (1954)'un gündeme getirmiş olduğu pozitif psikoloji kavramı Martin Seligman öncülüğünde bir grup psikolog tarafından literatürde gündeme getirilmiştir (Wright, 2003). Pozitif psikoloji, bireyin güçlü ve olumlu yönlerini anlayıp geliştirmesini vurgulamaktadır (Tösten vd., 2017). Kişinin pozitif psikoloji düzeyi, ahlaki motivasyon anlayışına katkı sağlamaktadır. Pozitif psikolojinin iyi yaşam üzerine odaklanması ve her geçen gün pozitif psikolojiye olan ilginin arttığı düşünüldüğünde etik davranış üzerine incelemeler yapan araştırmacıların ilgisi pozitif psikolojik sermaye alanına kaymıştır (Trevino vd., 2006). Psikolojik sermaye, verimliliği artırma, çalışan memnuniyetini, katılımı ve refahı artırma, etik davranışı ve sosyal sorumluluğu geliştirme ve işi genel olarak insanların istediği daha anlamlı ve sivil bir yer haline getirme gibi günlük liderlik ikilemlerine titizlik, alaka düzeyi ve gerçek cevapları benzersiz bir şekilde birleştirir (Luthans & Youssef-Morgan, 2017).

Kişinin var olan yeteneklerine inancı, hayatında iyi olan şeyler ile karşılaşma düşüncesi, başarıyı sağlayabilecek hedefler belirlemesi ve zorluklar karşısında ayakta durabilmesi pozitif psikolojik sermayeyi meydana getiren unsurlardır. Psikolojik sermayenin olumlu yapıda olması kişinin etik davranış gösterebileceği yönünde söylenebilir. Psikolojik sermaye bireysel olarak; güçlü yanları, psikolojik kapasite ve öz benlik unsurlarını içermektedir. Örgütsel anlamda ise, kazanç elde etme, emek harcamaya değer iş, sürdürülebilir sonuçlar, etik davranış ve rekabet üstünlüğü sağlama kriterlerini içermektedir (Gümüştekin & Durmaz, 2019).

Chalermrungroj vd. (2018)'nın öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmada psikolojik sermayenin etik davranışlar üzerinde anlamlı ve pozitif yönde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Psikolojik sermaye ölçeği alt bileşenlerinden ise iyimserlik, öz yeterlik ve dayanıklılık alt bileşenlerinin etik davranış üzerinde anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Rehman vd., (2018) öğretmenler üzerinde yaptığı çalışmada etik davranışların psikolojik sermaye üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Alan yazınında yapılan çalışmalarda psikolojik sermaye ve alt boyutlarının (umut, öz yeterlilik, dayanıklılık ve iyimserlik) etik davranışlara üzerinde olumlu yönde etkilerinin olduğu belirtilmiştir (Rehman vd., 2018; Parthi ve Gupta, 2016).

4.3. Örgütsel Bağlılık İle Etik Davranış İlişkisi

Örgütsel bağlılık, bireyin bir örgüt ile kimlik bütünlüğüne girmesi, diğer bir deyişle çalışanın bağlı olduğu kurumla arasında hissettiği bağdır. Örgütsel bağlılık, çalışanın kuruma yönelik bakış açısını benimseme derecesini yansıtmaktadır (Sabuncuoğlu & Vergiliel Tüz, 2013; Tutar, 2016). Örgütsel bağlılık, bireyin göstermiş olduğu davranışları aracılığıyla faaliyetlerine ve örgüte olan inançlarıdır (Ünlü, 2019). Fu vd. (2014)'nın çalışmasında 214 Çinli çalışan üzerinde etik davranışların örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkilediği belirlenmiştir.

Fu vd. (2014) çalışmasında 507 Çinli çalışan üzerinde örgütsel bağlılığın etik davranışları anlamlı ve pozitif yönlü etkilediği belirlenmiştir.

Lee (2010) çalışmasında hemşirelerde etik liderliğin örgütsel bağlılık ve örgütsel destek üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Aynı zamanda çalışmada hemşire yöneticilerinin etik davranış sergilemesi neticesinde hastaneye olan bağlılık düzeylerinde de artış olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Etik davranış çalışanı kurum içerisinde olumlu davranış sergilemeye teşvik etmektedir. Böylece örgütsel adalet artmakta ve örgütsel bağlılık davranışını ortaya çıkarmaktadır (Mohammed & Sayan, 2023).

Çatır (2019) tarafından otel işletmelerinde çalışan 208 kişi dahilinde yaptığı çalışmada etik davranışların örgütsel bağlılığı anlamlı ve pozitif yönlü etkilemektedir. Kampler ve Majocchi (2010; akt: Durmaz, 2019) çalışmasında etik davranış ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkinin olduğunu bildirmişlerdir. Bahari-Far vd. (2011) çalışmasında üniversite çalışanlarında örgütsel bağlılığın etik davranışları olumlu yönde etkilediği belirtilmiştir. Etik davranış, çalışan bağlılığını ve yenilikçi davranış göstermesini etkileyebileceği gibi ayrıca bir işletmenin karlılığını arttırma noktasında pozitif katkı sağlayabilir. Hunt vd. (1989)'ne göre örgütsel bağlılık ile kurumsal etik değerler arasında pozitif bir ilişki olduğu bildirilmiştir (Demirer & Yaşar, 2022).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sağlık sektörü, çok sayıda farklı branşın bir arada uyum içerisinde çalıştığı insan hayatına yönelik verilen hizmetlerin başında yer almaktadır. Sayıca büyük bir çoğunluğunu oluşturan hemşireler ise, gerek sağlık hizmeti sunumunda gerekse hasta ve yakınları ile en sık iletişime giren sağlık hizmeti sunucularıdır. Bu bakımında hemşirelerin sağlık kurumlarının ayrılmaz bir yapı taşı olduğu ve oldukça önemli görev ve sorumluluklarının olduğu aşikardır. Her geçen gün sağlık hizmetine yönelik talebin artması, sınırlı sayıda hemşire ile neredeyse sınırsız olarak değerlendirilebilecek taleplerin karşılanmaya çalışılması, hemşirelerin içinde bulunduğu çalışma ortamı göz önünde bulundurulduğunda hemşirelerin etik davranışlarına dikkat etmesi geçmişe kıyasla daha da önemli hale gelmiştir. Bu yönüyle literatürde yapılan hemşirelere yönelik etik davranışların ilişkili olduğu kavramların ortaya çıkarılmasına yönelik elde edilen araştırma bulguları özeti Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Hemşirelerde etik davranışların ilişkili olduğu kavramlar

Yazarlar	**İlişkili Kavramlar**
Lee (2010)	Örgütsel bağlılık
Jahantigh vd., (2016)	Etik iklim
Zakaria vd. (2016)	Hemşirelerin etik bilgisi
Luthans ve Youssef-Morgan (2017)	Psikolojik sermaye
Özsoy ve Ekici (2017)	Örgüt kültürü
Ghassemi vd., (2018)	Etik duyarlılık ve ruhsal sağlık
Hassanian ve Sahayan (2019)	Bireysel etik ilkeler, yerel egoizm ve dışsal dini yönelim
Borgani vd. (2021)	Etik iklim

Hemşirelerin etik davranış sergilemesi yalnızca hemşirelik bakımının önemini ortaya koymakla kalmaz. Tedavi hizmeti alan birey açısından da hastanın ilgili hemşireye ve kuruma duyduğu güven düzeyi artar. Buna karşın özellikle son yıllarda yaşanılan pandemi ve geçmiş yıllardaki salgın hastalıklar düşünüldüğünde hemşirelerin hasta bakım ve tedavisinde ne kadar kritik bir rol üstlendiği ortadadır. Bununla birlikte etik davranışların arttırılmasında birtakım sorumluluklarında ilgili kurum yöneticilerine düşmektedir. Öncelikle kurum içerisinde dengeli bir iş planlaması yapılmalı ya da etik davranışlar noktasında tüm sağlık çalışanlarını bilinçlendirmek dışardan destek uzmanlar alınarak konuya yönelik farkındalık oluşturulmalıdır.

Gittikçe dijitalleşen dünyada yaşanılan olumlu ya da olumsuz olaylar çok hızlı bir şekilde basına ya da sosyal medyaya düşebilmektedir. Bire bir hizmet sunumunun yoğun olduğu sağlık sektöründe yaşanılan ve sağlık personelinin özellikle de hemşirelerin hastalara karşı göstermiş olduğu etik dışı olumsuz davranışlar zaman zaman ülke gündemlerine düşmekte ciddi noktada eleştiri konusu oluşmaktadır. Bu konuda hemşirelerin etik davranışlar konusunda yetiştirilmesi ve eğitilmesi konusunda sağlık kurumları yöneticilerine önemli görevler düşmektedir. İyi yetiştirilmiş sağlık personeli özellikle de hemşirelerle daha kaliteli ve güvenli sağlık hizmeti sunulacağı ortadadır.

Sonuç olarak özetle ulusal ve uluslararası literatür incelendiğinde; ulusal literatürde hemşirelerde etik davranışlara yönelik çalışmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu görülürken araştırmaların daha çok uluslararası literatürde arttığı görülmektedir. Bu konuya yönelik araştırmacıların dikkatleri çekilerek farklı değişkenlerle etik davranışların ilişkisi ya da deneysel çalışmalar ile etik davranışların yükseltilmesine yönelik ilgili yöneticilere katkılar sağlanabilir. Çalışma içerisinde gerek hemşireler gerekse farklı sektörlerde yapılan çalışmalarda etik davranışların etik iklim, psikolojik sermaye ve örgütsel davranıştaki önemine dikkat çekilmiştir. Hemşirelerin performansını daha da geliştirici değişkenler ile konunun derinlemesine araştırılması önerilmektedir. Bu çalışmada etik davranışlar ile kavramsal bilgi ve yapılan örnek çalışmalar ile literatüre ve araştırmacılara katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

Al Halbusi, H., Williams, K. A., Ramayah, T., Aldieri, L., & Vinci, C. P. (2021). Linking ethical leadership and ethical climate to employees' ethical behavior: the moderating role of person–organization fit. *Personnel Review*, *50*(1), 159-185.

Bahari-Far, A., Javaheri Kamel, M., & Ahmadi, S. A. (2011). Ethical behavior and organizational citizenship behavior: The effects of ethical values, justice and organizational commitment. *Organizational Resources Management Researchs*, *1*(1), 1-20.

Baker, L.T., Hunt, G.T., & Andrews, C.M. (2006). Promoting Ethical Behavior and Organizational Citizenship Behaviors: The Influence of Corporate Ethical Values. *Journal of Business Research, 59,* 849-857.

Borhani, F., Abbaszadeh, A., Bahrampour, A., Ameri, G. F., & Aryaeenezhad, A. (2021). Investigating the relationship between the ethical atmosphere of the hospital and the ethical behavior of Iranian nurses. *Journal of Education and Health Promotion*, *10*(1), 1-8.

Borhani, F., Keshtgar, M., & Abbaszadeh, A. (2015). Moral self-concept and moral sensitivity in Iranian nurses. *Journal of Medical Ethics and History of Medicine*, *8*, 1-7.

Cerit, B., Özveren, H. (2019). Effect of hospital ethical climate on the nurses' moral sensitivity. *The European Research Journal*, *5*(2), 282-290.

Chalermrungroj, W., Phattharayuttawat, S., Ratta-apha, W., & Auampradit, N. (2018). The Relationship between Psychological Capital and Ethical Behavior in one Secondary School Students. *Journal of the Medical Association of Thailand*, 66-73.

Chen, C., ve Ni, Y. (2012). *How to motivate employees' ethical behavior-based on management control theory.* Psychology Research, (9), 84-87.

Chiang, F. F., Birtch, T. A., Cai, Z., & van Esch, E. (2013). An Examination of the Influence of Ethical Climate on Ethical Behavior in Business Education. In *Academy of Management Proceedings* 1:11557.

Chiu, C.K., Chen, C.Y., & Hsu, S.P. (2006). Understanding the ethical behavior of healthcare personnel: A perspective of human resource management. *Journal of Global Business Management, 3*(2), 1-7.

De Cremer, D., Mayer, D. M., & Schminke, M. (2010). Guest editors' introduction: On understanding ethical behavior and decision making: A behavioral ethics approach. *Business Ethics Quarterly*, *20*(1), 1-6.

Çatır, O. (2019). Örgütsel etik değerler ve etik davranışın, örgütsel bağlılığa ve iş tatminine etkisi: Otel işletmeleri örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 10*(1), 60-72.

Demirer, M. C., & Yaşar, Ç. (2022). Etik liderliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde duygusal bağlılığın rolü. *Hitit Sosyal Bilimler Dergisi*, *15*(1), 29-48.

Deshpande, S. P., Joseph, J., & Prasad, R. (2006). Factors impacting ethical behavior in hospitals. *Journal of Business Ethics*, *69*, 207-216.

Dickson, M. W., Smith, D. B., Grojean, M. W., & Ehrhart, M. (2001). An organizational climate regarding ethics: The outcome of leader values and the practices that reflect them. *The Leadership Quarterly*, *12*(2), 197-217.

Doğan, S., & Kılıç, S. (2014). Algılanan örgütsel etik iklim ve üretkenlik karşıtı iş davranışları arasındaki ilişkilerin incelenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, *15*(1), 269-292.

Durmaz, G.M. (2019). Örgüt iklimi ve pozitif psikolojik sermayenin etik davranışlar üzerindeki etkisi (Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çanakkale.

Ebrahimi, H., Nikravesh, M., Oskouie, F., & Ahmadi, F. (2015). Ethical behavior of nurses in decision-making in Iran. *Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research, 20*(1), 147–155.

Esmaelzadeh, F., Abbaszadeh, A., Borhani, F., & Peyrovi, H. (2017). Ethical sensitivity in nursing ethical leadership: a content analysis of Iranian nurses experiences. *The Open Nursing Journal*, *11*, 1-13.

Fawares, H. F., & Almheidat, T. (2022). The Islamic Ethical Leadership, Ethical Sensitivity, and Employees' Ethical Behavior: Narrative Literature Overview: 10.2478/bjlp-2022-00014. *Baltic Journal of Law & Politics*, *15*(1), 183-198.

Fu, W. (2014). The impact of emotional intelligence, organizational commitment, and job satisfaction on ethical behavior of Chinese employees. *Journal of Business Ethics*, *122*, 137-144.

Fu, W., & Deshpande, S. P. (2012). Factors impacting ethical behavior in a Chinese state-owned steel company. *Journal of Business Ethics, 5,* 231–237.

Ghassemi, F., Khaleghkhah, A., & Zahed, A. (2018). *Investagating the Relationship between Ethical Sensitivity and Spiritual Health on Ethical Behavior of Nurses Ardabil City* (Doctoral dissertation, University of Mohaghegh Ardabili).

Ghorbani, A. R., Etemadi, R., & Jafari Golestan, N. (2014). Study the responsibility of nurses (professional ethics and human), the recovery rate of patients. *Military Caring Sciences Journal*, *1*(1), 57-62.

Goethals, S., Gastmans, C., & de Casterlé, B. D. (2010). Nurses' ethical reasoning and behaviour: A literature review. *International journal of nursing studies*, *47*(5), 635-650.

Gümüştekin, G., & Durmaz, G.M. (2019). Örgüt ıklimi ve pozitif psikolojik sermayenin etik davranışlar üzerindeki etkisi. *Management and Political Sciences Review, 1*(1), 33-63.

Gün, M., Yıldırım, G., & Şahin, S. A. (2022). Hemşirelerin hastane etik iklim algılamalarının iş doyumu üzerine etkisinin belirlenmesi. *Anatolian Clinic the Journal of Medical Sciences*, *27*(2), 184-193.

Hajibabaee, F., Joolaee, S., Cheraghi, M. A., Salari, P., & Rodney, P. (2016). Hospital/clinical ethics committees' notion: an overview. *Journal of Medical Ethics and History Of Medicine*, *9*, 1-9.

Hassanian, Z. M., & Shayan, A. (2019). The mediating effect of ethical climate on religious orientation and ethical behavior. *Nursing ethics*, *26*(4), 1114-1127.

Hem, M. H., Halvorsen, K., & Nortvedt, P. (2014). Altruism and mature care: some rival moral considerations in care ethics. *Nursing Ethics*, *21*(7), 794-802.

Hunt, S. D., Wood, V. R., & Chonko, L. B. (1989). Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. *Journal of marketing*, *53*(3), 79-90.

Jahantigh, M., Zare, S., & Shahrakipour, M. (2016). The survey of the relationship between ethical climate and ethical behavior in nurses. *Der Pharma Chemica*, *8*(3), 189-193.

Kalantari, M., Kamali, M., Joolaee, S., Shafarodi, N., & Rassafiani, M. (2015). Factors affecting ethical behavior in pediatric occupational therapy: A qualitative study. *Medical journal of the Islamic Republic of Iran*, *29*, 282.

Ketefian, S. (1981). Moral reasoning and moral behavior among selected groups of practicing nurses. *Nursing Research*, *30*(3), 171-176.

Khorashadizadeh, F., Zare, N. V., Mohajer, S., Taherpour, M., & Darabi, S. (2021). Relationship between moral distress and Virtue-oriented Ethical behavior in nurses working in Government Hospitals in Bojnourd and Nursing Homes in Bojnourd and Mashhad in 2017. *Pakistan J Med Health Sci*, *15*, 1-6.

Koh, H. C., & Boo, E. H. (2001). The link between organizational ethics and job satisfaction: a study of managers in Singapore. *Journal of Business Ethics*, *29*(4), 309-324.

Lee, K. H. (2010). Effects of ethical leadership on perceived organizational support and organizational commitment of nurses in a hospital-Mediating role of perceived organizational support. *Journal of Korean Academy of Nursing Administration*, *16*(4), 419-427.

Lu, C. S., & Lin, C. C. (2014). The effects of ethical leadership and ethical climate on employee ethical behavior in the international port context. *Journal of Business Ethics*, *124*, 209-223.

Luthans, F., & Youssef-Morgan, C. M. (2017). Psychological capital: An evidence-based positive approach. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, *4*, 339-366.

McCain, S.C., Tsai, H. & Bellino; N. (2010). Organizational justice, employees' ethical behavior, and job satisfaction in the casino ındustry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, *22*(7), 992-1009.

Mobasher, M., Nkhaee, N., & Garoosi, S. (2008). Assessing the ethical climate of Kerman teaching hospitals. *Iranian Journal of Medical Ethics and History of Medicine*, *1*(1), 45-52.

Mohammed, M. A., & Sayan, İ. (2023). Etik Liderlik özellikleri ile örgütsel adalet ve örgütsel bağlılığın değerlendirilmesi: Sağlık kurumlarında bir uygulama. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, *10*(3), 434-452.

Murphy, S.A., & Kiffin-Petersen, S. (2017). The exposed self: A multilevel model of shame and ethical behavior. *J Bus Ethics.*, *141*, 657-675.

Naude, I. (2004). Factors Impacting on Ethical Behaviour in Organizations, University of Pretoria, Published Thesis, South Africa.

Nejati, M., & Shafaei, A. (2018). Leading by example: The influence of ethical supervision on students' prosocial behavior. *Higher Education*, *75*(1), 75-89.

Nelson, W. A., Gardent, P. B., Shulman, E., & Splaine, M. E. (2010). Preventing ethics conflicts and improving healthcare quality through system redesign. *BMJ Quality & Safety*, *19*(6), 526-530.

Nikkhah Farkhani, Z., Rahimnia, F., Kazemi, M., & Shirazi, A. (2015). Modeling the ethical behavior of nurses using the theory of virtue ethics. *Iranian Journal of Medical Ethics and History of Medicine*, *7*(6), 29-48.

Numminen, O., Leino-Kilpi, H., Isoaho, H., & Meretoja, R. (2015). Ethical climate and nurse competence–newly graduated nurses' perceptions. *Nursing Ethics*, *22*(8), 845-859.

Olson, L. L. (1998). Hospital nurses' perceptions of the ethical climate of their work setting. *Image: the Journal of Nursing Scholarship*, *30*(4), 345-349.

Orathai, P., Prapaipanich, W., Arpanantikul, M., & Senadisai, S. (2022). Development and psychometric evaluation of the Ethical Behavior for Thai Nurses Scale. *Frontiers of Nursing*, *9*(3), 275-284.

Örücü, E., Akgül, G. ve Çinar, B. (2020). Etik iklim algısının bireysel yenilikçilik üzerine etkisinde örgüt kültürünün düzenleyici rolü. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9*(2), 899-915.

Özsoy, Z., & Ekici, D. (2017). Perception of nurses regarding organizational justice and ethical behavior: Organizational culture in hospitals. *Hospital Practices and Research*, *2*(2), 41-46.

Parthi, K., & Gupta, R. (2016). A study of psychological capital, job satisfaction and organizational climate in telecom sector: A gender perspective. *Diviner*, *13*(1), 1-12.

Nwinyokpugi, N. P., Nwibere, B. M., Orodho, J. A., Okafor, G. O., Malizu, C. F., John, V., & Barman, B. (2014). Managerial ethics and organizational effectiveness: the nigerian experience. *Iosr Journal of Humanities and Social Science*, *19*(1), 1-10.

Rehman, F., Yusoff, R. B. M., Zabri, S. B. M., & Ismail, F. B. (2018). Impacts of psychological capital on the ethical behavior of teachers: A case of educational sector in Pakistan. *MATEC Web of Conferences 150*, 1-6.

Richea, M. M. (2013). Management Ethical Principles and Ethical Behaviour in the Non-profit Organisations. Shaping a Causal Liaison or a Myth?. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, *92*, 789-798.

Sabuncuoğlu, Z., & Vergiliel Tüz, M. (2013). Örgütsel davranış. Bursa: Alfa Aktüel Yayınları.

Samka, N., Chan, S., Heriyana, H., & Rasyimah, R. (2021). The Influence of Ethical Leadership on Ethical Behavior Mediated by Ethical Climate at Government Institutions in Aceh Indonesia. *Management Research and Behavior Journal*, *1*(1), 31-40.

Selvarajan, T. T., & Sardessai, R. (2010). Appraisal of ethical performance: A theoretical model. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, *26*(3), 1-8.

Şahin, B., & Dündar, T. (2011). Sağlık sektöründe etik iklim ve yıldırma (mobbing) davranışları arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi 66*(1), 130-158.

Tösten, R.,Arslantaş, İ.H., & Şahin, G. (2017). Öğretmenlerin pozitif psikolojik sermayelerinin tükenmişliğe etkisi. *YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi, 14*(1), 726-744.

Trevino, L.K., Weaver, G.R. & Reynolds, S.J. (2006). Behavioral ethics in organizations: A review. *Journal of Management*, *32*(6), 951-990.

Tutar, H. (2016). Örgütsel davranış (örgüt teorileri ve çağdaş yaklaşımlar açısından). Ankara: Detay Yayıncılık.

Utlu, N. (2016). Hastane ortamında hemşirelerin etik yaklaşımı ve etik ikilemler. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi 29,* 22-23.

Ünlü, U. (2019), Örgüt Kültürünün ve Terfi Uygulamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi. İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Victor B., & Cullen J. B. (1988). The organizational basis of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly, 3*(1), 101-125.

Wright, T.A. (2003). Positive Organizational Behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of OrganizationalBehavior, 24*(4), 437-442.

Zakaria, M.A., Sleem, F.W., & Seada, M.A. (2016). Effectiveness of ethical issues teaching program on knowledge, ethical behavior and ethical stress among nurses. *Journal of Nursing Education and Practice, 6*(7), 125-134.

Zhang, Y., Zhou, F., & Mao, J. (2018). Ethical leadership and follower moral actions: Investigating an emotional linkage. *Frontiers in Psychology, 9*, 1-11.

PLATON'UN MAĞARASINDAN TRUMAN'IN FANUSUNA: GERÇEKLİK

Yüksek Lisans Öğrencisi, Gülsüm BULUT
Gazi Üniversitesi, - 0009-0003-6976-704X
Doç. Dr. Ekrem Ziya DUMAN
Gazi Üniversitesi, - 0000-0002-1965-1378

ÖZET

Gerçeklik kavramı Platon'un mağara alegorisinden benzetme yapılarak ele alınmıştır. Mağarada yaşayan insanlar için gerçek sadece gölgelerdir fakat insanın mağaradan kurtulması ile mağarada görmüş olduğu gölgeler ve mağaradan sonra görünen şeyleri arasındaki asıl gerçeğin ne olduğunu anlamaya çalışmaları ve gördükleri her şeyden şüphe etmeye başlamıştır.

İlkçağdan günümüze kadar gerçeklik üzerine birçok şekilde açıklama yapılmıştır, çünkü insan her dönem içinde bulunduğu durumu sorgulamıştır. Gerçeklik her dönem farklı boyutuyla incelenmiş ve filozoflar tarafından aktarılmıştır. İlkçağlarda görünüş ve gerçeklik kavramı farkları üzerinden bir anlatım söz konusu olmuştur. Platon da ise gerçeklik idealar teorisi üzerinden yani metafizik temelli bir gerçeklik kavramı aktarılmıştır. Platon için neyin gerçekten var olduğu önemli olmuştur. Platon dış dünyadaki şeyler ideadır. İnsan ancak algıladığı şeyler duyusal anlamda değişiklik göstermektedir kalıcı ve tutarlı hiçbir yönü yoktur, Platon bu yönüyle gerçek bir şeyin olamayacağını ayrıca insan akıl yoluyla gerçeğe ulaşabileceğini ifade etmiştir.

Gerçeklik kavramı felsefe tarihinde önemli bir tartışma konusu olmuştur. Çalışmada 'The Truman Show' filmi gerçeklik kavramı açısından incelenmiştir. Bu bağlamda 'The Truman Show' filminde Truman şüphe etmiş olduğu şeye inanarak gerçeğin peşinden gitmiştir. İnanmış olduğumuz şeylerin gerçek olamaması ya da gerçeğin ne olduğu arayışı insanın yaşamı boyunca sorgulayacağı bir şeydir. Kişinin sorguladığı ve şüphe ettiği her şey onu gerçeğe ulaşacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Gerçeklik, Platon, Mağara Alegorisi.

1-GİRİŞ

İnsanlık tarihi boyunca kişinin gerçeklik anlayışı peşinde olduğunu, eylemlerinin ve amaçlarını kontrol altında tutabilme gücünü kendinde görmek ister. Herhangi bir zorlama ya da zorunluluk olmaksızın kendi başına değer verme ve bunu ilk kendinde başlatmak ister. Kimse yapacağı bir eylemi bir başkası tarafından yönlendirmeyi ya da başkasının istediği gibi yaşamak istemez. Bunun sebebi insan düşünen, sorgulayan bir varlık olmasıdır. Kendisine dayatılan eylemlerin kendi düşünce bağlamında belki de daha iyi bir eylemde bulunabileceğini varsayarak kendisine de diretileni kabul etmek istemez. Burada önemli olan kişinin gerçeğin ne olduğuna ulaşmasıdır.

Felsefe tarihi süresince gerçeklik kavramını birçok filozof ele almıştır ve bu sürecin temelleri ilkçağ felsefesi dönemlerinde başlamıştır. İlk olarak Parmenides'in felsefesinin dikkat çekmesiyle gerçeklik kavramı üzerine kendi felsefesini kuran Platon olmuştur. Gerçeklik Platon'dan beri ileri sürülür halen gelmiştir. Platon'un idealar kuramı, yani Platon'un bakış açısıyla asıl gerçeğe ulaşmak için dünyayı aşmak ve gerçek ne ise ona ulaşılması gerektiği üzerine felsefesini inşa eder. Aristotales'in realizmi ise gerçeklik kavramı üzerine felsefelerine oluşturmuştur. 17. Yüzyıl da kartezyen filozoflarından Descartes ile başlayan gerçeklik kavramının önemi de ilkçağ filozofları kadar önem arz etmektedir.

Gerçeklik felsefi tarihi içerisinde ve yapılan çalışmalara bakıldığında gerçekliğe yöneltilen sorulara verilen cevaplar hiç de küçümsenecek boyutta değildir. Hemen hemen her filozofun ana gayesi bu problemler etrafında şekillenmiştir. Şöyle ki "Gerçeklik belirlenmiş olandır, ama 'ne' olarak belirlendiği belli değildir. Çünkü varlığı 'ne' olarak belirlemek, onu evrenselliğini yadsıyan bir varoluş evreninde sınırlamak ve ilişkilendirmektir."**(**Avcı, 2023, s.11). Bu yüzden gerçekliğe dair açıklamalar oldukça fazladır.

Gerçeklik İlkçağ'dan itibaren tartışılan konulardan biri olması temel özelliği, özü, niteliği çeşitli düşünceler etrafında ortaya çıkmıştır. Gerçeklik; en genel anlamı içinde, dış dünyada nesnel bir varoluşa sahip olan varlık, var olanların tümü, var olan şeylerin bütünü; bilinçten, bilen insan zihninden bağımsız olarak var olan her şey. Daha dar ve özel bir anlam içinde, gerçeklik fiziki evrenin doğrudan ya da dolaylı olarak ölçümlenebilir olan yöntemlerini ifade eder. Bu anlamda gerçeklik nesnel olup, kamusal ve güvenilir bir biçimde analiz edilebilen ile sınırlanmıştır. Gerçeklik, anlam genişlemesi yoluyla, ayrıca, yerçekimi, doğal seçilim ve kişilik türünden, mantıksal tümevarım ya da teorik analiz yoluyla oluşturulabilir yapımları da kapsayacak biçimde kullanılır ve nihayet, gerçeklik terimi bireyin gerçekten var olduğuna inandığı ve gerçek varlığın ayrılmaz bir parçasını oluşturduğunu düşündüğü Tanrı, ruh ve ideal nesneleri de içerecek şekilde kullanılmaktadır(Cevizci, 2017, s.866). Etimolojik köken olarak gerçeklik; gerçek olan, var olan şeylerin tümü; gerçek, asıl, hakikat, hakikilik, sahihlik, şeniyet(TDK). Gerçeklik orta Türkçe de kirtücek, doğru, inanılır, güvenilir sözcüğünden evrilmiştir. Gerçeklik eski Türkçede kirtü gerçeklik, doğruluk, sıdk, diğer bir anlamıyla yemin, ant sözcüğünden Türkiye Türkçesi +çak ekiyle türetilmiştir(www.nisanyan.com
).

Gerçekliğin doğası hakkında sorulabilecek iki temel soru vardır. Birincisi, gerçekliğin bir doğası var mıdır; diğeri ise, eğer varsa gerçeklik ne tür bir doğaya sahiptir? Bu iki soru, çok farklı iki tür tartışmanın odak noktasını oluşturmaktadır(Lynch, 2001, s.3). Bir yanda gerçeklik zihinden bağımsız bir alan olarak kendi başına bir gerçekliğe yani kendinde gerçekliğe sahipken; diğer yanda ise zihne yönelik bir gerçekliğe yani zihinsel gerçekliğe sahiptir. Bu iki tutumu Nicolas Rescher'ın (2010) analizlerinden yola çıkarak (1) ontolojik gerçeklik ve (2) epistemolojik gerçeklik şeklinde ifade edebiliriz. İlkini savunanlara yani (1) ontolojik gerçekliğe göre, gerçeklik kendi başına var olan ve var olmak için algılanmaya ihtiyaç duymayan şeydir. Bu, ontolojik gerçeklikte insan aklının bilinç durumları, gerçekliğin kendisi üzerinde herhangi bir etkide bulunmamaktır. Çünkü gerçeklik bilinçle, düşünceyle, ideolojilerle ya da herhangi bir özne faaliyetiyle oluşturulmamıştır(Avcı, 2023, s.11-12).

Gerçeklik, şeylerin gerçekte nasıl oldukları, salt görünüşlerinin aksine, görünüş, şeylerin belirli bir algılayıcıya veya algılayıcı grubuna nasıl göründüğü ile ilgilidir. Gerçeklik, karşı olgusal anlamda, her zaman görünme olasılığını beraberinde getiriyor olabilir, eğer uygun bir konumda

gözlemciler olsaydı, o zaman koşullar hataya elverişli olmasaydı, böyle ve böyle bir deneyime sahip olacaklardı. Ancak böyle bir karşı olgunun gerçeği, gerçekliğin gerçeklerine dayanıyor gibi görünüyor(Audi, 1999, s. 775).

İkincisini yani gerçekliğin zihne bağlı olduğunu savunan (2) epistemolojik gerçekliğe göre gerçeklik fiziksel, somut ve maddi varlıklardan oluşur, görünenin arkasındaki görünmeyenler ile onun hiçbir bağlantısı yoktur. Gerçekliğin kendi başına bir varlığı söz konusu değildir. Epistemolojik gerçeklikte, gerçekliğin bilgisine ya akıl temelinde rasyonel bir yaklaşımla ya da duyu temelinde ampirist bir yaklaşımla ulaşılması hedeflenir(Avcı, 2023, s.11-12).

Görünüş ve gerçeklik kavramı arasında bir ilişki olması ve iki kavram arasında durum doğa filozoflarından Parmenides ve Herakleitos ele almıştır. İç içe kavramlar gibi görünseler de aralarında ciddi bir zıtlık mevcuttur. Görünüş bir gerçekliği kabul etmezken, zihin ise kendinde gerçekliği kabul eder(Avcı, 2023, s.13).

Filozofların düşüncelerinde ise Herakleitos evreni sürekli bir oluş ve akış süreci olarak kavramıştır. Evrende tüm oluş ve akışa rağmen kendisinin aynı kalabilen tek şey, söz konusu oluşu idare eden ve aynı zamanda evrenin düzenini sağlayan logos adı verilen genel yasadır bu yasa evrendeki değişimin belli bir düzen içinde olmasını sağlar. Görünüşler dünyası ile gerçeklik dünyasına ayıran Herakleitos duyularımızla algıladığımız aleme, görünüşler alemi adı verilir. Görünüşten alemi sürekli ve değişmeyen olgulardan meydana geliyormuş izlenimi verirken, akılla kavranılan alem sürekli bir oluş ve akış içerisindedir(Koç, 1994, s. 235).

Parmenides ise gerçek alem sürekli olarak kendisinin aynı kalan, değişmeyen bir alemdir. Görünüşleri alemi, değişmedin mi akışın sürekli olduğu bir alem iken, gerçek alem, kendi içine kapalı, birlikli bir alemdir. Bu alem bölünmeyen, değişmeyen, durağan halde bulunan bir alemdir. Başka bir ifadeyle, gerçek alem 'BİR'in kendisi olan bir alemdir. BİR 'tek' gerçek, sonsuz ve bölünmez bir varlıktır. Heraklitos gerçek alem olarak kabul ettim sürekli oluş ve akış halinde bulunan alemi, Parmenides görünüşleri alemi olarak ikinci plana iterken, akıl yoluyla kavradığı gerçekler âlemini ilk plana yerleştirir(Koç, 1994, s. 235-236). Bir, ezeli ve ebedidir, onda hareket ve değişme yoktur. İçinde bulunduğumuz dünya Bir'in bir görünümüdür. Bu görünüşün kendi başına bir gerçekliği yoktur. Böylece Parmenides'e göre görünüş ve gerçeklik arasında önemli ölçüde farklılık bulunmaktadır(Avcı, 2023, S.13-14).

Platon'dan etkilenmiş ve felsefesinin temelinde gerçeklik kavramının içerdiği filozofumuz, Aristoteles'te ideaların bilgi açısından gerekli olduğunu ileri sürer. Argümanlarına göre (1) fenomenler veya algının objeleri sürekli bir değişme ya da akış içindedir. (2) sürekli bir biçimde değişen veya akış içinde olan, bilinemez. (3) İşte bundan dolayı, fenomenler ya da algının nesnesi olan şeyler bilginin konusu olamazlar. Bununla birlikte (4) Bir şeyleri bildiğimize göre, bilginin nesneleri vardır. Öyleyse (5) bilgimizin nesnelerinin, tam da Platon'un söylediği, değişmeyen ve duyusal olmayan gerçeklikler olmaları gerekir (Cevizci, 2014, s. 203). Aristoteles bu argümanları Platon'u destekleyecek şekilde geliştirmiştir fakat kendi felsefesinin temelini kurarken de birincisine ya da ikincisine veya ikisinden birine karşı çıkmıştır. Yani Aristoteles'e göre ideanın gerekli olmasıyla birlikte duyusal dünyadan da ayrılmasını kabul etmez.

Aristoteles ontolojik hareket noktası olarak töz kavramını ele almıştır. Hakkında bir varlık olmadan hiçbir şeyden söz edemeyeceğimizi söyler bilginin konusu olarak herhangi bir şeyden söz edilemeyeceği gibi önce bunların hepsi yüklenebileceği ve varlığın var olması gerekir.

Varlığın ise temele alacağın şey tözdür. Aristoteles'in tözü "Şu" diye ifade edebileceğimiz bir şeydir. Bu kavrama ise maddeyle ulaşabileceğimizi söyleyebiliriz. Aristoteles'in madde formu öğretisi, o maddeyi gördüğünde nasıl görmüş oluyorsa gerçekliği ona o kavramı ifade ettirir. Aristoteles'in hareket noktası görünen dünyadaki nesnelerin kendileridir ve zihin içindeki kavramı da zihnin soyutlama yaparak nesneden hareketle elde edebileceğimiz şeylerdir. Doğuştan olan bilgileri kabul etmez, evet onun için bir ruh vardır beden canlılığını koruduğunu sürece ruhunda varlığı devam eder. Bilginin çıkış noktası olarak Platon gibi ayrı bir dünya yoktur bilginin doğuştan olmadığını ve onun için idealar dünyası yoktur, tek bir dünya vardır. Aynı zamanda deney yoluyla, nesne ile tanışıklık kuruyor ve soyutlama yoluyla kavrama dönüştürmüş oluyoruz. Bilgi aşamasında en başında duyum ve deneyim olsa da bilgi oluşturan şeyler yargılardır yargılar ise akıl ile oluşur. Zihnimizde oluşturulan yargılar, kavramlar yargılardan oluşmaktadır.

Platon'un felsefesi ise politik olmasından ziyade zihnin gerisinde bir siyaset felsefesini oluşturmuştur. Kendinden önceki filozofların yani Presokratikler'in duyusal dünya ile ilgili yapmış oldukları açıklamaları yetersiz bulur ve felsefesini metafizikle başlamıştır. Bu durum onu metafiziğin kurucusu haline getirmiştir ve İdealar teorisini bulmuştur. Bu teoriye göre Platon içinde yaşadığımız dünyadaki varlıkların gerçek olamayacaklarını düşünmüştür. Bunun da en önemli nedeni onun gözünde söz konusu tikellerin varlığa gelip Bir süre sonra yok olmaları, yani sürekli bir değişme içinde olmalarıdır. Zaman ve mekan içinde var olan tikelleri ya bireysel varlıkları sadece fenomenler, gelip geçici görünüşler olarak değerlendiren Platon, gerçekten var olanın ötesindeki değişmez tümeller ya da özler yani idealar olduğunu öne sürmüştür. İçinde yaşadığımız dünyadaki görünüşlerin, burada hüküm süren oluş ve değişmenin, ancak söz konusu İdealar yoluyla açıklanabileceğini düşünmüştür(Cevizci, 2014, s. 199).

Platon felsefesinde idealar teorisi önemlidir bu teorinin temeli ise metafiziktir. Genel itibariyle Platon felsefesini bütün olarak metafizik temellidir bizim için önemli olan gerçeklik kavramını da Platon'un metafiziği içerinde ele almıştır. İlkçağ filozofu olarak her şeyin kaynağı metafiziktir ve her şey ancak bu şekilde açıklanabilir. Her şeyin bilgisi metafiziktir.

Metafizik, felsefenin, amacı var olanların gerçek doğasını belirlemek, anlamını ve ilkelerini ortaya koymak olan temel disiplini. Var olana ilişkin bir araştırmadır; temel sorusu "neyin var olduğu?" olan metafizik, var olana ilişkin genel görüşü tahkik ederken, neyin gerçekten var olduğunu göstermeyi amaçlar. "Neyin gerçek olduğu " ya da " neyin gerçekten var olduğu" anlamına da gelen " neyin var olduğu sorusunu cevaplamanın en önemli yolu, birlik ile çokluk ya da görünüş ile gerçeklik arasındaki ilişkiyi doyurucu bir biçimde ifade edebilmekten geçer(Cevizci, 2017, s. 1318).

Platon, "gerçeğin ne olduğu", neyin gerçekten var olduğu" şeklindeki temel metafiziksel soruya, gerçekliğin madde ya da dış dünyada değil de, dış dünyadaki şeylerin İdealarında olduğu yanıtını vermiştir. Bizim algıladığımız duyusal şeyler sürekli olarak değişmektedir (Cevizci, 2017, s.1514). Algılarımız bireysel olması ve kişiden kişiye değişiklik gösteren duyusal bir dünyada olmamızdan dolayı mutlak ve kalıcı bir şey yoktur dahası tutarlı hiçbir yönün olmadığını her şey değişkendir ve böyle durumların olduğu bir dünyada gerçek bir şey yoktur var olamaz. Platon tam bu noktada böyle bir dünyanın gerçekten var olamayacağını dile getirmiştir. Platon'a göre, gerçekten var olan şeyler idealardır ve idealar duyusal dünyada söz konusu olan göreli durağanlığın ve anlaşılırlığın temel nedenidirler. İddialar duyusal dünyada

hüküm süren değişmelerden etkilenmediği için, onların içinde yaşadığımız görünüşler dünyasından ayrı ve bağımsız bir varoluşa sahip olmaları gerekir. Bizim kendilerini duyu ve deneyim yoluyla değil de düşünen ve akıl yoluyla bildiğimiz bu idealar, kendilerine ait bir dünyada var olurlar.

Platon'a göre gerçeklik formu en yüksek varlık derecesine sahip olan bir Formdur. Bu form en az, ondan pay alan herhangi bir şey kadar gerçek ve birdir. Görünüşlerin doğası daima bir değişim içerisindeyken gerçekliğin en üst formu olan idealar, değişimden uzaktırlar. Çünkü İdealar, görünüşlerin dünyasındaki tüm varlıkların öncesiz sonrasız örnekleridir(Avcı, 2023, s.25). Başka bir ifadeyle Platon'a göre, İdealar sahip oldukları özelliklerin hepsinin üstünde ve ötesinde bulunan İyi ideasından alırlar. "Devlet" te yer alan ünlü Güneş benzetmesinde, o duyusal dünya ile akılla anlaşılabilir dünya dolayısıyla da Güneş'le İyi İdeası analoji yapar ve mecazi bir anlatım içinde, İyi İdeasını Güneş'e benzetir. Duyusal dünyada güneş ışınları ile gözle görülen nesneleri aydınlatıyorsa, aynı şekilde İyi İdeası da akılla anlaşılabilir dünyada İdeaları doğrulukla aydınlatır, başka bir deyişle, İdealara anlaşıla bilirlik kazandırır. İyi İdeası, bundan başka akılla anlaşılabilir nesnelerin varlık ve gerçekliklerinden sorumludur. İyi ideası gerçek varlığın ötesindedir(Cevizci, 2017, s. 1515).

Gerçeklik Platon'da, insan sadece yansız bir bilen, sadece dünyayı merak eden bir bilen değildir; insan, gerçekliğin ne olduğunu bilmekle yetinip diğer her şeye kayıtsız değildir. İnsan, ahlaki, estetik, toplumsal ve dinsel bir yaratıktır da. Bundan dolayı, insanın nihai doyumu için, onun içinde yaşadığı dünya karmaşık doğasının talep ettiklerini doyurabilecek bir dünya olmak zorundadır. Platon'un en yüksek gerçekliğe İyi İdeası adını vermesinin nedeni işte budur; o, bilindiği zaman, bizim nihai sorularımızı cevaplayan bir şeydir(Demir, 2022, s. 65).

Platon "neyin gerçekten var olduğu" sorusuna cevaben şu bilgilere ulaşmış olmaktadır; değişmeyen ve gerçekten var olan şeyler idealar dünyasıdır. Duyusal dünya yanılsamalardan başka bir şey değildir ancak akıl yoluyla idealar dünyasına ulaşılabilmektedir Bu ise ezeli ve ebedi olandır. Fakat Platon bir yandan da duyusal dünyanın akıl yoluyla açıklanabileceğini ifade eder. Platon'un metafiziğinden ayrılmaz bir bütünü olarak epistemolojisinde yani bilginin ontolojisine dikkat çekmiştir. Bilgi için ise özne, bilinen nesne, sonuncusu ise ortaya çıkmış olan ürün yani bilginin kendisidir.

Peki bu bilginin doğası nedir nerden, nasıl oluştuğu ise Bölünmüş Çizgi Analojisi'nde ifade etmiştir. Bu analojinin iki ucu vardır en üst kısmına iyi ideasını koyar. Analojinin iki kesiti vardır. Akledilir idealar dünyası yani noeton diğeri ise duyu yoluyla algılanan fenomenler ya da görünüşleri dünyada karşılık gelen kısım olan oratondur. İki farklı varlık alanında olduğu gibi iki farklı biliş türü de vardır. İdeaları konu alan, ezeli-ebedi, zorunlu ve akıl yoluyla bilinebilir varlıklar olarak İddialara yönelen rasyonel felsefi bilgi anlamında epistemedir. Diğeri ise görünüşler dünyasının akıl yoluyla değil de duyu yoluyla idrak edilebilir fenomenlerine ilişkin sana ya da kanaat anlamında doksadır. Doksadan epistemeye doğru bir hareket, sadece zihnin hali, bilme melekesi bakımından bir değişikliği değil, fakat bilgi ya da kavrayışa konu olan nesne yönünden de bir değişikliği gerektirir(Cevizci, 2014, s. 229).

Analojinin dört ayrı varlık türünü ve onlara karşılık gelen biliş tarzlarını temsil eder. En alt kısmında bulunanların ikisi eikasia ve pistis gözle görülür dünyayı; diğer ikisi ise idealar dünyasını temsil eder, dianoia ve noesisdir. Platon görünen dünya ile doksa kısmına ne bilgiyi tam oturtturabilir ne de bilgisizlik olarak ifade eder. Epistemeye yani ideanın bilgine ulaştığımız an ise bizim tamamen görünen dünyanın ötesine ulaştığımız düşünülebilir olan kısımdır. Doksa

görünen dünyadır ya da değişen dünyadır. Değişen dünya olduğu için bilgi bu dünyaya ait değildir. Değişen dünya için bir doğru sana elde edilir. Platon için değişen hiçbir şeyin kalıcı bilgisi olamaz(Cevizci, 2014, s. 230-237).

Literatüre baktığımızda gerçeklikle ilgili birçok çalışma yapıldığı göze çarpmaktadır. Bu çalışmada The Truman Show üzerine yapılan çalışmalar iki farklı gruplandırma yapılarak ele alınmıştır. İlk gruplandırmada çalışmamızın dışında olan bir konu; özgürlük ve iktidar kavramları üzerine yapılmış çalışmalardır. İkinci gruplandırmada ise, gerçeklik kavramı üzerine yapılmış çalışmadır. Genellikle bu çalışmalar insanın kendini benine ulaşmak istemesi, yapılan bütün çalışmaların ortak yönü insanın üzerine bir baskı ya da yönlendiricinin olması istenmemesi durumu fakat yönünün ele alınış şekli yapılan çalışmaların farklılığını ortaya koymuştur. Bu çalışmada ve filmin asıl konusu olarak The Truman Show filmi gerçeklik kavramı ya da gerçeğin ne olduğunu anlatmaya çalışmak açısından önemi bir film örneğidir. Çalışmada varlık felsefesinin temel kavramlarından gerçeklik kavramı ve felsefe tarihi sürecinde felsefesini gerçeklik üzerine kurmuş olan filozofların düşünceleri üzerinden aynı zamanda gerçeklik kavramının temel kurucusu olan Platon'un gerçekliği ve mağara alegorisi üzerinde benzetme yapılarak incelenmiştir.

The Truman Show filmi üzerine farklı konularda çalışmalar vardır: Karanlık şehir ve Truman şovu: gözetleme ve kimliğini istikrarsızlaştırılması(Fitch, 2019). Truman'ın hayatının bir ekrana yansıtılarak izlenmesi eylemelerinin manipüle edilmesi, ekran başında seyirciye keyifli ve heyecan dolu dakikalar yaşatmış olsa da kişinin bireysel haklarının ihlali söz konusudur. Bu çalışmada toplum ve birey haklarının vurgulanması üzerine çalışma olmuştur.

Tek taraflı üretimden çift taraflı üretime geçiş: The Truman Show film analizi(Karaduman, 2022). Dijitalleşen toplumun bireysel haklara ihlali ve bu teknolojinin gelişmesiyle insan hayatının gözetim altına alınmasını kolay hale gelmesi ve bu süreçte çift taraflı bir gözetim olduğunu anlatan bir çalışma olmuştur. Toplumun Truman'ı izlemesiyle gözetleyen konunda olması fakat toplum ayni zamanda gözetlenen bir kitleyiz oluşturmaktadır.

Gözetim toplumu olgusunun The Truman Show, Devlet düşmanı ve kartal göz filmleri üzerinden analiz(Mutlu, 2019). Bu çalışmada toplum, sosyal yapı, birey gibi kavramların işlenmesi ile birlikte İktidar ve güç kavramlarına da dikkat çekmiştir. Toplum içerisinde iktidar ve güç egemenliği altında yaşadığımızı ve bir güç tarafından egemen altında olmamız durumu söz konusu iken bütün bunlara hakim olan bir siber gücün olduğu konusuna dikkat çekerek, teknolojinin gelişmesi ile birlikte hayatımıza ister istemez bir çok noktada müdahalelerin yapıldığı kişisel güvenliğin tehdidi söz konusudur. Teknoloji çağı ile birlikte aslında sınırsız bir şekilde veri depolamasının yapıldığı ve hiçbir şekilde kontrol edilemeyecek derecede bilgi havuzunun olduğu ve hiçbir şeyin yok olmadığı gerçeği söz konusudur ve mahremiyet duygusunun kayboldu sorununa da dikkat çekerek yapılmış bir çalışmadır.

Tek taraflı gözetimden çift taraflı gözetime geçiş: The Truman Show film analizi(Karaduman, 2022). Gözetlenen toplumun gözetleyen topluma dönüşmesi: "The Truman Show" film örneği(Sucu, 2020), çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Teknolojinin gelişmesi ile birlikte iktidar tarafından toplumun izlenmesi topluma ve bireylere müdahale etmektedir. Bireylerin özgür olarak adlandırıldığı çağda dijitalleşme ile birlikte bunun mümkün olmadığını özgür iradenin tam anlamıyla gerçekleşmediğine dikkat çekmiş ve gözetim olgusunun bir iktidar ve egemenlik ilişkisi olduğu anlatılmıştır. Genel olarak bu çalışmalar, toplum birey,

dijitalleşmenin kişisel haklara, mahremiyete tehdidi, iktidar ve merkezi güç ve kavramlarıyla ele alınmış çalışmalardır.

Diğer çalışmalar ise, Tanrı, insanlık ve dünya hakkında Truman Show üzerine düşünceler(Gall, 2019). Bu çalışmada film yönetmenini Tanrı ile kıyaslaması ve dünyayı da bir cennet olarak göstermiştir. Gerçek olan ise sadece Truman'ın kendisidir. Tanrıya burada kötülükle ifade etmesi sunmuş olduğu şeyleri güzel göstermesi ve sınırlandırmasından kaynaklı daha iyi bir dünyanın mümkün olmadığını göstermesinden kaynaklı bu çalışmada bu yöne dikkat çekmiş ve içinde bulunduğu dünyanın daha iyi bir dünya mı yoksa mümkün olan dünya mı sunulduğu dile getirilmiştir. Kurnaz ve aldatıcı olarak güçlerle mücadeleyi anlatmıştır.

Platon ve Baudrillard'da gerçeklik sorununun medya bağlamında değerlendirilmesi Truman Show film örneği(Küçükalkan, 2010). Bu çalışmada Platon ve Baudrillard'ın felsefesi ile Truman incelmesi yapılmıştır. Platon'un iki evren görüşü ve Truman'ın içinde bulunmuş olduğu dünyayı anlatmış aynı zamanda bu çalışmada Baudrillard bunun bir simülasyon olduğunu gerçeklikten çok uzak, bunun imkansız olduğunu, bilinçten bağımsız bir dünyanın dış dünyanın varlığı, bağımsız bir bilincin olmaması üzerine bir çalışma olmuştur.

Truman Show: Bir gerçeklik yanılsaması ve medya eleştirisi(Namaz, 2019). Bu çalışmada ise gerçeklik yanılsaması üzerinedir. İnsanlar üzerindeki önemli bir yerinin olması teknolojinin gelişmesi ile birlikte düşüncelerin aktarılmasında da bir gerçeklik yanılsaması aynı zamandan 'kültür endüstrisi' kavramını yer verilmiş, Adorno'nun felsefesinden yararlanılmıştır. Medyanın gelişmesi ile birlikte olan sanal gerçeklik vardır ve bu sanal gerçeklikten Truman kendi iradesi ve savaşıyla kurtulmayı amaçlanmıştır. Bu film de Truman bir metadır, kontrol, gözetim ve gösteri üçgeni kavramları içerisinde bir hayatının olması eleştiri çalışması olmuştur. Film üzerine yapılmış olan çalışmalarda bir teknoloji ve medya kavramaları üzerine yapılmış inceleme olmakla birlikte felsefe ve filozoflardan destek alınarak yapılan çalışmalardır.

The Truman Show filmini 2021 yılında Milli Eğitim Bakanlığı ortaöğretim felsefe beceri temelli etkinlik kitabı içerisinde gerçeklik kavramı ile ele almıştır. Mevcut ortaöğretim felsefe beceri temelli etkinlik kitabı içerisinde gerçeklik kavramı ise verilmiş bir metin içerisinde olan durum ile gerçeklik probleminin nedenleri ele alınmıştır.

Çalışmamın özgünlüğü ise Platon'un mağara alegorisi ile Truman Show filmi arasında benzetme yapılarak filmin de ana kavram olarak gerçekliğe ulaşma üzerinden bir gerçeklik kavramı incelemesi yapılmıştır. İncelemiş olduğumuz gerçeklik kavramı felsefe tarihi içerisinde farklı kavramlarla temellendirilerek ele alınmasından dolayısıyla makaleyi yazarken sınırlandırma yapılmıştır. Gerçeklik daha genel anlamıyla çalışmamız gerçeğe ulaşamayan kişinin sadece içinde bulunmuş olduğu yaşamın gerçek sayılması başka bir dünyanın ya da düşüncenin var olmayışının anlaşılması, kişinin özgürlüğüne kavuşabilmesi için gerçekliği ulaşabilmesi ve bu gerçekliğin ne olduğunu kavrayabilmesi çalışmamızın önemli amaçlarındandır. Gerçekliğe ulaşan herkes özgürlüğüne ulaşmış kişilerdir.

2-YÖNTEM

Bu çalışma öncelikli olarak literatür taramasına dayalı teorik bir çalışma olup ilgili kaynaklardan veri toplama, yorumlama, değerlendirmelerde bulunup, ilgili çalışmalar arasında tasnif yapılan bir çalışmadır.

Çalışmada açıklamalarda ve incelemelerden yararlanılarak nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma, teori oluşturmayı temel alan bir anlayışla sosyal olguları bağlı bulundukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır. Bu

tanımda 'teori oluşturma', toplanan bilgilerden yola çıkarak daha önceden bilinmeyen birtakım sonuçları birbiri ile ilişkisi içinde açıklayan bir modelleme çalışması anlamına gelmektedir(Yıldırım, 1999, s.10). Nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi, elde edilen nitel verilerin metin veya görseller altında yatan içeriklerin ortaya çıkmasını hedefler ve derinlemesine inceleme amaçlanır. İçerik analizinde tümevarımcı bir yaklaşım sergilenir(Tabak, Dünya & Şahin, 2022, s.330).

Çalışmada The Truman Show filmi ve Platon'un gerçeklik kavramı üzerinden bir inceleme yapılmıştır. İlk olarak felsefe tarihi içerisinde gerçeklik kavramını ele almış olup Platon'un etkilenmiş olduğu filozof üzerinden çalışma devam etmiştir. Gerçeklik kavramının tam olarak ne olduğu ifade edilmiştir. Platon'un felsefesi ve Platon'un gerçekliği bağlamındaki görüşleri anlatılmış olup yapmış olduğumuz literatür taramasında ilgili çalışmalar anlatılmış Çalışmanın sonunda Platon'un mağarası ve Truman Show filmi arasındaki ilişki anlatılmıştır.

3-BULGULAR

Platon'un mağara benzetmesine göre ışığı doğru bir girişi olan mağarasının en dibinde çocukluklarından beri, ayaklarından hareket demeyecek şekilde zincire vurulmuş olarak hareketsiz bir şekilde oturmakta olup sadece önlerini görebilmektedirler. Onların arkasında, bir ateş yanmakta ve ateşle bu insanlar arasındaki perde bulunmaktadır(Devlet 514 a-b). Perdenin arkasında ise konuşan, ellerinde çeşitli araçlar, olan hayvana ve daha başka şeylere benzer kuklalara benzer insanlar geçmektedir(Devlet 514b-515a). Mağarada oturan insanlar yalnızca, ateşin aydınlığıyla perdeden duvara vuran gölgeleri görebilmektedirler. Hareket edemeyecek şekilde olan insanlar mağaranın duvarındaki gölgeleri duvara gölgesi vuran nesnelerle karıştırmakta, perdenin arkasından yankılanan seslerin duvardaki gölgelerden geldiğine inanmaktadırlar(Devlet 514 b-c). Duvardaki gölgeleri gerçek sanan bu insanlar, Bir şekilde kuşkulanıp gölgelerin gerçek olmayacağını düşünme yoluna girdikleri takdirde, söz konusu gölge ya da suretlerin kaynaklarını tahmin etme yoluna gidebilecekleri söylenebilir(Cevizci, 2014, s.240).

Zincirlere vurulmuş insanlardan birisi kurtulduğunda ilk önce yüzünü mağaradaki gölgelerden ışığa doğru bakmasıyla o an ki şüphe yoktur ki durumu kabul etmeme süreci olacaktır. Daha önce içinde bulunduğu alışkanlıklardan kurtulması ve eski alışkanlıklarına dönmek istemesi söz konusu olabilir. Çünkü o an eski alışkanlıkları daha gerçekçidir. Süreç ilerledikçe zincirlerinden kurtulmuş olan insan ilk önce gölgeler ve yüzleşmesi ve güneş ışığına alışması başlayacaktır. Daha sonra suya yansıyan gölgeleri, nesnelerin kendileri ile yüzleşme gökyüzündeki ay ve yıldızları görecektir. Zincirlerinden kurtulmuş olan bu kişi her şeyin kaynağının güneş olduğunu anlamıştır(Devlet, 516 c-d).

Platon'un mağara alegorisinde, gerçeklik sorunu benzetme yoluyla tartışılır. Mağarada zincirlenmiş hâlde yaşayanların, yansıyan gölgeleri gerçek diye nitelendirecekleri, bundan kuşku duyan birinin gölge ve gerçek ayırımını yapmaya başladığı ifade edilir. Mağaradan çıkabilen insan da bu kişidir. Mağara alegorisi, her çağda, insanı hapsetmiş gibi görünen olguları soruşturmanın gerekçesi olmuştur(Köktürk, 2020, s.1).

Truman'ın fanusunda_göz büyüleyecek kadar mükemmel bir adada yaşamakta olan Truman gerçeği vardır. Bu adada Truman dışında herkes sahtedir ve bunun bir oyun olduğunu bilirler. Doğduğu andan itibaren 30 yıllık sürecinin bir televizyon ekranına yansıyan bir kurgudur. Çocukluk yıllarından itibaren yaşadığı adanın dışında başka bir hayatın mümkün olmadığını

Truman'a anlatılmış ve başka bir hayatın olabilmeği bahsi geçtiğinde ise mümkün olamayacağını sadece hayal olabileceği cevabını alır Truman. Truman bu kurgunun içerisinde gerçek bir duyguya sahip olur ve bu duygu aşktır. Truman'ın kendisinin dışında bir de onun gerçek bir duygusunun olması diğer oyuncuları rahatsız eder ve ayrılmalarına sebep olmuşlardır. Çünkü bu korku içerisinde yönetmenin isteği tek gerçeğin sadece Truman olmasıdır. İlerleyen hayatında Truman kurgu içerisinden olan başka bir kişi ile evlenmiştir.
Truman bir gün cadde üzerinden geçerken insanlar arasında babasının olduğunu görür. Bu gördüğünü etrafındaki insanları anlatır fakat bunun gerçek olmadığını sadece bir benzetme olduğunu dile getirmişlerdir. Fakat artık Truman için her şey bambaşka görünmektedir. Bu onun için sadece bir benzetme değil bir gerçeklikte ve bu gerçekliğin peşine düşmüştür. Çevresindeki her şeyden şüphelenmeye başlamıştır. Yönetmeni ile direniş ve bu direnişin sonucunda gerçek dünyaya ulaşmıştır.
Platon'un mağarası ve Truman'ın fanusu gerçekler ve duyusal dünya yani iki dünya çizgisi ile açıkladık. Truman'ın yaşamış olduğu ada Platon'un mağarasıdır ve mağarada yansıyan şeyler ise Truman'ın etrafındakiler yanılsamalardır. Zincirlerine vurulmuş kişi nasıl ki etrafındakiler gerçek sanıyorsa Truman'dan aynı şekilde çevresindeki her şeyi gerçek olarak algılamıştır. Truman'ın bir şeylerin farkına varmasından sonra kendini Tanrı'nın yerine koyan ya da konumlandırılan yönetmenin 'Ben yaratıcıyım!' sözleri ile tanışır. Gerçeğe ulaşmaya çalışan Truman zorluklarla da olsa başara bilmektedir, çünkü Truman'ın bilgisi sadece adanın ona öğretmiş olduğu bilgilerdir. Lakin bu bilgiler gerçek olmadığı için Truman'ın içinde bulunduğu durumdan şüphelenmek ve gerçeği aramanın dışında başka gerçek hiçbir bilgisi yoktur. Film yönetmeni ile Truman arasındaki diyalog;
'Yönetmen: Seni senden daha iyi tanıyorum Truman.
Truman: Kafamın içine hiçbir zaman kamera koyamadın.'
Sözleri sadece zihninin onun gerçeğe ulaşmasındaki bir araçtır ve bunun farkındadır. Farkına varan Truman gerçeğin ne olduğunu anlamaya ve bu adadan kurtulmayı amaçlamıştır. Truman'ın içinde bulunduğu durumu şu sözler dile getirmek isterim. 'felsefe nedenleri bilmek ister yani gerçeği bilmek ister.' Truman'dan bundan sonraki tek hedefi sadece gerçekliği bilmektir. Bir şeyin onun için neden olduğunu görmek ve olan şeylerin bir nedenselliğinin olduğunu bilir. Truman'ın içinde bulunmuş olduğu adadan kurtulmak için onu harekete geçiren şey daha önce yaşamış olduğu aşk duygusudur. Çünkü onun için sadece o yaşamına dek tek gerçek şey yaşamış olduğu aşktı. Truman içinde yaşamış olduğu adanın bir kurgu olduğunu anladıktan sonra bunun bir kapısının olduğunu fark eder ve bu kapıyı bulduktan sonra adadan ayrılır.

4-SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

The Truman Show filminden gerçeklik kavramı ele alınmıştır ve felsefe tarihi içerisinden gerçeklik kavramını incelenmiştir ve Platon'un mağarası ile Truman'ın hayatındaki benzerlikler tespit edilmiştir. Filmin başrol oyuncusu olarak bir kurgunun içinde olan Truman bizlerin içinde olduğumuz hayatın ekrana yanmış halidir. Bizler bu hayatın hangi noktasında gerçeğe ulaşacağımızı bilmiyoruz. İçinde bulunduğumuz durum bir gerçek mi? Değilse, bizler gerçeğe ulaştığımızı nasıl anlayacağız? Gerçeğin ne olduğunu bilmiyorsak, gerçeği bulduğumuzda nasıl gerçeklik olduğunu anlayacağız? Truman kurgu da ölen babasının tekrar başka bir oyunca olarak yoldan geçen birisi konumunda fark etmesi ile babasının arkasından gitmiştir izini kaybetmesi ile gerçeği aramaya devam etmiştir. Mağara alegorisinde ise

tutsaklıktan kurtulan insan gerçeğin ne olduğunu anlamıştır. İçinde bulunduğu gerçekliğe alışması bizlerde hayatın her noktasında dikkatli olduğumuz, düşünmeyi asla bırakmadığımızda gerçeğin ne olduğunu anlayabiliriz.

Truman'ı ortaya çıkaran medya sahipleri ve kitleleri sanal hayatlarla buluşturan yapımcılar, mesleklerinin profesyonelleri olarak karşımıza çıkarlar. Gerçekle uzaktan ya da yakından bir bağı bulunmayan programlar, reality show'lar insanların huzuruna çıkarılmak üzere tüketilmesi gereken ürünlerdir. Televizyonun neyi ya da nasıl sunduğundan öte, "hayatın içinden bir kopya/küçük bir parça" olarak gösterilen/sunulan popüler kültür ürünlerinin, izleyiciyi "an'ı yaşamaya, kendi gerçekliğinden uzaklaşıp başka gerçekler aramaya koyulmaya sevk etmesi" istenir. Truman Show, bir yönüyle film içinde filmdir, bir gerçek içinde başka bir (sanal/ütopik) gerçeklik arayışıdır(Namaz, 2019, s.2).

Daha önce Truman Show filmi üzerine yapılmış çalışmalar ve felsefe tarihi içerisinde gerçeklik kavramı ilişkin incelemeler bu çalışmamıza katkısı olmuştur. Film içeriği olarak Truman'ın hayatının bir ekrana yansıtılması ve kişi hak özgürlüğü de ihlal edilmiştir fakat çalışmamın asıl konusu gerçekten bir uzak bir hayat verilmiştir, yaşadığı hayattan başka bir hayat olmadığına inandırılmış ve Truman'ın bütün hayatı canlı olarak 24 saat ekrana yansıtılmış ve seyirciye sunulmuştur.

Truman gerçek ile yüzleşme süresine kadar yaşadığı ada dışında başka bir yerin olmadığına inandırılması onun bundan sonraki hayatında bir zorluk oluşturacak mı? Çünkü içinde bulunduğu yani çevresindeki bütün herkes bir oyuncuydu ve Truman'a gerçeği bilmediğini bilerek davranışmış bir kurgunun parçası söz konusu olduğunu artık biliyordu. Truman'ın bundan sonraki yaşantısı artık bir gerçek ve kimse ona bir kurgunun parçası olarak davranmayacak, iletişim kurmayacaktı. Truman gerçek insani bağları kurması nasıl olacaktır? Truman belki de hayatı boyunca bir kurgunun hep bir parçası olarak düşünecek ya da içinde bulunduğu gerçekten de bir gerçekli mi?

Platon'un mağara benzetmesinde olduğu gibi zincirlere ayaklarından vurulmuş insan doğduğu andan itibaren sadece gölgeleri bir gerçek sanarak hayatına devam etmiştir ve zincirlerinden kurtulmasından itibaren hayatın bambaşka bir şey olması onun için zorlayıcı hatta çıldırtacak duruma gelmesidir. Hayatı boyunca bir şeye inandırılmış ve sonrasında inandırılan şeyin gerçek olmaması gerçeğin ne olduğunun arayışı içinde hep olacaktır. Gerçek olmayan fakat gerçeklik sürecine geçmesine sağlayan şey ise insanın şüpheci olmasındandır. Şüphe ettiğimiz her şey bizi gerçeğe ulaştıracaktır.

Platon için fenomenler dünyası olmadan bir idealar dünyasının varoluşsal boyutu düşünülemez. Aynı zamanda bilen, düşünen bir akıl olamadan da zihinden bağımsız bir idealar dünyasının varoluşu mümkün idealar olamadan bilgiye ulaşmak mümkün olmayacaktır.

Felsefe gerçeği bilmek ister. Truman bizlere gerçeklik konusunda bir farkındalık yaratmış bir film örneğidir. Herkes hayatı boyunca bir kerede dahi olsa belki düşünmüştür belki de içinde bulunduğu hayatın bir gerçek olup olamadığını ya da sadece bu içinde bulunduğumuz hayat ile sınırlı olamadığını bu düşüncelerimizin hepsini Truman filminde açık bir şekilde görmüştür. Truman hayatını bir şüphe ve şüphesinin peşine düşerek gerçeğe ulaşmıştır. Bizlerde şüphe ettiğimiz en ufak şeyin peşini asla bırakmayacak gerçeğe ulaşmamız bizlere umut olmuştur.

KAYNAKÇA

[1] Audi R. (Ed.) (1999). *The Cambridge Dictionary of Philosophy*, Second Edition, Cambridge, Cambridge University Press.

[2] Avcı, E (2023). *Artırılmış Gerçeklik ve Sanal Özne: Sanal Dünyada Kurumsal Etik Tartışmalar,* Doktora tezi.

[3] Baldwin, J. M. (ed.), (1901). *Dictionary of Philosophy and Psychology vd.*, New York, The Macmillan Campany.

[4] Bradley F.H. (1914). *Essays On Truth and Reality*, Oxford, Oxford at The Clarendon Press.

[5] Cevizci, A.(2017). *Büyük felsefe sözlüğü,* İstanbul, Say yayınları.

[6] Cevizci, A.(2014). *İlkçağ Felsefesi,* İstanbul, Say yayınları.

[7] Cevizci, A.(2001). *metafiziğe giriş,* İstanbul, Paradigma yayınları (Çev.der.:A.Cevizci)

[8] Cornford F. M. (1957). *Plato's Theory of Knowledge*, New York, The LiberaL Arts Press.

[9] Demir, A.(2022). *Platon'un Bilgi Felsefesinde Doksa Sorunsalı,* Ankara, Entelekya Mantık-Metafizik Okulu.

[10] Denkel,A.(1998, 2.baskı). *Nesne ve doğası,* İstanbul, Göçebe Yayınları.

[11] Dexter N.C ve Rayner E.G. (1964). *Truth and The Nature of Reality*, (Edt. C. V. James D. Mattam P. Sanderson), Oxford, Liberal Studies, Pergamon, 178-199.

[12] Fitch, A. (2019). *Karanlık şehir ve truman şovu : gözetleme ve kimliğin istikrarsızlaştırılması,* Ekrandaki Mekan, Yer ve Kimlikler Dergisi,(43).

[13] Gall, R.S. (2019). *Tanrı, İnsanlık ve Dünya Hakkında Truman Show üzerine Düşünceler,* Din ve Film Dergisi (23).

[14] Gökberk M. (1993). *Felsefe Tarihi*, İstanbul, Remzi Kitabevi.

[15] Greene B. (2010, 2. Baskı,). *Uzay, Zaman ve Gerçekliğin Dokusu*, Ankara, TUBİTAK Yayınları.

[16] Hamlyn, D.W. (1984, 1. Baskı). *Metaphysics*, İstanbul, Cambridge Üniversitesi yayınları (Ak: A.Cevizci).

[17] Karaduman, B.(2022). *Tek Taraflı Gözetimden Çift Taraflı Gözetime Geçiş: The Truman Show Filmi Analizi,* Necmeddin Erbakan Üniversitesi Konya Sanat Dergisi,(5). 93-104.

[18] Koç E. (1994). *"Görünüş ve Gerçeklik",* Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi, 15, 235-243.

[19] Köktürk, M. (2020). *Post-Truth ya da Mağaraya Dönüş,* Pasajlar Sosyal Bilimler Dergisi (4).

[20] Küçükalkan Y.(2010). *Platon ve Baudrillard'da gerçeklik sorununun medya bağlamında değerlendirilmesi Truman Show filmi örneği,* Yüksek lisans tezi.

[21] Lynch M. P. (Ed.) (2001). *The Nature of Truth*, Cambridge, The MIT Press,

[22] Machan T. R. (2011). *Reality, Reason, and Rights: Essays in Honor of Tibor R Machan*, Lanham MD, Lexington Books.

[23] Moseley A. (2010). *A'dan Z'ye Felsefe*, (Çev. Onur Kaya), İstanbul, NTV Yayınları
Mutlu, T. (2019). *Gözetim toplumu olgusunun the Truman Show, devlet düşmanı ve kartal göz filmleri üzerinden analiz,* Yüksek lisans tezi.

[24] Namaz, Y. (2019). *Truman Show: Bir gerçeklik yanılsaması ve medya eleştirisi,* Nida Dergisi (190).

[25] https://www.nisanyansozluk.com/kelime/ger%C3%A7eklik

(Erişim Tarihi: 01.08.2023, 13.55)

[26] Jones, W.T. (2006). *Klasik Düşünce: Batı Felsefesi Tarihi,* Paradigma Yayınları, (Ak: Hakkı Hünler).

[27] Ökten, A. (2019). *Platon ve Aristoteles felsefelerinde gerçeklik algısına dair kısa bir inceleme,* uluslararası Sosyal araştırmalar dergisi(65), 676-682.

[28] Platon. (1975 3. Baskı). *Devlet,* İstanbul, Remzi Kitabevi.

[29] Platon.(2005)**.** *Devlet,* İstanbul, Bordo Siyah Yayınları. (Ak: Saraçoğlu, C. & Ataman, V.)

[30] Rescher N. (2010). *Reality and Its Appearance,* New York, Continuum.

[31] Ritchie D. G. (1892). "What is Reality?", *The Philosophical Review,* 1/3, 265-283.

[32] Russell B. (1994b, 3.Baskı), *Felsefe Sorunları*, (Çev. Vehbi Hacıkadiroğlu), İstanbul, Kabalcı Yayınevi.

[33] Sucu, İ.(2020). *Gözetlenen Toplumun Gözetleyen Topluma Dönüşmesi: "The Truman Show Filmi" Örneği.* Aksaray İletişim Dergisi,(2).

[34] Suçkov B. (1982). *Gerçekçiliğin Tarihi*, (Çev. Aziz Çalışlar), İstanbul, Adam Yayıncılık.

[35] Tabak, H., Dünya, B.A. & Şahin, F., (2022). *Eğitimde Araştırma Yönetimleri,* Ankara: Pegem Akademi.

[36] TDK, https://sozluk.gov.tr/
(Erişim Tarihi: 01.08.2023 13.36)

[37] Yıldırım, A.,(1999). *Nitel araştırma yöntemlerinin temel özellikleri ve eğitim araştırmalarındaki yeri ve önemi,* Türk Eğitim Derneği Dergisi, (23), 7-17.

DON'T LOOK UP (2021) FİLMİNİN İKNA PSİKOLOJİSİ BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ

Doktora Öğrencisi, Meryem ERTÜRK
Gazi Üniversitesi, – 0000-0001-7974-5555
Doç. Dr. Ekrem Ziya DUMAN
Gazi Üniversitesi, – 0000-0002-1965-1378

ÖZET

Bu çalışma kapsamında en temelde ikna psikolojinin filmlerde nasıl çalıştığını görmek adına Don't Look Up (2021) filminin ikna psikolojisi açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu bağlamda film içeriği, ikna psikolojisi alanındaki iki farklı uzmanın belirlemiş olduğu ikna ilkeleri Cialdini (2006) 'karşılıklılık (karşılık yaratma), bağlılık ve tutarlılık, sosyal (toplumsal) kanıt, beğeni, otorite, azlık (sınırlılık)' ve Hogan (2012) 'uyum sağlamak, ortaklık kurmak, şaşırtmak, grubun bir parçası olmak, üç varsayımın gücünü kullanmak, karşıtlık yaratmak, beklentiyi karşılamak ve bağlılık yaratmak' ilkeleri açısından içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Filmde izleyiciye herhangi bir propaganda yapılmamış olup 'filmin kendi içindeki yaratılmış gerçeklikte, felaketin eşiğinde bulunan halka yapılan algı yönetimi' sinemaya sunulmaktadır. Film, bireylerin ikna süreçlerinin nasıl gerçekleştiğini, hangi ikna stratejilerinin bireylerin ikna olmalarında ve tutum değiştirmelerinde etkili olduğunu, ikna sürecinde kamuoyunun önemini gözler önüne sunmaktadır. Bu çalışmada yapılan incelemeler neticesinde yukarıda bahsedilen süreçler (ikna ilkeleri) daha da açığa çıkarılmıştır. Çalışma kapsamında ayrıca ikna psikolojisi ve post-truth olgusunun eğitim ve bilim faaliyetlerini nasıl etkilediği sorgulanarak filmin lise psikoloji derslerinde ikna psikolojisinin öğrencilere kavratılması açısından eğitsel bir amaca hizmete edip edemeyeceği sonuç ve tartışma bölümünde değerlendirilmiştir. 21.yy becerileri arasında eleştirel düşünme, bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı ve bilgi ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı olduğu göz önüne alındığında çalışmanın konusu olan filmin, öğrenciler üzerinde bu becerilere yönelik bir farkındalık etkisi yapabileceği öngörülmektedir. Bu çalışmaya benzer şekilde film öğrencilere izletilerek, filmde yer alan algı yönetimi, propaganda, ikna teknikleri, bilgiye ulaşmada kullanılan araçlar ve iletişim teknolojileri unsurlarının öğrenciler tarafından bulunması sağlanarak, kazandırılması amaçlanan 21.yy beceri düzeyleri konusunda öğrencilerin desteklenebileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Eğitim, Don't Look Up Filmi, İkna Psikolojisi

1.GİRİŞ

İçerisinde bulunulan 21.yy'un yaşatmış olduğu bir deneyim olarak birçok bilgi, görsel, olay, haber, hikâye vb. her türlü içerik dijital ortam, medya ve film dünyası aracılığı ile çok hızlı bir şekilde insanlarla paylaşılmaktadır. Bu noktada ulusal ve uluslararası alanda gündem olan, popülerlik kazanan, tartışma yaratan ve iz bırakan birçok olay filmlere konu olmakta veya bağlamı değiştirilerek filmlerde

işlenmektedir. Filmlerin bu bağlamda eğitsel ve ikna edici bir yönünün olduğu düşünülmektedir. Günümüzde yaşanan ve yaşanmakta olan birtakım olaylar, yeni gelişmeler ve bilgiler medya ve film dünyasında 'ikna psikolojisi' unsurları kullanılarak, başka bir ifade ile 'algı' yoluyla istenen amaca hizmet edecek şekilde insanlığa sunulabilmektedir. Bu durum insanların bireysel anlamda çelişki ve güvensizlik yaşamalarına; yine toplumsal anlamda da birtakım kriz, güvensizlik ve iletişim sorunlarının cereyan etmesine neden olabilmektedir. Günümüzde yaşanan iklim krizi, doğal afetler, savaşlar ve ekonomik krizler vb. birçok sorun filmlere konu olmaktadır bu noktada bazı filmler gidişat için iyimser bir tablo çizerken bazı filmler ise kötümser bir tablo çizmektedir. Bu sebeple bu çalışma, insanların gerçeklik anlayışlarının ikna psikolojisi yoluyla nasıl değiştirilebileceğini göstermek adına yapılmıştır. Çalışma kapsamında ayrıca Post-truth kavramı üzerinden de filme bir değerlendirme yapılabileceği düşünülmüştür. Adından da anlaşılacağı üzere post-truth kavramı veya olgusu gerçeğin ötesinde var olan bir gerçek anlayışı ve bu bağlamda ortaya çıkan tartışmaları ifade eden bir kavramdır. Gerçeğin ötesindeki gerçeklik anlayışından anlaşılması gereken ise; içerisinde bulunulan çağın kronikleşen bir sorunu olarak 'gerçeklerin belirli bir gerçeği yansıtmaktan ziyade duygu, inanç ve ideolojilere göre yaratılmış bir şey' olarak insanlara sunulmasıdır. Buradaki temel tartışma da aslında şunu içermektedir; insanın şu zamanda gerçeğe ve bilgiye nasıl ve ne kadar güvenebileceği, hangi koşulların insanlara gerçekliği gerçekten sunduğu ve insanların gerçekliği nasıl algılayabileceği sorularıdır. Tüm bu tartışmalar, propaganda, algı yönetimi ve stratejilerini inceleyen ikna psikolojisi alanını akla getirmektedir. Çok eski çağlardan beri (ilkçağ) ikna ve algı üzerine pek çok şey söylenmiştir. Aristoteles'in retorik sanatı ve bu sanatın içinde yer alan ikna unsurları ethos (ahlaki ve karakter ikna argümanları), pathos (duygusal ikna argümanları) ve logos (mantıksal ikna argümanları) post truth olgusuna ilişkin çok şey sunmaktadır. Bu alana yönelik ortaya çıkan sorunların çözüme kavuşturulması adına ikna psikolojisi ve mantık disiplini alanları birlikte hareket edebilir ve ortak çalışmalar yapabilir.

İknaya yönelik literatürde birçok tanım yer almaktadır. İknada öne çıkan ortak noktalar; ikna, zora ve baskıya dayalı değil rızaya dayalı bir tutum değişikliği amaçlamaktadır. İkna planlı bir süreçtir ve bireylerin var olan tutumunu istenilen yönde değiştirme ya da yeni bir tutum yaratma amacı vardır (Saleh & Saleh, 2016). İkna edici eylem veya iletişim, özel olarak muhatap olunan kişi/kişiler ya da bir kitlede belirli bir konuda istenilen şekilde düşünülmesini ve hareket edilmesini yani tutum ve davranış değişimini sağlamak gayesi ile planlı bir şekilde gerçekleştirilen iletişim olarak tanımlanabilmektedir (Uysal, 1995, s.185). İknanın temelinde kişinin kendi rızası ile iknayı gerçekleştiren taraf olduğunu düşünmesi, buna inanması ve bu yönde davranış sergilemesi yer almaktadır. Gerçekten meydana gelen bir ikna durumunda, ikna olan kişi bu durumu -aslında bir başkası tarafından olaya ikna edildiğini- fark etmemektedir, iknası gerçekleşen olayla bütünleşmekte onun bir taraftarı olmaktadır (Hadnagy, 2013, s.199).

İkna kavramının temelinin Antik Yunan'a kadar uzandığı görülmekte olup akla gelen isimlerin başında Platon ve Aristoteles gelmektedir. Platon'un ortaya koymuş olduğu Gorgias, Phaidros, Devlet ve benzeri diyaloglarda retoriğin nasıl bir sanat olduğu ve konusu işlenmektedir. Buna benzer şekilde Aristoteles

de retorik sanatına ilgi göstermekte ve 'Retorik' adında bir eseri bulunmaktadır (Meyer, 2009, s. 136). Aristoteles, hangi konuda olursa olsun karşıdaki kişiyi ikna edebilmek adına kullanılan tüm ikna edici söylem ve araçların kullanılmasını 'retorik' olarak ifade etmiştir (Yıldırım, 2012). Bu noktada Platon'a göre ise retorik bir inandırma sanatı olup, insan topluluklarını ikna etmek amacıyla kullanılmaktadır. İkna edici söylem veya ikna psikolojisi konusunda bir otorite olarak değerlendirilen Aristoteles'in, Roma'da retorikle ilgili yapmış olduğu incelemeler neticesinde ikna üzerine kaynaklar oluşturduğu bilinmektedir. Bu kaynaklarda politikacılar, avukatlar ve tüm sosyal zümrede yer alan insanların eğitimi için ikna üzerine sistematik bir şekilde ortak argümanların kullanılabileceği bir yapı sunulduğu bilinmektedir. Retorik sanatı içerisinde ikna edici söylemin unsurları olarak üç tür argümandan söz edilmektedir. Bunlardan birincisi konuşmacının kullanmış olduğu söylemin meydana getirdiği kanıtlara bağlı olan mantıksal argüman (logos), ikincisi dinleyicinin duygularına bağlı olarak kullanılan duygusal argüman (pathos) ve konuşmacının kişisel karakterine bağlı olan güvenilirlik (ethos) olarak ifade edilmiştir. Bu üç argüman aracılığı ile de ikna edici söylemlerin analiz edilmesi mümkündür (McCormack, 2014, s. 132).

Günümüzde ise temellerini retorik sanatından alan ikna psikolojisi alanı, iknanın psikolojik etkileri, ikna süreci ve ikna edici söylemin temel ilkeleri üzerine odaklanan çalışmalar ortaya koymaktadır.

1.1 İkna Psikolojisinin Temel İlkeleri

İkna üzerine çalışan önemli isimlerden birisi olan Cialdini (2006) evrensel ve bilimsel olduğunu savunduğu iknanın psikolojik etkilerinin, 6 (altı) temel ilkeye dayandığını belirlemiş olup bu ilkeleri; 'karşılıklılık (karşılık yaratma), bağlılık ve tutarlılık, sosyal (toplumsal) kanıt, beğeni, otorite ve azlık (sınırlılık)' olarak ifade etmiştir. Kitaptaki ifade ile 'iknanın altı silahı' olan ilkeler aşağıda tanımlanmıştır (Cialdini, 2006):

1. Karşılıklılık: İnsanlar için başkalarının kendisine olan davranış şekli önem teşkil etmektedir. İnsanlar genel olarak kendilerine nasıl davranılıyorsa, aynı şekilde karşılık verme eğilimindedirler. İyiliği iyilikle, kötülüğü kötülükle, samimiyeti samimiyetle, samimiyetsizliği samimiyetsizlikle karşılama eğilimi gösterebilmektedirler.
2. Bağlılık ve Tutarlılık: İnsanlar sözlü veya yazılı olarak söz verdiklerinde genellikle sözlerine bağlılık göstermektedirler. Esas teşvik veya harekete geçirici şey üzerinde anlaşıldıktan sonra, bu unsurlar ortadan kalksa dahi insanlar sözlerine bağlılık göstermeye devam edebilmektedir.
3. Sosyal Kanıt: İnsanlar, sosyal yaşam içerisinde çoğunluğun davranışına uyma eğilimi göstermekte, çoğunluğun ya da başka bir ifade ile diğer insanların yaptığı şeyleri yapmaktadırlar. Neyin doğru neyin yanlış olduğuna karar vermek noktasında, diğer insanların düşüncelerini öğrenme eğilimi ile, doğrunun ne olduğuna karar vermek adına uygulamaya geçilir. Söz konusu olan durumda başkalarının davranışı, inancı, düşüncesi, tutumu vb. hangi yönde fazla ise onun doğru olduğuna karar verilmektedir. Bu noktada insanlar arasında,

toplumun geneline bakarak kanıt toplandığında yanlış yapılmayacağına dair bir inanç mevcuttur ve "Birçok kişi böyle yaptığına göre, doğrusu budur" düşüncesiyle hareket edilmektedir.

4. Beğeni: İnsanlar çeşitli yönlerden beğendikleri, benzer, aşina veya çekici buldukları insanlardan etkilenme eğiliminde olabilmekte ve daha kolay ikna olabilmektedirler.
5. Otorite: İnsanlar otorite olarak kabul ettikleri veya güçlü gördükleri figürlere uyma eğilimi göstermektedir. İnsanlar reddedilmek, başarısız olmak, dışlanmak ve ceza almak korkusu gibi nedenler ile otoriteye karşı daha kolay ikna olabilmektedir.
6. Azlık: Algılatılan azlık veya sınırlılık insanların daha kolay ikna olmasına neden olabilmektedir. İkna edilmeye çalışılan insanlarda "çok kısa bir süre" ibaresi genellikle işe yaramaktadır.

İkna psikolojisi alanında bir diğer önemli isim olan Hogan (2012) ise ikna sürecinin temel ilkelerinin 8 (sekiz) ilkeye dayandığını belirlemiş olup bu ilkeleri "uyum sağlamak, ortaklık kurmak, şaşırtmak, grubun bir parçası olmak, üç varsayımın gücünü kullanmak, karşıtlık yaratmak, beklentiyi karşılamak ve bağlılık yaratmak" olarak adlandırmıştır. Bu ilkeler aşağıda açıklanmıştır (Hogan, 2012):

1. Uyum sağlamak: Karşıdaki kişi ile uyum içerisinde olmak, karşılıklı uyum ortamını beraberinde getirmekte ve olumlu bir iletişim kurulabilmektedir. İnsanlar sevdikleri, aralarında benzerlik hissettikleri veya ortak özellikler keşfettikleri insanlar ile uyum içerisinde olabilmektedir. Bu sebeple karşılıklı uyum yaratmak için karşıdakinin beden diline benzer beden dili kullanmak, aynı ses tonunu yakalamak, ortak ilgi alanları yaratmak ve konuşmanın içeriğinden faydalanmak söz konusu olabilmektedir. Dolayısıyla hedef kitlenin ilgi alanları hakkında bilgi sahibi olarak daha kolay iletişim kurulabilir, karşıdaki kişinin savunmacı bir tutum içerisine girmesi engellenebilir.
2. Ortaklık kurmak: İnsanların istenilen yönde harekete geçirilmesinde ortak noktaların yakalanması sürecin işlerliğine etki eden önemli bir unsurdur. Kişinin hedef kitlesine kişisel özellik ve hatalarından bahsetmesi, başından geçen olay ve anıları anlatması, ortak birtakım tehdit unsurları bulması taraflar arasında bağ kurulmasını sağlayabilmektedir. Dolayısıyla hedef kitle ile kaynak arasındaki bu bağ istenilen davranışın sergilenmesi konusunda fayda sağlayabilmektedir.
3. Şaşırtmak: İnsanlara sıra dışı bir konudan bahsedildiğinde, farklı veya alışılmamış bir durumla karşılaştırıldıklarında ilgileri daha kolay çekilebilmektedir. Söz konusu 'farklılık, sıra dışılık' unsuruyla ilk defa kendisinin karşılaştığını bilmek bireylerde olumlu duygular yaratabilmektedir. İnsanlarla hiç duymadıkları bir bilgiyi paylaşmak, hiçbir yerde bulamayacakları bir şey göstermek veya mali konularda daha önce söz verilenden farklı bir rakam sunmak kişilerin daha kolay ikna olabilmelerinde etkili olabilmektedir.
4. Grubun bir parçası olmak: Kişiler toplum içerisinde belirli bir grubun içinde yer almaktan ve yer aldığı grup içindeki değerlerin kendilerine atfedilmesinden hoşlanabilmektedirler. Bu noktada aidiyet duygusu uyandıran mesajların, bireylerde o gruba dahil olabilmek adına motivasyon yaratabileceği ve bireylerin iknaya açık hale gelebilecekleri düşünülmektedir.

5. Üç varsayımın gücünü kullanmak: Üç varsayım üst üste sıralandığında kişinin zihninde bir karmaşa oluşabilmekte ve kişi bu üç varsayımı değerlendirmeye almaktadır. Üç varsayımdan ilk sıralanan ilke doğru veya tanıdık olduğunda, kişide çoğunlukla diğer iki varsayımın da doğru olduğu yönünde bir algı oluşmakta ve varsayımların tamamı kabullenilmektedir. Bu sayede ikna süreci kolaylaşmaktadır.
6. Karşıtlık yaratmak: İnsanların zihinlerinde genellikle iki durum veya nesne birbirinden göreli olarak farklı olduğu zaman kişi birini diğerinden daha iyi olarak algılama eğilimi sergileyebilmektedir. Dolayısıyla iyi şekilde algılanan tarafa karşı daha kolay ikna olunabilmektedir.
7. Beklentiyi karşılamak: Bireylerin beklenti, istek ve ilgileri kendilerine sunulan şeyin kabul edilmesinde oldukça etkili olabilmektedir. Dolayısıyla kendi beklentilerini karşılayan, görmek ve duymak istedikleri durumları onlara yaşatan unsurlara karşı daha kolay ikna olabilmektedirler.
8. Bağlılık yaratmak: İnsanlar herhangi bir konuda bakış açılarını ortaya koyduklarında veya görüş bildirdiklerinde, bu düşüncelerini doğruluğunu dikkate almaksızın savunma eğilimi gösterebilmekte ve daha kolay ikna olabilmektedirler.

Cialdini (2006) ve Hogan (2012) tarafından ortaya koyulan ikna sürecinin psikolojik ilkeleri, bu çalışmada içerik analizinin ölçütleri olarak belirlenmiştir. Çalışmanın bütününde ise filmlerde ikna psikolojisi nasıl çalıştığı, Don't Look Up (2021) filminde hangi söylemin hangi ikna unsurunu işaret ettiği, ikna psikolojisi ve post-truth olgusunun 21.yy'da neye hizmet ettiği, bilim ve eğitim faaliyetlerini nasıl etkilediği ve ayrıca filmin lise psikoloji derslerinde ikna psikolojisinin öğrencilere kavratılması açısından eğitsel bir amaca hizmete edip edemeyeceği sorgulanmıştır.

2.YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, ikna psikolojisi ilkelerinin Don't Look Up (2021) filminde nasıl kullanıldığını incelemektir. Çalışmanın yöntemi nitel araştırma olarak belirlenmiştir. Nitel araştırmalar, araştırmanın amacı doğrultusunda gözlem, görüşme ve içerik analizi gibi yöntemlerin kullanıldığı daha önceden tespit edilmiş veya henüz tespit edilmemiş problemlerin belirlenmesini ve probleme ilişkin olguların bilimsel olgular öncülüğünde öznel bir şekilde yorumlandığı süreci ifade etmektedir (Miles & Huberman, 2016). Bu perspektifte, çalışma kapsamında Don't Look Up filminde ikna içeren söylemler seçilerek belirlenen ikna psikolojisi ilkeleri bağlamında içerik analizi ile değerlendirilmiştir. İçerik analizi, sözel, yazılı ve diğer materyallerin içerdikleri mesajı anlam veya dilbilgisi açısından nesnel ve sistematik olarak sınıflandırma, sayılara dönüştürme ve çıkarımda bulunma yoluyla sosyal gerçeği araştıran bilimsel bir yaklaşımdır (Tavşancıl & Aslan, 2001, s. 22). İçerik analizi, toplanmış olan verilerin derinlemesine analiz edilmesini gerektirir ve önceden belirgin olmayan temaların ve boyutların ortaya çıkarılmasına olanak sunar. Dolayısıyla temel amaç, toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşabilmektir. Bu temel amaç çerçevesinde, veriler; verilerin kodlanması, temaların

bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak dört aşamada analiz edilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 242).

Çalışmanın örneklemi Don't Look Up (2021) filminden oluşmaktadır. Filmin seçilmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden birisi olan ölçüt örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme (ölçüt örnekleme) yönteminin, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak sunan, pek çok durumda olay ve olguların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olan bir yöntem olduğu düşünülmektedir. Amaçlı örnekleme (ölçüt örnekleme) yöntemindeki temel anlayış, önceden belirlenmiş bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların çalışılmasıdır. Bu bağlamda; içerik analizi için ölçüt veya ölçütlerin araştırmacı tarafından oluşturulması ya da hali hazırdaki bir ölçüt listesinin kullanılması mümkün olabilmektedir (Yıldırım & Şimşek, 2016, s. 122).

3.BULGULAR

Post-truth: Film kapsamında değinilmesi gereken en önemli hususlardan biri post-truth kavramıdır.

1. 'Filmin akışında gerçekleşen bir lansmanda; yeni çıkarılan telefonun tanıtımında BASH markasının ceosu Peter bütün insani, yaşamsal ve duygusal ögelere, dostluğa, arkadaşlığa, yalnızlığa, hüzün, keder gibi duygulara vurgu yapması ve bu olumsuz duyguların aşılmasına hizmet eden telefonun insanı çocuk gibi neşelendirdiğine vurgu yapmak adına sahneye çocuklarla çıkması, sahnede onlara sevecen yaklaşım sergilemesi, tüm insani duygulara değer verdiğini göstermektedir. Fakat sunum bittikten sonra çocuklara cevap dahi vermemesi, ellerinden telefonlarını aldırması, Seni Seviyorum Peter diyen çocuğa kayıtsız kalması, o esnada yalnızca markasının çıkarmış olduğu yeni telefon sürümünün bir sorunuyla ilgilenmesi durumu aslında gerçekliğin medya gibi yerlerde bize algı yoluyla sunulmuş olduğunun bir örneği sayılabilir.
2. Ayrıca kuyruklu yıldız felaketinin önleneceği müdahaleyi son dakikada durduran bu şirket ceosu Peter kuyruklu yıldızda 140 trilyon değerinde değerli mineraller olduğunu bunları kurtararak sosyal adaletsizlik, yoksulluk ve biyoçeşitliliğin sona ereceğini altın çağa geçileceğini söylüyor fakat aslında son derece bencil düşünceler içerisindedir. Değerli mineralleri alarak kuyruklu yıldıza yapacağı müdahaledeki başarısız olma ihtimalini bildiği için kuyruklu yıldız çarptığında sadece kendisi ve birkaç kişi için felaketten kurtulabilecekleri güvenli bir alan oluşturmayı da düşünmüştür. Filmin sonunda kuyruklu yıldız dünyaya çarparak insanlığı neredeyse yok ediyor. Yalnızca Bash'ın ceosu Peter önderliğinde başkanın da içinde bulunduğu elit bir grup başka bir gezegene giderek kurtuluyor. Bu noktada Post truth (gerçek ötesi) olgusu aslında günümüzde medyada ve tüm sosyal, online platformlarda özellikle olağanüstü durumlarda sık yaşanılan bir olgu olarak düşünülebilir.
3. Filmde hükümet yanlısı medyanın kuyruklu yıldız felaketini, seçimler sekteye uğramasın ve başkan halkın desteğini kaybetmesin diye algı yaparak, NASA'daki yetkili kişinin açıklamaları

aracılığı ile yalanlamıştır. Kuyruklu yıldız felaketi öngörüsünü gerçek dışı bir haber olarak halka sunmaktadır.

Karşılıklılık: Doktor ve ekibi dünyayı yok edecek olan kuyruklu yıldızı başkana açıklamak üzere Beyaz Saray'a gelmişlerdir. Fakat orada alaycı bir yaklaşıma maruz kalarak yeterince dinlenmemişlerdir. Başkan ve ekibi alaycı yaklaşımla üç hafta sonraki başkanlık seçimini dünyaya çarpacak olan kuyruklu yıldızdan daha önemli bulmuştur. Dolayısıyla Doktor ve ekibi (Yanlarında NASA gezegen savunması başkanı da var) başkanın dünyanın bu felaketten kurtulabilmesi adına harekete geçeceğine ikna olmamışlardır. Nasıl ki başkan ve ekibi bu durumu dikkate almadan önceliği olan seçim gündemine dönmüşse; başkanın yardım edeceğine ikna olmayan doktor ve ekibi de başka çözüm yollarına başvurmuşlardır; haberin medyaya sızdırılması, farklı yetkili kanallara ulaşma vb. yollara başvurmuşlardır. İnsanlar başkalarının davranış şekline göre kendi davranış veya tepkilerine yön verme eğilimindedirler. Burada başkanın kayıtsız ve samimiyetsiz davranışı doktor ve ekibinin de onlara karşı samimi olmayan, başkanın otoritesine kayıtsız kalma tepkilerine yol açmıştır. Buna karşılık Doktora adayı KATE bu felaketin geleceğini gazeteci erkek arkadaşına söylediğinde şahıs kolayca bu duruma ikna olmuştur. Çünkü kendisinin kız arkadaşına samimi olduğu gibi, kız arkadaşı da ona karşı samimidir bu durum ikna psikolojisinde 'karşılıklılık' ilkesi olarak adlandırılmaktadır.

Beğeni: Burada ayrıca ikna kavramlarından birisi olan 'beğeni' ilkesi de yer almaktadır. Doktora adayı KATE bu felaketin geleceğini gazeteci erkek arkadaşına söylediğinde şahıs kolayca bu duruma ikna olmuştur. Çünkü insanlar bir yönden beğendikleri veya ilgi duydukları kişilere karşı daha kolay ikna olabilmektedirler.

*Beğeni: Skandal olan başkan gündemi değiştirmek adına kuyruklu yıldız felaketine müdahale etme kararı alır. Normalde kuyruklu yıldızın çarpmasını ölmeyecek müdahale uzaktan insansız hava araçları yoluyla yapılacak, fakat başkan övgü ve destek alabilmek adına bir kahramanlık hikayesi yaratmak ister. Ve görevin başına bir komutan getirir. Özgürlük kahramanı olarak tanıtır. Bunu yapmasının nedeni komutanın ses tonu, karizması ve heybetli olduğunun düşünülmesidir, komutanın insanlara çekici ve güçlü geleceğini dolayısıyla halkın ikna olacağını düşünmektedirler.

*Doktor ve ekibi Just Look Up hareketi ve son bir müdahale şansı olduğunu halka duyurmak için bir konser gecesi planlar. Burada sevilen şarkıcı sahne alır onun fanları olduğu için ayrıca bir kamuoyu desteği oluşur. Burada insanların müdahale hareketine destek olmalarına ikna olmaları için 'beğeni' tekniğinden faydalanmıştır. Farklı devletler bu duruma ikna olarak kuyruklu yıldıza müdahale etme girişiminde bulunmuş fakat görev başarısız olmuştur.

Otorite: İnsanlar otorite olarak kabul ettikleri veya güçlü gördükleri figürlere uyma eğilimi göstermektedir. İnsanlar reddedilmek, başarısız olmak, dışlanmak ve ceza almak korkusu gibi nedenler ile otoriteye karşı daha kolay ikna olabilmektedir. Filmde, kuyruklu yıldızın dünyaya çarpacağı felaketi hususunda hükümet yanlısı gökbilimci olmayan anestezi uzmanı NASA başkanının haber kanalına büyük bir tehlike yok demesi**, (Olayı Büyütmeyin!)** doktor ve ekibinin söylemine gölge düşürüyor.

Medya otoritenin söylemini dikkate alarak NASA başkanının tehlike yok söylemine ikna oluyor. Bu noktada medyanın sergilemiş olduğu bu tutum iknadaki 'otorite' ilkesine karşılık gelmektedir.

* Kuyruklu yıldıza acil müdahale edilmesini savunanlar ve kuyruklu yıldızdaki değerli madenlerin alınmasını savunanlar olarak halk iki gruba ayrılmıştır. Hükümet bu süreçte halkı ikna edebilmek için otorite tekniğini kullanmaktadır. Doktoru (Mindy) hükümetin kuyruklu yıldızla mücadelede bilim kurulu başkanı yaparak halkın ikna olması için tehlikenin kontrol edilebilir olduğuna dair içerikler paylaşmasını sağlar. Zaten kuyruklu yıldız felaketini ilk duyuran kişi olduğu için halk üzerinde doktorun güvenilir bir otorite olduğu aşikardır.

Beklentiyi karşılamak: Bireylerin beklenti, istek ve ilgileri kendilerine sunulan şeyin kabul edilmesinde oldukça etkili olabilmektedir. Görmek ve duymak istedikleri durumları onlara yaşatan unsurlara karşı daha kolay ikna olabilmektedirler. Bu bağlamda filmde, kuyruklu yıldız felaketinin ekranda ilk kez paylaşıldığı programda, şarkıcı kadın karakter Bina'nın erkek arkadaşı ile yaşamış oldukları halk arasında daha çok ilgi görmüştür. Çünkü bir felaket haberi insanların duymak istemediği ve kabul etmekte zorlanacakları bir olaydır. Buna karşılık keyif aldıkları günlük bir magazin haberini dinlemeye ikna olmaları çok kolaydır.

Sosyal kanıt: İnsanlar, sosyal yaşam içerisinde çoğunluğun davranışına uyma eğilimi göstermekte, çoğunluğun ya da başka bir ifade ile diğer insanların yaptığı şeyleri yapmaktadırlar. Söz konusu durumda başkalarının davranışı, inancı, düşüncesi, tutumu vb. hangi yönde fazla ise onun doğru olduğuna karar verilmektedir. Film içerisinde de tüm bilimsel kanıtlamalara rağmen kuyruklu yıldızın dünyaya çarpacak olmasına kimse tepki göstermiyor. Çünkü çoğunluğa hitap eden iktidar ve medya tarafından desteklenmiyor hatta asparagas haber olmakla suçlanıyor. Dolayısıyla insanlar çoğunluğa uyarak bu duruma sessiz kalıyor ve neticesinde bilimsel yöntemlerle felaketin önlenmesine yönelik çalışmanın başlatılması hususunda kamuoyu desteği sağlanamıyor.

Karşıtlık yaratmak: İnsanların zihinlerinde genellikle iki durum veya nesne birbirinden göreli olarak farklı olduğu zaman kişi birini diğerinden daha iyi olarak algılama eğilimi sergileyebilmektedir. Dolayısıyla iyi şekilde algılanan tarafa karşı daha kolay ikna olunabilmektedir. Film içerisinde de felaket haberini veren Doktor ve ekibi, haberi verdiklerinde alaycı bir muameleye de maruz kaldıkları için kaygılı ve agresif bir tutum sergiledikleri için kötü taraf olarak algılanıyorlar. Doktor ve ekibine ikna olmayan kişiler iyi olarak algıladıkları diğer haberlere ve kişilerin (başkan) söylediklerine ikna olmaktadırlar.

*Doktor ve ekibi, kuyruklu yıldızın değerli madenler barındırdığı gerekçesiyle müdahaleden vazgeçme kararını değerlendirmek üzere bir mekânda oturmaktadırlar. Bu esnada doktorun yakasındaki beyaz saray rozetini gören müşteri ve çalışanlar kuyruklu yıldız konusunda ısrarla bilgi almak isterler. Doktora öğrencisi Kate gerçeği mekânda paylaşır ve sonucunda insanlar isyan çıkarır, sarayın tutumunu protesto ederler. Son noktada kuyruklu yıldıza acil müdahale edilmesini savunanlar ve kuyruklu yıldızdaki değerli madenlerin alınmasını savunanlar olarak halk iki gruba ayrılır. Hükümet bu süreçte isyanları önlemek adına halkı ikna edebilmek için karşıtlık yaratma tekniğini kullanmaktadır. Durumun kontrol

edilebilir olduğunu, kuyruklu yıldızdaki değerli madenleri alarak insanlara iş istihdamı yaratılacağını, zenginleşeceklerini söyleyerek iyi bir dünya imajının kuyruklu yıldızdaki değerli madenlere bağlı olduğu algısı yaratır. Dolayısıyla kuyruklu yıldızın acil müdahale ile yok edilmesi fikri insanlara kötü gelirken bu durum 'iyi' olarak algılanmakta ve ikna olmaktadırlar.

*Ayrıca artık müdahale için zaman kalmamıştır ve kuyruklu yıldız gökyüzünden görünmeye başlamıştır. Burada da Just Look Up (Hemen gökyüzüne bak!) ve Don't Look Up (Yukarı bakma) sosyal hareketi başlamıştır. Başkan ve ekibi korkmanızı istiyorlar, yukarı bak diyorlar çünkü sizi aşağılıyorlar diyerek Yukarı bak hareketini kötü kendilerini iyi göstererek ikna etmeye çalışmaktadır.

Şaşırtmak: İnsanlarla hiç duymadıkları bir bilgiyi paylaşmak, hiçbir yerde bulamayacakları bir şey göstermek veya mali konularda daha önce söz verilenden farklı bir rakam sunmak kişilerin daha kolay ikna olabilmelerinde etkili olabilmektedir. Kate göktaşının dünyaya çarpacağı bilgisini medyaya sızdırdıklarında bir TV kanalı izleyicilere haberi duyuranın ilk kendileri olmak ve dolayısıyla ün yapabilmek umuduyla hızlı bir şekilde program hazırlamışlardır. Fakat reyting sonuçlarında halkın bu habere tepki göstermediği ve mizaha vurduğu görülmüştür, dolayısıyla bu ilke halkın felakete ikna olmasında etkili olmamıştır.

Bağlılık yaratmak: İnsanlar herhangi bir konuda bakış açılarını ortaya koyduklarında veya görüş bildirdiklerinde, bu düşüncelerini doğruluğunu dikkate almaksızın savunma eğilimi gösterebilmektedir. Medyadaki çoğu kanal hükümetin söylemini dikkate alarak göktaşı haberini yalanlamıştır. Dolayısıyla bir defa bu haberin doğru olmadığı yönünde görüş bildirdikleri için felaketin bilimsel kanıtlarını sorgulamaksızın sadece yalanlama yoluna gitmişlerdir. Dünyaya göktaşı çarpacağı haberine ilişkin hükümetin özgürlüğüne ve silahlarına el konulmak amacıyla Yahudi milyarderlerin uydurduğuna yönelik söylemler ortaya atılmıştır.

Ortaklık kurmak: İnsanların istenilen yönde harekete geçirilmesinde ortak noktaların yakalanması sürecin işlerliğine etki eden önemli bir unsurdur. Kişinin hedef kitlesine kişisel özellik ve hatalarından bahsetmesi, başından geçen olay ve anıları anlatması, ortak birtakım tehdit unsurları bulması taraflar arasında bağ kurulmasını sağlayabilmektedir. Dolayısıyla hedef kitle ile kaynak arasındaki bu bağ istenilen davranışın sergilenmesi konusunda fayda sağlayabilmektedir. Filmde seks skandalı ile gündeme gelen başkan (hükümet) partisi lideri, bu skandalın üzerini kapatmak ve medyada gündemden düşmek adına doktor ve ekibini FBI aracılığı ile saraya getirtiyor. Doktor ve ekibine kuyruklu yıldız felaketi için harekete geçmeyi teklif ediyor. Doktor ve ekibinin en büyük isteği de zaten felaketin önlenmesi adına hükümetin harekete geçmesiydi bu nedenle hemen iş birliğini kabul etmişlerdir.

Ayrıca hükümet partisi lideri medyanın ve kamuoyunun neden daha önce erken müdahale edilmediği yönünde baskı göreceğini bildiğinden bu konuda suçu üstlenmesi için Nasa başkanı kadınla iş birliği yapıyor ve göstermelik olarak istifa edeceğini bildiriyor.

4. SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

21.yy toplumlarının en ayırt edici yönlerinin başında görselliğin artan önemi yer almakta olup imaj ve sunumun ön planda olduğu bir çağda yaşanıldığı sıklıkla belirtilmektedir. Çağın bu anlayışından eğitim kurumunun etkilenmemesi ise mümkün görünmemektedir. Dolayısıyla eğitim ve öğretimde kullanılan yöntem, teknik ve araçlar sürekli değişim gösterebilmekte dolayısıyla bu değişimin başında da eğitimde teknoloji ve görselliğin kullanılması gelmektedir. Ders materyallerinin çeşitlendirilmesi mevcut eğitim-öğretim faaliyetlerinin kalitesini her durumda artırabilecek bir olgu olarak ele alınmaktadır. Bu bakımdan bu çalışmanın da konusu olan filmler, ders materyallerinin çeşitlendirilmesi adına eğitim amacıyla kullanılabilecek araçlardır (Kurtdaş, 2021). Duyu organları ile öğrenme arasındaki ilişkiyi belirleme amacıyla yapılan çalışmalar neticesinde öğrenmelerin %83'ünün görme, %11'inin işitme, %3,5'inin koklama, %1,5'inin dokunma ve %1'inin tatma duyuları ile gerçekleştiği belirlenmiştir. Ayrıca insan belleği üzerine yapılan çalışmalarda da bireylerin okuduklarının %10'unu, işittiklerinin %20'sini, gördüklerinin %30'unu, hem görüp hem işittiklerinin ise %50'sini hatırlayabildikleri belirlenmiştir (Çelik, 2010, s. 29). Dolayısıyla filmlerin her yaş grubundan izleyici için etkili bir eğitim aracı olduğu düşünülmektedir. Hem görsel hem işitsel ögelere sahip olan filmler, bireyler üzerindeki görsel, işitsel ve duygusal etkileri nedeniyle eğitim-öğretim faaliyetlerinde kullanılan işlevsel materyallerinden birisi olarak kabul edilebilmektedir (Ellul, 2004, s. 161).

Filmlerin eğitim amacı ile kullanımı da yeni ortaya çıkan bir gelişme olmamakla beraber, filmlerin eğlence amacıyla kullanılmaya başlandığı ilk andan itibaren kitleler üzerinde yarattığı etkinin önemli düzeyde olması nedeniyle eğitim amacı ile de kullanılmıştır. Filmler 19.yy'dan itibaren neredeyse her dönemde kitlelere yönelik eğitici ve öğretici bir araç olarak kullanılmış olup özellikle bazı film türlerinin -belgeseller, çizgi filmler ve propaganda filmleri- eğitim amaçlı kullanılan materyal olmada daha öncelikli olduğu söylenebilmektedir (Kurtdaş, 2021).

Bu makale çalışması bir film aracılığı ile elde edilmiştir. Makale çalışmasında ortaya çıkan bulgular ikna psikolojisi açısından değerlendirilmiştir. Filmin içeriği göz önünde bulundurulduğunda eğitsel amaçla kullanılan propaganda filmlerinin nasıl işe yaradığı açığa çıkmaktadır. Tam olarak ikna psikolojisinin üzerinde durduğu konu olan 'propaganda' faaliyeti makalenin aracı olan Don't Look Up (2021) filminde seyirciye sunulmaktadır. Filmde izleyiciye herhangi bir propaganda yapılmamakta olup 'filmin kendi içindeki yaratılmış gerçeklikte, felaketin eşiğinde bulunan halka yapılan algı yönetimi' sinemaya sunulmaktadır. Bu nokta filmde filmin izleyicilerine, günümüzde gerçekliğin mevcut iktidarlar veya birtakım gruplar tarafından 'algı ve propaganda' yoluyla ikna psikolojisinden faydalanılarak değiştirilebileceğine dikkat çekmenin amaçlanmış olduğu görülmektedir. Filmde insanlara yönelik yapılan farkındalık ve propaganda faaliyetlerinin olduğu görülmektedir. Tam da bu noktada film, bireylerin ikna süreçlerinin nasıl gerçekleştiğini, nasıl ikna olduklarını, hangi ikna stratejilerinin bireylerin ikna olmalarında ve tutum değiştirmelerinde etkili olduğunu, ikna sürecinde kamuoyunun önemini gözler önüne sunmaktadır. Bu makale kapsamında yapılan incelemeler neticesinde yukarıda bahsedilen süreçler daha da açığa çıkarılmıştır. Çünkü bilimde, sanayide, ekonomide, teknolojide meydana gelen her bir gelişme ve değişimin ve bu gelişme değişim konusunda

medyada ve kamuoyunda benimsenen (sunulan) gerçekliğin yaşamın tüm alanlarını etkilediğini dolayısıyla eğitim-öğretim faaliyetlerini hatta eğitim-öğretim faaliyetlerinin meydana geldiği ortamı, insanlar arası ilişkileri de etkileyebileceğini söylemek mümkündür.

Bu noktada eğitimin şu anda temel misyonu bireylerin 21.yy becerileri ortaklığına sahip olabilmeleri üzerine planlanmaktadır. 21.yy becerileri arasında eleştirel düşünme, bilgi okuryazarlığı, medya okuryazarlığı ve bilgi ve iletişim teknolojileri okuryazarlığı olduğu göz önüne alındığında makale konusu olan Don't Look Up (2021) filminin öğrencilerde bu beceriler üzerinde bir farkındalık etkisi yapabileceği öngörülmektedir. Film öğrencilere izletilerek bu makaledeki çalışmaya benzer şekilde öğrencilerin filmde yer alan algı yönetimi ve propaganda unsurlarını, ikna tekniklerini, filmde bilgiye ulaşmada kullanılan araçları ve iletişim teknolojilerini bulmaları sağlanarak öğrencilere kazandırılması amaçlanan 21.yy beceri düzeyleri desteklenebilir. Filmde elde edilen bulgular ışığında filmin algı yönetimi, tutum değişimi, ikna psikolojisi, bilgi, iletişim ve medya okuryazarlığı hususunda pek çok konuya dikkat çektiği belirlenmiştir. Dolayısıyla filmin öğrencilerde özellikle gerçeğe ulaşma ve kabul etmede teknolojinin doğru ve etkin kullanımı konusunda farkındalık yaratacağı, çağın bir gerekliliği olarak eleştirel düşünme, sorgulama, bilgi, iletişim ve medya okuryazarlığına yönelik bir donanıma sahip olma motivasyonu kazanmalarına yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Cialdini, R., *İknanın Psikolojisi* (Y. Fletcher Çev.), Mediacat/İstanbul, 2006.

Çelik, L., *Öğretim Materyallerinin Hazırlanması ve Seçimi.* (Ö. Demirel & E. Altun Eds.), Öğretim Teknolojileri ve Materyal Tasarımı İçinde, Pegem/Ankara: 2010.

Ellul, J., *Sözün Düşüşü.* (H. Arslan Çev.), Paradigma/İstanbul, 2004.

Hadnagy, C., *Sosyal Mühendislik İnsan Kandırma Sanatı* (F. Tuncer., & B. Erol Çev.), Paloma/İstanbul, 2013.

Hogan, K., *Gizli İkna Taktikleri* (T. Gezer Çev.), Yakamoz/ İstanbul, 2012.

Kurtdaş, E. M., Eğitimde Film Kullanımının Önemi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 60, 222-244, 2021.

Mccormark, K. C., Ethos, Pathos ve Logos: The Benefits Of Aristotelian Rhetoric İn The Courtroom. Washington University Jurisprudence Review, 7 1, 131-154, 2014.

Meyer, M., Retorik (İ. Yerguz Çev.), Dost/Ankara, 2009.

Miles, M., & Huberman, M., *Genişletilmiş Bir Kaynak Kitap: Nitel Veri Analizi* (A. Saadet., & A. Ersoy Çev.). Pegem/Ankara, 2016.

Saleh, & Saleh, Y., "Adaption Of Electronic Human Resources Management (E-Hrm), Technology In Palestine", International Journal Of Information, Business And Management, 8,2, 116-133, 2016.

Tavşancıl, E., ve Aslan, E., *Sözel, Yazılı ve Diğer Materyaller İçin İçerik Analizi ve Uygulama Örnekleri,* Epsilon/İstanbul, 2001.

Uysal, B., *Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler.* Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü/Ankara,1998.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H., *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, Seçkin/Ankara, 2016.

Yıldırım, Y., İletişimsel Eylem Kuramı Işığında Siyasal İletişim ve Ak Parti Örneği. Akademik İncelemeler Dergisi, 7,1, 195-226, 2012.

1974-CÜ İL KİPR BÖHRANI VƏ CENEVRƏ KONFRANSLARI

doktorant Səbinə ƏLİYEVA
Bakı Slavyan Universiteti, ORCID **0000-0001-5295-7873**

XÜLASƏ

Şərqi Aralıq dənizi regionunda unikal coğrafi və strateji mövqeyə malik Kipr adası tarix boyu böyük dövlətlərin diqqətini cəlb etmiş, daimi mübahisələrin və rəqabətin obyekti olmuşdur. Kiprin yunan icmasının Yunanıstanın dəstəyi ilə Enosis məqsədilə türk icmasına qarşı təzyiq və zorakılığı nəticəsində baş vermiş icmalararası toqquşma ada üzərində söz sahibi olmağı hədəfləyən böyük dövlətlərin müdaxiləsi ilə beynəlxalq münaqişəyə çevrilmişdir. XX əsrin II yarısında Kiprdə icmalararası toqquşmaların şiddətlənməsi problemin müzakirəsi və həlli məqsədilə danışıqların keçirilməsini labüd etdi. Lakin bu istiqamətdə 1964-cü ildən etibarən BMT-nin himayəsi ilə, 1968-ci ildən isə icmalararası çoxsaylı danışıqların keçirilməsinə baxmayaraq problem günümüzədək öz həllini tapmamışdır. 1974-cü ildə Türkiyə, Yunanıstan və Birləşmiş Krallığın xarici işlər nazirləri səviyyəsində, eyni zamanda adanın yunan və türk icmalarının nümayəndələrinin iştirakı ilə I və II Cenevrə konfransları keçirilmişdir. Cenevrə Konfranslarında problemin həlli ilə bağlı əhəmiyyətli razılaşmalar əldə edilmişdir. I Cenevrə konfransında Yunanıstanın daha mülayim və sülhyönümlü mövqeyi, danışıqların ikinci mərhələsində Britaniya hökuməti ilə bərabər Türkiyəyə qarşı sərt, təxribatçı davranışla əvəz olundu. Yunanıstan və Birləşmiş Krallığın təzadlı davranış nümayiş etdirmələri, Türkiyənin irəli sürdüyü təklifləri rədd etmələri danışıqların heç bir nəticə əldə etmədən uğursuzluqla bitməsinə səbəb oldu və Türkiyənin adaya ikinci hərbi müdaxiləsini şərtləndirdi. Bu məqalədə I və II Cenevrə konfransları, konfrans iştirakçılarının ziddiyyətli mövqeləri, problemin həlli ilə bağlı irəli sürülmüş təkliflər tədqiq edilmiş, konfransların nəticələri və qərarları təhlil edilmişdir.

Açar sözlər: Kipr münaqişəsi, Cenevrə Konfransları, Türkiyə, Yunanıstan, Birləşmiş Krallıq

GİRİŞ

Kipr münaqişəsinin tənzimlənməsi istiqamətində BMT-nin nəzarəti altında danışıqlar prosesi 1964-cü ildən, ilk icmalararası müzakirələr isə 1968-ci ilin iyun ayından başlamışdır. 26 fevral 1964-cü ildə Londonda başlayan BMT müzakirələrində Kiprdəki türklərin adından R.Denktaş iştirak edirdi. R.Denktaş BMT Təhlükəsizlik Şurasında çıxışına görə Kiprin yunan rəhbərləri arasında arzuolunmaz şəxs elan edildi və Kiprə qayıdışına Makarios tərəfindən qadağa qoyuldu və beləliklə, 18 mart 1964-cü ildə Ankaraya qayıdan R.Denktaşın Ankarada məcburi məskunlaşma illəri başladı (5, s. 390).

1967-ci ilin sonunda kiprli yunanların adada Keçidqala hücumlarından sonra icmalararası müzakirələrə başlamaq haqqında razılıq əldə edildi. Kiprli türkləri təmsil etməsi üçün R.Denktaş seçildi və 13 mart 1968-ci ildə 4 illik qadağadan sonra R.Denktaş Kiprə qayıtdı. R.Denktaş problemin həllini Kiprdə Türkiyənin də Yunanıstan qədər var olmasında və vəziyyətin tarazlanmasında görürdü. Onun fikrincə, məsələnin uzanması Kipr Respublikasının yaradılması haqqında 1960-cı il müqavilələri ilə Türkiyənin əldə etmiş olduğu hüquqlarını lazım olan anda istifadə etməməsindən qaynaqlanırdı və Türkiyə bu hüquqları zəruri hallarda

mütləq istifadə edəcəyini mütəmadi olaraq gündəmdə saxlamalı, bu hüquqların ləğv edilməsi tələblərinə icazə verməməliydi (3, s. 25-26).
1967-ci il 28 dekabrda Kiprdə "Müvəqqəti türk hökuməti" elan edildi və 1964-cü ildən davam edən icmaların faktiki ayrı yaşama vəziyyəti hüquqi forma aldı. Türk hökuməti türk icmasının qanunverici, icraedici və məhkəmə səlahiyyətlərini öz üzərinə götürüdü və beləliklə, özünəməxsus "federativ dövlət" yaradıldı. Bu hökumətin başçısı doktor Fazil Küçük, müavini isə Rauf Denktaş oldu. Müvəqqəti hökumətin əsas məqsədi Kipr Respublikasının Konstitusiyasına riayət etmək, Türkiyənin zəmanəti altında federativ dövlət qurmaq istiqamətində fəaliyyət göstərmək, Kiprlə bağlı qəbul edilmiş beynəlxalq sənədlərə riayət etməyən kiprli yunanlara boyun əyməmək idi. "Müvəqqəti türk hökuməti"nin 19 maddədən ibarət qaydalar siyahısı hazırlandı. Bu qaydalara əsasən, 1960-cı il Konstitusiyasına müvafiq idarəçilik sistemi bərpa edilənədək türk hökumətinin fəaliyyət göstərəcəyi qərarlaşdırıldı (15, s. 259).

1. İCMALARARASI DANIŞIQLAR

Beləliklə, Rauf Denktaş və kiprli yunanların lideri Qlafkos Kleridesin başçılığı ilə 2 iyun 1968-ci ildə Beyrutda icmalararası müzakirələr başladı. Bu hadisə Kipr probleminin həlli istiqamətində əhəmiyyətli oldu (4, s. 726). 1971-ci ilin sentyabrın 21-dək 4 mərhələdə davam etmiş danışıqların məqsədi Sürix Müqaviləsinin tətbiqi ilə bağlı yaranmış ziddiyyətlərin səbəblərinin müəyyən edilməsi və bu məsələdə razılıq zəminin yaradılması idi. İlk əvvəllər danışıqlar R.Denktaş, Q.Klerides və BMT Baş Katibi U Tanın Kipr üzrə xüsusi nümayəndəsi Osorio Tafallın iştirakı ilə üçlü tərkibdə keçirilirdi. Daha sonra isə müzakirələrdə həmçinin Türkiyə tərəfdən professor Orxan Aldıkaçtı, Yunanıstan tərəfdən Mixail Dekleris də iştirak edirdi. Danışıqlarda yunan tərəfi türklərə təqdim olunmuş veto hüququnun, seçki və vergi haqqında qanunlarda özəl səsvermə hüququnun ləğv edilməsi, qərarların Məclisin tam əksəriyyəti tərəfindən qəbul edilməsi, Camaat Məclislərinin ləğvi, polis və jandarmanın birləşdirilməsi, ayrı yunan və türk məhkəmələrinin ləğv edilməsi, dövlət qulluğundakı türklərin səviyyəsinin 20%-dək azaldılması məsələlərində təkid edirdi. Müzakirələrin ilk mərhələsində türk tərəfi Makariosun hələ 1963-cü ildə tələb etdiyi konstitusiya dəyişiklikləri arasında olan veto hüququnun ləğv edilməsini və türk mənşəli dövlət qulluqçularının sayının 20%-ə qədər azaldılmasını qəbul etdi, lakin qarşılığında kiprli türklərə yerli idarəçiliklərində muxtariyyatın verilməsini tələb etdi (14, s. 276).
1971-ci il sentyabrınadək davam edən danışıqların ilk mərhələsində kiprli yunanlar iki icmanın iştirakı ilə unitar dövlət və inkişaf etdirilmiş yerli muxtar idarəçilikləri qəbul etdikləri məqama çatdılar, türk tərəfi isə türk icmasına veriləcək siyasi muxtariyyatla kifayətləndilər. Lakin bütün güzəştlərə baxmayaraq, danışıqlar heç bir nəticə əldə etmədən yekunlaşdı.
O.Aldıkaçtı ikitərəfli danışıqlarda Makarios və rəhbərliyinin mövqeyini təhlil edərək, onların "xəyal və ehtiraslarının əsiri olmağa davam etdikləri üçün gerçəyi heç cür anlaya bilmədiklərini" qeyd etmişdir. Onun qənaətinə əsasən, müzakirələrin növbəti mərhələlərində kiprli yunanların tələb etdiyi unitar dövlət forması Enosis üçün çox əlverişli idi. Makarios türk icmasının tələb etdiyi muxtariyyatı "dövlət daxilində dövlət istəmirik" şüarları ilə rədd edirdi. Federativ sistem adanın "taksim"i demək idi, buna görə də Makarios federativ sistemin adını belə çəkmək istəmirdi (6).
İllər sonra Klerides "İfadəm" adlı kitabında tərəflərin razılığa çox yaxınlaşdığını, lakin Makariosun "Enosisi qadağan edən bir müqaviləni bir daha imzalamaram" deyərək müqavilənin imzalanmasına hər dəfə mane olduğunu açıqlamışdır (14, s. 277).

2. I CENEVRƏ KONFRANSI VƏ YEKUNLARI

İcmalararası danışıqlarla yanaşı BMT-nin problemin həllində vasitəçilik missiyası da davam edirdi. BMT baş katibləri problemin həlli istiqamətində müxtəlif sülh planları işləyib hazırlamışdırlar. 1974-cü ilin iyul ayında Türkiyənin Kiprə hərbi müdaxiləsindən sonra zəmanətçi dövlətlər – Birləşmiş Krallıq, Yunanıstan və Türkiyə xarici işlər nazirləri səviyyəsində 25 iyulda Cenevrədə danışıqlara başladılar. Danışıqlarda həmçinin müşahidəçi qismində ABŞ, Sovet İttifaqı və BMT də iştirak edirdi. Türkiyəni Turan Günəş, Yunanıstanı Yarqo Mavros, Birləşmiş Krallığı isə Leonard Ceyms Kallaqan, kiprli yunanları Q.Klerides, kiprli türkləri isə R.Denktaş təmsil edirdi. 1974-cü ilin 25-30 iyulunda keçirilmiş I Cenevrə danışıqları BMT-nin 20 iyul 1974-cü il tarixli 353 saylı qətnaməsi çərçivəsində həyata keçirilirdi (4, s.727-728). 353 saylı qətnamədə BMT-nin 186 saylı (1964-cü il) qətnaməsi əsas götürülərək bütün dövlətlər Kiprin suverenliyinə, müstəqilliyinə və ərazi bütövlüyünə hörmət etməyə, ilk addım kimi hərbi əməliyyatları dayandırmağa çağırılır, mövcud vəziyyəti daha da mürəkkəbləşdirə biləcək hərəkətlərdən maksimum çəkinmək təklif edilir, Kipr Respublikasına qarşı xarici hərbi müdaxiləni dərhal dayandırmaq tələb edilirdi. Qətnamədə, həmçinin Kipr Respublikasında mövcud olan xarici hərbi heyətin, eyni zamanda Kipr Respublikasının prezidenti Makariosun 2 iyul 1974-cü il tarixli məktubunda (1779 saylı iclas, maddə 29) tələb etdiyi heyətin, yalnız beynəlxalq sazişlərə müvafiq olaraq adada mövcud olan heyət istisna olmaqla dərhal çıxarılması təklif edilirdi. Eyni zamanda Yunanıstan, Türkiyə və Böyük Britaniyanın bölgədə sülhü və Kiprdə konstitusyon hökuməti bərpa etmək məqsədilə gecikmədən danışıqlara başlaması və bu barədə Baş katibi məlumatlandırması, bütün tərəflərə Kiprdə sülhü dəstəkləmək üçün BMT-nin Silahlı Qüvvələri ilə tam əməkdaşlıq etməsi tövsiyə edilir, məsələnin daim nəzarət altında saxlanılması və tez bir zamanda sülhü bərpa etmək üçün gələcək qərarların qəbulu məqsədilə Baş katibə zərurət olduqda hesabatlar təqdim edilməsi təklif edilirdi (8).

Beləliklə, 25-30 iyul 1974-cü ildə Cenevrədə keçirilmiş danışıqların nəticəsi olaraq 30 iyulda 3 dövlətin xarici işlər nazirləri Cenevrə Bəyannaməsini imzaladılar. Bəyannamədə 16 avqust 1960-cı ildə Nikosiyada imzalanmış millətlərarası sazişlər və BMT Təhlükəsizlik Şurasının 353 saylı qərarına əsasən Kiprdəki vəziyyəti tənzimləyəcək tədbirlərin dərhal və davamlı olaraq hərəkətə gətirilməsinin əhəmiyyəti vurğulanmışdır. Tərəflər Kipr Respublikasında 30 iyul 1974-cü il tarixində Cenevrə saatı ilə 22:00-da adada bir-birinə qarşı yönəlmiş silahlı qüvvələrin nəzarət etdikləri bölgələri daha da genişlətməmələrinin zəruriliyini bəyan etmiş və aşağıdakı tədbirlərin dərhal həyata keçirilməsi qərarına gəlmişdirlər:

qeyd edilən gün və saatda türk silahlı qüvvələri tərəfindən nəzarət edilən zonanın bitdiyi yerdən etibarən sahəsi Türkiyə, Yunanıstan və Birləşmiş Krallıq, BMT sülhməramlı qüvvələri ilə (UNFİCYP) qərarlaşdırılaraq təhlükəsizlik bölgəsi qurulacaqdır. Bu bölgəyə girişə BMT sülhməramlı qüvvələri nəzarət edəcək və ondan başqa heç bir qüvvə bölgəyə girməyəcək.

Yunanıstan və ya kiprli yunan silahlı qüvvələri tərəfindən işğal edilən Kiprin bütün türk əraziləri dərhal boşaldılacaq. Bu ərazilərin BMT sülhməramlı qüvvələri tərəfindən müdafiəsi təmin ediləcək. Türk silahlı qüvvələrinin nəzarətindən kənarda qalan digər türk əraziləri BMT sülhməramlı qüvvələri tərəfindən müdafiə ediləcək və əvvəllər olduğu kimi öz polis və təhlükəsizlik qüvvələrini qoruyub saxlayacaqdır.

Qarışıq kəndlərdəki polis və təhlükəsizlik səlahiyyətləri BMT sülhməramlı qüvvələri tərəfindən həyata keçiriləcəkdir.

Adada baş vermiş son hadisələr nəticəsində həbs olunan hərbi qulluqçu və mülki vətəndaşlar ən qısa zamanda ya mübadilə ediləcək, ya da Beynəlxalq Qızıl Xaç Komitəsinin Nəzarəti altında sərbəst buraxılacaqdırlar (1).

Beləliklə, I Cenevrə Konfransında əldə edilmiş razılaşmalara görə, kiprli yunanların silahlı birləşmələrinin mühasirəsi altında olan Kiprin türk anklavları boşaltılacaq, əsir düşən əsgər və

dinc əhali qarşılıqlı olaraq geri qaytarılacaq, BMT TŞ-nın 353 saylı qətnaməsinə əsasən, əlaqədar bütün tərəflərin qəbul edə biləcəyi ədalətli və davamlı həll çərçivəsində, sülh, təhlükəsizlik və qarşılıqlı etimad nəticəsində adadakı silahlı qüvvələrin sayının, silah, sursat və digər hərbi ləvazimatların lazım olan vaxtda və mərhələli şəkildə azaldılmasına imkan verəcək tədbirlərin həyata keçiriləcəkdi. Tərəflər 2 əsas məqsədin həyata keçirilməsi - bölgədə sülhün bərpa edilməsi və Kiprdə konstitusiyalı hökumətin yenidən təsis edilməsi məqsədilə müzakirələrin davam etdirilməsini qərarlaşdırdı. Eyni zamanda 8 avqust tarixində zəmanətçi dövlətlərlə yanaşı iki icmanın nümayəndələrinin də iştirak edəcəyi danışıqların başlayacağı qeyd edilirdi. Bu danışıqlarda gündəlikdə olan məsələlərə konstitusiyalı nizamın bərpa edilməsi və prezidentin köməkçisinin (vitse-prezidentin) 1960-cı il Konstitusiyası çərçivəsində vəzifəsinə geri qayıtması məsələləri daxil edildi. Türk tərəfi Kipr Respublikasında faktiki olaraq "türk və yunan olmaqla 2 muxtar idarəçiliyin mövcud olması" ifadəsinin ortaq müzakirəsində təkid etmiş və hətta qəbul da etdirə bilmişdir. Bu ifadələr türk tərəfinin federativ həll variantına yönəldiyinin, eyni zamanda federativ dövlətin iki icma əsasında deyil, iki idarəçilik əsasında qurulmasının tərəfdarı olduğunun göstəricisi idi.

Ancaq yunan tərəfinin I Cenevrə konfransında qəbul edilmiş razılaşmanın şərtlərinə riayət etməməsi adadakı qarışıq vəziyyətin davam etməsi ilə nəticələndi. R.Denktaş yaranmış vəziyyəti belə qiymətləndirirdi: "Adada atəşkəsə riayət etməyənlər türklər deyil, yunanlardır. Əgər qarşı tərəf Cenevrə Müqaviləsini pozmaq üçün vəsilə axtarırsa, vəsilə çoxdur" (3, s. 385).

3. II CENEVRƏ KONFRANSI

II Cenevrə danışıqlarından əvvəl Türkiyənin Baş naziri Bülent Ecevit Cenevrədə izlənəcək siyasətin "coğrafi təməl prinsipinə uyğun olaraq federativ idarəçilik sistemi"nə əsaslanacağını elan etdi. Türkiyə xarici işlər naziri Turan Günəş Cenevrədə həyata keçirəcəkləri siyasəti belə açiqlamışdır: "Konfransı çox uzatmaq niyyətində deyilik. Yunanlardan bir fədakarlıq istəmirik. Öz haqqımızı istəyirik. Və yalnız öz haqqımızı istəyirik" (3, s. 389)

II Cenevrə Konfransının başlamasına az qalmış Türkiyə xarici işlər naziri T.Günəş ilə Yunanıstan xarici işlər naziri Y.Mavros ikitərəfli görüş keçirmişdilər. Görüşdə Mavros TŞ-nın 353 saylı qətnaməsinin tətbiqini tələb etmiş, ilk əvvəl atəşkəsin tətbiq edilməsi, türk silahlı birləşmələrinin ətrafına BMT qüvvələrinin yerləşdirilməsi və yalnız bundan sonra danışıqların keçirilməsi şərtini irəli sürmüşdü. (3, s.343-344).

Konfransdan əvvəl yaranmış bu gərgin vəziyyət danışıqlar prosesinə də öz təsirini göstərdi. Müzakirələrdə yunan icmasını təmsil edən Qlafkos Kleridesin müzakirə masasına qoyulan lövhəciklərdə özünün prezident, türk tərəfini təmsil edən R.Denktaşın isə sadəcə türk icmasının nümayəndəsi kimi qeyd edilməsini tələb etməsi türklərin etirazına səbəb oldu. R.Denktaşın buna təkidlə etiraz etməsi nəticəsində yunan tərəfi danışıqlar masasına adların yazıldığı lövhəciklər olmadan əyləşmək təklifini irəli sürdü (12, s. 31).

Danışıqlar başlamamışdan əvvəl R.Denktaş Q.Kleridesə təqdim etmək üçün sənəd hazırlamışdı. Sənəddə Kipr Respublikasının müstəqil, iki icmalı olması, idarəetmədə tərəfdaşlıq, türk icmasının müştərək təsisçi statusunun mütləq surətdə tanınması, 1960-cı il Konstitusiyası çərçivəsində idarəçilikdə iştirakının təmin edilməsi, ictimai məsələlərdə iştirakının davam etdirilməsi və s. məsələlər öz əksini tapmışdır (3, s.343-344).

Denktaşın fikrincə, Kiprin idarə olunmasında tərəfdaşlıq dövlətin iki icmalılığa əsaslanmasını ehtiva etməlidir. O bu idarəçilikdə əhali nisbətinə təsir etmək, ayrı-seçkiliyə yol verməmək, iqtisadi inkişafın qarşısını alan maneələri aradan qaldırmaq, iki rəsmi dil müəyyən etmək, ictimai muxtariyyat elan etmək kimi vəzifələrin həyata keçirilməsini zəruri hesab edildi. R.Denktaş eyni zamanda mülki və əmlak təhlükəsizliyini daha yaxşı təmin edəcək, icmalararası ziddiyyətlərin qarşısını alacaq, iqtisadi inkişafa kömək edəcək bölgə muxtariyyatının yaradılmasını mütləq hesab edirdi (3, s.343-344).

Beləliklə, 8 avqust 1974-cü ildə başlayan II Cenevrə danışıqlarında türk tərəfi coğrafi təməl prinsipinə söykənən federativ həll variantını ehtiva edən 2 təklif irəli sürdü (11). R.Denktaşın Kleridese təqdim etdiyi təklifə görə, Kiprin türk idarəçiliyində 34% torpaq qalmalı, iki icmalı, iki xalqlı federativ bir dövlət qurulmalı idi. Digər həll variantı Henri Kissincerin türk tərəfinə təklif etdiyi çoxkantonlu federasiya ideyasını özündə ehtiva edən, Türkiyə xarici işlər naziri Turan Günəşin adı ilə bağlı olan Günəş Planıdır. Bu plana görə, Kipr Respublikası ümumi ərazisi adanın 34%-ini təşkil edən 6 kantonlu (1-i böyük, digər 5-i isə kiçik) muxtar Kipr Türk bölgəsi və iki kantonlu muxtar Kipr Yunan bölgəsindən meydana gələcəkdi:
Muxtar Kipr yunan bölgəsi: əsas Kipr yunan bölgəsi və Kipr Yunan Karpaz bölgəsi;
Muxtar Kipr türk bölgəsi: əsas Kipr Türk bölgəsi və Lefke, Poli, Baf, Larnaka, Kipr Karpaz türk bölgələri.
Muxtar Kipr türk bölgəsini Yunanıstanın silahlı qüvvələri, kiprli yunanların Milli Mühafizə Qüvvələri və digər qeyri-rəsmi yunan silahlı qüvvələri 48 saat ərzində tərk edəcəkdilər. Hər kantona nəzarət öz icmaları tərəfindən həyata keçiriləcəkdi.
Yunan icmasının lideri Q.Klerides 13 avqust 1974-cü ildə R.Denktaşa "Kipr Planı"nı təqdim etmişdir. Plana əsasən, Kiprin konstitusyon quruluşu müstəqil, suveren, unitar Respublika çərçivəsində yunan və türk icmalarının birlikdə yaşamalarına nəzərdə tutan iki icmalılıq xüsusiyyətini qoruyacaqdı. Hər iki icmanın azad iradəsi və fəal əməkdaşlığı ilə konstitusiyon quruluşu yenidən nəzərdən keçiriləcək, hər iki tərəfin müdafiəsi təmin ediləcəkdir. Mərkəzi hökumət prezident idarəçiliyinə əsaslanacaqdı. Yunan və türk icma idarəçilikləri səlahiyyət və vəzifələrini türklərdən və ya yunanlardan ibarət kəndlərdə və bələdiyyələrdə istifa edəcəkdilər. Eyni məqsədlə qarışıq kəndlərdə hansı icma çoxluq təşkil edirsə, o kəndlər həmin icmanın idarəçiliyi altına girəcəkdi. Qanunvericilik səlahiyyəti Nümayəndələr Məclisində olacaq və bu səlahiyyət şura halında ayrı-ayrı yığışan yunan və türk təmsilçilərinə veriləcəkdi (10).
II Cenevrə Konfransı 13 avqustda heç bir nəticə vermədən dağıldı və 14 avqustda Türkiyənin adaya ikinci müdaxiləsi baş tutdu. (5, s. 36-38).

4. NƏTİCƏ

H.Kissincerin təklifi yunanlar tərəfindən qəbul edilməsə də, İngiltərənin xarici işlər naziri L.C.Kallaqan keçirtdiyi mətbuat konfransında danışıqların baş tutmamasında Türkiyəni ittiham edirdi (2,730).
Türkiyənin keçmiş xarici işlər nazirinin müşaviri olmuş, xarici siyasətdə böyük rol oynamış, Kipr müdaxiləsi, NATO ilə əlaqələr, Orta Şərq məsələlərində əhəmiyyətli işlər görmüş Onur Öymen Başaran xatirələrindən ibarət "Zor rota" adlı kitabında Kallaqanla Kissincerin danışıqlarından söz açır. Belə ki, konfransdan sonra Kallaqan H.Kissincerə zəng edib ona ingilis hərbi gəmilərinin, Hindistandan gətirilən döyüşçülərin yolda olduğunu və Türkiyə ilə müharibə aparacaqlarını söyləyir. Kissincer isə bunun çox böyük bir səhv olacağını söyləmiş və uzun sürən cəhdlərdən sonra onu bu fikrindən daşındıra bilmişdir (13).
Cenevrə Konfransından sonra BMT Baş Assambleyasının 1 noyabr 1974-cü il tarixli qətnaməsində bütün dövlətlərin Kiprin suverenliyinə, müstəqilliyinə, ərazi bütövlüyünə və qoşulmama siyasətinə hörmət etməyə çağırılır, xarici dövlətlərin silahlı qüvvələrinin və hərbi heyətinin adadan dərhal çıxarılması tələb edilir, Kipr Respublikasının konstitusyon sisteminin Kiprin yunan və türk icmalarının daxili işi olduğu qeyd edilirdi. Eyni zamanda BMT Baş katibindən Kiprin bütün əhalisinə humanitar yardımın göstərilməsini davam etdirmək xahiş edilirdi (8).
II Cenevrə Konfransında Türkiyə Kipr məsələsinin tərəflər arasında qəti surətdə həll edilməsini hədəfləyərək iştirak etmişdir. Lakin danışıqların heç bir nəticə əldə etmədən bitməsi Cenevrə bəyanatının da əhəmiyyətini itirməsinə səbəb oldu. I Cenevre konfransında Yunanıstanın

göstərdiyi daha mülayim və sülhyönümlü mövqe danışıqların II mərhələsində Britaniya hökuməti ilə bərabər Türkiyəyə münasibətdə sərt, təhrikedici davranışlarla əvəz edilmişdir (9). Yunanıstan adadan hərbçilərini çıxartması üçün Türkiyəyə təzyiq göstərsə də, Britaniyanın adadakı silahlı qüvvələrini artırmasına heç bir etirazını bildirməmiş, hətta onunla ortaq mövqe nümayiş etdirib Türkiyə hökumətini işğalçı adlandırmışdır. Rəsmi Afina Cenevrədə imzalanan atəşkəsin hökmlərini heçə sayaraq və Türkiyənin irəli sürdüyü təklifləri rədd edərək diqqət yayındırma taktikasından istifadə etmişdir (7).
Beləliklə, ilk növbədə, adada sülhün və təhlükəsizliyin bərqərar olması və ondan sonra silahlı qüvvələrini geri çağırmaq, növbəti mərhələdə isə Kiprdə qurulacaq idarəçilik sistemini müzakirə etmək Türkiyənin danışıqlarda əsas hədəfi idi. Türkiyə coğrafi federasiyanın ən uyğun model olduğunu irəli sürürdü. Lakin Türkiyənin hüquq bərabərliyi prinsipindən çıxış edərək irəli sürdüyü bu təkliflərin Yunanıstan və Birləşmiş Krallıq tərəfindən rədd edilməsi türk heyətinin danışıqlardan çəkilməsinə səbəb oldu. Diplomatik yolla müsbət nəticə əldə edə bilməməsi Türkiyənin adaya II hərbi hərəkatını şərtləndirdi.

Ədəbiyyat siyahısı:

Cenevrə Bəyannaməsi, UN Documents S/11398, 30 July 1974 // https://www.securitycouncilreport.org
(Erişim tarihi: 13.07.2023)
Denktaş, R.R., *Kıbrıs Girit Olmasın*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2004
Denktaş, R.R., *Rauf Denktaşın Hatıraları, 1973-74*, Boğaziçi yayınları / İstanbul, 1999
Erol, H., Kıbrıs müzakereleri ve Rauf denktaş // Tarih Okulu Dergisi (TOD), Aralık 2015, yıl 8, sayı XXIV
Erol, H., Rauf Denktaşın Ankaradakı zorunlu ikamet yılları ve faaliyyetleri (1964-1968) // Tarih Okulu Degisi (TOD), Eylül 2015, yıl 8, sayı XXIII
Geçitkale Boğaziçi saldırıları ve bu saldırıların sonuçları nedir? // https://eyvatan.wordpress.com (Erişim tarihi: 13.07.2023)
Güneş, Ş., *Kıbrıs Barış Harekatı ve Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyyeti Sürecinde Türk Kamuoyunu*, Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2012.
https://documents-dds-ny.un.org/doc // Resolution 353 (1974) of 20 july 1974 (Erişim tarihi: 13.07.2023)
İpekçi, A., Tarih Tekerrür ediyor, İngilizler ders almıyor // Milliyyet gazetesi, 12.08.1974 // http://gazetearsivi.milliyet.com.tr/Arsiv/1974/08/12 (Erişim tarihi: 13.07.2023)
İsmail Sabahattin, 100 soruda Kıbrıs Sorunu, Lefkoşa, 1992 (s.s. 249)
Kızılyürek, N., *Daha önceleri neredeydiniz? Dünden bugüne Kıbrıs müzakereleri,* Birikim yayınları, İstanbul, 2009
Öymen, O.B., *Silahsız savaş – bir mücadele sanatı olaraq diplomasi*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2002
Öymen, O.B., *Zor Rota: devletler önleri tıkandığında yeni yollar arar,* Remzi Kitabevi, İstanbul, 2017
Özmen, S., *Avrasyanın kırılma noktası Kıbrıs,* İQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul, 2007
Savrun, E., Kıbrısta yunan Cunta darbesine karşı türk barış harekatının belgelerle kısa tarihi // İnternational Journal of Humanities and Education, Cilt:4, sayı:9, Sinop, 2018

GİRESUN KAZASI HÜKÜMET KONAĞI

Dr. Emrah AKAR

emrah.akar@hotmail.com

ORCİD: 0000-0001-8656-1113

ÖZET

XIX. yüzyılın ikinci yarısından sonra Giresun kazasında birçok imar faaliyeti yürütüldüğü görülmektedir. Bu devirde Giresun kazasında mevcut bulunan Hükümet Konağı'nın kullanılamayacak derecede harap olmasından ötürü yeni bir konak yapımı gündeme gelmiştir. Yapılan birtakım yazışmaların ardından halktan alınan iâneler ile yapımına başlanılan Hükümet Konağı'nın R. 19 Ağustos 1308 (M. 31 Ağustos 1892)'de resmi açılışı yapılmıştır.

Bu çalışmamızda Giresun'da hala mevcudiyetini koruyarak Giresun Üniversitesi Rektörlük binası olarak kullanılan eski Hükümet Konağı'nın yapılış ve tamamlanma sürecini incelemeye çalıştık. Bu amaçla dönemin arşiv belgeleri taranmıştır. Konuyla ilgili olan belgeler alınarak tercüme edilmiştir. Dönemi ve konuyu inceleyen diğer araştırmalar da incelenerek çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Giresun, Hükümet Konağı, Karadeniz

GOVERNMENT HOUSE OF GIRESUN DİSTRİCT

ABSTRACT

It is seen that many zoning activities were operated out in Giresun district after the second half of the XIXth century. In this period the build of a new building be added to agenda due to the deterioration of the existing Government House in Giresun district to become unusable. The Government House whose building started with donations received from the public after some correspondence was officially opened on J. 19 August 1308 (G. 31 August 1892).

In this study we have tried to research the building and completion process of the old Government House which is still used as the Giresun University Rectorate building in Giresun. For this purpose, archival documents of the period were run down. The documents related to the subject have been taken and translated. The study was completed by researching other studies examining the period and the subject.

Key Words: Giresun, Government House, Blacksea

GİRİŞ

Giresun kazasının XIX yüzyılın ikinci yarısından itibaren gerçekleştirilen imar faaliyetleri sonucunda oldukça mamur bir hale geldiği anlaşılmaktadır. Trabzon Vilayeti Salnamelerinde de bu durumun izleri görülmektedir. H. 1305 (M. 1888) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun'un, Trabzon ve Samsun'un ardından vilayet dahilindeki en mamur şehir olduğu dile getirilmiştir.[1] H. 1316 (M. 1898) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Giresun'daki servet ve ahalideki gayret sonrası vücut bulan mamuriyetin memleketi birden ihya ettiği

[1] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 13, Sene-i H. 1305 (M. 1888), s. 239

bildirilmektedir.[2] H. 1322 (M. 1904) tarihli yayınlanan son Trabzon Vilayet Salnamesinde ise Giresun kazasının vilayete bağlı yerler arasında mamuriyet yönünden birinci dereceyi işgal ettiği ve seneden seneye inşa edilen muntazam caddeler, umumi bahçeler, çeşmeler sayesinde bir kat daha mamur hale geldiği belirtilmiştir.[3] Anadolu Kumpanyası ile Osmanlı Bankası müdürlükleri ve Reji Genel Müdürlüğü gibi önemli görevlerde bulunmuş olan Lui Ramber *"Gizli Notlar"* isimli eserinde Giresun şehrinin dış görünüşünün refaha dalalet ettiğini aktarmıştır.[4]

1. GİRESUN KAZASI YENİ HÜKÜMET KONAĞI İNŞASI

Tanzimat devrine kadar Osmanlı şehirlerinde bir idare merkezi bulunmayarak, kadıların ikamet ettikleri konaklar aynı zamanda şehrin yönetim merkezi sayılmıştır. Tanzimat devrinde yapılan kapsamlı reformlar sonucunda Osmanlı şehirlerinde hükümet konakları başta olmak üzere yeni mimari yapılar ortaya çıkmıştır.[5]

Giresun kazasında da 1860'lı yıllarda bir Hükümet Konağı bulunduğu bilinmektedir.[6] Zaman içinde bahsi geçen bu konağın kullanılamayacak derece harap olmasından ötürü yerine yenisinin yapılması gündeme gelmiştir. H. 18 Recep 1303 (M. 22 Nisan 1886) tarihli Trabzon vilayetinden Dahiliye Nezaretine gelen bir belgede; Giresun kazası Hükümet Konağı'nın son derece harap bir hale gelmesine rağmen şimdiye kadar tamir edilerek kullanıldığı, bir önceki sene şiddetli bir fırtına esnasında bir tarafı yıkıldığı ve birkaç odasının da o vakit yıktırılıp tamir edilerek idare edilmeye çalışıldığı ancak artık değil ikamet edilmek, içine girilmesinin dahi tehlikeli bir hale geldiği belirtilmiştir. Bu durumdan ötürü bir kazaya mahal vermemek için yeni bir konağın inşa edilmesi gerektiği, memurların başka bir kiralık daireye taşındıkları, yeni konak inşası için şehrin zenginlerinden iâne sözü alındığı ve durumun ileride arz edileceği bildirilerek yeni konak inşası bitene kadar memurlar için kiralanan binanın kirasının, Dahiliye tahsisatından karşılanması istirham edilmiştir.[7] Trabzon vilayetine gelen H. 1 Zilkade 1303 (M. 1 Ağustos 1886) tarihli tahriratta karşılanması istenilen kiranın, Hükümet Konağı inşa edilmesi karar verilirse onunla beraber karşılanması için Hükümet Konağı'nın usulünce yapımının planlanarak keşif defterinin gönderilmesi ve yapım maliyetinin belirlenip bildirilmesi tebliğ edilmiştir.[8] Trabzon Vilayetine gelen H. 15 Rabiulahir 1304 (M. 11 Ocak 1887) tarihli bir başka tahriratla da konağın yapım keşif defterleri gönderilip yapım maliyetinin tespit edilerek bildirilmedikçe, kira meselesi ile ilgili muamele yapılamayacağı ifade edilerek acilen gereğinin yapılması bildirilmiştir.[9]

Trabzon vilayetine yapılan tebligatlar sonucunda yapımı söz konusu olan Hükümet Konağı ile ilgili evrakların gönderildiği müşahede edilmektedir. H. 21 Cemaziyelevvel 1304 (M. 15 Şubat 1887) tarihli Şehremanetine gelen yazıda, Giresun kazasında yeniden inşa edilecek Hükümet

[2] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 17, Sene-i H. 1316 (M. 1898), s. 173
[3] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 129-130
[4] Ramber, L., *Gizli Notlar*, (Haz. Niyazi Ahmet Banoğlu), Tercüman 1001 Temel Eser, s.125
[5] Avcı, Y., *Osmanlı Hükümet Konakları Tanzimat Döneminde Kent Mekânnında Devletin Erki Ve Temsili*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2017, s. 17-18
[6] Karaman, O., *Giresun Kazası (1850-1900)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, Erzurum, 1999, s. 24
[7] BOA, ŞD, 1838/11-1
[8] BOA, DH. MKT, 1358/29-1
[9] BOA, DH. MKT, 1391/19-1

Konağı ile ilgili yapım planı ve keşif defterinin Trabzon vilayeti İdare Meclisi tarafından gönderildiği ifade edilerek, bunların bina yapımı için mimariye uygun olup olmadıkları sorulmuştur.[10] Trabzon vilayetine gelen H. 19 Recep 1304 (M. 13 Nisan 1887) tarihli tahriratla da planın mükemmel olduğu ve ölçülerinden defter üzerinde gösterildiği ancak bunların mimariye uygun olup olmadıklarının bildirilmediği cevabı verilmiştir.[11] Yapılan bu yazışmaların ardından Giresun'da yeni bir Hükümet Konağı'nın yapımına başlandığı anlaşılmaktadır.

2. HÜKÜMET KONAĞI'NIN RESMİ AÇILIŞ GÜNÜ ÜZERİNE GÖRÜŞLER

Giresun'da inşa edilen Hükümet Konağı'nın tamamlanması ile resmi açılış tarihine değinen çalışmalarda görüş birliği olmadığı ve bu konuda bir belirsizlik olduğu müşahede edilmektedir. O. KARAMAN *"Giresun Kazası (1850-1900)"* isimli doktora tezinde, Giresun Hükümet Konağı'nın Kaptan Yorgi Paşa tarafından yaptırıldığını belirtmiş ancak herhangi bir yapılma tarihi vermemiştir.[12] Ö. DEMİRKAN ve S. SALBACAK *"II. Abdülhamid Dönemi İmar Faaliyetleri Çerçevesinde Giresun'da Son Osmanlı Camileri"* isimli çalışmalarında Giresun Hükümet Konağı'nın 1886'da yapıldığını bildirmişlerdir.[13] N. YAZICI METİN *"Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Hükümet Konaklarının İnşa Süreci ve Mimarisi Devlet Kapısı"* isimli çalışmasında, Giresun Hükümet Konağı'nın 1892'de tamamlandığını belirtmiştir.[14] M. FATSA ise *"Kurumları Ve Yapılarıyla Giresun Şehri (Osmanlı Dönemi)"* isimli eserinde Giresun Hükümet Konağı'nın tamamlanmasına rağmen gecikmeli olarak 31 Ağustos 1903'de resmi olarak açıldığını belirtmiştir.[15] M. FATSA'nın bugünkü adı *"Savaştepe"* olan Hüdavendigar vilayetine bağlı Karesi sancağının Giresun nahiyesi ile Trabzon Vilayetine bağlı Trabzon sancağının Giresun kazasını karıştırdığı anlaşılmaktadır. Giresun nahiyesinde de benzer tarihlerde bir Hükümet Konağı yapım meselesi ortaya çıktığı Osmanlı Arşivi belgelerinde görülmektedir.[16]

3. GİRESUN KAZASI HÜKÜMET KONAĞI'NIN RESMİ AÇILIŞI

Yaptığımız literatür taraması sırasında ulaştığımız İstanbul Üniversitesi Nadir Eserler Kütüphanesi II. Abdülhamid Han Fotoğraf Albümleri'nde NEKYA90854/68 Demirbaş Numarası ile bulunan, üzerinde Giresun Kaymakamı Bekir Sıdkı Paşa'nın mührü olup padişahın başmabeyincisine yazıldığı anlaşılan tahriratta, Giresun kazası Hükümet Konağı'nın resmi açılış tarihi ile alakalı net bilgiler verilmektedir.

R. 21 Teşrin Sani 1308 (M. 3 Aralık 1892) tarihli tahrirattaki *"Trabzon Vilayetinde Giresun kasabasının letâfet ve ehemmiyyet-i mevki'yesinden başka Bahr-i Siyah'da ikinci derecede merkez-i ticaret olmasından dolayı ma'mûriyyet ve ticaret-i mahalliye günden güne kesb-i*

[10] BOA, DH. MKT, 1399/104-1
[11] BOA, DH. MKT, 1412/58-1
[12] Karaman, O., *Giresun Kazası (1850-1900)*, s. 24-26
[13] Demirkan, Ö. Ve Salbacak, S., *"II. Abdülhamid Dönemi İmar Faaliyetleri Çerçevesinde Giresun'da Son Osmanlı Camileri"*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 11, 2018, s. 461
[14] Yazıcı Metin, N., *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Hükümet Konaklarının İnşa Süreci ve Mimarisi Devlet Kapısı*, Kitabevi, İstanbul, 2019, s. 116
[15] Fatsa, M., *"Kurumları Ve Yapılarıyla Giresun Şehri (Osmanlı Dönemi)"*, Giresun Belediyesi Kültür Yayınları, İstanbul, 2020, s. 65-66
[16] BOA, ŞD, 1549/57; DH. MKT, 2444/101; DH. MKT, 2510/49;DH. MKT, 729/23; DH. MKT. 754/12

vüs'at ve o cihetle bir çokta ecnebi me'mur ve tüccarı ikamet etmekte olub kasaba-i mezburda hükümet dairesinin harâbiyetinden naşi müceddeden yaptırılmak üzere eslâf-ı çakeranem zamanında hedm edildiği ve me'murin-i mahalliyenin müteferrik mahallerde ifa-yı vazife etmekte oldukları bidâyet-i vuku-ı me'muriyet ve muvasalat-ı acizanemde müşahede olunarak bu suret-i yâr ü agyâra karşı muvafık hâl olmadığından kasaba-i mezburenin ehemmiyyet-i mevki'yesiyle mütenâsib bir bâb daire-i hükümetin inşası ve me'murin-i mahalliyenin işlerinde duçar oldukları müşkülattan kurtarılması lüzûm-ı sahîh tahtında görünmüş olub icabı lede'l-teemmül hangi bir me'mur hulûs niyetle bir emr-i menâfi'n husûlüne teşebbüs eylemiş olsa ol-hâlde tevfîkat-ı rabbânî ve tevcîhât-ı füyûzât gayât-ı cihân-dâri meded-res olacağı meczûm olmağla binâenaleyh şu hâlde dahi gönlümde hasıl olan inşiraha i'timâden bu abd-i aciz dahi hazîne-i celîleye bâr olmamak üzere husûl-ı matlûb iâne ahâlîye müracaatla teysîr-nümâ-yı merrat-ı şühûd olacağı ve bu kazanın başlıca mahsûlâtı fındıktan ibaret olarak dâhil ve hâriç memalike nakil ve irsal olunacak fındığın beher kıyyesinden yarımşar para alındığı hâlde kimseye bâr olmayacağı anlaşıldığından suret-i hâl ol bâbda teşkil kılınan meclis-i umûmîyyede bi'l-tensîb verilen karar üzerine geçen üç yüz beş senesi içinde emr-i inşaat ve komisyon-ı mahsus tarafından iâne-i-i mezkurenin ahz ve istihsaline besmele-keş ibtidar olunarak daire-i mezkure evvelce tersîm ettirilen harita vechle fevkanî ve tahtânî bir bâb mescid ve yirmi beş oda ve iki salondan ibaret olduğu halde meded-kârî-i tevcihat kudsiyyet-i âyât cenâb-ı hilâfet-penâhi ile mükemmelen inşa kılınmış olmasıyla geçen Ağustos'un on dokuzuna şeref-bahş tesadüf eden cülûs-ı meyâmin-i me'nûs cihân-bânî-i ruz-ı mes'adet bürûzunda teyemmünen resm-i küşadı icra kılınmıştı daire-i mezkurenin cesâmetiyle beraber el-hakk fenn-i mi'mâriye muvafık surette pek metîn ve rasîn ve dil-nişîn olmak üzere inşa kılınmış…" ifadelerle konağın yapım ve resmi açılış süreci kısaca aktarılmıştır.[17] Bekir Sıdkı Paşa'nın aktardıklarından halktan toplanan iânelerle konağın yapıldığı, iâne toplama işi için özel bir komisyon kurulduğu ve böylelikle inşaatın başladığı anlaşılmaktadır. Tahriratta konağın resmi açılışının II. Abdülhamid'in cülus gününe denk gelen 19 Ağustos'ta gerçekleştiği ifade edilmektedir. Tahriratın R. 21 Teşrin Sani 1308 tarihli olmasından ötürü de konağın R. 19 Ağustos 1308 tarihinde resmi açılışının yapıldığı ortaya çıkmaktadır. Türk Tarih Kurumu Tarih Çevirme Kılavuzuna göre R. 19 Ağustos 1308 tarihi Miladi olarak 31 Ağustos 1892 tarihine denk gelmektedir, böylelikle de Giresun kazası Hükümet Konağı'nın resmi açılış tarihinin 31 Ağustos 1892 olduğu anlaşılmaktadır.

Bekir Sıdkı Paşa tahriratında konağın fotoğrafının, toplanan iâne ve sarfiyat miktarını gösteren komisyondan alınan hesap özetiyle konağın yapımında emeği geçenlerin isim pusulasının da takdim edildiğini belirtmiştir.[18] Bekir Sıdkı Paşa'nın bahsettiği *"Bi'l-rıza i'tâ olunan iânat-ı ahâlî-i umûmiyye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin iânesiyle masârif-i inşaiyesini mübeyyen cetveldir"* başlıklı Vekil-i Mühendis Kondüktör Ali Akif, Kalfa-i İane-i İnşaat-ı Hükümet Hasan ve Kalfa-i İane-i İnşaat-ı Hükümet Receb Ağa[19]

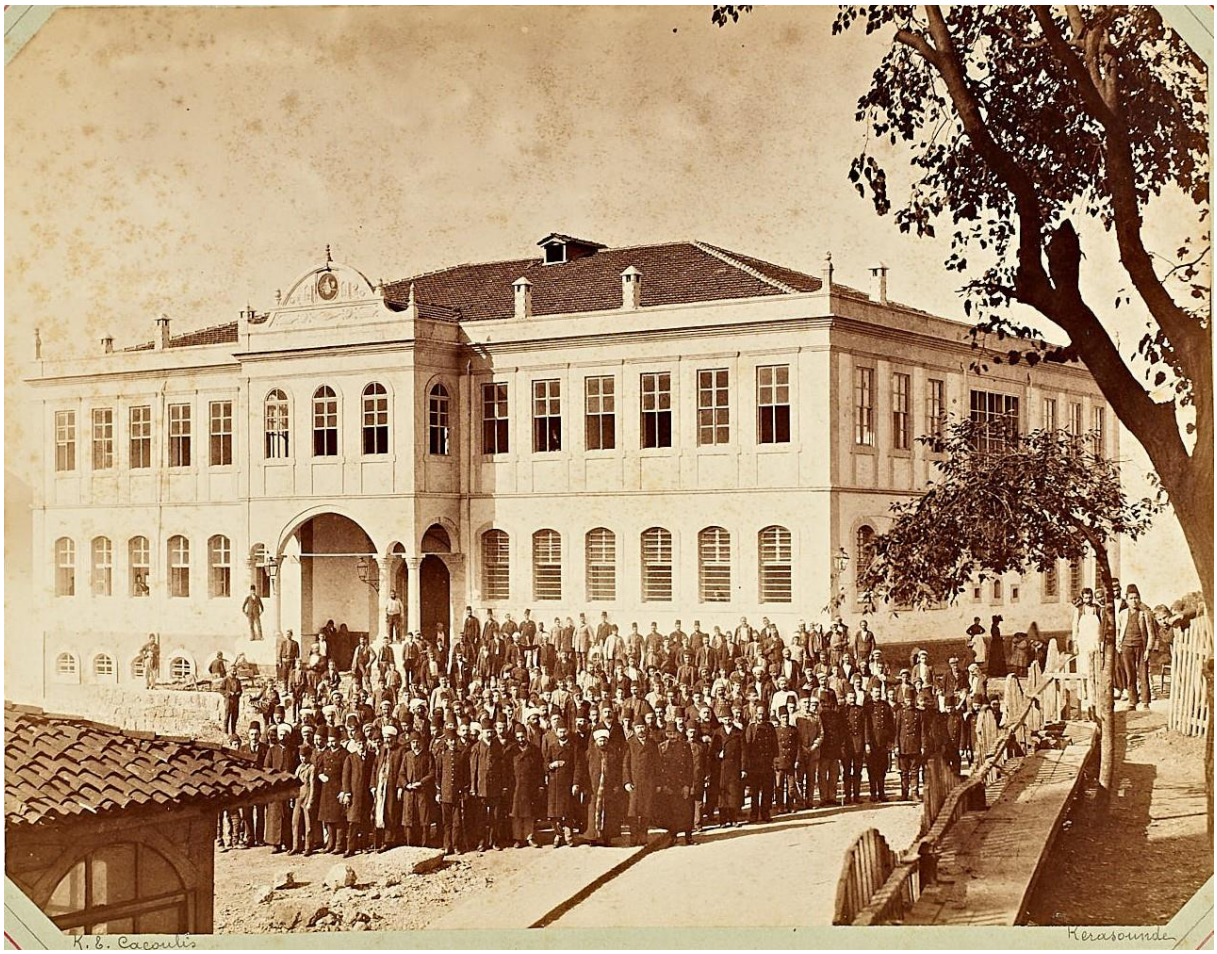
[17] Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/68, *Musul-Şam : İta olunan ianat-ı ahali-i umumiye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin ianesiyle masarıfı-ı inşaiyesine dair,* http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0068.jpg (08.08.2023)

[18] Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/68, *Musul-Şam : İta olunan ianat-ı ahali-i umumiye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin ianesiyle masarıfı-ı inşaiyesine dair,* http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0068.jpg (08.08.2023)

[19] Mühür son derece silik ve net olmamasından dolayı Recep Ağa ismi şüpheli

isimleriyle mühürlü hesap özetinde de *"Giresun kazası kaymakamlığının merkezi bulunan Giresun kasabasında münhasıran iânat-ı ahâlî-i umûmîyye ile inşa olunan kırk dört arşun tul ve otuz arşun arzında tahtani fevkani maa-mescid-i şerif yirmi altı odalı iki salonu şamil kargir olarak inşa ve itmam edilen hükümet konağının balada mikdarı arz olunduğu veçhile üc yüz elli bin guruş makbuzat ve ol mikdar sarfiyat ile husul-pezir olmuş bulunduğunu mübeyyen iş bu cedvel arz ve takdim kılınmış…"* ifadeleriyle inşa edilen konağın yapısı ve maliyeti bildirilmiştir. Komisyondan alınan hesap özetinde toplamda üç yüz elli bin kuruş iânat toplanıp aynı miktarda da sarf edildiği görülmektedir.[20]

Görsel 1. Yeniden İnşa Edilen Giresun Kazası Hükümet Konağı



Kaynak: Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/27, Musul-Şam : Giresun Hükümet Konağı, http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0027.jpg (08.08.2023)

H. 12 Rabiulahir 1310 (M. 3 Kasım 1892) tarihli Sadarete gelen bir tahriratta, Giresun'da inşa edilerek resmi açılışı yapılan Hükümet Konağı'nın yapımında emeği geçenlerin isim pusulalarının taltif edilmeleri için takdim edildiğinden bahsedilmektedir.[21] Bahsi geçen bu isim pusulasından yukarıda bahsettiğimiz tahriratında Bekir Sıdkı Paşa'da değinerek takdim ettiğini bildirmiştir ancak literatür taramamız sırasında bu isim pusulalarına rastlayamadık. Sonraki

[20] Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/67, *Musul-Şam : İta olunan ianat-ı ahali-i umumiye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin ianesiyle masarıfi-ı inşaiyesini mübeyyin cetveldir,* http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0067.jpg (08.08.2023)
[21] BOA, DH. MKT, 2017/20-1

yıllarda da Giresun kazası Hükümet Konağı'nın yeri geldikçe tamir işleri ile eksikleri giderilmeye devam etmiş[22] ve hatta Birinci Dünya Harbi esnasında bombardımana uğrayarak zarar da görmüştür.[23]

SONUÇ

XIX. yüzyılın ikinci yarısından itibaren yürütülen imar faaliyetleri ile beraber Giresun kazası, Trabzon vilayeti dahilindeki en mamur şehirlerden biri haline gelmiştir. Bu dönemde harap olarak kullanılamayacak hale gelen Hükümet Konağı'nın yeniden inşa edilmesi gündeme gelmiştir. Yapılan yazışmaların ardından yeniden inşa edilmeye başlanılan Giresun kazası Hükümet Konağı, halktan toplanılan iânelerle yapılmıştır. Konağın inşasının tamamlanma ve resmi açılış gününe değinilen çalışmalarda görüş birliği olmadığı saptanmıştır. Tarafımızca yapılan literatür taraması sırasında ulaştığımız bazı evrakları incelememizin sonucunda, bugün hala Giresun Üniversitesi Rektörlük binası olarak kullanılan Giresun kazası Hükümet Konağı'nın 31 Ağustos 1892'de resmi açılışının yapıldığı tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Devlet Arşivleri Başkanlığı Osmanlı Arşivi (BOA)

Dahiliye Nezâreti Mektubî Kalemi (DH. MKT)

729/23; 754/12; 1184/13; 1358/29-1; 1391/19-1; 1399/104-1; 1412/58-1; 2017/20-1; 2444/101; 2510/49.

Maliye Nezâreti Emlak-i Emiriyye Müdüriyeti (ML. EEM)

779/13; 848/12; 1013/11; 1334/7.

Şûrâ-yı Devlet (ŞD)

1549/57; 1838/11-1; 1850/11.

Nadir Eseler Kütüphanesi

Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/27, Musul-Şam : Giresun Hükümet Konağı, http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0027.jpg (08.08.2023).

Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/67, *Musul-Şam : İta olunan ianat-ı ahali-i umumiye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin ianesiyle masarıfı-ı inşaiyesini mübeyyin cetveldir*, http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0067.jpg (08.08.2023).

[22] BOA, ŞD, 1850/11; DH. MKT, 1184/13; ML. EEM, 779/13; ML. EEM, 848/12; ML. EEM, 1013/11; ML. EEM, 1334/7

[23] Sarı, S., "*Birinci Dünya Savaşı Yıllarında Giresun'da Yaşanan İki Büyük Hadise*", Uluslararası Birinci Dünya Savaşı'nın 100. Yılı Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Cilt 2, Ankara, 2017, s. 502

Nadir Eseler Kütüphanesi, Demirbaş Numarası: NEKYA90854/68, *Musul-Şam : İta olunan ianat-ı ahali-i umumiye ile Giresun kazası merkezinde inşa olunan kargir hükümet konağı ebniyesinin ianesiyle masarıfı-ı inşaiyesine dair,* http://nek.istanbul.edu.tr:4444/ekos/FOTOGRAF/90854---0068.jpg (08.08.2023).

Trabzon Vilayeti Salnameleri

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 13, Sene-i H. 1305 (M. 1888).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 17, Sene-i H. 1316 (M. 1898).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904).

Diğer Kaynaklar

Avcı, Y., *Osmanlı Hükümet Konakları Tanzimat Döneminde Kent Mekânnında Devletin Erki Ve Temsili*, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul, 2017.

Demirkan, Ö. Ve Salbacak, S., *"II. Abdülhamid Dönemi İmar Faaliyetleri Çerçevesinde Giresun'da Son Osmanlı Camileri"*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 11, 2018, ss. 460-467.

Fatsa, M., *"Kurumları Ve Yapılarıyla Giresun Şehri (Osmanlı Dönemi)"*, Giresun Belediyesi Kültür Yayınları, İstanbul, 2020.

Karaman, O., *Giresun Kazası (1850-1900)*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı, Erzurum, 1999.

Ramber, L., *Gizli Notlar*, (Haz. Niyazi Ahmet Banoğlu), Tercüman 1001 Temel Eser.

Sarı, S., "*Birinci Dünya Savaşı Yıllarında Giresun'da Yaşanan İki Büyük Hadise*", Uluslararası Birinci Dünya Savaşı'nın 100. Yılı Sempozyumu Bildiriler Kitabı, Türk Tarih Kurumu Yayınları, Cilt 2, Ankara, 2017, ss. 495-506.

Yazıcı Metin, N., *Tanzimat'tan Cumhuriyet'e Hükümet Konaklarının İnşa Süreci ve Mimarisi Devlet Kapısı*, Kitabevi, İstanbul, 2019.

TRABZON VİLAYETİ SALNAMELERİNE GÖRE GİRESUN'UN COĞRAFİ VE FİZİKİ YAPISI

Dr. Emrah AKAR*

emrah.akar@hotmail.com

ORCİD: 0000-0001-8656-1113

ÖZET

Vilayet Salnameleri, yayınlandıkları vilayetlerin coğrafi, fiziki, demografik, idari, iktisadi, adli, askeri vb. yapıları ile alakalı bilgiler içermelerinden dolayı bilhassa şehir tarihleri açısından önem taşımaktadırlar. 1869-1904 tarihleri arasında yirmi iki defa çıkarılan Trabzon Vilayeti Salnameleri, aralarında Giresun'un da olduğu birçok şehir ile ilgili değerli bilgiler sunmaktadır.

Giresun kazası, Sivas vilayetinin Karahisar-ı Şarkî sancağına bağlı olmasından dolayı H. 1292 (M. 1875) tarihinden H. 1296 (M. 1879) tarihine kadar Trabzon Vilayeti Salnamelerinde yer almamıştır. 1879'da Giresun kazası tekrardan Trabzon vilayetine bağlanmış ve aynı yıl çıkan Trabzon Vilayeti Salnamesinde de yer almıştır. Trabzon Vilayeti Salnameleri Giresun kazasının coğrafi ve fiziki yapısı ile alakalı kıymetli bilgiler içermektedir.

Bu çalışmamızda Trabzon Vilayeti Salnamelerine göre Giresun kazasının coğrafi ve fiziki yapısını incelemeye çalıştık. Çalışma için Trabzon Vilayeti Salnamelerinin tüm nüshaları incelenmiş, konumuzla alakalı olduğu belirlenen kısımlar tercüme edilerek çalışmada kullanılmıştır. Salnamelerin dışında konuyla ilgili yapılmış araştırmalar da incelenerek çalışma tamamlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Giresun, Trabzon, Salname, Karadeniz

ABSTRACT

GEOGRAPHICAL AND PHYSICAL STRUCTURE OF GIRESUN ACCORDING TO TRABZON PROVINCIAL YEARBOOKS

Provincial yearbooks geographical, physical, demographic, administrative, economic, judicial, military etc. of the provinces in which they are published. They are especially important in terms of city histories as they contain informations about their structures. Trabzon Province Yearbooks, published twenty-two times between 1869-1904 provide valuable information about many cities including Giresun.

Giresun district was not included in the Trabzon Province Yearbooks from H. 1292 (G. 1875) to H. 1296 (G. 1879) due to the fact that Sivas province was affiliated to the Karahisar-ı Şarkî sanjak. Giresun district was again affiliated to Trabzon province in 1879 and it was included in the Trabzon Province Yearbooks which was published in the same year. Trabzon Province Yearbooks contain valuable informations about the geographical and physical structure of the Giresun district.

* Bu çalışma T. C. Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde 2016 yılında hazırlanan *"Trabzon Vilayeti Salnamelerinde Giresun (1869-1904)"* isimli Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

We have tried to research the geographical and physical structure of Giresun district according to the Trabzon Province Yearbooks in this study. For the study all the copies of the Trabzon Province Yearbooks were researched and the chapters determined to be relevant to our subject were translated and used in the study. Apart from the yearbooks other studies on the subject were also researched and the study was completed.

Key Words: Giresun, Trabzon, Yearbook, Blacksea

GİRİŞ

Farsça sal (yıl) ile name (kitap) sözcüklerinden meydana gelen salname kelimesi, Osmanlı Devleti'nin çıkardığı yıllıklara denilmiştir.[1] Batı Dünyasında XV. yüzyıla kadar bu tür neşriyatın geçmişi uzanmaktadır ve o devirlerde Almanya'da almanak ismiyle ilk yıllıklar yayınlanmıştır.[2] Osmanlı Devleti'nde salnameler resmi ve özel olarak ikiye ayrılırken, resmiler de devlet, nezaret ve vilayet salnameleri olmaz üzere üçe ayrılmıştır.[3]

Çalışmamızın ana kaynağını teşkil eden Trabzon Vilayeti Salnamelerinin de dahil olduğu vilayet salnameleri, Halep mektupçusu İbrahim Halit Bey'in yayınladığı *"Fihrist-i Vilâyet-i Haleb"* isimli salname örnek alınarak hazırlanmıştır. İçerisindeki bilgilerle Babıâli'nin dikkatini çeken bu eserden bütün vilayetlere birer numune gönderilerek, bu salnameye benzer şekilde salnameler tertip edilmesi emredilmiştir. Vilayet salnamelerin içeriği yayınlandıkları eyalete göre değişiklik göstermektedir. Vilayet salnamelerinde genellikle vilayetin idari teşkilatlanması, memurları, vilayet mahallinin tarihi, vilayetteki eski eserler, coğrafyası, vilayetin idari taksimatı, vilayetin kaza ve nahiyeleri, vilayetteki üretim etkinlikleri, ticaret ve nüfusuyla ilgili bilgiler, fotoğraf ve haritalar bulunmuştur.[4] İlk vilayet salnamesi Saraybosna'da *"Salnâme-i Vilâyet-i Bosna"* adıyla 1866'da neşredilmiştir. Vilayet salnamelerini yayıma vilayet mektupçularınca hazırlanmıştır.[5] Vilayet salnamelerinin her yıl çıkarılması arzulanmasına karşın düzenli şekilde vilayetlerde her yıl çıkarılamamışlardır fakat bu yayınların neşredildiği tarihler aralığında, neşredildikleri vilayetteki değişim ile gelişmeler takip edilebilir. Ayrıca vilayet salnamelerinin şehir tarihlerinin yazılmasında mühim kaynaklardan biri olduğu da ifade edilebilir.[6]

Salnamelerin yayınlandığı tarihlerde *"Kaza"* statüsünde olan Giresun, Sivas vilayetinin Karahisar-ı Şarkî sancağına bağlı olmasından dolayı H. 1292 (M. 1875)'den H. 1296 (M. 1879)'ya kadar Trabzon Vilayeti Salnamelerinde bulunmamıştır. 1879'da Giresun kazası tekrardan Trabzon vilayetine bağlanmış ve aynı yıl çıkan Trabzon Vilayeti Salnamesinde de yer almıştır. Trabzon Vilayeti Salnameleri Giresun kazasının coğrafi ve fiziki yapısı ile alakalı kıymetli bilgiler içermektedir.

Giresun kazasının çeşitli tarihlerde kendisine bağlanıp ayrılan Akköy, Keşap, Piraziz ve Kurık ile toplam dört nahiyesi olduğu Trabzon Vilayeti Salnamelerinde görülmektedir. Bazı

[1] Bayrak, M. O., *Resimli Osmanlı Tarihi Sözlüğü*, İnkilâp Kitapevi, İstanbul, 1999, s. 364
[2] Ertuğ, H. R., *"Osmanlı Devrinde Salnâmeler"*, Hayat Tarih Mecmuası, Yıl 9, Cilt 2, Sayı 7, 1973, s. 15
[3] Aydın, B., *"Salnâme"*, D.İ.A., Türkiye Diyanet Vakfı, Cilt 36, İstanbul, 2009, s. 51-52
[4] *"Salname"*, İ.A., M.E.B, Cilt 10, İstanbul 1967, s. 135; Aydın, B., *"Salnâme"*, s. 53
[5] Aydın, B., *"Salnâme"*, s. 53
[6] İzgöer, A. Ş., *"Osmanlı Salnâmelerinin Şehir Tarihi Bakımından Önemi"*, Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, Cilt 3, Sayı 6, 2005, s. 540

salnamelerde kaza ve nahiyelerdeki köy ve mahalle sayıları da verilmiştir. H. 1287 (M. 1870) senesi Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun kazasının 29 köyü ile 5 mahallesi, Akköy nahiyesinin 33 köyü, Keşap nahiyesinin 31 köyü ve Kurık nahiyesinin de 14 köyü bulunduğu müşahede edilmektedir.[7] H. (1296) M. (1879) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Giresun kazasında 34, Keşap nahiyesinde 32, Akköy nahiyesinde 19 ve Piraziz nahiyesinde de 14 mahalle ile köy bulunduğu müşahede edilmektedir.[8] H. 1305 (M. 1888) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde ise Giresun kazasının 14 adet mahalle ile 140 adet köye sahip olduğu görülmektedir.[9]

1. GİRESUN ŞEHRİ

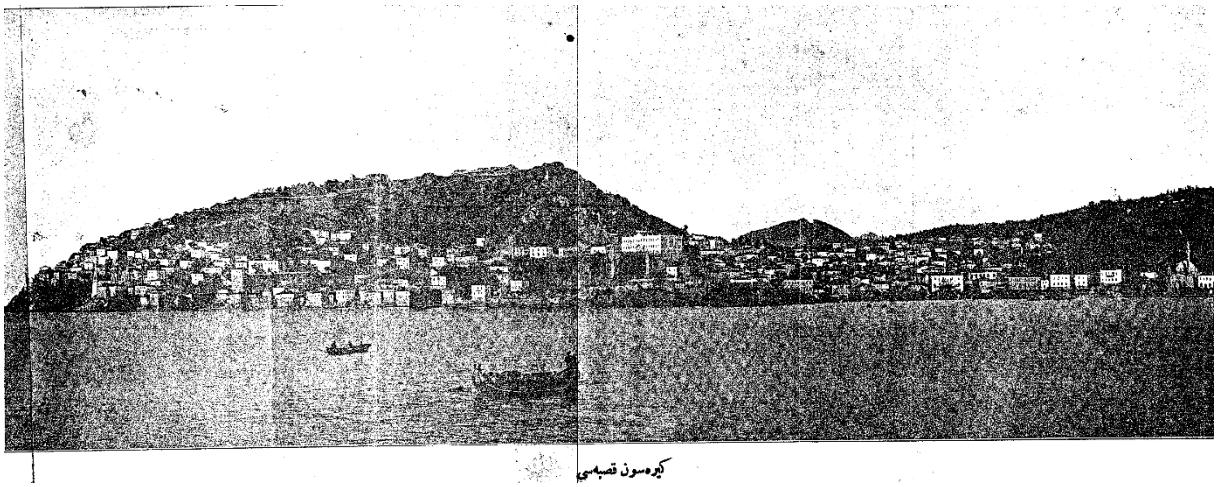
Trabzon Vilayeti Salnamelerinin bazı nüshalarında vilayet dahilindeki şehirlerin görünüşlerinin betimlemesi yapılmıştır. H. 1305 (M. 1892) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun "*Giresun kasabası memleketin cephesini teşkil eden latif bir dağın dameninden başlayarak tatlı bir meyil ile ta deniz kenarına kadar imtidad etmek gibi haiz-i letafet bir vaziyette tesis olunup kasabanın denize nazır olan bu ciheti yek nazarda enzar-ı temaşagerana arz-ı didar ediyor. Ancak kasabanın göze çarpan bu kısm-ı mer'îsi cesamet-i asliyesi derecesine nazar-ı evvelide tayin ve irae etmez. Zira kasabanın zikrolunan dağın arka cihetindeki kısm-ı diğeri denizden atf edilecek enzar-ı dikkate nümâyân olamaz. Bunun için kasabaya çıkılıp da her tarafı ba-husus dağın arka cihetindeki mahallatı gözden geçirilmezse kasabanın cesamet ve ehemmiyetine dair bir muvazene-i sahihe peyda edilemez. Giresun'un manzara-i umummiyyesini tezyin eden asar-ı umrândan biri de havi olduğu hanelerin ekseriyet üzere kargir ve muntazam olmasıdır. Kasabanın etraf ve eknafı ise serapa fındık bağçeleriyle muhat ve müzeyyen olup bunların enzar-ı temaşagerana karşı teşkil ettikleri manzara sahihen bakılmakla doyulamıyalacak kadar latif ve ra'na-terdir. Hele bu bağçeleri teşkil eden fidanların feyz-i bedi' rebi' ile bir reng-i zümürridine büründükleri mevsimde Giresun'da bulunacak sahib-i zevk-i selim bir meftun-ı tabiat bu manzara-i dilaraya ale't-tevâli atf-ı enzar-ı iştiyak etmekten hali kalmasa bile şevk-i şedidini teskin edemez."* sözleriyle tarif edilmiştir.[10]

H. 1316 (M. 1898) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Giresun "*Giresun'un bir iki caddesi Frenklerin 'bulvar' nâmını veregeldikleri caddeler mertebesinde muntazam, vâsi, ve ağaçlarla müzeyyen ve naziftir. O caddeler, o nezafet sayesindedir ki hava, ceyadet ve demir borulardan isale edilmekle abı nefaset ve lezzet kesb etmiştir. Mevkii zaten latiftir; Kale nâmı verilen tepe ise bir kürsi-i bedâyi'dir."* sözleriyle betimlenmiştir.[11] H. 1320 (M. 1902) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde ise "*Kasaba bir şibh-i cezîrenin her iki tarafına mebni olduğundan bütün akşamı def'aten görülemez; kasabanın diğer bir kısmını görebilmek için şibh-i cezireyi dolaşmak lazım gelir. Kasabanın büyük bir parçası şibh-i cezirenin vasi'-i berzahı üzerinde bulunur. Buradan sonra sahile doğru kesb-i inhitât eden zemin şibh-i cezirenin ortalarında birden bire yükselir; Akrapolis nâm-ı kadîmiyle yâd olunan ve eski bir kale harabesini muhtevî bulunan tepe de bu noktadır. Kasabanın denize doğru ve ilerlemiş olan aksâmı pek ârızalı olup buralardan bir vakitle kemâl-i müşkilâtla geçilmekte iken daire-i*

[7] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 2, Sene-i H. 1287 (M. 1870), s. 89
[8] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 11, Sene-i H. 1296 (M. 1879), s. 119
[9] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 13, Sene-i H. 1305 (M. 1888), s. 173
[10] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 14, Sene-i H. 1309 (M. 1892), s. 226-227
[11] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 17, Sene-i H. 1316 (M. 1898), s. 173

belediyenin himmetiyle bu son zamanlarda mükemmel caddeler açılmış ve Akropal tepesi üzerine mütenevvi' ağaçlardan güzel bir bulvar vücuda getirildiği gibi buraya da tepenin her iki tarafına çıkılmak üzere başkaca yollar yapılmıştır. Hükümet dairesi ahâlînin iânâtıyla kasabanın denize hâkim bir noktası üzerinde yapılmış muazzam ve dil-nişîn bir binadır. Bu son zamanlarda Hükümet Konağı ittisaline ve altı bin metro terbî'nde bir memleket bahçesi yapılmaktadır. Sokaklarının intizamına, yüz bin arşın murabba'ında bulunan başlıca caddelerinin muntazam kaldırım taşlarıyla döşenmiş olmasına, her noktada göze çarpan âsârı mamûriyyete bakılacak olur ise belediye reisi gayret-şiârı Kapudan Yorgi Paşa'nın himmet ve ikdâmâtına takdir-hân olmamak kâbil değildir." ifadeleriyle Giresun tasvir edilmiştir.[12]

Görsel 1. H.1322/M.1904 Yılı Trabzon Vilayeti Salnamesinde Bulunun Giresun Kasabasının Fotoğrafı



Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904)

2. GİRESUN KAZASININ ORMAN VE AKARSULARI

Karadeniz'de iklimin uygunluğundan ötürü birçok ağaçtan oluşan ormanlar meydana gelebilmiştir.[13] Giresun'da da Karadeniz iklimine muvafık bir bitki örtüsü müşahede edilmektedir.[14] Giresun'da yıl boyunca sürekli yağışların tesiriyle doğal bitki örtüsü son derece zengindir[15] ve ormanlar ile yeşil alanlar geniş alan tutarak, Giresun'un yeşil bir çehreye sahip olmasını sağlarlar. Giresun'un bu hususiyetine Trabzon Vilayeti Salnamelerinde de atıfta bulunularak, Giresun'un Anadolu'nun Bursa'sının gibi "*yeşil memleket*" olduğu ifade edilmiştir.[16]

Salnamelerde vilayetteki ormanlar hakkında da bilgiler verilmiştir. H. 1288 (M. 1871) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun'da; Kenkene, Akkakezik ile Şeba isimli ormanlar bulunduğu bildirilip bu ormanlarda meşe ve köknar çamı tabir edilen ağaçlar olduğu ifade edilmiştir. Aynı salnameye göre Giresun'a bağlı Akköy nahiyesinde; Çaldağı, Keçilik, Yoğunyokuş, Elmalı, Bozandağı adlı birbirine bitişik beş orman vardır ve bu ormanlarda genellikle çam ve doruk isimli ağaçlarla az sayıda meşe, yaykın, karaağaç ve efranbul ağaçları

[12] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 20, Sene-i H. 1320 (M. 1902), s. 177-178
[13] Atalay, İ., *Türkiye Coğrafyası*, Yeniçağ Basın-Yayın, Ankara, 1989, s.174
[14] Yalçın, O., *Giresun*, Özyürek Yayınları İstanbul, 1979, s.10
[15] Gökçen R., *Giresun Ve Karadeniz Bölgesi*, Özyürek Yayınları, İstanbul 1987, s.11
[16] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 132

bulunmaktadır. Bu ormanların mevcudiyetlerine karşın bunlardan kereste nakledilememiş ve hiçbir biçimde de faydalanılamamıştır. Bahsi geçen bu salnameye göre ayrıca Giresun kazasının Keşap nahiyesinde; Elka, Karadere, Çal, Eyükalan ve Kabalacık isimlerinde beş adet orman bulunup, bu ormanlarda gürgen, çam, meşe ve kestane ağaçları yetişmekte idi ancak bu ormanlardan da kereste nakledilemiyordu.[17]

H. 1298 (1881) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun'da 665000 dönüm orman olduğu bildirilmiştir.[18] H. 1316 (M. 1898) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinin sonunda sayfa numarasız olarak verilmiş vilayetteki ormanlarla ilgili tabloda Giresun kazasında köknar, kayın, kestane ve çimşir ağaçlarından oluşan 100000 hektar orman olduğu görülmektedir.[19] H. 1319 (1901) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Giresun kazasının 682572 dönüm ormana sahip olduğu müşahede edilmektedir.[20]

Trabzon Vilayeti Salnamelerinin bazı nüshalarında "*Enhar*" başlığı altında vilayet dahilindeki akarsularla ilgili detaylı olmayan bilgiler verilmiştir. H. 1289 (M. 1872) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde, Giresun'da yaylaklardan doğarak denize dökülen Su ile Batlama isimli iki ırmak olduğu ve bu ırmakların taşkın zamanlarında Kelek isimli kayıklarla hareket edildiği ifade edilmiştir. Aynı Salnamede, Akköy nahiyesinde Pazarsuyu nehrinin yaylaklardan doğarak denize ulaştığı ve bu nehirde kayıkla hareket edilemediği belirtilmiştir.[21] H. 1318 (M. 1900) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Aksu ırmağının Karagöl Dağı'ndan doğarak Giresun'un doğusundan denize karıştığı bildirilmiştir.[22]

3. GİRESUN KAZASININ YOLLARI

Trabzon Vilayeti Salnamelerinin bazı nüshalarında vilayet dahilindeki ulaşım ağı ve yollar ile ilgili detaylı bilgiler aktarılmıştır. Salnamelerde Giresun ile Karahisar-ı Şarkî arasındaki yolun vilayetin en mühim yollarından biri olduğu belirtilmiştir.[23] H. 1311 (M. 1894) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun ile Karahisar-ı Şarkî arasındaki yolun 52 kilometresinin Giresun kazası dahilinde bulunduğu bildirilip güzergahı üzerinde bir metreden on metreye kadar uzunluğunda 37, on metreden yirmi iki metreye kadar uzunluğunda 2 köprü mevcut olduğu ve elli santimden üç metreye kadar yapılan menfezlerinde 86 adet olduğu bildirilmiştir.[24] Ayrıca bu yol sayesinde Giresun'un imar ve ticaretinin arttığı da ifade edilmiştir.[25]

Trabzon Vilayeti Salnamelerinin son üç nüshasında "*Umur-ı Nâfia*" başlığı altında vilayet dahilindeki birçok yol ile alakalı bilgiler aktarılmıştır. Yayınlanan son salnameye göre Giresun'un yolları şu şekildedir;

Giresun- Karahisar-ı Şarkî Yolu: Yolun onarımı ihale olunan müteahhitin vefatından sonra onarımı üzerine alan babasının da ölmesiyle, yolun hâlâ onarımı tamamlanmamış on beş

[17] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 3, Sene-i H. 1288 (M. 1871), s. 144-145
[18] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 12, Sene-i H. 1298 (M. 1881), s. 186
[19] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 17, Sene-i H. 1316 (M. 1898)
[20] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 19, Sene-i H. 1319 (M. 1901), s. 215
[21] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 4, Sene-i H. 1289 (M. 1872), s. 162
[22] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 18, Sene-i H. 1318 (M. 1900), s. 74
[23] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 21, Sene-i H. 1321 (M. 1903), s. 203
[24] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 15, Sene-i H. 1311 (M. 1894), s. 177
[25] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 15, Sene-i H. 1311 (M. 1894), s. 238-239

kilometrelik bölümünün Ticaret ve Nafıa Nezaretinden gelecek emirden sonra tamamlanması kararlaştırılmıştır.

Giresun-Bektaş Yaylası Yolu: Bektaş yaylasının öneminin, yaz aylarında Giresun ve civar sahildeki ahalinin buraya göçtüklerinden malum olduğu bildirilip bu yolun Giresun-Bektaş Yaylası adını taşısa da yayla ile merkez kaza arasındaki 20-30 köyün ithalatını da temin edeceğinden bahsedilmiştir.

Keşap-Tirebolu Yolu: Yolun onarılmasından söz edilip, yolun sahilin en mühim kısımlarından biri üstünde olduğu ve Tirebolu ile Giresun gibi iki kazanın ve bir nahiyenin ulaşımını ve ilişkilerini kolaylaştıracağından, hususi yolların en mühimlerinden biri olduğu bildirilmiştir

Giresun-Kümbet Yolu: Bu yolun Giresun-Bektaş yolu gibi aslında bir yayla yolu olduğundan bahsedilerek, 30-40 kadar köyün nakliyatını kolaylaştıracağından mühim olduğu dile getirilmiştir.

Giresun-Piraziz-Ordu Yolu: Vilayetin sahilindeki en mühim noktaları birbirine bağladığından ve tamir edilerek düzeltildiğinden bahsedilmiştir

Giresun-Bulancak Yolu: Giresun ile Bulancak arasında gelip geçmeyi ve nakliyatı kolaylaştırdığı vurgulanmıştır.

Yukarıda bahsettiğimiz köylerin dışında Giresun-Keşap ve Keşap-İki Köy yollarının isimleri geçmekte ancak haklarında bir bilgi verilmemiştir.[26]

4. GİRESUN'DA ŞEYH, VELİ, PİR GİBİ ZİYARETGAH YERLERİ İLE DİNİ MEKANLAR

Trabzon Vilayeti Salnamelerinde "*Makâmat-ı Aliye*" ve "*Defî-i Hâk Olan Meşâyih*" başlıkları altında, vilayetteki şeyh, veli, pir vb. hakkında fazla ayrıntı vermeden, belli başlı bilgiler sunulmuştur. H. 1290 (M. 1875) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun'da Şeyh Saad-i Vakkas Hazretleri'nin metfun olduğu belirtilmiştir.[27] Bugün Giresun'daki türbesinin yanına dikilen kitabesinde ismi Seyyid Vakkas (Sa'd ibni Vakkas) olduğu bildirilmektedir. Kitabede Giresun'un manevi mimarlarından kabul edildiği belirtilmektedir ki günümüzde de şehir ahalisi hala türbeyi ziyaret etmektedir. Kitabede ayrıca Fatih Sultan Mehmet'in ordusunda vazife aldığı, 1461'de Trabzon'un fethi zamanında Giresun'da bazı hadiselerin ardından şehit olup, vefat ettiği yere defnedildiği ve sonradan da burasının türbe yapıldığı bildirilmiştir. Kitabede 1790'da mezarın üzerine türbe yapımına girişildiği, 1833'de kâgir bir türbe binası ile türbedarın varlığının bilindiği, 1888'de türbenin kesme taştan inşa olunduğu ve yaptıran kişinin de Giresun kaymakamı Mehmet Ali Bey olduğu da belirtilmiştir. Aynı salnamede Akköy nahiyesinde Boztekye adlı mahalde Şeyh Kerameddin ve Piraziz'de Şeyh İdris Hazretlerinin meftun olduğu ifade edilmiştir.[28] Giresun'da adına mahalle ve cami olan Şeyh Kerameddin evvela Kırık (Yavuzkemal) nahiyesine bağlı Depeköy'e gelerek birtakım hizmetlerde bulunmuş ve ardından bazı sebeplerden ötürü Kızılkaya (Boztekke) köyüne çekilmiştir.[29] Çeşitli isteklerin

[26] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 223-228
[27] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 5, Sene-i H. 1290 (M. 1873), s. 135
[28] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 5, Sene-i H. 1290 (M. 1873), s. 135
[29] Fatsa, M., "*Giresun Yöresinin Manevi Mimarı Şeyh Kerameddin Ve Tekkesi*", Karadeniz İncelemeleri Dergisi, Sayı 14, 2013, s. 49-50

gerçekleştirilmesi için ziyaret edilen türbe, bilhassa cumartesi günleri dolup taşmaktadır.[30] 1398 yılı dolaylarında vefat ettiği tahmin edilen Şeyh İdris ise, kimliği henüz bilinmeyen bir sultanın kendisine malikane olarak verilmiş yerleri, zaviye hizmetleri için kullanılması amacı ile "*Allah rızası*" için vakfetmiştir. Zaviye, benzeri diğer zaviyeler gibi bölgede gelip geçenlere, yolculara, konuklara olanak sağlayan bir sosyal hizmet kurumu gibi kuruluştur.[31]

Trabzon Vilayeti Salnamelerinde vilayet dahilindeki cami, mescit, kilise vb. mekanların miktarları da sunulmuştur. Trabzon Vilayeti Salnamesinin H. 1286 (M. 1869) tarihli ilk nüshasında Kurık nahiyesi dahil olmak üzere Giresun kazasında 31 cami, 12 mescit, 1 tekke ve 18 kilise olduğu belirtilmiştir. Keşap nahiyesinde de 38 Cami, 2 Mescit, 1 Tekke ve 4 kilise olduğu görülmektedir. Akköy nahiyesinde ise 34 cami, 5 tekke ve 15 kilise bulunmaktadır.[32] H. 1291 (M. 1874) senesi Trabzon Vilayeti Salnamesine göre Giresun kasabasında 8 cami, 4 mescit, 11 İslam kabristanı, 1 Ermeni kilisesi ve 5 de Rum kilisesi mevcuttur.[33] H. 1298 (1881) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine göre de Giresun'da 30 cami ve mescit, 1 tekke, 1 türbe, 11 İslam mezarlığı ve 14 kilise; Piraziz'de 13 cami ve mescit, 2 tekke, 2 türbe, 3 İslam mezarlığı ve 11 kilise; Keşap'ta 37 cami ve mescit, 1 türbe, 10 İslam mezarlığı ve 6 kilise; Akköy'de ise 29 cami ve mescit, 1 türbe ve 4 kilise olduğu görülmektedir.[34] H. 1321 (M. 1903) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine göre ise Giresun kazasında 137 cami ve mescit, 16 tekke ve 53 kilise bulunmaktadır.[35]

5. GİRESUN'DA PAZAR YERLERİ VE TİCARİ MEKANLAR

Trabzon Vilayeti Salnamelerinin bazı nüshalarında vilayetteki Pazar mahalleri ile ilgili de bilgi verilmiştir. H. 1288 (M. 1871) senesi Trabzon Vilayeti Salnamesine göre Giresun kasabasında Pazartesi, Giresun kazasına bağlı Abdal iskelesinde Salı ve Çarşamba, Akköy nahiyesinde Cumartesi ve Keşap nahiyesinde de Çarşamba günleri Pazar kuruldu.[36] H. 1322 (M. 1904) tarihli yayınlanan son Trabzon Vilayeti Salnamesinde ise Giresun kazası dahilinde kurulan pazaryerleri Çizelge 1.'de görülmektedir.[37]

Çizelge 1. H.1322 (M.1904) Tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine Göre Giresun Kazası Dahilindeki Pazar Mahalleri

Mevki	Nahiyesi	Kazası	Günü
Giresun		Giresun	Pazar
Keşap	Keşap	Giresun	Pazar
Bulancak	Akköy	Giresun	Pazar
Abdal	Piraziz	Giresun	Pazar
Kayışdağı		Giresun	Pazar
Kümbet		Giresun	Pazar

[30] Kara Düzgün Ü., "*Giresun Adak Yerlerinde Tespit Edilen Çeşitli Uygulama, İnanış Ve Efsaneler*", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 2, Sayı 7, 2009, s. 144
[31] Fatsa, M., "*Karadeniz'de İlk Dönem Zaviyelerine Bir Örnek: Gökçeali Yatırı Ve Şeyh İdris Zaviyes*i", Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi, Sayı 31, 2004, s. 115
[32] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 1, Sene-i H. 1286 (M. 1869), s. 70-71
[33] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 6, Sene-i H. 1291 (M. 1874), s. 90-91
[34] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 12, Sene-i H. 1298 (M. 1881), s. 138-139, 144-147
[35] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 21, Sene-i H. 1321 (M. 1903), s. 249
[36] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 3, Sene-i H. 1288 (M. 1871), s. 86
[37] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 453

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 453

Vilayet dahilindeki dükkan, mağaza, kahvehane vs. miktarı salnamelerdin bazı nüshalarında tablolar halinde verilmiştir. H. 1288 (M. 1871) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine göre Giresun kasabasında 224 dükkan, 84 mağaza, 10 han, 17 fırın, 3 hamam, 17 kahvehane, 1 gazino, 6 meygede, 2 kayıkhane, 3 boyahane ve 65 oda bulunmaktadır.[38] H. 1322 (M. 1904) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine göre ise Giresun kazası dahilinde 746 dükkan, 313 mağaza, 24 han, 3 fabrika, 73 fırın, 4 eczane, 5 hamam, 195 su değirmeni, 12 gazino, 142 kahvehane, 5 lokanta, 3 otel ve 27 meyhane bulunmaktadır.[39]

6. GİRESUN'DAKİ ESKİ ESERLER İLE KAMUSAL BİNA VE YAPILAR

Trabzon Vilayeti Salnamelerinde vilayet dahilindeki tarihi öneme sahip eski eserler ile alakalı detaylı olmayan kısa bilgiler verilmiştir. H. 1289 (M. 1872) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesine göre Giresun kasabasında Cenevizliler devrinden ya da bazı rivayetlere göre daha önce inşa edilmiş bir kaleyle Giresun'a bağlı Kuşhan köyü içlerinde bir palanga ve denizde küçük bir ada içinde bir adet kale bulunmaktadır.[40] Bahsi geçen salnamede Cenevizlilerden veya daha evvelden inşa edildiği bildirilen kale, Giresun şehir merkezinin kuzeyinde denize ve şehre hakim bir tepede yer almaktadır. İlk olarak Pontus Kralı I. Pharnakes devrinde inşa edildiği kabul edilmektedir. Kalenin Roma ve Osmanlılar devrinde de kullanıldığı bilinmektedir. Salnamede ismi geçen ada, Karadeniz'in tek adası olması hususiyetine maliktir. Uzun bir geçmişe sahip olan ada, efsanelere de konu olmuştur. Grek devrinde "*Ares*", Roma devrinde "*Khalkeritis*" olarak isimlendirilen ada, günümüzde "*Giresun Adası*" olarak isimlendirilmektedir.[41] Fatih Sultan Mehmet'in 1461'de Trabzon'u ele geçirmesiyle Giresun ile çevresi de Osmanlı Devleti'ne katılmış, Giresun Adası bilhassa Karadeniz'de Ruslarla olan mücadelede önem kazanmıştır.[42] Salnamelerde ada içinde bir kaleden bahsedilmektedir. Bahsi geçen bu kale; William J. Hamilton'ın 1835-1842 seneleri aralığında Anadolu'yu gezerek kaleme aldığı ve Anadolu ile ilgili çeşitli bilgiler verdiği yapıtında söz ettiği, Giresun'a geçerken Giresun Adası'nda görüp aktardığı, adanın güney ucunda bulunup Helenistik kökeninden bir iz taşımayan, mazgallı ve pencereli olan büyük kule olabilir.[43] H. 1313 (M. 1896) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde de Giresun kasabası etrafında bazı eski eserlerin mevcut olduğu, Giresun'un doğusunda bir saat uzaklıktaki mesafede ufak bir adanın bulunduğu ve bu adanın üzerinde kadim zamanlardan kalma bazı meşhur eserlerin olduğu ifade edilmiştir.[44]

Trabzon Vilayeti Salnamelerinde vilayette bulunan kamusal bina ve yapıların miktarları da verilmiştir. H. 1289 (M. 1872) tarihli Trabzon Vilayeti Salnamesinde Giresun kasabasında 1 gümrük, 1 fener, 1 karantina, 1 muvakkithane, 1 telgrafhane, 3 tabya, 44 çeşme, 2 medrese,6 İslam mektebi, 1 rüştiye, 2 Rum mektebi, 1 hükümet konağı, 29 kuyu ve 968 hane bulunduğu

[38] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 3, Sene-i H. 1288 (M. 1871), s. 104-107
[39] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 131
[40] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 4, Sene-i H. 1289 (M. 1872), s.176
[41] Özmenli, M., *Giresun Tarihi (Eskiçağ'dan Ortaçağ'ın Sonuna Kadar)*, Eser Ofset Basım Yayın Matbaacılık, Erzurum, 2013, s. 158, 160
[42] Örenç, A. F., *"Geçmişten Günümüze Giresun Adası"*, Uluslararası Giresun Ve Doğu Karadeniz Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler 09-11 Ekim 2008, Cilt 1, Ankara 2009, s. 43
[43] Hamilton, W. J., *Küçük Asya*, (çev. Kasım Toraman), Midas Kitap, Ankara 2013, s. 202
[44] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 16, Sene-i H. 1313 (M. 1896), s.228

bildirilmiştir.[45] H. 1322 (M. 1904) tarihli yayınlanan son Trabzon Vilayeti Salnamesinde ise Giresun kazası dahilinde 1 hükümet dairesi, 1 hapishane, 1 askeri daire, 1 redif debboyu, 1 rüştiye, 134 mektep-i ibtidai, 62 medrese ve 14816 hane olduğu ifade edilmiştir.[46]

SONUÇ

Trabzon Vilayeti Salnamelerinde "*yeşil memleket*" diye bahsedilen Giresun'un arazisinin vilayetin diğer bölgelerindeki gibi dağlık olduğu bildirilerek, Karadeniz sahilindeki en güzel ve mamur şehirlerinden biri olduğu belirtilmiştir. Salnamelerde Giresun'un betimlendiği kısımlarda şehrin dağlık yapısı sebebiyle tek bir noktadan tamamının görülemediği ve şehrin manzarasının son derece göz alıcı olduğu da dile getirilmiştir. Salnamelerde ayrıca şehrin inşa edilen ve yapımı süren yapılarla son derece mamur hale geldiği de ifade edilmiştir. Trabzon Vilayeti Salnamelerinde verilen tablolardan da yıllar içinde Giresun'da inşa edilen yapıların sayısının arttığı görülmüş ve şehrin zaman içinde fiziki olarak da büyüdüğü anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Trabzon Vilayeti Salnameleri

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 1, Sene-i H. 1286 (M. 1869).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 2, Sene-i H. 1287 (M. 1870).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 3, Sene-i H. 1288 (M. 1871).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 4, Sene-i H. 1289 (M. 1872).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 5, Sene-i H. 1290 (M. 1873).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 6, Sene-i H. 1291 (M. 1874).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 11, Sene-i H. 1296 (M. 1879).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 12, Sene-i H. 1298 (M. 1881).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 13, Sene-i H. 1305 (M. 1888).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 14, Sene-i H. 1309 (M. 1892).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 15, Sene-i H. 1311 (M. 1894).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 16, Sene-i H. 1313 (M. 1896).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 17, Sene-i H. 1316 (M. 1898).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 18, Sene-i H. 1318 (M. 1900).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 19, Sene-i H. 1319 (M. 1901).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 20, Sene-i H. 1320 (M. 1902).

[45] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 4, Sene-i H. 1289 (M. 1872), s. 102-105
[46] *Trabzon Vilayeti Salnamesi*, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904), s. 131

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 21, Sene-i H. 1321 (M. 1903).

Trabzon Vilayeti Salnamesi, Def'a 22, Sene-i H. 1322 (M. 1904).

Diğer Kaynaklar

Atalay, İ., *Türkiye Coğrafyası*, Yeniçağ Basın-Yayın, Ankara, 1989.

Aydın, B., *"Salnâme"*, D.İ.A., Türkiye Diyanet Vakfı, Cilt 36, İstanbul, 2009, ss. 51-54.

Bayrak, M. O., *Resimli Osmanlı Tarihi Sözlüğü*, İnkilâp Kitapevi, İstanbul, 1999.

Ertuğ, H. R., *"Osmanlı Devrinde Salnâmeler"*, Hayat Tarih Mecmuası, Yıl 9, Cilt 2, Sayı 7, 1973, ss. 15-22.

Fatsa, M., "*Giresun Yöresinin Manevi Mimarı Şeyh Kerameddin Ve Tekkesi*", Karadeniz İncelemeleri Dergisi, Sayı 14, 2013, ss. 57-56.

Fatsa, M., "*Karadeniz'de İlk Dönem Zaviyelerine Bir Örnek: Gökçeali Yatırı Ve Şeyh İdris Zaviyesi*", Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi, Sayı 31, 2004, ss. 113-124.

Gökçen R., *Giresun Ve Karadeniz Bölgesi*, Özyürek Yayınları, İstanbul 1987.

Hamilton, W. J., *Küçük Asya*, (çev. Kasım Toraman), Midas Kitap, Ankara 2013.

İzgöer, A. Ş., *"Osmanlı Salnâmelerinin Şehir Tarihi Bakımından Önemi"*, Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, Cilt 3, Sayı 6, 2005, ss. 539-552.

Kara Düzgün Ü., "*Giresun Adak Yerlerinde Tespit Edilen Çeşitli Uygulama, İnanış Ve Efsaneler*", Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt 2, Sayı 7, 2009, ss. 133-153.

Örenç, A. F., *"Geçmişten Günümüze Giresun Adası"*, Uluslararası Giresun Ve Doğu Karadeniz Sosyal Bilimler Sempozyumu Bildiriler 09-11 Ekim 2008, Cilt 1, Ankara 2009, ss. 40-54

Özmenli, M., *Giresun Tarihi (Eskiçağ'dan Ortaçağ'ın Sonuna Kadar)*, Eser Ofset Basım Yayın Matbaacılık, Erzurum, 2013.

"Salname", İ.A., M.E.B, Cilt 10, İstanbul 1967, ss. 134-136.

Yalçın, O., *Giresun*, Özyürek Yayınları İstanbul, 1979.

XIX. YÜZYILIN SONLARINDA OSMANLI'DA HAYVAN SALGINLARI VE ALINAN TEDBİRLERE BİR ÖRNEK: İZMİD'TE SIĞIR VEBASI (H.1306-1308/M.1888-1891)

Dr. Öğretim Üyesi, Habibe POLAT
Malatya Turgut Özal Üniversitesi, - http://orcid.org/0000-0003-3501-6515

ÖZET

Tarım ekonomisini "tımar sistemi" üzerine inşa eden ve geliştiren Osmanlı Devleti için söz konusu ekonominin devamlılığı üç unsura bağlıydı. Bunlar; toprak, bir çift öküz ve toprağı işleyecek insan. Bu bağlamda en basit şekliyle "bir çift öküzün sürebileceği yer" olarak tanımlanan sistem içerisinde hayvan unsuru önemli bir yere sahiptir. Bunun yanı sıra ordunun hem et ihtiyacı hem de binek hayvan ihtiyacı söz konusu unsurun sayı ve neslinin istikrarını zorunlu kılmaktaydı. Bu durum hayvanın sağlıklı olmasıyla doğru orantılıydı. Hayvan sağlığını tehdit eden en büyük etken ise salgın hastalıklardı. Özellikle 1877-1878 Osmanlı-Rus Harbi sonrasında yaşanan büyük kitle göçleri ile Osmanlı topraklarına gelen muhacirlerin, beraberinde getirdiği hayvanlar, yeni hayvan hastalıklarının da Osmanlı topraklarına girmesine sebep olmuştur. XIX. yüzyılın son çeyreğinden başlayarak XX. yüzyıl başlarına kadar devam eden sığır vebası (veba-ı bakarî) bilhassa hane tipi işletmelerdeki büyükbaş hayvancılık üzerinde ciddi etkilere sebep olmuştur. Tek bir salgın döneminde dahi sayıları yüzbinleri aşan hayvan telefatı söz konusu olmuştur. Devlet bu salgının önüne geçmek için bir çok tedbir almak durumunda kalmıştır.

Bu çalışmada, özelde İzmid'de yaşanan sığır vebasının Osmanlı'nın iktisadî ve içtimaî hayatı üzerindeki etkileri, Başkanlık Osmanlı Arşiv belgelerinden elde edilen veriler ışığında değerlendirilecektir. Bu bağlamda salgının ortaya çıkışı, yayılması ve alınan tedbirler analiz edilmiştir. Hayvan salgınlarının önüne geçmek için alınan kurumsal tedbirler anlamında baytarlığın önemli bir kamu sağlığı alanı olarak geliştiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra Osmanlı iktisadî ve içtimaî hayatının önemli bir parçası olan hayvan unsurunun devamlılığının önemi anlaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Osmanlı Devleti, İzmid, hayvan salgınları, baytarlık, Sığır Vebası.

AN EXAMPLE OF ANİMAL EPİDEMİCS AND MEASURES TAKEN İN THE OTTOMAN EMPİRE AT THE END OF THE NİNETEENTH CENTURY: RİNDERPEST İN IZMİD (H.1306-1308/M.1888-1891)

ABSTRACT

For the Ottoman Empire, which built and developed the agricultural economy on the "timar system", the continuity of the economy in question depended on three factors. These; earth, a couple of oxen, and a man to till the land. In this context, the animal element has an important place in the system, which is defined as "the place where a pair of oxen can ride" in its simplest form. In addition, the army's need for both meat and livestock required the stability of the number and generation of the said element. This situation was directly proportional to the health of the animal. The biggest threat to animal health was epidemic diseases. Especially after the 1877-1878 Ottoman-Russian War, the great mass migrations and the animals brought by the immigrants who came to the Ottoman lands caused new animal diseases to enter the Ottoman lands. Beginning from the last quarter of the nineteenth century and continuing until the beginning of the twentieth century, the rinderpest (veba-ı bakarî) had serious effects on cattle breeding, especially in households. Even in a single epidemic period, animal deaths exceeding hundreds of thousands have occurred. The state had to take many measures to prevent this epidemic.

In this study, the effects of the rinderpest in Izmid on the economic and social life of the Ottoman Empire will be evaluated in light of the data obtained from the Presidency Ottoman Archive documents. In this context, the emergence and spread of the epidemic and the measures taken are analyzed. It has been determined that veterinary medicine has developed as an important public health area in terms of institutional measures taken to prevent animal epidemics. In addition, the importance of the continuity of the animal element, which is an important part of Ottoman economic and social life, has been understood.

Keywords: Ottoman Empire, Izmid, animal epidemics, veterinary work, Rinderpest.

GİRİŞ

Sığır vebası, çift tırnaklı hayvanlarda görünen, akut ya da subakut seyreden, hemorojik-septisemik bozukluklar ile mükozalarda psöydofibrivöz bir tabaka ve erosiyonlar meydana

getiren, yüksek ateşle seyreden, bulaşıcılığı yüksek öldürücü bir salgındır.[1] Hayvan hastalıkları arasında tarihî süreçte önemli kayıplara neden olan salgınların başında sığır vebası gelmektedir. Bu salgının insanlık tarihi içinde yer etmesinin de iki temel sebebi vardır; bir gıda kaynağı olarak tüketilmesi ve tarım toplumlarında iş gücü anlamına gelmesi.[2] Özellikle ekonomik zararlarından ötürü salgının meydana geldiği ve yayıldığı bölgenin dışına yayılmaması için ciddi tedbirlerin alınması gerekmektedir.

Virüs hayvanın vücuduna girer girmez hayvan üzerinde hastalık belirtilerini hemen göstermez. Kuru yerlerde birkaç gün, nemli yerlerde bir aya kadar yaşayabilen virüs, kan ve bağırdaklarda ürediği sırada ilk belirtilerini üç ile dokuzuncu gün arasında gösterir. İlk olarak vücut ısısı yükselir. Peşinden iştah eksikliği, susuzluk, tüylerde ürperme, geviş getirmeme, titreme, sık öksürük, burun akıntısı, köpüklü salya, inleme, dudak etrafında ve iç kısmında morluklar ile yaralar gibi belirtiler ile seyreder. Hasta hayvanın ilk olarak sütü azalar ve zamanla tamamen kesilir. Veba-i bakarî virüsü hasta hayvanın ağız, mide, bağırsak, kan, gözyaşı, burun akıntısı, salya, idrar, et ve derisine temas eden her türlü araç ile ot, saman, gübre ve su yolu ile diğer hayvanlara bulaşır. Hastalığın asıl taşıyıcıları hastalığı yeni atlatmış taşıyıcılar ile hasta olan hayvanlardır. Hasta hayvanlara bakan kişilerin mikroplu elleri, elbiseleri ve ayakkabıları ile hasta hayvanlarda kullanılan çul, ip ve yular bulaşma araçlarıdır. Bunun gibi tedbir dışı pek çok etken virüsün bir hayvandan başka hayvana bulaşmasına sebep olmaktadır.[3]

OSMANLI'DA SIĞIR VEBASI

Osmanlı Devleti'nde yaygın bir ekonomik faaliyet olan hayvancılık, potansiyel olarak gelişmeye açık görünse de bu imkanın gerisinde kalmıştır. Bu durumun çeşitli sebepleri vardır. Bu nedenlerin en başında hayvan hastalıkları gelmektedir. Gerekli önlemler alınmadığı taktirde çok çabuk ve hızlı bir şekilde yayılan bulaşıcı hastalıklar çok sayıda hayvan cinsinin telef olmasına sebep olmaktadır.[4] Bu gibi salgın hastalıklar arasında veba-i bakarî yani sığır vebası en sık rastlanana ve en çok hayvan telefatına sebep olan hastalıktır. Halk arasında "malkıran" ya da "çor" olarak bilinen sığır vebası Osmanlı Devleti'nde ilk olarak XVI. Yüzyılda

[1] Geniş bilgi için bkz. Salahâttin Gürtürk, E. Finci, İ. Bulgu, "Yurdumuz Sığırlarında Sığır Vebası Üzerine Araştırmalar", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 21/1-2, 1974, s.103.
[2] Nihat Erk, "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, c.10, s.3-4, s.221.
[3] Geniş bilgi için bkz. Mehmet Ak, "Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası)", OTAM, 39/Bahar 2016, s.217.
[4] Tevfik Güran, 19. Yüzyılda Osmanlı Ekonomisi Üzerine Araştırmalar, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2014, s.131.

görülmüştür.[5] XIX. yüzyıla gelindiği ise Osmanlı topraklarında yaygınlaşmıştır. 1847 senesinde belli aralıklarla sığır vebası salgınları görülmeye başlamışsa da asıl büyük etkileri 93 Harbi sonrasında ortaya çıkmıştır.[6] Buna göre özellikle 1877-1878 Osmanlı-Rus harbinden sonra Osmanlı topraklarına göç etmek zorunda kalan muhacirlerin beraberlerinde büyük baş hayvanlarını getirmesiyle hastalığın Osmanlı topraklarında yayıldığı tahmin edilmektedir. Söz konusu hastalığın Osmanlı topraklarında görülmesi ile beraber Osmanlı Devleti tedbirler almak durumunda kalmıştır. İlk olarak sivil veteriner ihtiyacının doğması ile sivil Tıp Mektebi hocaları ve Umur-u Baytariye Müfettişi Umumisi Mehmet Ali beyin destekleriyle bir komisyon oluşturularak memleketin çeşitli vilayetlerinde veterinerlik okulları açılmaya başlanmıştır.[7]

93 Harbi'nden sonra İstanbul üzerinden Balkanlar'a sıçrayan hastalık buralarda büyük zirai zararlara sebep olmuştur. Savaş sonunda bilhassa Doğu vilayetlerinde büyük zaiyatlara neden olan salgın daha sonra memleketin her tarafına yayılmıştır. Osmanlı Devleti bu defa bu hayvan salgını ile mücadele etmek için harekete geçmiş ve 1893 yılında Zabıta-i Sıhhiye-i Hayvaniye Talimatnamesi'ni ilan etmiş ve ilk olarak Bursa'da uygulamaya başlamıştır.[8]

Ekonomisi büyük oradan tarım ve hayvancılığa dayan Osmanlı Devleti'nde XIX. sonundan başlayarak XX. Yüzyılın başına kadar büyük bir hayvan salgınına sebep olan sığır vebası özellikle hane tipi işletmelerdeki büyük baş hayvancılık üzerinde ciddi etkilere sebep olmuştur. Salgının şiddeti birkaç sene içinde o kadar artmıştır ki sadece söz konusu zaman dilimi içinde yüzbinlerde hayvan telef olmuştur.[9] Hayvan kaybı ile beraber, kamu sağlığını da büyük oranda etkileyen *veba-i bakarî*, XIX. yüzyılın son çeyreğinde kolera ile eş zamanlı olarak Osmanlı

[5] 1592 senesinde İran taraflarından gelen bir sığır vebası Diyarbakır'dan Amasya'ya kadar olan mekanı etkilemiş, köylerdeki dört yüz beş yüz civarında büyükbaş hayvanı hastalıktan kırmıştır. Geniş bilgi için bkz. Nihat Erk, "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, C.X., S.3-4., s.222-223.

[6] Kurtuluş Demirkol, "1897-1898 Yıllarında Gebze Kazasında Sığır Vebası", Uluslararası Gazi Süleyman Paşa ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu III, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Yayınları, 4, 2017, s. 2541.

[7] Nihat Erk, "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, c.10, s.3-4, s.130.

[8] Nihat Erk, Naki Cevat Akkerman, "Türkiye'de Sığır Vebası Salgınları ve Eradikasyonu Tarihi", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Yayınları Ankara 1969, s.10-12.

[9] *Memâlik-i Osmaniyede sana'ât ve ticâret henüz terakkî edememiş olmak cihetiyle ahâlinin medâr-ı ma'işeti zira'âtten ibâret kalmış ve zira'at… 'ale'l-'umûm emrâz-ı sâriye ve bilhassa veba-i bakarî yüzünden şu beş altı sene zarfında birkaç yüz bin sığır telef olarak birçok yerde çiftçilik mu'attalatda ve çiftçiler fakr u zarûrette kalmış …"* BOA.DH.HMŞ. 22/24. 10 Muharrem 1325/23 Şubat 1907.

Devleti'nin yoğun bir şekilde mücadele ettiği bir afet olmuştur.[10] Sığır vebasına karşı aşıyı bir Osmanlı baytarı olan Binbaşı Adil Bey bulmuş ve geliştirmiştir.[11]

İZMİD'TE SIĞIR VEBASI

Osmanlı Devleti'nin ziraî varlığı üzerinde önemli tahribatlara sebep olan sığır vebasına karşı mücadelesi oldukça uzun zamana yayılmıştır. 1870'de Avrupa için bir tehdit olmaktan çıkan bu hastalığa karşı Osmanlı Devleti özellikle XIX. yüzyılın ikinci yarısından sonra yaygınlaşmaya başlayarak yüzyılın sonlarına kadar etkisini göstermiştir. Bilhassa 1890-1910 yılları arasında Hüdavendigar, Trabzon, Van, Bitlis, Mamuretülaziz, Sivas, Ankara, Konya, Halep, Erzurum, Kastamonu, Aydın, Beyrut, Suriye Vilayetleri ile Kudüs, İzmid, Karesi Sancaklarını etkilemiştir.[12]

Ulaşım ağlarının gelişmesi ve genişlemesi pek çok anlamda olumlu gelişmeleri beraberinde getirse de özellikle insan ve hayvan salgınlarının yayılımının hız kazanması anlamında olumsuz sonuçlara sebep olmuştur. Karayolu, denizyolu ve demiryolu ulaşım ağlarının olduğu İzmid, bu nedenle salgın hastalıklardan ciddî anlamda etkilenmiştir.[13] Özellikle 1873 yılında Haydarpaşa-İzmid demiryolunun ulaşıma açılması ve ulaşım süresinin kısalması ile beraber salgın hastalıkların hızla yayılması da kolaylaşmıştır.[14] Yukarıda da bahsettiğimiz gibi özellikle 93 Harbi sonrasında Osmanlı topraklarına göç eden büyük insan kitlelerinin beraberinde getirmiş oldukları hayvanların göç ve nakil esnasında kötü koşullar sebebiyle çeşitli bulaşıcı hastalıklara yakalandığı ve Osmanlı topraklarına geldikten sonra hayvanlar için ciddî bir tehdit olduğu bilinmektedir. Bu bulaşıcı hastalıklardan en önemlisi *veba-i bakarî* olarak bilinen sığır vebasıdır. Bu anlamda önemli bir transit bölgesi olan İzmid'te bu gibi bulaşıcı hayvan hastalıkların görülmesi kaçınılmaz olmuş ve Osmanlı yönetimi salgınların önüne geçmek için bir takım tedbirler almak durumunda kalmıştır.

[10] Sabri Mengirkaon, "19. Yüzyılın İkinci Yarısında Diyarbekir'de Veba-İ Bakarî", Osmanlı'dan Günümüze Diyarbakır, (Editörler: İbrahim ÖZCOŞAR, Ali KARAKAŞ M,ustafa ÖZTÜRK, Ziya POLAT), Ensar Yayınevi, İstanbul 2018. s.298. (295-320)
[11] Kasım Kırbıyık , "Baytarlık", Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 5, İstanbul 1992, s.281. ss.278-282.
[12] Mustafa Turan, "Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Veba-yı Bakari Salgınları ve Düşündürdükleri", Prof. Dr. Mustafa Keskin Armağanı, Editör: Prof. Dr. Remzi Kılıç, İdeal Kitap ve Yayıncılık, İstanbul 2014, s.982-983. Ss.977-993.
[13] Cebrail Yılmaz, Aslıhan Akpınar, Yüksel Güngör, Nermin Ersoy, "Başbakanlık Osmanlı Arşiv Belgelerine göre İzmit'te Salgınlar ve Karantinalar", Uluslararası Gazi Akça Koca Ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildiri Kitabı, Kocaeli, Türkiye, 2 - 05 Mayıs 2014, cilt.2, s.948.
[14]Müesser Özcan, Rahime Aydın Er, Oğuz Polatel, "XIX. Yüzyıl Başlarında İzmit'te Salgın Hastalıklarla mücadelede Aşı Çalışmaları", Uluslararası Gazi Akça Koca ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildirileri, Ed. H. Selvi-M Bilal Çelik, Kocaeli 2015, s.956.

XIX. yüzyılda belli aralıklara devam eden salgın kimi zaman birkaç yıl sürüp etkisini kaybederken kimi zaman geniş çaplı hayvan kırımlarına sebep olmuş ve devleti ekonomik anlamda büyük kayıplara uğratmıştır. 1887'de İstanbul Kağıthane'de ortaya çıkan hastalık Rusya'dan getirilen hayvanlardan bulaşmıştır. Bu anlamda tedbir olarak Karadeniz üzerinden İstanbul'a getirilecek her hayvanın muayenesi için Karadeniz Boğazı Tahaffüzhanesinde bir baytar bulundurulması zorunlu hale getirilmiştir. Fakat bütün sınır kapılarında baytar istihdamı sağlanamadığı için istenilen sonuç alınmamıştır. Aynı yıllarda salgın, Çifteler Çiftliğinde de etkili olmuştur. Söz konusu dönemde Ankara, İzmid ve Diyarbakır'da çıkan salgını önlemek için 1889'da askerî ve mülkiye baytarlarından oluşan bir komisyon teşkil edilmiş ve gerekli önlemler alınmaya başlanmıştır. İzmid'te teşkil edilen komisyonun başında Mirliva Zeyrus Paşa getirilmiştir.[15]

İzmid'te 1888'in sonunda ortaya çıkan veba-i bakarî ilk başta doğru şekilde teşhis edilememişti. Başlangıçta İzmid'de görülen ve kısa sürede Şile ve Beykoz kazalarına yayılan hastalık Ticaret ve Nafia Baytar Müfettişliğince *zetülcerb* olarak bilinen bir göğüs hastalığı olduğu düşünülmüştür. Daha sonra bu hastalığın veba-i bakarî olduğu ifade edilmiş ve bu konu hakkındaki ihtilaflar ortadan kaldırılarak gerekli tedbirlerin alınması gerektiği talep edilmiştir.[16]

Osmanlı Devleti'nin sığır vebası ile mücadelesinde önemli bir isim olan Şehremaneti Baytar Müfettişi Mehmet Haydar salgının bertaraf edilmesi için ciddî mücadele vermiştir.[17] Şehremaneti bünyesindeki asli görevinin yanında Çatalca mutassarıflığında da hizmet vermekteydi. 1889 senesinde bu görev kapsamında sancağa bağlı İzettin Köyü'nde sonra da Çatalca köylerinden olan ve İzzettin köyü civarındaki Sahteros ve Kumburgos'da sığır vebasına karşı mücadele vermiştir. Zira bu tarihte hastalık sıçrayarak İzmid'ten Güney Marmara hattında bahsi geçen köylere sirayet etmiştir. Haydar Bey de salgın sebebi ile bölgede yaşanabilecek büyük kırımın önlenmesi için çalışmalar yapmıştır.[18]

Hastalığın salgın haline gelmeden önü alınmaya çalışılsa da özellikle hayvan ticareti yapan kişiler tarafından dikkatsiz davranışlar sergilemesi salgının yayılma hızı artmıştır.

[15] Mehmet Ak, Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası), BOA. DH. MKT., 1598/7, 23 Cemazeyilevvel 1306-25 Ocak 1889. Salgının yıkıcı etkilerini önlemek amacıyla Zabıta-i Sıhhiye Hayvaniye Talimatnamesi hazırlanmıştır. Talimatnamenin uygulandığı ilk yer ise Hüdavendigar Vilayetinin merkez sancağı olan Bursa olmuştur. geniş bilgi için bkz. Raziye Şanal, Fulya Feyiz, "1890-1899 Yılları Arasında Edirne ve Kazalarında Sığır Vebası: Vebâ-yı Bakarî", Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11/1, s.189-200.
[16] BOA. DH.MKT., 1587/107, 24 Cemazeyilevvel 1306-26 Ocak 1889.
[17] Geniş bilgi için bkz. Seda TAN, "Osmanlı Devleti'nin Sığır Vebası Mücadelesinde Unutulmuş Bir İsim: Şehremaneti Baytar Müfettişi Mehmed Haydar", Gazi Akademik Bakış Dergisi, 16/31, Kış 2022, s.191-211.
[18] Seda Tan, "Osmanlı Devleti'nin Sığır Vebası Mücadelesinde Unutulmuş Bir İsim: Şehremaneti Baytar Müfettişi Mehmed Haydar", Gazi Akademik Bakış Dergisi, 16/31, Kış 2022, s.197.

Mesela Tüccar Hafız Mehmet ve Hacı İbrahim isimli iki zat satın aldıkları 980 baş karasığır ve 80 balya deriyi hastalığın yoğun olarak yaşandığı yerlerden tedbirsizce geçirmiş ve İzmid yoluyla getirmişlerdir. Böylece salgının İzmid ve çevresinde yeniden görünmesine sebep olmuşlardır.[19]

Salgının yayılmasının engellenmesi için kordon altına alınan hayvanların giriş çıkışı yasaklanmıştır. 1889'da İzmid ve civarında salgın sebebi ile demiryolu hattı kontrol altına alınmış fakat karayolu Hereke tarafından sıhhî kordon ile çevrilmek suretiyle birtakım hayvan ürünlerinin giriş çıkışı yasaklanmıştır.[20] İzmid'in İstanbul'a yakın olması salgının bu taraflara yayılmasını engellemek için ayrıca önlemlerin alınmasını zorunlu kılmıştır. Alınan önemlerin başında İzmid'ten İstanbul'a hayvan girişinin yasaklanması gelmektedir. Fakat bir süre sonra özellikle hayvan tacirleri için bu yasak ekonomik olarak zorluklara sebep olmuş ve yasaktan ötürü mağdur edildiklerinden şikayet etmişlerdir. İzmid mutasarrıflığına gönderilen tezkirede mağdur olduklarını beyan eden tavukçu esnafına veba-i bakarînin hüküm sürdüğü İzmid'te hastalık geçinceye kadar tavuk, koyun, sığır gibi hayvanların çıkışlarının yasak olduğu bildirilmiştir. [21]Karayolu ile İstanbul'a bağlanan İzmid'te giriş çıkışların açık olması sebebiyle bölgede görülen hastalığın İstanbul'a sirayet etmesinin önüne geçilmek için buralardan özellikle İstanbul'a hayvan gönderilmesinin yasaklanması İzmid Mutasarrıflığı'na bildirilmiştir.[22] Kısa süre sonra giriş yasağının kaldırılması talep edilmişse de bu talep alınan önlemmler doğrultusunda reddedilmiştir.[23]

Salgınların önüne geçmek için alınacak en önemli tedbirlerden bir diğeri eğitimli personellerin bölgeye sevk edilmesidir. İzmid tarafında veba-i bakarî nin zuhur edip Gegboza (Gebze)'ye tabi Yarımca karyesi civarına sirayet etmesi üzerine bölgeye iki adet baytar gönderilmiştir.[24] Aynı şekilde İzmid Sancağı'nda Ekes (?) mahallesinde bir süredir devam eden hastalığın yayılmasının önüne geçmek için üç adet baytar tayin edilmek suretiyle tedbirler alınmaya başlanmıştır.[25] Fakat birçok yerde olduğu gibi İzmid'te de baytarların görevlendirilmeleri ve görev yerlerine ulaşmaları arasında pratikte bazı sorunlar çıkmıştır. Bu sorunların başında ise maaş ve diğer ödemlerin yapılmaması gelmektedir.[26] Bunun gibi İzmid'de ortaya çıkan salgının

[19] BOA., DH.MKT., 1755/100, (12 Muharrem 1308/28 Ağustos 1890).
[20] Mehmet Ak, "Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası), s.233.
[21] BOA.DH.MKT., 1638/97, 17 Zilkade 1306-15 Temmuz 1889.
[22] BOA. DH.MKT., 1684/81, 1 Cemazeyilevvel 1307- 24 Aralık 1889.
[23] BOA. DH.MKT., 1692/21, 1 Cemazeyilahir 1307-23 Ocak 1890.
[24] BOA, DH.MKT., 165/57, 5 Cemazeyilevvel 1307-28 Aralık 1889.
[25] BOA. DH.MKT., 1673/111, 19 Rebiulevvel 1307-13 Kasım 1889.
[26] Seda TAN, "Osmanlı Devleti'nde Sığır Vebası: Askeri Baytarların Görevlendirilmesi Meselesi", Belgi, S.25 (Kış 2023/I), s.269.

önüne geçmek için alınan tedbirlerin başında olan baytar tayini sağlıklı bir şekilde gerçekleşememiştir. Bölgeye görevlendirilen iki baytar yerlerine ulaşamamış, haklarında yapılan tahkikat neticesinde aflarını istemişler ve kısa bir süre sonra aslî görev yerlerine dönmüşlerdir.[27]

Alınan sıhhî ve fennî önlemlerin yanında baytarların faaliyetlerini kontrol etmek için çeşitli girişimlerde bulunulmuştur. Alınan tedbirlerin daha titizlikle hareket edilmesi için Erzurum, Mamuretülaziz, Hüdavendigar, Konya ve Adana Vilayetleri le İzmid, Karesi ve Biga Sancaklarında bulunan 32 adet baytarın çalışmalarını denetlemek maksadıyla İstanbul'dan 5 adet baytar müfettişi ve birer adet mülkiye müfettişi bölgelere sevk edilmiştir.[28] Alınan bir diğer önlem ise ahırların ilaçlanmasıdır. Taraklı Nahiyesinde veba-i bakarî ye görülmesi üzerine, salgının yayılmasının önüne geçmek için daha önce hastalık görülen ahırların ilaçlanması gerektiği İzmid Mutasarrıflığına bildirilmiştir.[29] Bu şekilde iki yıla yakın devam eden ve ciddî anlamda etkileri olan salgın 1890 senesinin sonuna doğru etkisini kaybetmeye başlamıştır. Buna rağmen hastalığın tekrar nüksetmesi ihtimaline karşı bazı tedbir ve yasakların devam ettiği görülmektedir. Özellikle İzmid merkeziyle köylerinde hüküm süren hastalık tamamen ortadan kalkmasına rağmen buralardan çevre vilayetlere hayvan ihracatı yasağının bir süre daha devam edeceği bildirilmiştir.[30]

Bundan sonraki süreçlerde belli aralıklarla çeşitli yerlerde bu hastalığın ortaya çıktığı bilinmektedir. Yine bu yerlerin içinde İzmid de görülmektedir. 1910 yılında Adana, Erzurum, Hüdavendigar, Konya ve Mamûretü'l-aziz vilayetlerinin yanında Biga, İzmid ve Karesi Sancaklarında salgına sebep olmuştur. Aynı yıl baytar heyeti raporuna göre uygulanan sıkı denetim ve kordon sayesinde eski salgınlara nazaran %80 hafif atlatılmış, telef miktari ise %10'lara kadar gerilemiştir. Halep mebusu Ali Cenani Bey'in ifadesine göre memleket genelinde 1910'da sığır vebasından telef olan hayvan sayısı 90.000'dir. Buna rağmen Ziraat nazırı vekili ve Umur-ı Baytariye müdürü Mehmet Ali Bey bu sayısı 5.900 olarak vermiştir. Bunun gibi salgından telef olan hayvan sayısı ile ilgili çeşitli sayılar tartışma konusu olmuştur.[31] Özellikle seferberlik ve savaş zamanlarında hastalığın bir şekilde orduya ait olan hayvanlara bulaşmasının önüne geçmek için ciddi tedbirler alınmıştır. Bu tedbirlerin başında serum ve

[27] BOA. ŞD., 2560/37, 13 Rabiulahir 1308-26 Kasım 1890.
[28] Mustafa Turan, "Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Veba-yı Bakari Salgınları ve Düşündürdükleri", Prof. Dr. Mustafa Keskin Armağanı, Editör: Prof. Dr. Remzi Kılıç, İdeal Kitap ve Yayıncılık, İstanbul 2014, s.987-988.
[29] BOA. DH. MKT., 1721/13, 7 Ramazan 1307-27 Nisan 1890.
[30] BOA. DH. MKT., 1711/121, 15 Ramazan 1307-5 Mayıs 1890.
[31] Mehmet Ak, "Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası), s.221.

baytar tedariği gelmektedir. Zira bu iki unsur olmadan salgınla mücadele etmek oldukça zordur. Bilhassa en küçük bir temas halinde dahi başka bir hayvana bulaşma riski olan böylesi bir hayvan salgınında tedbirlerin üst düzeyde tutulması zarurî hale gelmiştir. Mesela Birinci Dünya Savaşı sırasında Adana, Konya, Edirne, Halep, Suriye, Mamûretü'l-aziz, Diyarbakır, İzmid, Karesi, Beyrut ve Kalaisultaniye'deki sığır vebasının seferberlik sebebiyle toplanan hayvanlardan orduya ait olan hayvanlara bulaşma ihtimaline karşı 5.000 doz serum istenmiştir.[32]

SONUÇ

Eski çağlardan beri medeniyetleri ve devletleri etkileyen sığır vebası ile mücadele bilimsel anlamda ancak XVIII. yüzyıldan sonra başlamıştır. Sığır vebasının yayılmasındaki en büyük etken büyük etkilere sahip savaşların yaşanmasıdır. Benzer şekilde Osmanlı topraklarına da 93 Harbi sonrasında intikal etmiştir. Devletin imkanları nispetinde almış olduğu önlemlere rağmen XIX. yüzyılda Osmanlı Devleti'ni etkileyen büyük bir afet olmuştur. Alınan önlemlerin başında ise kordon uygulamaları, baytarın salgın bölgesine intikali ve gerekli serum ile aşılar yoluyla salgının yayılmasını engellemektir. Alınan bu tedbirlere rağmen pratikte farklı sebeplerden ötürü tedbirler ya yetersiz kalmış ya da amacına tam anlamıyla ulaşamamıştır. İzmid özelinde de benzer sorun ve çözüm önerilerinin olduğu anlaşılmaktadır. Söz konusu salgının Osmanlı'nın içtimaî ve iktisadî hayatını etkilediği gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra salgın ile beraber kamu sağlığı anlamında koruyucu hayvan sağlığı uygulamaları alındığı ve bu bağlamda özellikle baytarlık alanında yeni kurumlarının tesis edildiği tespit edilmiştir.

[32] Mehmet Ak, "Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası), s.231.

KAYNAKÇA

Ana Kaynaklar (Başkanlık Osmanlı Arşivi Belgeleri)

BOA, DH.MKT., 165/57, 5 Cemazeyilevvel 1307-28 Aralık 1889.

BOA. DH. MKT., 1598/7, 23 Cemazeyilevvel 1306-25 Ocak 1889

BOA. DH. MKT., 1711/121, 15 Ramazan 1307-5 Mayıs 1890.

BOA. DH. MKT., 1721/13, 7 Ramazan 1307-27 Nisan 1890.

BOA. DH.MKT., 1587/107, 24 Cemazeyilevvel 1306-26 Ocak 1889.

BOA. DH.MKT., 1673/111, 19 Rebiulevvel 1307-13 Kasım 1889.

BOA. DH.MKT., 1684/81, 1 Cemazeyilevvel 1307- 24 Aralık 1889.

BOA. DH.MKT., 1692/21, 1 Cemazeyilahir 1307-23 Ocak 1890.

BOA. ŞD., 2560/37, 13 Rabiulahir 1308-26 Kasım 1890.

BOA., DH.MKT., 1755/100, (12 Muharrem 1308/28 Ağustos 1890).

BOA.DH.HMŞ. 22/24. 10 Muharrem 1325/23 Şubat 1907.

BOA.DH.MKT., 1638/97, 17 Zilkade 1306-15 Temmuz 1889.

Telif Eserler

Ak, M., "Osmanlı Devleti'nde Veba-i Bakarî (Sığır Vebası)", OTAM, 39/Bahar 2016.

Demirkol, K., *1897-1898 Yıllarında Gebze Kazasında Sığır Vebası*, Uluslararası Gazi Süleyman Paşa ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu III, Kocaeli Büyükşehir Belediyesi Yayınları, 4, 2017.

Erk, N., "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, c.10, s.3-4, s.221.

Erk, N., "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, C.X., S.3-4.

Erk, N., "Tarihte Önemli Sığır Vebası Salgınları ve 1920'ye Kadar Memleketimizdeki Durum", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, c.10.

Erk, N., Akkerman, N. C., "Türkiye'de Sığır Vebası Salgınları ve Eradikasyonu Tarihi", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Yayınları Ankara 1969.

Güran, T., *19. Yüzyılda Osmanlı Ekonomisi Üzerine Araştırmalar*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2014.

Gürtürk, S., Finci, E., Bulgu, İ., "Yurdumuz Sığırlarında Sığır Vebası Üzerine Araştırmalar", Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi Dergisi, 21/1-2, 1974.

Kırbıyık, K., "Baytarlık", Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 5, İstanbul 1992.

Mengirkaon, S., "19. Yüzyılın İkinci Yarısında Diyarbekir'de Veba-İ Bakarî", *Osmanlı'dan Günümüze Diyarbakır*, (Editörler: İbrahim ÖZCOŞAR, Ali KARAKAŞ M,ustafa ÖZTÜRK, Ziya POLAT), Ensar Yayınevi, İstanbul 2018.

Özcan, M., Er, R. A., Polatel, O., "XIX. Yüzyıl Başlarında İzmit'te Salgın Hastalıklarla mücadelede Aşı Çalışmaları", Uluslararası Gazi Akça Koca ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildirileri, Ed. H. Selvi-M Bilal Çelik, Kocaeli 2015.

Şanal, R., Feyiz, F., "1890-1899 Yılları Arasında Edirne ve Kazalarında Sığır Vebası: Vebâ-yı Bakarî", Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11/1.

Tan, S., "Osmanlı Devleti'nin Sığır Vebası Mücadelesinde Unutulmuş Bir İsim: Şehremaneti Baytar Müfettişi Mehmed Haydar", Gazi Akademik Bakış Dergisi, 16/31, Kış 2022.

Turan, M., "Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Veba-yı Bakari Salgınları ve Düşündürdükleri", Prof. Dr. Mustafa Keskin Armağanı, (Editör: Prof. Dr. Remzi Kılıç), İdeal Kitap ve Yayıncılık, İstanbul 2014.

Yılmaz, C., Akpınar, A., Güngör, Y., Ersoy, N., "Başbakanlık Osmanlı Arşiv Belgelerine göre İzmit'te Salgınlar ve Karantinalar", Uluslararası Gazi Akça Koca Ve Kocaeli Tarihi Sempozyumu Bildiri Kitabı, Kocaeli, Türkiye, 2 - 05 Mayıs 2014, cilt.2, s.948.

BURSA ERKEN DEVİR OSMANLI MEZAR TAŞLARI DÖNEMSEL, TİPOLOJİK VE ÜSLUP AÇISINDAN ANALİZİ

Dr. Ömer EROĞLU

- 0000-0002-3840-1286

ÖZET

Mezar taşlarının en belirgin özelikleri adına dikildiği kişinin hakkında bilgi edinmemize yardımcı olmaktadır. Ayrıca kişinin hangi dönemde yaşadığı, ölüm sebebi, cinsiyeti ve ölüm tarihi hakkında bilgi almamıza yaramaktadır. Bu taşların tipolojik özellikleri, üzerlerindeki kitabeler, süslemeler, sembol ve figürler, eski ve yeni vatan arasında kültür köprülerinin kurulmasını temin eden bir öneme sahiptir. 11 ile 13. yüzyıllarda Anadolu'nun farklı şehirlerinde birtakım yeniliklerle gelişen mezar ve mezar taşı yapımı, 14. yüzyıl başlarında kuruluşunu tamamlayan Osmanlılarla yeni bir hamle yapmıştır.

Bu hamle 16. yüzyılın sonlarında klasik formunu yakalamaya başlamış ve sonraki iki yüzyıl boyunca Türk mezar şahidelerinin en güzel eserlerini vermiştir.

Bu nedenle mezar taşları, tarih ve sanat bakımından ele alınan şehir araştırmalarında da son derece önemli rol oynamaktadır. Tarihi kişilikleri, Türk hat sanatının geçirdiği evreleri, ait olduğu döneme ilişkin unvan ve lakapları barındırması, artık var olmayan bazı meslek gruplarına değinmesi, ölüm nedenleri içinde çeşitli hastalıklara yer vermesi ve edebî değer taşıyan kitabeleri ile mezar taşları, geçmişten günümüze uzanan bir köprü oluşturmaktadır.

Mezar taşları, gerek işçilik, gerekse hat sanatının en güzel örneklerinin sergilendiği eserler olup, aynı zamanda, mezar mimarisinin geçirdiği evrelerin takibi ve değerlendirilmesi yönünden ve de yazıtlarının tarihsel değerleri nedeniyle, sanat tarihi ve tarih açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Bursa Erken Devir Osmanlı Mezar Taşları adlı bu çalışmamızda 6 tanesi incelenmiş olup, mezar şahidelerin dönemsel, tipolojik ve üslup açısından analizi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Bursa, Mezar Taşları, Osmanlı, dönemsel, tipolojik, üslup

1. GİRİŞ

1.1.Bursa'nın Coğrafi ve Tarihi Yapısı

Bursa Marmara Denizi'nin güneydoğusunda yer alır. Bursa ili doğuda Bilecik, Adapazarı, kuzeyde Kocaeli, Yalova, İstanbul ve Marmara Denizi, güneyde Kütahya, batıda Balıkesir

illeriyle çevrilidir. Denizden yüksekliği 155 metre olan Bursa, genelde ılıman bir iklime sahiptir. Ancak, iklim bölgelere göre de değişiklik göstermektedir. Kuzeyde Marmara Denizi'nin yumuşak ve ılık iklimine karşılık güneyde Uludağ'ın sert iklimi ile karşılaşılmaktadır. İlin en sıcak ayları temmuz ve eylül, en soğuk ayları ise şubat ve marttır (Yılmaz,2022:278-279). 1326'da mühim bir kuvvetle Bursa üzerine yürüyen Orhan Bey Bursa'nın güneyinde anahtar konumunda olan Atranos kalesini aldıktan sonra Bursa önüne gelerek Pınarbası mevkiinde karargâhını kurmus ve kaleyi sarmıstır. Kalenin kurtulusundan ümidini kesmis olan kale beyi, Gazi Mihal Bey vasıtasıyla, bazı sartlar altında Bursa'yı teslim edecegini bildirmistir (Uzunçarsılı,1982:117-118). Bunun üzerine 6 Nisan 1326 (2 Cemaziyülevvel 726) tarihinde Bursa, Türklere teslim edilmistir (Aslan,2006:10-11).

2.ERKEN DEVİR OSMANLI MEZAR TAŞLARI

Osmanlı Dönemi Mezar Taşları sadece biçimsel özellikleri bakımdan değil üzerlerinde taşıdıkları süslemeler, taşın işleniş biçimi, işleme yöntemi ve süslemelerin ayrıntılı tanımlarıyla ele alınarak döneminin kültür etkilerinin yanı sıra sanatımıza o dönemde yansımış olan yenilikleri keşfetmek de bu bilimsel çalışmanın amaçlarından bir kısmını oluşturmaktadır. Erken Osmanlı dönemi mezar taşları üzerinde tipolojik, süsleme ve yazı açısından nasıl bir gelişim ve seyir takip edildiği gibi konuları kapsamaktadır. Bu taşların tipolojik özellikleri, üzerlerindeki yazılar, süslemeler, sembol ve figürler, eski ve yeni vatan arasında kültür köprülerinin kurulmasını temin eden bir öneme sahiptir. Erken Osmanlı dönemi mezar taşlarında bezeme inceliğinde ele alınan yazılarda dil olarak, Arapça ağırlıklı olmakla birlikte azda olsa Farsça ve türkçe yazının kullanılmış olduğu anlaşılmaktadır (Eroğlu,2022:518).

2.1. İsimsiz Mezar Şahidesi

Görsel No: 1

Yeri: Bursa İvaz Paşa Türbesi

İnceleme Tarihi: 07.07.2018

Bugünkü Durumu: Bursa İvaz Paşa Türbesinde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi (1488.M)

Malzeme: Mermer

Form: Düşey dikdörtgen sütunceli gövde ve Sivri Kemerli

Ölçüler: AŞ: yüksekliği 1,12 m, genişliği 0,38

Yazı dili: Arapça

Kitabesi:

Ayak şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabeler

الدنيا مزرعة الأخرة، اه من الموت و سكراته، اه من يوم القيمة

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabeler

اه من يوم الحشر، في اواخر شهر ذو القعدة، سنة ثلث و تسعين و ثمانمائة

Anlamı: Dünya ahiretin tarlasıdır, ah bu ölüm ve Sekerâtin'den, ah bu kıyamet gününe, ah bu mahşer gününe, 893/1488 yılının Zilkade ayında vefat etmiştir.

Tanımı: Şahide, düşey dikdörtgen sütunceli gövde ve sivri kemerli bir forma sahiptir. İki yandan silindirik gövdeli kübik zar başlıklı spiral yivli birer sütunce ile sınırlandırılmıştır. Kitabe ayak şahidenin ön ve arka yüzüne üç bölüm halinde yerleştirilmiştir. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış hadisi şerif, hikmetli sözler ve vefat tarihini içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir. ayak şahidenin ön yüz Alınlığı simetrik olarak meydana gelen palmet ve rûmîlerden oluşan bitkisel süslemelerle tezyin edilmiştir.



Görsel.1. İsimsiz Ayak Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

2.2. İsimsiz Mezar Şahidesi

Görsel No: 2

Yeri: Zeynîler Camii Haziresi

İnceleme Tarihi: 06.07.2018

Bugünkü Durumu: Zeynîler Camii Haziresinde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi (1488.M)

Malzeme: Mermer

Form: Düşey dikdörtgen gövdeli ve sivri kemerli

Ölçüler: AŞ: yüksekliği 0,95 m, genişliği 0,33

Yazı dili: Arapça

Kitabesi:

Ayak şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

ارتحلت في اواسط شهر محرم تاريخ سنة اربع و تسعين وثمانمائة

894/1488 yılının Muharrem ayının ortasında göç etmiştir.

Tanımı: Şahide, düşey dikdörtgen gövdeli ve sivri kemerli bir forma sahiptir. Kitabe ayak şahidenin ön yüzüne üç bölüm halinde yerleştirilmiştir. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış hadisi şerif, hikmetli sözler ve vefat tarihini içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir. Ayak şahidenin arka yüzeyi ise sade bir şekilde düzenlenmiş olup, herhangi bir süsleme yer verilmemiştir.



Görsel.2. İsimsiz Ayak Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

2.3. İbrahim kızı Aynşâh Hâtun'un Mezar Şahidesi[1]

Görsel No: 3-4

Yeri: Bursa Başçı İbrahim Paşa Camii Haziresi

İnceleme Tarihi: 07.07.2018

Bugünkü Durumu: Bursa Başçı İbrahim Paşa Camii Haziresinde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi (1522.M)

Malzeme: Mermer

Form: Düşey dikdörtgen sütunceli gövde ve Sivri Kemerli

Ölçüler: BŞ: yüksekliği 1,25 m, genişliği 0,38 m AŞ: yüksekliği 1,19 m, genişliği 0,36 m

Yazı dili: Arapça ve Osmanlıca

Kitabesi:

Baş şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

انتقلت المرحومة المغفورة السعيدة الشهيدة من دار الفناء الى دار البقاء

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabe

عين شاه خاتون بنت ابراهيم المحتاجة الى رحمة الله تعالى

Ayak şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

توفت في اوائل شهر ذي الحجة تاريخ سنه ثمان و عشرين و تسعمائة

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabe

الهى جنت اكاد مسكن ايله كلى تردن مقامن كلسن ايله يله ويردكجه عالمر روزكارن انك قبر كلدن بر حرمن ايله

Anlamı: Fâni alemden bâkî aleme göç eden, affedilmiş, bahtiyar, şehit, merhume İbrahim kızı Aynşâh Hâtun 928/1522 yılının Zilhicce ayında vefat etmiştir. İlâhi cenneti O'na mesken eyle,

[1] GÜLGEN, Hicabi., Osmanlı mezar taşlarının Bursa ve civarındaki ilk örnekleri, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa 2009, s.22

makamını taze gülden gül bahçesi eyle. (kıyamet günü) ortalığı kasıp kavuran rüzgâr olduğunda onun kabrini harmana çevir.

Tanımı: Baş ve ayak şahide, düşey dikdörtgen sütunceli gövde ve sivri kemerli bir forma sahiptir. İki yandan silindirik gövdeli kum saati başlıklı sade birer sütunce ile sınırlandırılmıştır. Kitabe baş ve ayak şahidenin ön yüzüne dört bölüm, arka yüzüne ise üç bölüm halinde yerleştirilmiştir. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Ayrıca baş ve ayak şahidenin ön yüzünde bulunan yazı ilk üç bölümü ortalarında yazıyı da bölen birer çarkıfelek işlenmiştir. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış hikmetli sözler, ölünün bilgilerini ve vefat tarihini içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir. Baş ve ayak şahidenin ön yüzey Alınlığı de simetrik olarak meydana gelen palmet ve rûmîlerden oluşan bitkisel süslemelerle tezyin edilmiştir.



Görsel.3. İbrahim kızı Aynşâh Hâtun'un Mezarın Baş Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü



Görsel.4. İbrahim kızı Aynşâh Hâtun'un Mezarın Ayak Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

2.4. Hacı İvaz Paşa Oğlu Mevlana Mahmut Oğlu Mevlana Muhammed'in Mezar Şahidesi

Görsel No: 5-6

Yeri: Bursa İvaz Paşa Türbesi

İnceleme Tarihi: 07.07.2018

Bugünkü Durumu: Bursa İvaz Paşa Türbesinde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi

Malzeme: Mermer

Form: Düşey dikdörtgen gövde ve yuvarlak ve kaş kemerli

Ölçüler: BŞ: yüksekliği 0,80 m, genişliği 0,34 m AŞ: yüksekliği 0,80 m, genişliği 0,33 m

Yazı dili: Arapça

Kitabesi:

Baş şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

قد مات المرحوم المغفور السعيد الشهيد المحتاج الى تابه الشهيد

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabe

مولانا محمد جلبي بن مولانا محمود بن حاج عوض باشا

Anlamı: göç eden, affedilmiş, bahtiyar, şehit, merhum şahadet dercesine muhtaç, Hacı İvaz Paşa oğlu Mevlana Mahmut oğlu Mevlana Muhammed.

Tanımı: Şahide, düşey dikdörtgen gövdeli ve yuvarlak ve kaş kemerli bir forma sahiptir. Kitabe baş şahidenin ön ve arka yüzüne üç bölüm halinde yerleştirilmiştir. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış ölünün bilgileri içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir. Ayak şahidenin arka yüzeyi ise sade bir şekilde düzenlenmiş olup, ön yüzeyi ise kandil ve palmet motifile süslenmiştir.



Görsel.5. Hacı İvaz Paşa Oğlu Mevlana Mahmut Oğlu Mevlana Muhammed'in Baş Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü



Görsel.6. Hacı İvaz Paşa Oğlu Mevlana Mahmut Oğlu

Mevlana Muhammed'in Ayak Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

2.5. Abdullah Oğlu Hüseyin Kızı Mehdum Zade'nın Mezar Şahidesi

Görsel No: 7

Yeri: İznik Mahmut Çelebi Camii Haziresi

İnceleme Tarihi: 08.07.2018

Bugünkü Durumu: İznik Mahmut Çelebi Camii Haziresinde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi

Malzeme: Mermer

Form: Nokta forumlu

Ölçüler: BŞ: 0.61.m x (0.35-0.13-0.46.m)

Yazı dili: Arapça

Kitabesi:

Baş şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

انتقل المرحومة المغفورة الشهيدة السعيدة

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabe

محدوم ذاده بنت حسين بن عبدالله

Anlamı: göç eden, affedilmiş, bahtiyar, şehit, merhum Abdullah Oğlu Hüseyin Kızı Mehdum Zade.

Tanımı: Mezarın Baş şahidesi Nokta formlu bir şahidedir. Kitabe baş şahidenin ön ve arka yüzüne üç bölüm halinde yerleştirilmiştir. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış ölünün bilgileri içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir.



Görsel.7. Abdullah Oğlu Hüseyin Kızı Mehdum Zade'nın Baş Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

2.6. Mustafa Ağa Kızı Fatma Hatun'un Mezar Şahidesi

Görsel No:8

Yeri: Muradiye Türbeler Topluluğu

İnceleme Tarihi: 05.07.2018

Bugünkü Durumu: Muradiye Türbeler Topluluğunde dikili vaziyatedir.

Tarihi: Osmanlı Dönemi

Malzeme: Mermer

Form: Düşey dikdörtgen mihrabiyeli gövde ve Sivri Kemerli

Ölçüler: BŞ: yüksekliği 1,69 m, genişliği 0,59 m

Yazı dili: Arapça

Kitabesi:

Baş şahide

Ön Yüzeyde Bulunan Kitabe

هذه المرقد المرحومة المبرورة فاطمة خاتون بنت مصطفى اغا غفر الله ذنوبهما

Arka Yüzeyde Bulunan Kitabe

ربنا اغفر لنا ذنوبنا وكفر عنا سيئاتنا وتوفنا مع الأبرار

Anlamı: bu kabir, merhume, iffetli, Mustafa ağa kızı Fatma hatunun'dur, Allah onları affetsin. Ey Rabbimiz günahlarımızı affet ve kötülüklerimizin üzerini ört ve bizi iyilerle birlikte vefat ettir.

Tanımı: Düşey dikdörtgen mihrabiyeli gövde ve Sivri Kemerli bir forma sahiptir. Baş şahidenin Arka yüzünde üç sıra kavsara dilimleri olan sade bir mihrap yer alır. Mihrap içinde kavsaradan itibaren oluşturulan üç sıra yazı bölümü mevcuttur. Ön yüzünde ise altı sıra yazı bölümü bulunmaktadır. Bu bölümler cetveller ile birbirinden ayrılmıştır. Her bölüm iki satır halinde oyma celi sülüs hatla yazılmış ölünün bilgileri ve Âl-i İmrân Suresinin 193 Ayeti içermektedir. Kitabede bulunan harfler epigrafik açıdan girift bir biçimde iç içe alttan üste doğru istiflenmiştir.



Görsel.8. Mustafa Ağa Kızı Fatma Hatun'un Baş Şahidesinin Ön ve Arka Yüzü

3. DEĞERLENDİRME

Erken Devir Osmanlı Mezar Taşları altında Bursa Bölgesinde (Muradiye Türbeler, Bursa Başçı İbrahim Paşa Camii Haziresi, Bursa İvaz Paşa Türbesi, Zeyniler Kabristanı, İznik Mahmut Çelebi Camii Haziresi) gerçekleştirilen arazi çalışmaları sonucu tarihi önem arz eden 6 adet mezar taşı tespit edilmiştir. İncelemeye alınmış bu mezar taşları farklı tipoloji özellikleri, kitabeleri ve bezemeleriyle bölgenin tarihi kültürel dokusunu yansıtan örnekler olmasına dikkat çekmektedir. Zira Ege Bursa konumu itibariyle tarih boyunca farklı kültürlere ev sahipliği

yapmış birçok kültürel mirası bünyesinde barındırmaktadır. Mezar taşlarının 15 ve 16. yüzyıla ait oldukları ve üslup olarak da diğer bölgelerdeki mezar taşları ile benzer üslup özeliklerini taşıdıkları görülmektedir. Tespit edilen mezar taşlarının büyük bir bölümü günümüze sağlam olarak ulaşabilmeyi başarabilmiştir.

3.1. Dönemsel Analizi: Çalışma konumuzu oluşturan Bursa Erken Devir Osmanlı mezar taşları, Genel hatlarıyla ve özellikleriyle, ll. Mehmet, ll. Beyazıt ve Sultan Süleyman dönemine yanı 15 ve 16. yüzyıla tarihlenmektedir.

3.2. Tipolojik Analiz: Mezar şahidelerin mezarlık alanlardan toplanarak müzeye getirilmesi ve bazıları ise mezarlıkta özgün yerlerinde olmamaları sebebiyle mezar formları çoğunlukla belirlenememiştir. Bu mezar taşlarının baş ve ayak şahidesi olarak ayırt edilmeden bir bütün olarak tipoloji sınıflandırılmasına gidilmiş dönem ve bölge özeliklerinin belirginleşmesi sağlanmıştır. Çalışma konumuzu oluşturan mear taşların tipolojik olarak düşey dikdörtgen gövde ve Sivri Kemerli, düşey dikdörtgen sütunceli gövde ve Sivri Kemerli, Düşey dikdörtgen gövde ve yuvarlak ve kaş kemerli, nokta forumlu ve düşey dikdörtgen mihrabiyeli gövde ve Sivri Kemerli olduğu görülmektedir. Ayrıca benzer örnekler Edirne ve İstanbul'da bulunduğu anlaşılmaktadır.

3.3. Malzeme ve Teknik: Bursa Erken Devir Osmanlı mezar taşları genel olarak mermer kullanılmış olup, oyma tekniğiyle yapıldığı görülmektedir.

3.4. süsleme: Mezar taşlarının tipoloji özelliklerinin yanı sıra üzerlerindeki süslemelere ön plana çıkmaktadırlar. İncelen mezar taşlarının üzerlerindeki süslemeler tümü orijinal olduğu anlaşılmaktadır. Süslemeler bitkisel rûmî, palmet ve kıvrak dal, kandil ve çarkıfelek motifinden oluştuğu görülmektedir.

3.5. kitabe: Çalışma konumuzu oluşturan mezar taşlarında yaptığımız incemeler neticesinde genelde oyma tekniğiyle kitabelerin yazıldığı anlaşılmıştır. Oyma tekniği ile şahide yüzeylerine uygulanan kitabe türleri içerisinde en çok celî sülüs yazı karakteri kullanılmıştır. Yazılarda dil olarakta, Arapça ağırlıklı olmakla birlikte azda olsa Farsça ve Osmanlıca yazının kullanılmış olduğu kitabe örnekler de mevcuttur. Genel anlamda mezardaki metfuna ait kimlik bilgileri, cinsiyet, tarih, dua, yakarış gibi bilgilerin bulunduğu bu taşlarda ayrıca Kur'an-ı Kerim'den bazı Ayet-i Kerimeler, hadis-i şerifler, hikmetli sözler rastlamak mümkündür. Mezar taşlarında yapılan incelmelerden sonra Erkek ve Kadın isimlerin çoğunluğu İslami ve Arapça isimleri olduğu anlaşılmıştır. Farsça ve Türkçe isimlerde bulunmaktadır.

4.SONUÇ

Çalışma konumuzu oluşturan Bursa Erken Devir Osmanlı mezar taşları, coğunun tarihlendiği 15-16.yy‟da. yapılan çalışmalar sonucunda benzer örnekler arasında günümüze en iyi şekilde ulaşabilmiş eserler seçilmiştir. 8 tanesi incelenmiştir. Bunların bazılarının tarihleri okunmuş bazıları ise tarihlendirilememiştir. Mezar taşları, gerek işçilik, gerekse hat sanatının en güzel örneklerinin sergilendiği eserler olup, aynı zamanda, mezar mimarisinin geçirdiği evrelerin takibi ve değerlendirilmesi yönünden ve de yazıtlarının tarihsel değerleri nedeniyle, sanat tarihi ve tarih açısından ayrı bir önem taşımaktadır. Genel olarak mezartaşlarının bütün yüzeyleri çeşitli süslemelerle değerlendirilmeye çalışılmıştır. Erken Osmanlı dönemi mezar taşları sadece biçimsel özellikleri bakımdan değil üzerlerinde taşıdıkları süslemeler, yazılar, taşın işleniş biçimi, işleme yöntemi, süslemelerin ayrıntılı tanımlarıyla ele alınarak döneminin kültür etkilerinin yanı sıra sanatımıza o dönemde yansımış olan yenilikleri keşfetmek, nasıl bir gelişim ve seyir takip edildiği gibi konuları açıdan önemlidir. Bu taşların tipolojik özellikleri, üzerlerindeki yazılar, süslemeler, sembol ve figürler, eski ve yeni vatan arasında kültür köprülerinin kurulmasını temin eden bir öneme sahiptir.

5. KAYNAKLAR

AKKILIÇ, Yılmaz., Bursa, *Bursa Ansiklopedisi*, 1, Bursa: 2002 , 278–279.

ASLAN, Rukiye., *16.Yüzyıl Ortalarında Bursa A–84 Ve A–202 Numaralı Bursa Şer'iyye Sicillerine Göre*, yükesk lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2006.

EROĞLU, Ömer, *Batı Anadolu'daki (Ege Bölgesi) Beylikler Ve Erken Osmanlı Dönemi Mezar Taşları*, Doktora Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van, 2022.

GÜLGEN, Hicabi., *Osmanlı mezar taşlarının Bursa ve civarındaki ilk örnekleri*, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa 2009.

SEYHAN, Ertugrul., Bursa , *DA*, 6, istanbul: 1992, 451-453.

UZUNÇARSILI, İ. Hakkı., *Osmanlı Tarihi*, 1, Ankara, 1982, 117–118.

TASVİRLİ ESERLER ÜZERİNDE HAYVAN AVCILIĞI: URARTU ASSUR VE GEÇ HİTİT DEVLETLERİNDE

Arş. Gör. Sefa KÖSE
Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İnsan ve Toplum Bilimleri Fakültesi
Sanat Tarihi Bölümü, - 0000-0001-6197-4210
Dr. Öğr. Üyesi Ahmet KOCAİSPİR
Iğdır Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi
Tarih Bölümü, - 0000-0003-0682-41502

ÖZET

Urartu Krallığı uzun tarihi boyunca sınırları hep dalgalanmış olmakla beraber gücünün zirvesindeyken Van, Sevan ve Urmiye arasında kalan toprakların tek hâkimi olmuştur. Assur İmparatorluğu yaklaşık MÖ 2000 ile 600 yılları arasında hüküm sürmüş bir Antik Çağ Mezopotamya imparatorluğudur. Geç Hititler Tuz Gölü ve Fırat Nehri arasında kurulmuş devletlerin oluşturduğu uygarlıktır. M.Ö 1200'lerde, Ege'den göç eden toplulukların, birbirlerinden bağımsız halde kurdukları devletlerden oluşmuşlardır.

Bu üç demir çağ uygarlığı devletlerinin avcılığı, toplumlarının ihtiyaçları, kültürel inançları ve sosyal yapısına göre şekilleniyordu. Avcılık, sadece beslenme ve ekonomik ihtiyaçları karşılamakla kalmayıp aynı zamanda güç, statü ve kültürel öneme sahip bir etkinlik olarak da işlev görüyordu. Şüphesiz gerçekleştirilen avcılık faaliyetleri sanatlarına da yansımıştır.

Bu çalışmada Urartu, Assur ve Geç Hitit Devletleri dönemine ait tasvirli eserler ışığında av ve avcılığa dair veriler taranarak bu devletlerin sanatlarındaki yansımaları ve etkileşimleri sosyo-kültürel açıdan değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Urartu, Assur, Geç Hitit, Demir Çağ, Avcılık, Tasvirli Eserler

1. Giriş

MÖ 12. yüzyılın başlarında Doğu Anadolu'da güçlü bir krallığın ilk tohumları filizleniyordu. Krallığın yeşermesine yaklaşık 400 yılı aşkın süre gerekse de geçen bu zaman zarfında Van Gölü havzasında Urartu Krallığının ''arkaik çağı'' , ''beylikler dönemi'' ya da ''Proto Urartu'' olarak adlandırılan dönemi yaşanacaktı. Urartu Krallığı en parlak döneminde iken Van, Sevan ve Urmiye gölleri arasında kalan toprakların tek hâkimi olmuştur (Salvini 2006) (Yakar 2007) (Işıklı 2019) (Çilingiroğlu 2011; 1058-1061) (Çilingiroğlu 2001).

Assurlar üç ayrı dönemde, imparatorluk olarak var olmuştur. Bu imparatorluklar; MÖ 2. binyılın ilk yarısı Eski Assur İmparatorluğu, MÖ 2. binyılın ikinci yarısı Orta Assur İmparatorluğu ve MÖ 1000-612 Yeni Assur İmparatorluğu'dur

Geç Hitit Devletleri, Anadolu'nun Demir Çağı'ndaki siyasi varlıklarıdır. MÖ 1200'lerde batıdan gelen Ege Göçleri'nin saldırılarından kurtulabilen Hititler güney ve güney - doğu Toroslar'ın dağlık bölgelerine çekilerek yaşamışlar ve her biri bağımsız beylikler kurmuşlardır.

Günümüz coğrafyasında olduğu gibi Orta Demir Çağı'nda da Doğu Anadolu ve Mezopotamya bölgesinde orman, stepler ve çalı gibi bitki toplulukları söz konusu olmalıdır. Bu coğrafi alan içerisinde

yabani hayvan olarak boğa, inek, eşek, öküz, sığır, koyun, domuz, geyik, tilki, tavşan, leopar, çita, kurt, kunduz, yaban kedisi, dağ keçisi, aslan ve çeşitli kuş türleri yaşamış olmalıdır.

2. URARTU KÜLTÜRÜNDE AVCILIK

Gerek arkeolojik buluntulardan, antropolojik kalıntılardan ve gerekse görsel sanatlardan anlaşılacağı üzere, Urartu uygarlığında aslan başta olmak üzere yabani boğa, dağ keçisi, geyik vb. ile balık avcılığının yapıldığı anlaşılmaktadır.

2.1 Tasvirli Eserler

Urartu eserleri içerisinde tasvirli kemerler, içlerinde avcılık ile ilgili görsel şölen sunan zengin sahneler barındırmaktadır (Çavuşoğlu 2002). Betimlenen hayvanlar arasında aslan, dağ keçisi, boğa ve geyik başı çekmektedir. Tabi ki bunu coğrafyaya bağlamak yanlış olmayacaktır.

2.1.1 Aslan (Görsel 1A)

Sırasıyla hayvan betimlerine bakılacak olunursa bunların arasından aslan figürleri genelde profilden olup yer yer başlar geriye dönük işlenmiştir. Doğal görünüme sadık kalınmış olup ayrıca zaman zaman ağzı açık ve hırlar pozisyonda verilerek canlılık katılmak istenmiştir. Aslan av sahnesinde teçhizat olarak ok, mızrak ve hançerin yanı sıra at arabaları; yardımcı öğe olarak süvariler ve piyadeler işlenmiştir (Gökçe 2018, s. 311-329). Avcı rolündeki figürler tek tip değildir. Sahnelere göre at üzerinde, taşıt kasasında veya zemin üzerinde ayakta ve diz çöker pozisyonda karşımıza çıkar. Hayvanların vücutlarının çeşitli yerlerine saplanmış olan ok ve mızraklar yine canlı görüntüyü destekler niteliktedir. Bunun yanı sıra aslan figürleri taşıtların arka tekerleklerine saldırı pozisyonunda da işlenmiştir.

2.1.2 Yabani Boğa (Görsel 1B)

Yabani boğa avı sahnelerine ilişkin kemer parçaları önemli veriler sunmaktadır (Çavuşoğlu 2002). Tıpkı aslanda olduğu gibi figürler genellikle profilden ve kısmen de başlar geriye bakar şekilde işlenmiştir. Aynı şekilde doğallığın korunduğunu ve uzuvların başarılı bir şekilde verildiği söylenebilir. Ok ve mızrakların çoğunlukla avların ense, baş, gövde ve bacaklarına saplandığı görülmektedir. Bunların yanı sıra taşıtlara koşulan hayvanların ayaklarının altlarında ölü halde yabani boğa figürleri betimlenmiştir. (Gökçe 2018).

2.1.3 Dağ Keçisi (Görsel 1C)

Urartu kültüründe dağ keçisi avı bir kemer parçası ve bir adet at göğüs plakasına işlenmiştir. İlk olarak göğüs plakasına bakılacak olunursa koşar pozisyonda bir dağ keçisine çeşitli figür ve motifler eşlik ettiği görülmektedir. Anatomik yapı burada da korunmuştur. Betimde dağ keçisinin arkasında bir dizinin üzerine çömelmiş şekilde avcı figürü yer almaktadır. Avcının attığı ok koşar pozisyondaki keçinin boyun kısmına saplanmıştır (Rehm, 1997). Diğer keçi avını gördüğümüz kemer parçasında da anatomik yapı yine aynıdır. Buradaki avcı figürleri diğerinin aksine at üzerinde verilmiştir. Şüphesiz buradaki av aleti ok değil mızrak olmalıydı (Gökçe 2018). Aynı kemerde aslan avı sahnesi de işlenmiştir (Kellner,1991).

2.14 Geyik (Görsel 1D)

Geyik avı sahneleri de kendine Urartu görsel sanatında yer edinmiştir. Genel özellikleri ile diğer tasvirlerin sahip oldukları özelliklerin çok dışına çıkmayan geyik avı sahnesinde farklı olarak avcılar ellerinde mızrağa ek olarak bir de kalkan taşımaktadır. (Kellner,1991). Bahsi geçen kemer parçasının yanı sıra bir adet at göz siperliği üzerinde de geyik avı sahnesi işlenmiştir. Burada da geyiğin hemen gerisinde diz çökmüş avcı figürü göze çarpmaktadır. Fakat kemerde yer alan geyik avı sahnesinin aksine

avcı, burada mızrağını değil de okunu kullanmaktadır. Nitekim avcı tarafından atılan okun geyiğin ensesine isabet ettiği görülmektedir. Avcının hemen gerisinde de bir ağaç motifi yer almaktadır (Rehm 1997).

2.1.5 Duvar Resimleri (Görsel 1E)

Arinberd sarayının duvar resimlerinde boğa avı sahneleri yer almaktadır. Betimlenmiş olan yabani boğaların anatomik yapıları kemer parçalarında işlenen yabani boğalara benzer şekilde aslına uygundur. Ancak duvar resimlerinde görülen yabani boğa betimlerinin kemerlerdeki boğalardan farkı kuyruklarının spiral değil de paralel olarak verilmesidir. *''Söz konusu av sahnesinin ağaçlar, çalılıklar ve sazlık tarzı bir yerde geliştiği görülmektedir''* (Gökçe 2018; 315). Burada avcı figürüne bir av köpeği eşlik etmektedir. Ayrıca kamışlar içinde gizlenmiş yabani buzağı da resmedilmiştir (Hovhannissian, 1973; 70-71) (Gökçe 2018; 315).

2.2. Antropolojik Veriler

Urartuların İran'daki krali kenti olan Bastam'da yapılan kazılar sonucunda yabani koyun, yabani sığır, gazel ve yaban eşeğinin kalıntıları ele geçmiştir (Zimansky 1979, 54). Bir diğer Urartu Kalesi Armavir-Blur'da yabani hayvan kalıntıları tespit edilmiştir (Martirosjan 1974, 144). Köşkerbaba Urartu yerleşkesinde balık avcılığında kullanıldığı düşünülen 200 kadar pişmiş toprak balık ağı ağırlığı ele geçmiştir (Gökçe 2018 s.317).

2.2.1. Ayanis Kenti Zooarkeolojik Veriler

Urartu Krallığı'nın zirve yaptığı yıllarda, tahttın sahibi; Argişti oğlu Rusa MÖ 673/2 yılları arasında inşa ettirdiği Ayanis Kentinde 1989 yılından beri arkeolojik kazılar devam etmektedir. Zooarkeolojik açıdan devam etmekte olan çalışmaların en önemli buluntusu kentin kuzey savunma mimarisini anlamak amacıyla açılan açmadan gelmiştir. Açmanın yaklaşık 45 cm'lik kültür tabakasından ortaya çıkarılan yaklaşık 15000 hayvan kemiği parçası Sezer ve Sıddıq tarafından çalışılmıştır. Kendisinden alınan veriler ışığında yabani hayvan kalıntılarını belirleyerek avcılık faaliyetleri açısından bir çıkarım yapmayı hedefliyoruz. Ayanis Kenti'nde daha önce ele geçen hayvan kemiği kalıntıları zaten incelenmişti. Kuzey yamaç çok daha fazla kemiğin ele geçmesiyle birlikte bize daha net bilgiler vermektedir. Veriler toplandığında genel olarak, Ayanis Kenti'nden elde edilen hayvan kalıntıları arasında toynaklı, etçil ve küçük gövdeli memeliler, çeşitli kuşlar ve balıklar yer almaktadır (Sıddıq - Sezer, 2020, 155-169). Ele geçen kalıntılardan tespit edilen bütün hayvan çeşitleri tabloda verilmiştir. (Tablo 1 Sıddıq - Sezer, 2020, 155-169).

Kale'nin bulunduğu çevre yabani tavşan için oldukça uygun bir yaşam alanıdır. Ayanis Kalesi'nden ele geçen kalıntılar arasında bulunan çok sayıdaki tavşan kemiği de bu görüşü destekler niteliktedir (Sıddıq - Sezer, 2020, 155-169). *''Ayrıca yerleşmede tespit edilen kuş türlerinin çoğu su kuşlarıdır ve bunlar arasında, özellikle kuğu, yaban kazı, yeşilbaş, çamurcun, turna, karabatak ve balıkçıl gibi kuşlar genelde et kaynağı olarak bölge halkı tarafından avlanmaktadır''* (Sıddıq - Sezer, 2020, 159). Dolayısıyla, Urartu döneminde de bölgedeki farklı sulak ve bataklık alanların yanı sıra, özellikle Van Gölü ve Van Gölü havzasındaki bataklık alanlar, bu kuşlar için çok uygun yaşam ve habitat alanları sağlıyordu (Sıddıq - Sezer, 2020, -160). Muhtemelen Kaledeki halk bu kuşlar avlayıp, lezzetli bir et kaynağı olarak kaleye getiriyordu.

2.3 Duvar Resimleri

Arinberd sarayının duvar resimlerinin bir kısmında boğa avı sahnesi işlenmiştir. Betimlenen boğaların anatomik özelliklerinin kemer parçalarında işlenmiş olanlarla benzer şekilde aslına uygun

olduğu gözlemlenmiştir. Ancak duvar resimlerindeki yabani boğaların kemerlerdeki boğa figürlerinden farkı kuyruklarının spiral değil de paralel olarak verilmiş olmasıdır. Söz konusu av sahnesinin ağaçlar, çalılıklar ve sazlık tarzı bir yerde geliştiği görülmektedir (Gökçe 2018, s.315). Burada avcı figürüne bir av köpeği eşlik etmektedir. Ayrıca kamışlar içinde gizlenmiş yabani buzağı da resmedilmiştir (Hovhannissian, 1973, 70-71) (Gökçe 2018, s.315)

3. YENİ ASSUR KRALLIĞINDA AVCILIK

Süregelen 1400 yıl boyunca özellikle savaştaki atılganlıkları ve hemen her alanda üstün başarısını göstermekten çekinmeyen Assurlular av ve avcılık konusunda da her zaman önde gelmiştir. Avcılığı yönetimin, gücünü göstermekte bir araç olarak kullanan Assurlular'ın avcılık ile ilintili betimleri en çok mühürlerde ve daha geç dönemlerde saray duvarlarının kabartmalarında görülür (İmamoğlu ve Koca, 2018; 479). *''Avlanan hayvanlar arasında aslan, ayı, balık, ceylan, dağ keçisi, geyik, panter, tavşan, maymun, fil, yabani boğa, yabani öküz, yabani eşek, kuşlar, yılan ve bataklık domuzu gelmektedir''* (Sülün 2017; 88). Avlanan hayvanlar arasında sayısal olarak ilk iki sırayı aslan ve yabani boğa paylaşmaktadır. Bunları deve kuşu, fil, domuz, ayı ve geyik izlemektedir.

3.1 Tasvirli Eserler

Yeni Assur Krallığı'nda saray, tapınak gibi birçok mekânın duvarları, oda kapıları ve girişlerinin askeri, dini içerikli konularla bezendiği bilinmektedir (Sülün 2017; 88). Nitekim bu mekânların bazıları askeri, dini içerikli konuların yanı sıra krallığının av faaliyetlerini gözler önüne seren kabartmalarla işlenmiştir.

3.1.1 Aslan (Görsel 2A)

Yeni Assur aslan avı sahneleri oldukça çeşitlidir. Genellikle profilden verilen aslan betimlerinde yer yer başların geriye dönük olarak işlendiği görülmektedir. Anatomik yapının korunmasının yanında sahnelerde büyük bir canlılık söz konusudur. Teçhizat olarak ok, yay, mızrak, kalkan, kırbaç ve hançer kullanan avcı figürleri yer yer zeminde işlenmesine karşın taşıt olarak da at arabası ve kayıklardan faydalanmışlardır. Avcı rolünde ise Kral'ın yanı sıra haremağaları, piyadeler ve süvariler yer almaktadır (Sülün 2017). At arabalarının kasalarında iki veya dört kişi vardır. Sürücü olan figür bir eliyle dizginleri tutarken diğer eliyle de atları kırbaçlamaktadır. Avcı figürleri ise, öne veya arkaya doğru ok ya da mızrak atar pozisyonda işlenmiştir. Piyadeler ise kendilerini korumak için bir kalkan taşımaktadır. Yer yer atların altında daha önce avlanmış aslan figürleri yatmaktadır. Çoğu betimde aslanların belirli yerlerine saplanmış ok ve mızrakları görmek mümkündür. Yeleleri oldukça belirgin olan erkek aslanlar çoğunlukta olmasına karşın dişi aslanları da bu sahnelerde görmek mümkündür.

Ayrıca bazı betimlerde aslan ile yakın mücadele işlenmiştir. Arabaya sıçramaya çalışan aslanların mızrakla öldürülme sahnelerinin yanı sıra kralın aslanla sanki güreşircesine bir duruş sergilediği sahneler de söz konusudur. Bu şüphesiz bir propaganda unsurudur. Çünkü bir kral ne kadar güçlü hayvanı avlarsa o kadar güçlü görülmektedir (Öz, 2016; 145). Ayrıca kralların unvan ve sıfatları betimlenirken *''aslan gibi''* tanımlamalarla güçleri abartılmış ve kendilerine farklı nitelikler yüklenmiştir(Öz, 2016; 145). Ayrıca ok veya mızraklarla vurulan aslan betimlerinde kan unsurunun da verilmesi dikkati çekmektedir. Aslanın yaralandığı bölgesinden ve ağzından gelen kan akışı başarıyla işlenmiştir.

Kralların libasyon sahnelerinde de aslanla görülmektedir. Asurbanipal'in Kuzey Sarayı olarak geçen sarayın *''S''* odasında bulunan rölyeflerdeki betimde Kral, sunu kabında bulunan şarabı avladığı üç erkek aslanın üzerine dökmektedir. Ayrıca yazılı kaynaklarda da kralın sunu sırasında aslanın üzerinde şarap döktüğü açıkça belirtilmektedir (Luckenbill, 1927; 391)

Bir süvarinin elinde tuttuğu kırbaçla aslanın karşısında durduğu betim av sahnesi değil de bir gösteri sahnesi olmalıdır. Çünkü kral halkına da aslanları gösteriyordu. Asurnasirpal'e (MÖ 883-859) ait bir kitabede kralın halkına yakaladığı hayvanları teşhir ettiği ifadesi de geçmektedir. (Grayson, 1972; 149).

Bilindiği üzere Assur kralları av partileri yapıyordu. Ancak Yeni Assur döneminde bölgede aslan sayısında büyük bir azalma söz konusuydu (Öz 2016; 148). Bundan ötürü aslan ve aslan yavrularının yakalanarak kafeslerde beslendiği ve yeterli sayıya ulaşıldığında av partilerinin ve gösterilerin gerçekleştirildiği bilinmektedir (Collon, 2004; 81).

3.1.2 Balık (Görsel 2B)

Yeni Assur sanatında balık avcılığına dair veriler, Ninive kentinden ele geçmiş kabartmalardan bilinmektedir (Sülün 2017; 33). Avcı figürleri bir su tulumu veya sal üzerinde oturmuş olarak bazı durumlarda da zemin üzerinde diz çökmüş olarak verilmiştir. Sahnelerin ortak noktası balık avında kullanılan teçhizatın olta olmasıdır. Yardımcı öğe olarak sal kullanan kürekçiler bulunmaktadır. Kabartmalarda görülen balıklarda anatomik yapı korunmuştur. *''Hayvanların gözleri yuvarlak bir daire, ağızları hafif açık ve gövde pulları çizgilerle işlenmiştir''* (Sülün 2017; 33). Balıkların hemen hepsinin üç adet yüzgece sahip olduğu görülmektedir (Sülün 2017). Bahsi geçen bu balıklar olasılıkla sazan türüne ait olmalıdır.

3.1.3 Ceylan (Görsel 2C)

Yeni Assur Döneminde ceylan avı sahnesini tek bir örnek ile biliyoruz. Bu örneği de Dur-šarrukin kentinin saray mekanında ki kabartmada görüyoruz (Albenda, 2008 75). Ormanlık bir alanda gerçekleştirilen avda ceylan bir avcının omuzlarında durmaktadır. Diğer iki avcının ok ile avlanmaya devam ettiği görülmektedir. Ceylanın vücut duruşu ölü olmadığını göstermektedir ki vücudunda herhangi bir yara izinin olmayışı da bu durumu destekler niteliktedir. Avcı aynı zamanda elinde bir tavşan tutmaktadır. Tavşan avına da örnek oluşturacak bu eserde hayvanın canlı olması yine muhtemeledir. Öyle değilse bile vurulduktan sonra ok vücudundan çıkarılmış olabilir.

3.1.4 Çekirge (Görsel 2D)

''Yeni Assur'da çekirge avına dair veriyi, Ninive Güneybatı Sarayı'nda yer alan ve ziyafet için yiyecek taşıyan hizmetlilerin işlendiği kabartmadan bilmekteyiz'' (Sülün 2017; 34) Bu sahnede belirli bir düzende şişe yerleştirilmiş çekirgeler görülmektedir (Sülün 2017; 33). Diğer hayvanlarda da gördüğümüz üzere anatomik yapı burada da korunmuştur. Gözleri yuvarlak daire olarak işlenen çekirgelerin başlarında iki adet anten bulunmaktadır. Çekirgelerin kanatları ile bacakları başarılı şekilde gösterilmiştir.

3.1.5 Geyik (Görsel 2E)

Yeni Assur'da geyik avına dair verileri Ninive Kuzey Sarayı Oda S kabartmalarından ve Kavuşan Höyük 'den ele geçen bir mühür üzerindeki sahneden bilmekteyiz (Sülün 2017). Her iki sahnede de av ormanlık bir alanda gerçekleştirilmiştir. Av sahnelerinde betimlenen geyiklerinden boynuzlu olanları erkek diğerini ise dişi olduğu belirtilmiştir (Albenda 2008; 70). Ok kullanan avcılar aynı zamanda çit kullanarak alanı daraltmışlardır. Bu çit beyinlerde geyiklerin canlı olarak da yakalandığı fikrini uyandırmaktadır. Hayvanlara saplanmış oklardan ve avcıların taşıdığı yaralı geyik betimlerinden yola çıkarak hayvanların yaralı olarak da yakalandıklarını söyleyebilmekteyiz (Sülün 2017; 35). Yazılı kaynaklar da bu durumu kanıtlamaktadır.

3.1.6 Kuş (Görsel 2F)

Ormanlık bir alanda geçen kuş avı sahnelerinde kuşlar yer yer ağaçların üzerinde veya uçar pozisyondadır. Avcıların avlanmada ok kullandığı görülmektedir. Aynı zamanda bir avcının elinde bir kuş tuttuğu betim vardır ki burada kuşun canlı olma olasılığı yüksektir. Ninive'den bir mühür üzerinde ki betim de deve kuşu avı sahnesi işlenmiştir. Deve kuşunun kuyruk ve kanat tüyleri çizgilerle vurgulanmıştır. Hayvanın kafasının ayrı olarak işlenmesi avcının kafasının keserek kopardığını göstermektedir.

3.1.7 Yabani Boğa (Görsel 3A)

Yabana Boğa avı sahnelerinde hayvanlar oldukça büyük boyutta ve tek boynuzlu olarak işlenmiş olup hayvanların yüz hatları vurgulanmış, kuyrukları arka ayaklara paralel ve vücut tüyleri ile karın kaburgaları ve bacak kasları çizgilerle gösterilmiştir. Boğa avı sahnelerinde de Kral'ı görmekteyiz. Bahsettiğimiz gibi bu durum da propaganda unsurudur. Güçlü hayvanları güçlü kralların avladığı mesajı verilmek istenmiş olabilir. Yardımcı eleman olarak piyadeler ve süvarileri görmekteyiz. Kullanılan teçhizat ve taşıtlar bakımından aslan avıyla çok benzer durumlar söz konusudur. Ayrıca betimlemelerde avcıların yabani boğalar ile giriştiği yakın mücadeleler de işlenmiştir. Tanrıya yapılan şölenlerde de aslanda olduğu gibi boğaları da görmekteyiz. Bu sahnelerde güçlü hayvanları işlenmesi propaganda fikrini destekler niteliktedir.

3.1.8 Yabani Katır (Görsel 3B)

Yabani katır avına dair verilere Ninive Kuzey Sarayı S kabartmalarından ulaşmaktayız. Genel olarak diğerleri ile aynı durumları yansıtan yabani katır avlarında farklı olarak av köpeğinin kullanıldığını görüyoruz. Betimlemelerde köpekler, yabani katırları kovalarken ve gövdelerinden ısırırken gösterilmişlerdir. Kabartmalarda canlı olarak yakalanan yabani katırlar da görmekteyiz. Daha önce bahsettiğimiz gibi yüksek ihtimalle bazıları kafeslere kapatılmak üzere yakalanıyorlardı. İki avcı figürünün yakalanan yabani katırı halatla bağladığı sahne bu durumu kanıtlar niteliktedir (Sülün 2017; 38)

3.1.9 Yılan (Görsel 3C)

Kabartmalarda karşımıza çıkmayan yılan avı sahnelerini Ninive'de bulunan mühürler üzerinden bilmekteyiz. Durdukları yerde betimlenmiş olan yılanların kuyrukları gövdeye doğru sarmal şekildedir. Görülen anatomik özellikler, hayvanın yılan olduğunu düşündürtmektedir. Günümüz coğrafi bölgesinde bile halen varlığını bilen bir tür olan engerek yılanı olması muhtemeldir. Avcıların ok kullandığını da betimlerden anlıyoruz.

3.2 Antropolojik Veriler

Antropolojik kalıntılar bizlere yabani hayvan avları hakkında kısmen de olsa bilgi sahibi olmamızı sağlayacaktır. Gerçekleştirilen arkeolojik kazılarda betimlerde gördüğümüz bazı hayvanlara ait kalıntılar tespit edilmiştir. Kalhu kentinde yapılan kazılarda ceylan iskeleti ele geçmiştir. Bu hayvanın ritüellere bağlantılı olarak gömülmüş olabileceği ileri sürülmüştür (Albenda 2008, s.73). *''Ayrıca Kavuşan Höyük 'de tespit edilmiş Yeni Assur çukurunda, orta ve yan yüzü cilalanmış ceylan ayak bileği bulunmuştur''* (Sülün 2017 s.37). Bu da dini ritüel olarak yorumlanmıştır. Ayrıca Ur'da bir Yeni-Assur yapısının temellerine bırakılan ve kilden kutulardaki heykelciklerle bir arada bulunan küçük kuş kemiği kalıntıları bulunmuştur(Sülün 2017 s.40). Bu kalıntıların bina yapım ayinleriyle bağlantılı olabileceği ifade edilmiştir (Black - Green 2013, s.101).

4. GEÇ HİTİT KENT DEVLETLERİNDE AVCILIK

4.1 Tasvirli Eserler

Arkeolojik verilerden Yakındoğu'da, M.Ö. I. binin önemli uygarlıklarından olan Geç Hititlerde de avcılığın yapıldığı bilinmektedir (Pınarcık vd 2017; 390). Ancak Geç Hititlere ait yazılı metinler, şimdilik avlanma konusunda herhangi bir bilgi içermemekle birlikte dönemin kabartmalı ortostatları ile fildişi eserlerinin bir bölümünde avlanmaya dair sahneler işlenmiştir (Pınarcık vd 2017; 390).

4.1.1 Aslan (Görsel 4A)

Geç Hitit sanatında aslan avı ile ilgili veriler Malatya (Aslantepe) Kargamış, Sakçagözü, Tell Halaf'dan ortostat kabartmalar ile Nimrud'dan fildişi eserler üzerinde işlenmiş sahnelerden bilinmektedir (Pınarcık ve Gökçe 2017; 390). Anatomik yapının korunduğu betimler aynı zamanda profilden işlenmiştir. Bazı betimlerde yardımcı unsur olarak piyadeler ve av köpeklerini görmekteyiz. Ayrıca aslanla yakın mücadele de yine söz konusu bir durumdur. İki figürün hançer ve olasılıkla el baltası ile aslanın avladığı görülmektedir. Tell Halaf kabartmalarında avcı figürünün aslanla güreşircesine bir sahnesi işlenmiştir. Avlanmada kullanılan ok, mızrak ve hançerler genelde hayvanların ense, boyun, gövde ve arka sağrılarına saplanmıştır (Pınarcık vd 2017; 390). Genel olarak aslan figürleri koşar, şaha kalkar ya da yürür pozisyonda betimlenmiştir. At arabalı taşıtlar Geç Hitit Sanatında da vazgeçilmez bir öğe olmuştur.

4.1.2 Ayı (Görsel 4B)

Geç Hitit sanatında ayı sahneleri kendine Karatepe ortostatlarında bulunan iki örnekte yer bulmuştur (Darga 1992; 340). Ok ve mızrak kuşanmış avcı figürlerinin karşısında yavru ayılar betimlenmiştir. ''Kabartmanın ilk sahnesinde yürür pozisyonda verilmiş olan ayının bir eli kendisine doğru, diğer eli ise avcıya yönelecek şekilde resmedilmiştir'' (Pınarcık vd. 2017; 391). Diğer sahnede hayvan hareket halinde olup bir elini yukarıya doğru kaldırmış pozisyondadır. İlk sahnede avcının hayvanın kafasına dokunması yakın temas olarak yorumlanabilir.

4.1.3 Geyik (Görsel 4C)

Malatya (Aslantepe), Karatepe, Zincirli Güney Kulesi Kapısı ortostat kabartmaları ile Halep Müzesi'nde sergilenen bir kabartmada geyik avı tasvir edilmiştir İki avcı figürünün bulunduğu betimde avcılardan birisi arabayı sürerken diğeri önde koşan geyiğe ok atarken betimlenmiştir. Aynı zamanda at arabasının yanında köpek de koşar pozisyondadır. Diğer bir betimde av köpeği yaralı bir geyiğe doğru hamle yaparken işlenmiştir. Genel olarak anatomik yapı korunmuştur.

4.1.4 Kuş (Görsel 4D)

Kuş avına dair tek veri Karatepe'den ele geçmiştir (Ünal 2012; 688). Sahnenin üst tarafında sadece boyun ve baş kısmı görülen kuş kuğu veya kaz grubundan olmalıdır. Avcı figürünün hemen önünde betimlenmiş olan hayvan ise leylek, turna, akturna grubu ile benzeşmektedir. İkinci kabartmada tasvir edilmiş olan kuş figürü kuyruk duruşundan dolayı kartal ve bu gruptan yırtıcı bir yırtıcıyı anımsatmaktadır. Ayrınca birinci betimde kuşu yakalamak için günümüzde balık avı için de kullanılan bir alet olan ağ kepçe kullanılmıştır. Bazı görüşlere göre topuz olduğu öne sürülse de şahsi görüşüme göre ağ kepçe olması daha muhtemeldir. İkinci sahnede ise avcı bir elinde kürek tarzı bir alet, diğer elinde ise ucu tutamaklı ve yarım ay formlu bir teçhizat tutmaktadır (Pınarcık vd. 2017; 391).

4.1.5 Yabani Boğa (Görsel 4E)

Yabani boğa avını Tell Halaf'dan iki adet ortostat kabartmadan öğrenmekteyiz (Akurgal 2015; 310). Anatomik yapının yine korunduğu eserlerde hayvanlar koşar veya zaman zaman sabit pozisyonda işlenmiştir. Teçhizat olarak ise ok kullanılmıştır. Ayrıca atların çektiği iki tekerlekli taşıt da yardımcı öğe görevini üstlenmiştir.

4.1.6 Tavşan (Görsel 4F)

Geç Hitit Dönemi tavşan avı sahneleri Zincirli Güney Kulesi Kapısı ortostat kabartması (Ünal 2012; 691), Kayseri Müzesi'nde sergilenen bir kabartma (Özgüç 1971) ve Karatepe ortostat kabartması üzerinde tasvir edilmiştir (Pınarcık vd. 2017; 391). Badem gözlü ve kısa kuyruklu tavşanlar genellikle avcının elinde betimlenmiştir. Yer yer koşar pozisyonda da verilmiştir. Tavşan avında da ok ve mızrak kullanımı gerçekleşmiştir. Ayrıca tavşan avında avcı kuşlardan da istifade edilmiştir (Pınarcık vd. 2017; 391).

4.1.7.Balık (Görsel 4G)

Geç Hitit tasvir sanatında balık avcılığının tek örneğini Karatepe'den bir kabartma sayesinde bilmekteyiz (Öniz 2016; 80). Balık avında teçhizat olarak serpme tor diye tabir edilen ağ kullanılmıştır. Söz konusu bu balık büyük olasılıkla sazangiller familyasından bir türe ait olmalıdır. Öniz ve Beşaltı Karatepe'deki balıkçıların yerel halktan olduğu ve avlanmanın da Ceyhan nehrinde gerçekleştiğini öne sürmektedir.

5. GENEL DEĞELENDİRME VE SONUÇ

Gerek arkeolojik buluntulardan, antropolojik kalıntılardan ve gerekse görsel sanatlardan anlaşılacağı üzere, Urartu uygarlığında aslan başta olmak üzere yabani boğa, dağ keçisi, geyik vb. ile balık avcılığının yapıldığı anlaşılmaktadır. Assur uygarlığında da sayısal olarak en çok avlanan hayvanların başında aslan ve boğa gelmektedir. Daha sonra bunları deve kuşu, fil, domuz, ayı ve geyik izlemektedir. Geç Hitit krallıklarının da yoğun olarak ayı avlandığı görülmektedir. Assur veya Urartu'da böyle bir yoğunluk söz konusu değildi.

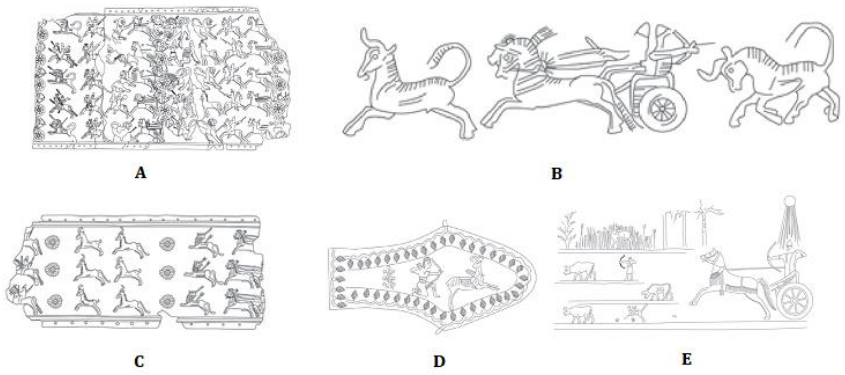
Yeni Assur Krallığı birçok alanda gösterdiği başarıyı av ve avcılıkta da ortaya koymuştur. Yeni Assur'da avlanmaya dair veriler yazılı kaynaklar başta olmak üzere görsel sanatlar ve kısmen de olsa antropolojik kalıntılardan bilinmektedir. Avlanan hayvanlar arasında aslan, ayı, maymun, kaplan, balık, ceylan, dağ keçisi, geyik, panter, tavşan, fil, yabani boğa, yabani öküz, yabani eşek, yabani katır, kuş (güvercin, deve kuğu, yaban kazı), yılan ve bataklık domuzu gelmektedir. Sadece Assur'da yazılı kaynaklarla desteklenen avcılık faaliyetlerine baktığımızda avlanan hayvanlar arasında aslan ve yaban i boğa'nın daha fazla olduğu görülmektedir. Urartu ve Geç Hitit kent devletlerindeki tasvirli eserler de buna yakın bir durumu göstermektedir. Aslan ve yabani boğanın; Geç Hitit'te Ayı'nın avcılık faaliyetlerinde çokça görülmesi, bunların devlet bazında olasılıkla güç gösteren bir propaganda veya soyluluk ifadesi olduğunu akla getirmektedir.

Betimlemelerden Urartulu avcıların avlanma esnasında ok, hançer, kalkan ve mızrak kullandıkları görülmektedir. Urartu'nun çağdaşı Yeni Assur Krallığı'nda av esnasında ok, mızrak, hançer, kılıcın yanı sıra kafes, çit, ağ ve ip gibi araç gereçler de kullanılmıştır. Her ne kadar arkeolojik veriler bu konuda bilgi vermese de Yeni Assur'da olduğu gibi Urartu uygarlığında da av esnasında muhtemelen ok, hançer ve mızrağın yanında kafes, çit, ağ ve ip gibi araç gereçlerden de faydalanılmış olabileceği kanaatindeyiz. Bir diğer çağdaş olan Geç Hitit Dönemi'nin avcıları ok, mızrak, kürek, ağ ve balta gibi teçhizatları kullanmıştır. Ayrıca Karkamış'tan bir kabartmada iki tekerlekli bir taşıt üzerinde taşınan kafes

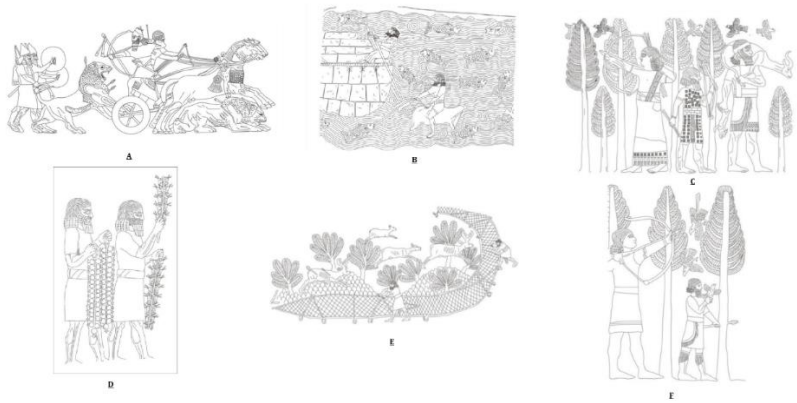
betimlenmiştir. Benzer tipte kafeslerin Geç Hitit'in çağdaşı Yeni Assur'da av sırasında kullanıldığı bilinmektedir.

Gökce, *"Urartu Krallığı tasvir sanatında av sahnelerinde yardımcı eleman olarak kullanılan arabalı, atlı ve yaya birlikler ile köpeklerin av esnasında avcılara yolu göstererek, hayvanları ürküterek, izleyerek, kovalayarak ya da nereye yönlendirileceklerse oraya yönlendirmede yardımcı olmuş olabileceklerini"* ileri sürmüştür. Yine kabartmalardan Geç Hititli avcıların av sırasında yardımcı eleman olarak arabalı birlikler, yaya birlikler, kayıklar, avcı kuşlar ile köpeklerden faydalandığı anlaşılmaktadır. Assur sanatında yardımcı eleman olarak haremağaları, piyadeler, süvariler, köpekler ve katırlardan istifade edilmiştir. Bu yardımcı elemanlar içerisinde haremağaları ve katırlar şimdilik Yakındoğu'da çağdaşları arasında Yeni Assur Devleti'ne özgü görünmektedir. Bahsi geçen üç farklı kültürün bir birleriyle çeşitli alanlarda etkileşimleri söz konusudur. Özellikle Yeni Assur Krallığı'nın etkisi daha yoğun hissedilmektedir. Nitekim bu etkiyi betimlenen avcılık sahnelerinde görmek mümkündür.

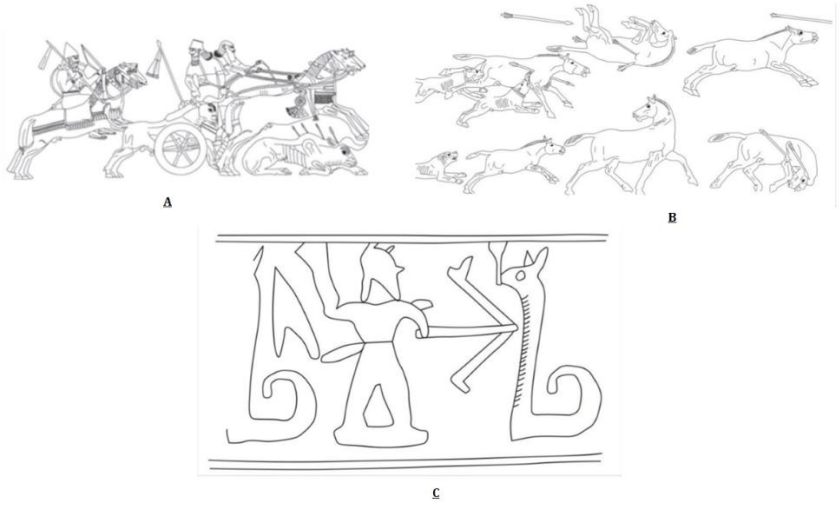
GÖRSELLER



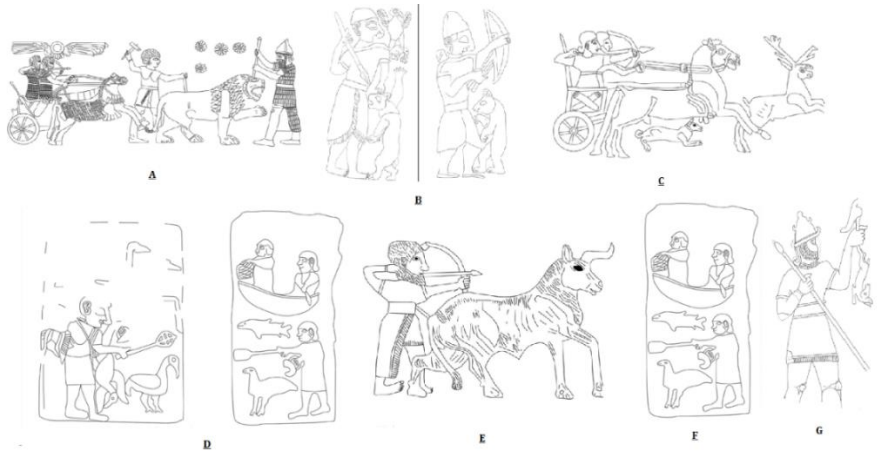
Görsel 1: Tasvirli Eserler Üzerinde Urartu Krallığı Avcılık Sahneleri



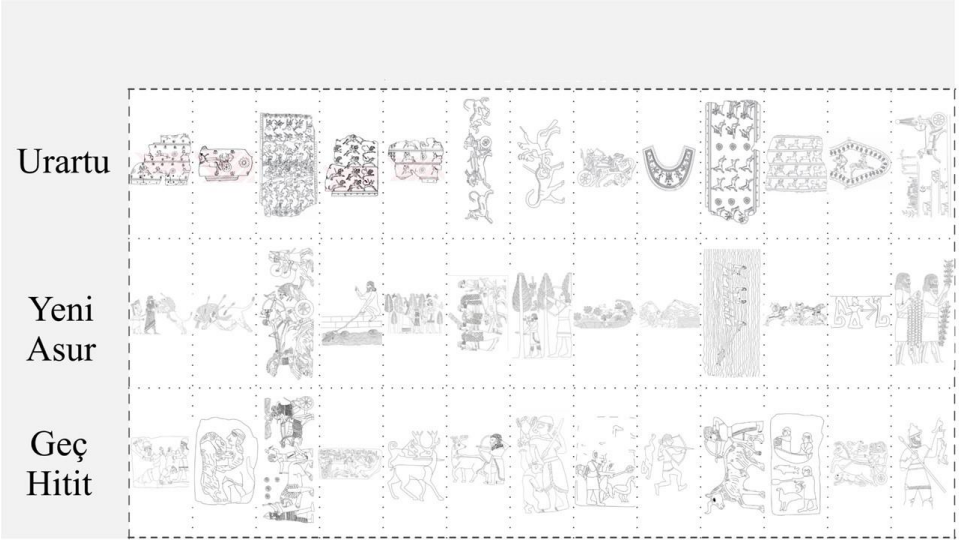
Görsel 2: Tasvirli Eserler Üzerinde Assur Krallığı Avcılık Sahneleri



Görsel 3: Tasvirli Eserler Üzerinde Assur Krallığı Avcılık Sahneleri



Görsel 4: Tasvirli Eserler Üzerinde Geç Hitit Avcılık Sahneleri



Görsel 5: Tasvirli Eserlerin Karşılaştırılması

Tür		Tanımlanmış Toplam Kemiklerin Sayısı (NISP)	% NISP
Sığır	*Bos taurus*	388	8.91
Koyun	*Ovis aries*	792	18.19
Keçi	*Capra hircus*	320	7.349
Koyun-keçi	*Ovicapra*	2086	47.91
Kızıl geyik	*Cervus elaphus*	4	0.09
Eşek	*Equus asinus*	1	0.03
Köpek	*Canis lupus*	2	0.04
Ağaç sansarı	*Martes martes*	2	0.04
Tavşan	*Lepus sp.*	57	1.3
Orman faresi	*Apodemus sp.*	4	0.09
Tarla faresi	*Microtus sp.*	2	0.04
Tanımlanmamış kemirgen		1	0.03
Kuğu	*Cygnus sp.*	8	0.19
Yaban kazı	*Anser anser*	8	0.19
Evcil kaz	*Anser anser domesticus*	4	0.09
Yeşilbaş	*Anas platyrhynchos*	1	0.03
Çamurcun	*Anas crecca*	2	0.04
Bayağı turna	*Grus grus*	1	0.03
Martı	*Larus sp.*	1	0.03
Erguvani balıkçıl	*Ardea purpurea*	1	0.03
Karabatak	*Phalacrocorax carbo*	2	0.04
Çil keklik	*Perdix perdix*	1	0.03
Kınalı keklik	*Alectoris chukar*	1	0.03
Kartal / Doğan	*Accipitriformes sp.*	1	0.03
Alaca baykuş	*Strix aluco*	1	0.03
Tanımlanmamış kuş kemiği		1	0.03
Sazan balığı	*Cyprinus carpio*	2	0.04
Yayın balığı	*Silurus sp.*	1	0.03
Çipura (?)		2	0.04
Tanımlanmamış balık kemiği		2	0.04
Kemik alet		6	0.13
Tanımlanmamış büyük toynaklılara ait kemikler		7	0.16
Tanımlanmamış küçük toynaklılara ait kemikler		37	0.84
Parçalanmış sığır kemikleri		181	4.15
Parçalanmış koyun-keçi kemikleri		424	9.73
Toplam		4354	100%

Çizelge 1: Ayanis Kentinden Ele Geçen Hayvan Kemikleri

KAYNAKÇA

Akurgal, E., Hatti ve Hitit Uygarlıkları, Ankara, Phoenix Yayınevi, 2015.

Albenda, P., Assyrian Royal Hunts: Antlered and Horned Animals from Distant Lands. Bulletın of the American Schools of Oriental Research, 2008.

Çavuşoğlu, R., Urartu Kemerleri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı, (Doktora Tezi) Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 2002.

Constantine Hovhannissian, The Wall-Paintings of Erebooni, Armenian SSR Academy of Sciences Publishing House, Yerevan 1973, s. 70-71

Çilingiroğlu, A., Urartu Krallığı Tarihi ve Sanatı, İzmir, Yaşar Eğitim ve Kültür Vakfı, 1997.

Çilingiroğlu, A., Salvini M. (Editörler) Ayanis I: Ten year's Excavations in Rusahinili Eiduru-kai, Rome, Documenta Asiana, 2001.

Çilingioğlu, A., (Ayanis: An Iron Age Site in the East), Steadman S.R, McMahon G (Eds.) The Oxford Handbook of Ancient Anatolia, Oxford, 2011.

Darga, AM., Hitit Sanatı, İstanbul, Akbank Yayınları, 1992.

Demirsoy, A., Türkiye Omurgalıları/Türkiye Omurgalı Faunasının Sistematik ve Biyolojik Özelliklerinin Araştırılması ve Koruma Önlemlerinin Saptanması/Memeliler, Ankara 2003, s. 235.

Gökçe, B., Urartu Krallığında Av ve Avcılık, XVII. Türk Tarih Kongresi, Kongreye Sunulan Bildiriler, 1. Cilt, Ankara, 2018: 311-329.
Grayson, AK., Assyrian Royal Inscriptions II: From Tiglath-pileser I to Ashur-nasir-apli II, Wiesbaden 1976.
Hovhannissian, C., The Wall-Paintings of Erebooni, Yerevan, Armenian SSR Academy of Sciences Publishing House, 1973: 70-71.
Ünal, A., Çivi Yazılı Belgeler ile Paleoostolojik ve Arkeolojik Buluntular Işığı'nda Eski Anadolu'da Avcılık, Söğüt B, (Editör.) Stratonikeia'dan Laginaya - Ahmet Adil Tırpan Armağanı / From Stratonikeia to Lagina - Festschrift in Honour of Ahmet Adil Tırpan, İstanbul, Ege Yayınları, 2012.
Işıklı, M., Yeni Asur Döneminde Asur Devleti'nin Kuzey Yayılımı ve Bu Yayılımın Siyasi ve Ekonomik Nedenleri, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yükse Lisans Tezi, İzmir, Ege Üniversitesi 1998.
Işıklı, M, Özdemir, MA., Ayanis Kalesinden Ünik bir eser: Ayanis Koçu, Çelikbaş E, Ergürer HE, Kasapoğlu H, Keleş V, Yılmaz A (Eds.) Cevat Başaran'a 60. Yaş Armağanı, Ankara, Bilgin Kültür Sanat Şti. Ltd., 2019: 499-510.
Işıklı, M., -Köse, S., A Short History Of The Researches On The East Anatolian Kura-Aras Culture: Two Key Settlements Two Leading Figures, Durak N, Frangipane M. (Eds). I. Uluslararası Arslantepe Arkeoloji Sempozyumu / I. International Arslantepe Archaeology Symposium, 4-6 Ekim 2018 / 4-6 October 2018, Malatya, İnönü Üniversitesi Yayınları, 2020: 191-202.
İmamoğlu, G. Koca, F., Eski Çağlarda Bazı Görsellerde Hayvanlarla Sportif Mücadelelerin Tasviri, *The Depict of Sportive Struggles with Animals in some Images in Ancient Times*, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, *The Journel of International Social Research*, 2018, Cilt: 11: 479-488.
Kellner, HJ., Gürtelbleche aus Urartu, Prähistorische Bronzefunde Abteilung XII Band 3, Stuttgart 1991.
Köroğlu, K., (Eski Mezopotamya'da Kralların Av Partileri) Naskali EG, Altun HO, (Editörler) İstanbul, 2008: 3-12.
Luckenbill, DD., Ancient Records of Assyria and Babylonia Vol-II, Historical Records of Assyria From Sargon to the End, Chicago, University of Chicago Press, 1927.
A. J. Martirosjan, Argištichinili, Yerevan 1974,s. 144,
Orthmann, W., Untersuchungen zur Späthethitischen Kunst, Bonn: Rudolf Habelt Verlag. 1971.
Öniz, H., ve Beşaltı, K., Geç Hitit Denizciliği İçin Muhtemel Bir Örnek: Karatepe / A Possible Example To Hittite Seamanship: Karatepe. Kubaba, Sayı 25, 2016.
Öz, E., Yazılı Kaynaklar ve Arkeolojik Buluntular Işığında, Mezopotamya'nın Erken Dönemlerinden Yeni Asur Devri Sonuna Kadar Kralların Av Faaliyetleri, Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, Nisan 2016.
Özgüç, T., Demir Devrinde Kültepe ve Civarı,Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara, 1971.
Pınarcık, P, Gökçe, B, Ayakan, S., Geç Hitit Dönemi Tasvir Sanatında Betimlenmiş Av Sahneleri Üzerine bir Değerlendirme, Erkek MS, Pınarcık P, Gökçe B, Çoşkun S (Editörler) Prof. Dr. Recep Yıldırım'a Armağan, Ankara Bilgin Kültür Sanat Yayınları, 2017; 389-411.
Rehm, E., Kykladen und Alter Orient, Bestandskatalog des Badischen Landesmuseums, Karlsruhe 1997.
Salvini, M., Urartu Tarihi ve Kültürü, (Çev. Belgin Aksoy), İstanbul, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, 2006.
Şahin, C., Hayati D, Özcan NA. Türkiye Coğrafyası, Ankara, Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, 2006.
Sülün, Y., Arkeolojik Veriler Işığı'nda Yeni Asur'da Av ve Avcılık, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Arkeoloji Ana Bilim Dalı (Yüksek Lisan Tezi) Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi 2017.
Sıddıq Abu Bakar ve Sezer Vedat, Ayanis Stadelinden Hayvan Kalıntıları, 2020, s. 155-169
Yakar, J., Anadolu'nun Etnoarkeolojisi/Tunç ve Demir Çağlarında Kırsal Kesimin Sosyo- Ekonomik Yapısı, (Çev: Selen Hırçın Riegel), İstanbul, Homer Kitabevi, 2007.
Paul E., Zimansky, "Bones and Bullae: An Enigma from Bastam, Iran", Archaeology 1979, s. 54.

MODA PAZARLAMADA İNOVASYON: META-FİJİTAL TANITIMLAR

Dr., Evrim KABUKCU

Manisa Celal Bayar Üniversitesi, - 0000-0003-0258-0881

ÖZET

Metaverse, tüm endüstrilere geleceğin e-ticaret deneyimi, pazarlama ve marka yönetimi konusunda geleneksel tekniklerin dışında teknolojik çözümler içeren ve stratejileri entegre eden paralel bir evren sunmaktadır. Diğer endüstrilerde olduğu gibi moda endüstrisinde de özellikle Covid-19 pandemisinin etkisi ile hem fiziksel hem de dijital stratejilerin ilişkilendirilmesi ile inovatif bir yöntem arayışı içine girilmiştir. Bu anlamda teknolojik ilerlememelerin moda endüstrisine katkısı, pandemi sürecinin de etkisi ile dijital ve fizikselin bir araya gelmesini ifade eden *"fijital"* kavramını yaratmıştır.

Fijital, kullanıcıya benzersiz ve gerçekçi bir interaktif deneyim sağlamak amacıyla dijital dünya ile fiziksel dünya arasında köprü kurmak için teknolojiyi kullanma konseptidir. Bu bağlamda; moda pazarlamada ürün tanıtımını ifade eden defilelerin fiziksel ortamdaki dizaynının yanı sıra dijital mekanda nasıl sunulacağı, etkileşimin ne türde sağlanacağı, fizikseli önce dijital boyuta ve en sonunda fijital boyuta taşımaktadır. Bu anlamda, dijital podyumlardan sanal deneme odalarına kadar 3D süreçler tüketici deneyimlerini dönüştürmektedir ve moda markaları için vazgeçilmez hale gelmektedir. Bunun yanı sıra, özellikle lüks moda markalarının sanal modellerle (meta-fluencer'lar) ile gerçekleştirmiş oldukları dikkat çekici dijital iş birlikleri söz konusudur. Bu anlamda markalar, meta evreni müşterileriyle daha etkin ve yaratıcı bir şekilde etkileşim kurmak için bir fırsat olarak görmektedirler ve varlıklarını bu platforma doğru genişletmektedirler.

Bu çalışma, moda markalarının fijital uygulamalarının niteliklerini araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda; markaların etkili inovatif bir araç olarak gerçekleştirdiği fijital moda tanıtımları, lüks moda markalarının gerçekleştirmiş oldukları işbirlikleri üzerinden değerlendirilmiştir.

Anahtar kelimeler: Moda endüstrisi, Metaverse, İnovasyon, Fijital, Meta-fluencer

GİRİŞ

Dijital ve fizikselin birbirine dahil olmasını ifade eden *fijitalin* gelişimi ile birlikte yaşantımızda bizi etkileyen pek çok öğe değişmeye devam edecektir. Bu doğrultuda; moda markaları, tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirirken hali hazırda var olan metotların yanı sıra yeni ve inovatif teknikler uygulamaya çalışmaktadırlar. Buradaki asıl amaç; tanınırlığı arttırmak ve sürdürülebilir kılmak ve müşteri sadakati oluşturup sürekliliği sağlayabilmektir.

Bu çalışma kapsamında ilk olarak moda endüstrisi ve metaverse kavramı ve birbirleri ile olan ilişkileri incelenmiştir. İkinci bölümde, fiziksel ve dijitalin bileşiminden oluşan fijital kavramı ve fijital moda irdelenmiştir. Üçüncü ve son bölümde ise moda endüstrisinde gerçekleştirilmiş olan fijital uygulamalar ele alınmıştır.

MODA ENDÜSTRİSİ VE METAVERSE

Metaverse ile ilgili tanımlamalar incelendiğinde tam bir görüş birliğine varılamamış olsa da metaverse, internet teknolojilerinin gelişmesi ile meydana çıkan ve reel ve yapay dünyaların birlikte kurgulandığı hem sanal hem de fiziki mekanlardır. Meta evren, dünyanın her yerinden herkesin belirli koşulları sağlayarak katılabileceği dijital bir mecradır. Metaverse, gerçeğin yansıması ve kurgulanmış dünyalarda tarafların karşılıklı etkileşiminde multi-medya araçlarından faydalanmaktadır.

[1], Meta evreni, sanal ve soyut bir evrenin 3D temsili olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda, metaverse insanların ve avatarların gerçek zamanlı olarak etkileşime geçtiği bir sanal dünyadır. Bulunduğumuz dünyanın ötesinde var olan, kurgulanmış bir dünyayı ifade etmektedir. Bu bağlamda; metaverse sadece sanal alan değil, fiziksel ve sanal dünyanın birleşimini ifade etmektedir.

Metaverse, son zamanlarda moda ve teknoloji dünyasının en ilgi çekici konularından biri haline gelmiştir. Moda markalarının meta evrene dahil olmalarının en belirgin yollarından biri *vitrinler* oluşturmaktır. Bu sanal mağazalar, müşterilerin ürünlerin sanal versiyonlarına göz atmalarına, denemelerine ve satın almalarına olanak tanıyabilmektedir.

Moda markalarının meta evrene dahil olabilmesinin bir başka yolu da defilelerden ürün lansmanlarına kadar sanal etkinliklere ev sahipliği yapmaktır. Bu anlamda; meta evren, moda markalarına müşterilerinin ilgisini çekecek ve marka farkındalığı oluşturacak sürükleyici sanal deneyimler yaratmanın sonsuz olasılıklarını sunmaktadır.

Sanal deneme teknolojisi, moda endüstrisinde giderek daha popüler hale gelmektedir. Moda markaları, sanal deneme deneyimleri yaratarak müşterileri satın alma işlemi yapmadan önce ürünleri üstlerinde nasıl göründüğüne dair fikir verebilmektedir.

Tıpkı gerçek dünyada olduğu gibi meta evrende de ciddi sayıda takipçileri olan ve moda markalarının ürünlerini tanıtmalarına yardımcı olabilecek dijital influencer'lar bulunmaktadır. Markalar içerik oluşturmak, kampanyalar yürütmek ve daha geniş bir kitleye ulaşmak için bu etkileyicilerle ortaklık kurabilmekte ve ortak projelerde yer alabilmektedir.

Değiştirilemez tokenler (NFT'ler), benzersiz olan ve fiziksel varlıklar gibi alınıp satılabilen dijital varlıklardır. Bazı lüks moda markaları, müşterilerinin meta evrende satın alabileceği ve kullanabileceği sanal moda ürünleri yaratarak NFT'leri denemeye başlamıştır.

META-FİJİTAL MODA KAVRAMI

Fijital, kullanıcıya benzersiz ve gerçekçi bir interaktif deneyim sağlamak amacıyla dijital dünya ile fiziksel dünya arasında köprü kurmak için teknolojiyi kullanma konseptidir. Fijital kavramı, ilk kez 2013 yılında Avustralyalı pazarlama şirketi Momentum tarafından kullanılmıştır ve yeni World Wide Web çağının bir parçasıdır **[2]** . Fijital, salt fiziksel bir alanda teknolojiyi bütünleştirmek değil; müşteri yolculuğunu yeniden şekillendirmek, ortamı ve işletim süreçlerini özelleştirilmiş bir deneyimi desteklemek için uyarlamakla ilgilidir **[3].**

Fijital, müşterilere tamamen kusursuz bir deneyim sağlamak için tüm pazarlama kanallarının birlikte çalıştığı bir yaklaşım olan bütünsel kanallı pazarlamayı tanımlamak için kullanılan bir terimdir. Fiziksel ve dijital deneyimi birleştirmenin ardındaki amaç, her iki dünyanın en iyilerinden yararlanmaktır ve nihai hedef, müşterilere kalıcı bir izlenim bırakan benzersiz ve son derece kişiselleştirilmiş deneyimler sunmaktır **[4].** *Fijital*, hibrit sanal alanları kullanarak fiziksel deneyimi güçlendiren ve geliştiren eksiksiz bir döngüdür. Meta evrenin sanal ufukta olmasıyla, "*fijital"in* sismik bir değişimden geçeceği ve *yeni bir yaratıcılık, hayal gücü ve yaratıcılık dalgasını ateşleyeceği* tahmin edilmektedir **[5].**

Metaverse; markaların, işletmelerin ve bireylerin kalıcı bir sanal ortamda satış yapmak, ticaret yapmak, sosyalleşmek ve iletişim kurmak için kullanabileceği dijital bir oyun alanı olarak düşünülebilir. Denkleme fijitali de eklediğimizde, bilgileri hem fiziksel hem de sanal konumlara gerçek zamanlı olarak yayan büyük ölçekli, birbirine bağlı alanlara sahip oluruz. Büyük ölçekte; fijital teknoloji, meta evrenin gücüyle birleştiğinde ortaya çıkan *meta-fijital,* moda endüstrisinde devrim yaratmaktadır. Bu anlamda; meta-fijital moda, işletmelerin tüketici satın alımlarını gerçek zamanlı olarak kaydedebildiği ve bu bilgiyi üretim hatlarını otomatikleştirmek ve verimliliği kolaylaştırmak için tedarikçilere geri gönderebildiği bir sistemi vaat etmektedir.

Moda markaları ve tüketiciler, meta evrene daha fazla zaman ve para yatırdıkça, moda dünyası sessizce teknolojik bir dönüşümden geçmektedir. Metaverse, moda markalarının müşterileriyle tamamen yeni ve inovatif bir şekilde etkileşime geçmeleri için fırsat sunmaktadır. Markalar; *sanal vitrinler* oluşturabilir, *defilelere ve etkinliklere* ev sahipliği yapabilir, müşterilerin *sanal kıyafetleri denemesine* olanak tanıyabilir ve sanal modellerle (meta-fluencer'lar) ile işbirlikleri yapabilir.

Fijital deneyim sunan teknolojik araçları kullanarak giysileri ve makyaj malzemelerini *akıllı veya sanal aynalar* üzerinde sanal olarak alışveriş öncesi denemek mümkündür. *Sanal ayna, Artırılmış Gerçeklik* teknolojisinin giderek daha fazla kullanılmasını sağlayan bir uygulamadır. Bu uygulamayı kullanan tüketicilerin, marka ile ilişki geliştirdikleri ve satın alma niyeti içinde oldukları görülmektedir **[6].**

Metaverse, pazarlama için yeni bir sınırdır ve bu alanda kendilerini yapılandıran moda markaları, önemli ölçüde *görünürlük* elde edebilir ve bir *takipçi kitlesi* oluşturabilir. Böylece, meta evrende aktif olan moda markaları; coğrafi sınırlarla kısıtlı olmayan, *yeni ve çeşitliliğe sahip bir hedef kitle*yle bağlantı kurabilir.

Meta evrenin müşteri katılımı, görünürlük ve kitle genişletme için yeni kanallar sunmasıyla moda markaları *gelir artışı* açısından avantajlı konuma geçebilir. Sanal ürün ve hizmetlerden gelir edebilir ve yeni gelir akışları yaratabilirler.

Moda markaları, meta evreni ve potansiyelini keşfettikçe bu alanı güçlendirmenin yeni ve inovatif yollarını bulmaya çalışacaklardır. Bu durum ise sektörde yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik edecektir. Sonuç olarak; meta evrende fijital moda, moda markalarına bir bütün olarak çok çeşitli avantajlar sunmaktadır: "alışveriş mekanlarını ve tanıtımı daha görünür ve dikkat çekici kılmak, müşterilerle derin yeni ilişkiler geliştirmek, müşterileri bilmedikleri ya da keşfetmedikleri yeni ürün ve hizmetlerle bir araya getirmek, özel organizasyonlarla müşteriler arasında topluluk, bilgi ve bağ kurmak, online alışveriş iadeleri için kolaylıklar sağlamada hizmetler sunmak, ayrıca müşteri ve personel faydası için yeni deneyimler oluşturmaktır" **[7].**

MODA ENDÜSTRİSİNDE FİJİTAL UYGULAMALAR

İtalyan moda ve deri ürünleri markası Gucci, The Sandbox'ta kendi metaverse deneyimine ev sahipliği yapıyor. Moda evi, metaverse platformunda dijital bir dünya inşa eden ilk büyük lüks markadır. "Gucci, meta evrende ve Web3 teknolojilerinde çığır açan bir marka olma geçmişine sahiptir. Mayıs 2021'de Gucci, NFT'yi başlatan ilk lüks marka oldu ve aynı ay içinde Roblox'ta Gucci Garden deneyimini başlattı. Moda evinin yaratıcı vizyonunu kutlayan, İtalya'nın Floransa kentinde kurulan sürükleyici bir multimedya deneyimi olan *dijital Gucci Garden,* 20 milyondan fazla kullanıcı tarafından ziyaret edildi"**[8].**

Gucci, Z kuşağı tüketicilerine yönelik, Roblox'un VR teknolojisiyle desteklenen sanal bir sanat enstalasyonu olan Gucci Garden'ı (Görsel 1) inşa etmiştir. Pazarlama projesinde, oyuncuların Fransız bahçesinde yürüyüp boş avatarlarını süslemek için Gucci sanal moda ürünlerini deneyip satın alabilecekleri bir Fransız bahçesi vardır. Gucci Garden, ayrı bir sanal sistem olduğu için meta evrenin bir ürünü değildir. Buna karşılık, Gucci'nin 2022'de Sandbox'ta arazi satın alması, meta evrene yönelik doğrudan bir pazarlama hamlesidir. Sandbox, gerçek dünyadaki ekonomik sistemle son derece alakalı bir kripto para birimi kullanmaktadır ve platformdaki oyuncuların sanal öğeler satın almak için Ethereum ağında dolaşan SAND tokenini kullanması gerekmektedir. Gucci, sanal bir spor ayakkabı galerisi spor ayakkabı garajı olan kendi *"Good Game"* ekosistemini kurmaktan, resmi uygulamasında *Gucci Arcade* (Görsel 2) retro oyun salonu bölümünün lansmanına kadar dijital inovasyon alanında aktif olarak moda sektörünün öncüsü olmuştur **[9].**

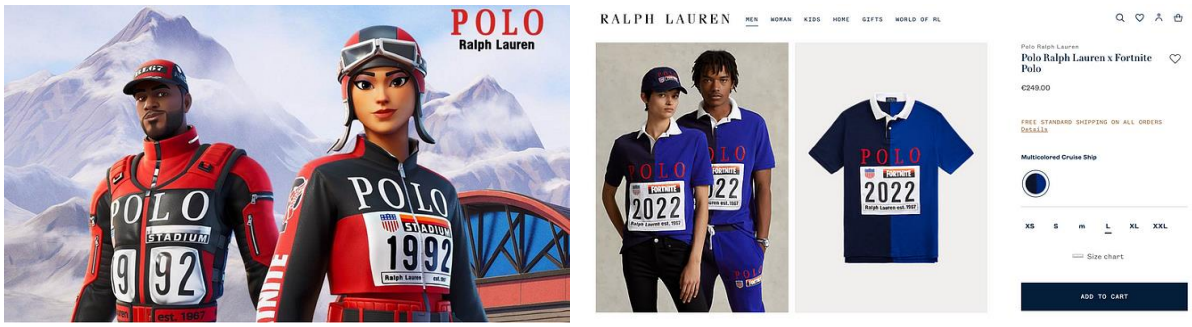


Görsel 1. Gucci Garden 2021: VR Teknolojisiyle Desteklenen Bir Sanal Pazarlama Projesi



Görsel 2. Gucci Arcade

Ralph Lauren, sanal dünyadaki ayak izini büyütme stratejisinin bir parçası olarak, sanal bir giyim serisinde popüler video oyunu *Fortnite* ile de işbirliği yapmıştır. Moda şirketi, özellikle proje için yeniden işlenmiş bir logoyla oyun için bir dijital kıyafet serisi yaratmıştır. Ralph Lauren'in yeniden keşfedilen logosu, Fortnite'ın lama ambleminin üzerinde oturan efsanevi polo oyuncusunu içermektedir. İki "Polo 1991" tulumu gibi dijital giysilerde ve kazaklar, polo gömlekler gibi belirli fiziksel ürünlerde (Görsel 3) ve dijital Fortnite görünümlerinden ilham alan diğer öğelerde görünmektedir **[10].**



Görsel 3. Ralph Lauren Fornite İşbirliği

Balenciaga'nın 2021 Sonbahar koleksiyonu, özellikle sezon için tasarlanmış yenilikçi, rekor kıran bir video oyunu olan *Afterworld: The Age of Tomorrow*'da sunuluyor. Oyun ve koleksiyon (Görsel 4), 2031'de geçen alegorik bir macera yaratarak yakın bir geleceği hayal etmektedir. Oyunun ortamları ve karakterleri, son teknoloji fotogrametri kullanılarak tasarlanmış ve yeni koleksiyona ve bu koleksiyonun giyilmesi amaçlanan geleceğe dair derinlemesine bir bakış oluşturulmuştur. Balenciaga Sonbahar 2021'in teması; etkileşimli, oyunlaştırılmış bir yolculukta görülen insanın kaderidir. Bir kahraman avatarı, görevler ve etkileşimlerle motive edilerek farklı bölgelerde ilerlemektedir. Afterworld'ün anlatısı, zamansız arketipler ve spekülatif imgelerle mitolojik geçmişlere ve öngörülen geleceklere bağlıdır **[11].**

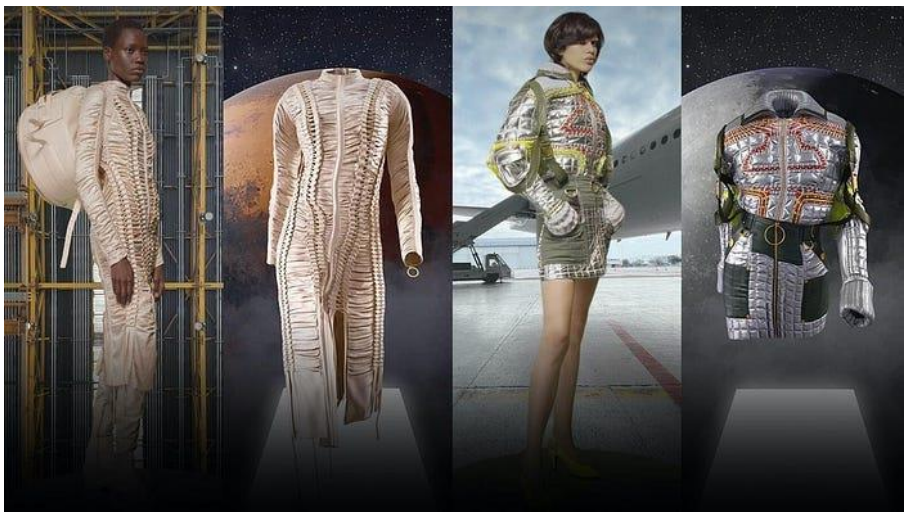


Görsel 4. Balenciaga Afterworld: The Age of Tomorrow, 2021



Görsel 5. Balmain MintNFT ve Mattel İşbirliği

MintNFT platformunun kurucu ortağı James Sun ve Fransız lüks moda evi Balmain'in kreatif direktörü Olivier Rousteing, tamamen Sun'ın şirketi tarafından küratörlüğü yapılan ve giderek Web3 ve meta evrene odaklanan yeni bir NFT kampanyasının (Görsel 5) başlatıldığını duyurmuştur. MintNFT ve Balmain, bu yılın başlarında *Mattel'in Barbie'si* ile bir NFT kampanyası üzerine işbirliği yapmıştı. Geçtiğimiz yıl Gucci moda evi ile benzer bir projeyi başlatan Mattel ortaklığıyla hazırlanan hazır giyim koleksiyonu ve aksesuarlarından oluşmaktadır. NFT projesi fikri, Balmain'in üç CGI modeliyle yaptığı reklam kampanyasının ardından 2018 yılında doğmuştur. Bu NFT Barbie'lerden üçü şu anda mintNFT pazarında açık arttırmada satılmaktadır. Aralık 2021'de moda evi, alıcılara yönelik VIP deneyimler de dahil olmak üzere özel bir NFT eğitmen koleksiyonunu piyasaya sürmüştür **[12].**



Görsel 6. Balmain Altava İşbirliği

Balmain'in Sonbahar/Kış 2021 *"Above and Beyond"* koleksiyonundan özel olarak sekiz dinamik NFT oluşturulmuştur ve *Binance Marketplace*'de yer almaktadır. Bu koleksiyon, seyahatten ve seyahatin zihin açma, morali yükseltme ve kontrol edemeyecekleri nedenlerden dolayı ayrılmış insanları bir araya getirme konusundaki olağanüstü yeteneğinden ilham alıyor. Fütüristik ve uzaydan ilham alan tema, değişen bir dünyaya doğru ilerlerken bizi *"her zaman büyük hayaller kurmaya, iyimser kalmaya ve tüm olasılıkları düşünmeye"* motive ediyor. Sekiz parçalı Balmain X Altava işbirliği (Görsel 6), alıcılara lüks tasarım tarihinde bir anı yakalayan özel bir ürüne sahip olma fırsatı sunuyor. Stillerin her biri için yalnızca iki dijital parça mevcuttur. Her sahip, benzersiz NFT podyum parçasını, *ALTAVA Worlds of You* oyununda kendi avatarlarına giydirebilecekleri bir öğe olarak alabilecek veya ALTAVA Market'te satmak veya takas etmek için kilidini açabilecektir **[13]**.

Louis Vuitton, 2021'de 200. yılını kutlamak için meta evrende önemli bir adım atmıştır. Sürükleyici bir 3D metaverse deneyimi sunan video oyunu 'Louis the Game', Fransız lüks markası tarafından piyasaya sürüldü. Birinci şahıs oyununda oyuncular, Vivienne olarak sekiz farklı dünyada 200 doğum günü mumunu bulmak için yolculuk yapmalıdır. Yol boyunca oyuncular ödül olarak toplanabilir NFT'ler kazanabilirler **[14].**



Görsel 7. Tommy Hilfiger *Metaverse Moda Haftası,*2023

Metaverse platformu Decentraland, 28 - 31 Mart 2023 tarihleri arasında ikinci yıllık *Metaverse Moda Haftası 2.0'a* ev sahipliği yapmıştır. Metaverse Moda Haftası 2023, küresel moda endüstrisinde bir dönüm noktası etkinliğidir. *Adidas, Coach, Diesel ve Tommy Hilfiger* gibi lüks moda ve dijital yerli markalar, heyecanla beklenen giyilebilir koleksiyonlarını, dijital alanlarını ve çığır açan etkinliklerini etkinlik dolu hafta boyunca sergilemiştir **[15].**

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde moda endüstrisinde geçekleştirilen inovatif meta-fijital uygulamalar; müşterilerin mükemmel tecrübeler edinmesi amacıyla dijital ve fiziksel pazarlamanın bütünleşmesidir. Yapılan çalışmalar, her ne kadar e-ticaret satışlarının artmış olduğunu göstermiş olsa da fiziksel mağazalardan gerçekleştirilen alışverişler halen popülerliğini korumaktadır. Çünkü tüketiciler, çevrimiçi dünyaya karşı güvensizlikleri nedeni ile ürünleri detaylı olarak incelemek, muadilleri ile kıyaslamak, ürünler ve markalarla ilgili yapılan yorumları takip etmek ve mümkünse ürünlere dokunmak ve denemek istemektedir. Bu durum, moda işletmelerini doğrudan *hibrit* fijital pazarlamaya götürmektedir.

Meta-fijital uygulamalar, sanal ve gerçek mecra arasında bir denge kurabilmeyi sağlarken, müşterilere kişiselleştirilmiş ve eşsiz tecrübeler edindirme, müşteri katılımını yükseltme, müşteri bilgilerini toplama ve müşteri gereksinimlerini daha iyi idrak etme konularında da moda işletmelerine katkı sağlamaktadır. Bu anlamda; meta-fijital pazarlama uygulamalar, dijital ve fizikseli bir araya getirerek; marka sadakati, farkındalık ve gelirlerinde artış sağlama isteyen işletmeler için önemli bir alternatif yaratmaktadır.

KAYNAKLAR

[1] Díaz, J., Saldaña,C and Avila, C. (2020).Virtual world as a resource for hybrid education. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 15(15): 94-109. https://doi.org/10.3991/ijet.v15i15.13025

[2] Mustajbasic, A. (2018). Introducing an E-Marketplace and Phygital Store to the Swiss Market: The Key Success Factors for the Fashion Industry in Switzerland, Haute Ecole de Gestion de Genève, Bachelor Project.

[3]Sauter, D., ve Simonnet, R. (2019). Embracing The Phygital World, https://www.envano.com/2019/09/embracing-the-phygital-world/ (Erişim Tarihi: 30.08.2023)

[4]Sorensen, K. (2020). Phygital: The New Marketing Frontier, https://www.konstructdigital.com/marketing-strategy/phygital-marketing/ (Erişim Tarihi: 24.08.2023)

[5]Multiverse (2023). Phygital: The Digital-Physical Bridge To The Metaverse https://www.multiverse.ai/stories/phygital-the-digital-physical-bridge-to-the-metaverse (Erişim Tarihi: 30.08.2023)

[6] Baek, T. H., Yoo, C. Y. ve Yoon, S. (2018). Augment Yourself Through Virtual Mirror: the Impact of Self-Viewing and Narcissism on Consumer Responses. International Journal of Advertising, 37(3), 421-439

[7] Singh, A. ve Shah, A. (2019). Phygital: The Future of Marketing. Symbiosis Institute of International Business, 1-21

[8]Marr, B. (2022). Gucci Enters the Metaverse, Forbes Digital Assets, https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2022/11/30/gucci-enters-the-metaverse/?sh=34177edc1d66 (Erişim Tarihi: 12.08.2023)

[9]Fang, M. (2022). A Deep Dive into Gucci's Metaverse Practice, https://medium.com/marketing-in-the-age-of-digital/a-deep-dive-into-guccis-metaverse-practice-5e38d57eaf26 (Erişim Tarihi: 15.08.2023)

[10] Karkar, S.O. (2022). Ralph Lauren's store on Roblox: How to stay stylish in the Metaverse, https://medium.com/blockchain-biz/ralph-laurens-store-on-roblox-how-to-stay-stylish-in-the-metaverse-c0a34f5d1268 (Erişim Tarihi: 17.08.2023)

[11]Cacioppolli, V. (2022). Balmain Enters The Metaverse With mintNFT, https://en.cryptonomist.ch/2022/05/30/balmain-metaverse-mintnft/ (Erişim Tarihi: 30.08.2023)

[12]Re-Edition (2021). Balenciaga Afterworld / The Age of Tomorrow, https://www.reeditionmagazine.com/fashion/balenciaga-afterworld-the-age-of-tomorrow (Erişim Tarihi: 30.08.2023)

[13]Altava (2021). Balmain NFT collaboration, a metaverse opportunity. https://altava-official.medium.com/altava-worlds-of-you-ed55cc674ea (Erişim Tarihi: 12.08.2023)

[14]TFword (2022). 5 Fashion Brands You Can Find in the Metaverse, https://www.ticketfairy.com/word/2022/07/05/5-fashion-brands-you-can-find-in-the-metaverse/ (Erişim Tarihi: 16.08.2023)

[15] Conde Nast College of Fashion (2023). Metaverse Fashion Week: Digital's New Era?, https://www.condenastcollege.ac.uk/news-events/metaverse-fashion-week-digitals-new-era/#:~:text=Metaverse%20Fashion%20Week%202023%20is,activations%20during%20the%20eventful%20week.

MODA PAZARLAMASINDA META-FLUENCER DÖNEMİ

Dr., Evrim KABUKCU

Manisa Celal Bayar Üniversitesi, - 0000-0003-0258-0881

ÖZET

Yirmi birinci yüzyılın en önemli pazarlama stratejilerinden biri olan *Influencer Pazarlama*, çeşitli markaların günümüzde sosyal medyayı reklam vermek ve ürünlerini kullanıcılarına tanıtmak gayesi ile kullandıkları bir pazarlama stratejisidir. Influencer pazarlama; markaların, influencer adı verilen belirli bir takipçi kitlesine sahip sosyal medya hesapları vasıtası ile hizmet ve ürünlerinin tanıtımlarını gerçekleştirerek hedef kitlelerine ulaşmasını sağlamaktadır.

Bunun yanı sıra; markalar, ürünlerini ve hizmetlerini, bilgisayar tarafından oluşturulmuş üç boyutlu bir dünyada başka bir deyimle sanal gerçeklik ortamında dijital influencerlar aracılığı ile tanıtımlarını gerçekleştirmektedirler. *Lil Miquela, Shudu Gram, Reah Keem, Blawko ve Noonoouri* gibi Instagram'da çok sayıda takipçisi olan sanal karakterler, markalarla işbirlikleri yapmaktadırlar. Metaverse kavramının yükselişi ile birlikte markalar kendi avatarlarını tasarlamakta ya da gerçek influencerların avatarları ile projeler geliştirmektedir.

Geleceğe dair öngörülerde; meta evrende sosyal medya pazarlamasında öne çıkan dijital influencer'ların popülaritelerinin artacağı ve marka iş birlikleri yolu ile influencer pazarlaması alanında etten kemikten insan etkileyicilerin yerini dijital influencer'ların alacağı görüşü ön plana çıkmaktadır.

Bu çalışma ile Instagram'da yüksek takipçi sayısına sahip dijital karakterlerin moda markaları ile yapmış oldukları işbirliklerini araştırmak amaçlanmaktadır. Bu anlamda aynı zamanda meta-fluencerların dijital moda haftalarındaki yaratıcı ürün tanıtımları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Metaverse, Influencer, Moda Pazarlama, Dijital

GİRİŞ

Dijital dönemde, müşterilerin değişen satın alma karar süreçlerinde tanıdığı ve güvendiği bireyler ve çevrelerden daha çok etkilenmeleri durumunun ortaya çıkması *influencer pazarlama uygulamalarının* hız kazanmasına sebebiyet vermiştir. Böylece sosyal mecrada yüksek tanınırlığa sahip kişiler ile markaların yapmış oldukları işbirlikleri ile ürünlerin tanıtımlarının gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır.

Bu çalışma kapsamında ilk olarak moda markalarının *influencer* adı verilen belirli bir takipçi kitlesine sahip sosyal medya hesapları üzerinden üretilen hizmet ve ürünlerin tanıtımlarını yaparak yeni bir hedef kitleye ulaşmasını sağladıkları *influencer pazarlama*, daha sonra meta-fluencer dönemi incelenerek meta evrende popüler olan dijital karakterler incelenmiştir.

MODADA INFLUENCER PAZARLAMA

Yirminci yüzyılın sonlarında gerçekleşen dijital devrim pazarlama alanında önemli değişim ve dönüşümlere neden olmuştur. Bu yeni süreç; işletmelerin yeni yöntem ve tekniklerle artan rekabet ve hıza uyum sağlamaları gerekliliğini işaret eden yeni bir süreci ifade etmektedir. Bu bağlamda; geleneksel pazarlama ve dijital pazarlamanın iç içe geçmiş, bütüncül bir şekilde ele alınması durumu ortaya çıkmıştır. İşletmelerin piyasada var olma ve varlığını sürdürebilmesi bu sürece uyumun zorunluluğunu gerekli kılmaktadır.

Dünya artık dijital çağa geçiş yapıyor. İnsanlar akıllı telefonları veya dizüstü bilgisayarlarıyla bilgileri bulmanın yanı sıra sürekli araştırma yapıyor. Sosyal medyayı kullanmak bireyin günlük yapılacaklar listesinde gerekli görülmektedir. Amerikalılar genellikle telefonlarını her 4 dakikada bir, günde toplam 334 kez kontrol ediyor **[1].** Dijital çağa girmemizle birlikte insanlar, eskiden geleneksel yollarla yaptıkları bir marka ve şirket hakkındaki fikir ve düşüncelerini yakın çevreleriyle paylaşmayı artık dijital ortamlarda sosyal ağlar üzerinden elektronik ağızdan ağıza iletişim olarak uygulamaktadır" **[2].**

Sosyal ağlarda elektronik ağızdan ağıza iletişimin sağladığı faydalar ile bu platformlarda takipçileri arasında paylaşılan fikir ve düşünceler geniş bir kitle tarafından benimsenmekte ve benimseyen kişiler bunları kendi çevreleriyle paylaşmakta veya bunlardan etkilenerek satın alma gerçekleştirmektedir. Bunun sonucunda da bu kişiler takipçileri tarafından *dijital kanaat önderleri* olarak kabul edilmektedir **[3].**Takipçilerine yaptıkları paylaşımlarla dijital ortamda dijital kanaat önderleri olarak adlandırılan insanlar tarafından işletmelerinin ürünlerini duyurarak markalarının bilinirliğini arttırmayı ve tüketicileri etkilemeyi hedeflemektedir **[4].**

Geleneksel pazarlamanın günümüzün hızlı sosyal ve teknolojik değişimlerine ayak uydurma ve tüketiciye bire bir ulaşamama sorunu, markaları dijital kanallara ve sosyal medya platformlarına yöneltmektedir. Bu anlamda; sosyal medya platformunda tüketicilere ulaşmanın en hızlı yolu, ilgili konudaki düşünce ve fikirlerine önem verilen ve dijital kanat liderleri olarak ifade edilen *Influencer'lar* ile iş birliği yapmaktır. Influencer'lar ve takipçilerinin arasındaki yoğunluğa ve sıkı bağa odaklanan ve bu ilişkiden faydalanarak ürünlerini en etkin ve verimli şekilde tanıtmak isteyen işletmelerin pazarlama departmanları, kitlelerine uygun olarak seçtikleri sosyal medya influencer'ları ile reklam kampanyaları yaparak bu tüketicilerle etkileşime geçmeye çalışmaktadırlar.

META EVREN VE META-FLUENCER KAVRAMI

Metaverse ile ilgili tanımlamalar incelendiğinde tam bir görüş birliğine varılamamış olsa da metaverse, internet teknolojilerinin gelişmesi ile meydana çıkan ve reel ve yapay dünyaların birlikte kurgulandığı hem sanal hem de fiziki mekanlardır. Meta evren, dünyanın her yerinden herkesin belirli koşulları sağlayarak katılabileceği dijital bir mecradır. Metaverse, gerçeğin yansıması ve kurgulanmış dünyalarda tarafların karşılıklı etkileşiminde multi-medya araçlarından faydalanmaktadır.

[5], meta evreni, sanal ve soyut bir evrenin 3D temsili olarak tanımlamaktadır. Bu anlamda, metaverse insanların ve avatarların gerçek zamanlı olarak etkileşime geçtiği bir sanal dünyadır. Bulunduğumuz dünyanın ötesinde var olan, kurgulanmış bir dünyayı ifade etmektedir. Bu bağlamda; metaverse sadece sanal alan değil, fiziksel ve sanal dünyanın birleşimini ifade etmektedir.

Metaverse, son zamanlarda teknoloji dünyasının en ilgi çekici konularından biri haline gelmiştir. Avatarlar ve sanal dünyalar, moda dünyası için çok önemli bir pazar potansiyeli haline gelmiştir. Bunun yanı sıra, oyunlar sadece eğlence aracı olmak yerine, markaların dijital koleksiyonlarının satışlarını gerçekleştirebilecekleri bir platforma dönüşme yolunda hızla ilerlemektedir. Bu anlamda; meta evrenin sunduğu imkanlar dahilinde, moda markaları hudutları genişleyen ve daha interaktif bir pazar alanında faaliyet göstermektedir. Bu pazarda, *meta-fluencer* ve *takipçi etkileşimi* odağında ilerleyen bir pazarlama faaliyeti gerçekleştirilmektedir.

Metaverse günümüzde popüler bir anahtar kelimedir. Sanal gerçekliği, arttırılmış gerçekliği, duyusal teknolojiyi ve mekansal hesaplamayı birleştiren Metaverse, heyecan verici sanal çoklu evrende insanlara yeni deneyimler sunmayı vaat etmektedir. Ancak metaverse yalnızca sanal bir dünya değil, doğal olarak gelen bir bilim kurgu fantezisidir. Teknoloji şirketleri ile sınırlı değildir; dünyada tamamen yeni bir ekonomi haline gelebilir. McDonald's ve Nike gibi tanınmış şirketler, Meta evreni tüketicilerin yemek yiyebileceği, alışveriş yapabileceği, oyun oynayabileceği, arkadaş edinebileceği, konserlere katılabileceği ve sanal bir varlık yaratabileceği bir yer olarak tasavvur etmektedir. Metaverse, platform engellerini aşmaya ve daha önce izole edilmiş ekosistemleri yeni bir merkezi olmayan evrende bir araya getirmeye devam etmeye hazır görünüyor **[6].**

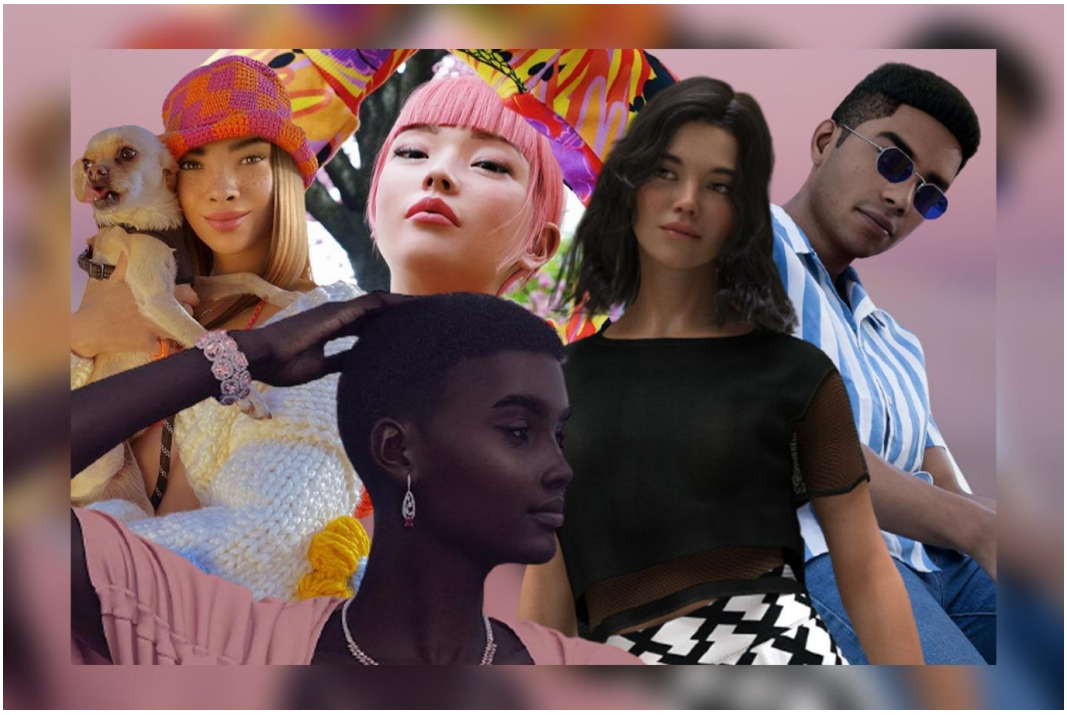
Dünyaca ünlü moda markaları, sanal dünyada reklam ve pazarlama sektöründe meta evrene dahil olmasıyla kendini geliştirmeye çalışmaktadır. Bu yaklaşımla; moda markaları, ürünlerini ve hizmetlerini fiziksel dünyanın ötesinde bilgisayar tarafından oluşturulmuş üç boyutlu bir dünyada başka bir deyimle sanal gerçeklik ortamında *meta-fluencer'*lar aracılığı ile tanıtımlarını gerçekleştirmektedirler. *Lil Miquela, Shudu Gram, Reah Keem, Blawko ve Noonoouri* gibi Instagram'da çok sayıda takipçisi olan sanal karakterler, markalarla işbirlikleri yapmaktadırlar. Metaverse kavramının yükselişi ile birlikte markalar kendi avatarlarını tasarlamakta ya da gerçek influencerların avatarları ile projeler geliştirmektedir.

MODADA META-FLUENCER DÖNEMİ

Markalar internette ilgi çekmenin giderek zorlaştığını düşünüyor. Bunun bir nedeni de, büyük ya da küçük her işletmenin, çevrimiçi alanda muazzam miktarda gürültü yapmış olmasıdır. İşletmeler, sosyal ağ sitelerinde ücretli reklamları aşırı kullandığında tüketiciler rahatsız oluyor ve tiksiniyor. Reklam engelleyiciler, dünya çapında internet kullanıcılarının %42,7'si tarafından kullanılıyor **[7].** Dolayısıyla, müşterileriler, işletmeler tarafından sağlanan bilgilere şüpheyle yaklaşıyor ve güvenmiyorlar. Bu nedenle; arkadaşlardan, akrabalardan veya sosyal ağlardaki diğer kullanıcılardan gelen tavsiyeler ve yorumlar her zamankinden daha önemli hale geliyor.

Pek çok pazarlama uzmanı, sanal platformlar aracılığıyla müşteri tüketimini doğrudan etkileyen sosyal medya etkileyicileri veya fikir liderleri haline gelmiştir. Bu yeni ana akım form, mesajları etkili bir şekilde ilettiği ve ünlülere yatırım yapmaktan çok daha iyi bir yatırım olduğu için giderek popülerlik kazanmaktadır. Son dönemde, birçok firmanın sanal influencerlar'la iş birliği yaptığı ve hala takdire şayan satışlar elde ettiği görülmektedir. Makinelerin beyninden doğmuş olmalarına rağmen çok sayıda takipçi ve hayrana sahipler. Örneğin, "Lil Miquela" (3 milyon Instagram takipçisi), "Shudu" (227 bin) ve "Noonoouri" (398 bin) büyük takipçilere sahip ve gönderilerinde ve hikayelerinde çeşitli ürün ve hizmetleri tanımaktadırlar **[8].**

Pek çok küresel marka; gerçek insanlar gibi davranan, sosyal medya hesaplarında gündelik yaşamlarından kesitler paylaşan dijital influencer'lar ile işbiliği yapma yoluna gitmektedir. Sanal influencer'lar (Görsel 1), dijital pazarda artan rekabet sebebiyle markaları tüketiciye ulaştırmanın en yaratıcı yollardan biri haline gelmektedir ve bu durum, markalar için güçlü fırsatlar barındırmaktadır. Bu noktada, küresel çapta faaliyet gösteren moda ve hızlı tüketim ürünleri üreten markalar, sanal influencer'ları kampanyalarında kullanmaya ve sahiplenmeye başlamışlardır.

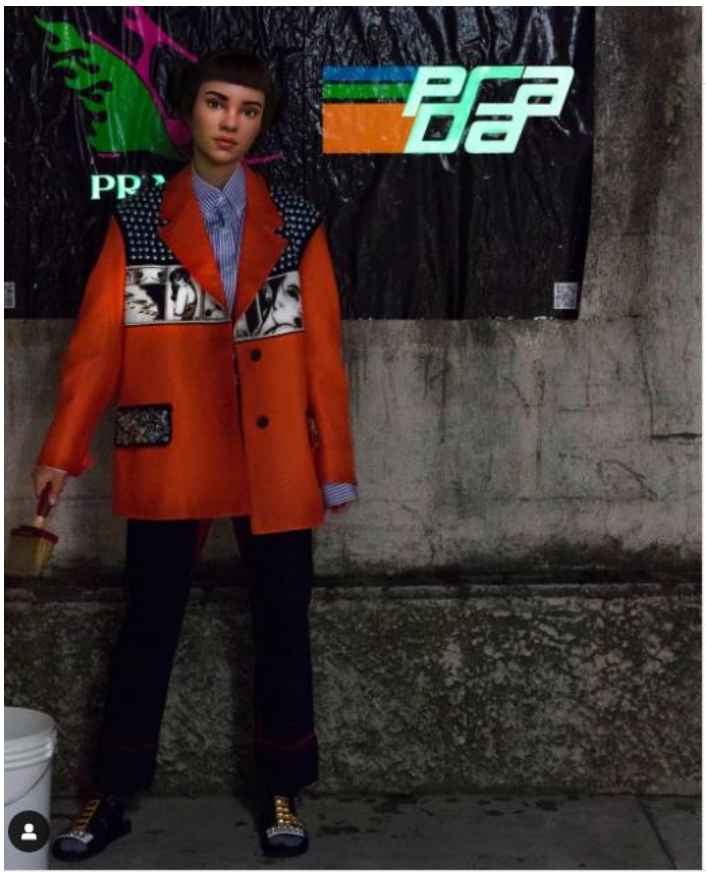


Görsel 1. Meta-Influencer'lar

Genellikle robotik ve yapay zeka alanında çalışan firmalar tarafından tasarlanan bu dijital karakterler, tıpkı etten kemikten influencer'lar gibi başta giyim kuşam ve kozmetik olmak üzere birçok alanda aktif rol oynuyor. Sanal fenomenler yalnızca ürün satışı yapmakla kalmıyor, aynı zamanda milyonları bulan takipçi kitlelerinin hayat tarzlarına da yön veriyor **[9].** Dijital influencer'lar, parçası oldukları kurgu deneyimleri takipçileriyle paylaşarak kendilerine özgü

ilgi alanları ve renkli kişilikleri ile kitleleri takipte kalma ve ilgilerini uyanık tutma amacındadır. Özellikle pandemi sürecinde Lil Miquela ve Shudu Gram gibi dijital influencer'lar sosyal medyada popüler hale gelmiş ve böylece moda markalarının dijital modellere ilgisi artmıştır.

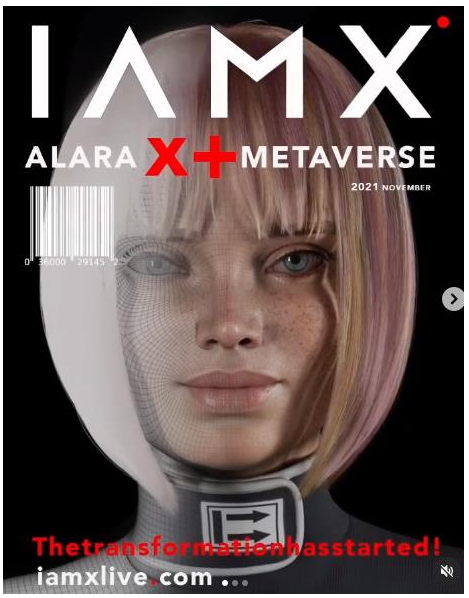
2016 yılında meta-fluencer olarak dijital ortamda yaratılan 19 yaşındaki Lil Miquela karakteri **[10].** Şubat 2018'de karakter, Milano Moda Haftası kapsamında Prada'nın taıtımını Instagram'da devralmıştır (Görsel 2). 16 Mayıs'ta Bella Hadid'le birlikte Samsung'la yaptığı Aynı yıl Miquela, Dazed dergisine katkıda bulunan sanat editörü olarak işe alınmıştır. 2020 yılında Miquela, CAA ile bir sözleşme imzalandığında bir yetenek ajansıyla sözleşme imzalayan ilk dijital avatar olmuş ve bu ajansın ilk sanal müşterisi olmuştur. Miquela daha önce WME tarafından temsil edildiği dönemde keşfedilmiştir.



Görsel 2. Lil Miquela Prada İşbirliği, 2018



Görsel 3. Shudu Gram Swarowski İşbirliği (2019)



Görsel 4. IAMX.Live ALARA X

Shudu Gram **[11],** (Görsel 3) da dijital teknolojinin ürünü olarak dünyanın ilk dijital modeli olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyahi Shudu ise Ellese, Balmain ve Fenty gibi lüks moda markalarının kampanyalarında yer almaktadır. ALARA Xb **[12]** (Görsel 4) ise Türkiye'nin IAMX.Live tarafından geliştirilen ilk dijital influencer'ı olarak dikkat çekmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijital döneme erken entegre olan endüstrilerden biri olan moda endüstrisinin inovatif yapısı gereği, moda dünyası dijital influencer kullanımında en ön saflarda yerini almaktadır. Özellikle, Covid-19 pandemisinin etkisiyle, moda sektöründe ürün ve marka tanıtımlarında gerçekleştirilen organizasyonlarda meta-fluencer'ların seçilmesindeki en önemli nedenler: dijital olarak kullanımlarının nispeten kolay olması, moda fotoğrafında ölçeklemenin basit olması; stilistler, makyözler, fotoğrafçılar ve mekanlara olan ihtiyacı ortadan kaldırması sebebi ile daha ekonomik olmasıdır.

Teknolojik olarak gerçeğe yakın olarak tasarlanan 3D sanal karakterler, gerçek bir insan olmadıkları ve reel karakterler gibi özgünlük ve güvenilirliklerini yitirme riski taşımadıkları için ile hem hedef kitleleri hem de işbirliği yapmış oldukları markalarla uzun vadeli ve organik bağlar geliştirebilmektedir. Markaların kurgulanmış hikayelerini daha avantajlı maliyetler ile sunma vaadi ile yola çıkan dijital influencer'lar, sergilemiş oldukları başarılı performansları sebebi ile özellikle moda markalarının pazarlama stratejilerinde kullanılmak üzere yerlerini almaktadırlar.

KAYNAKLAR

[1]Wheelwright, T. (2022). 2022 cell phone usage statistics: How obsessed are we? Reviews.org.https://www.reviews.org/mobile/cell-phone addiction/#:~:text=On%20average%2C%20Americans%20spend%202,on%20their%20phones%20in%202022 (Erişim Tarihi:15.08.2023)

[2] Thorsten, H. T., Gwinner,K. P., and Gremler, D. D. (2004) Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? Journal of Interactive Marketing 18 (1), https://doi.org/10.1002/dir.1007

[3] Erdoğan, H., Özcan, B., M. (2020). Influencer Pazarlaması Kullanımının Tüketicilerin Satın Alma Niyetine Etkisi: Instagram Influencerları Üzerine Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 12 (4), 3813-3827.

[4] Canöz, K. , Gülmez, Ö. ve Eroğlu, G. (2020). Pazarlamanın Yükselen Yıldızı Influencer Marketing: Influencer Takipçilerinin Satın Alma Davranışını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma . Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, 23 (1) , 73-91 . DOI: 10.29249/selcuksbmyd.606009

[5] Díaz, J., Saldaña,C and Avila, C. (2020).Virtual world as a resource for hybrid education. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 15(15): 94-109. https://doi.org/10.3991/ijet.v15i15.13025

[6] Kilzi, M. (2022). Council post: The New Virtual Economy of the Metaverse. Forbes. https://www.forbes.com/sites/forbesbusinesscouncil/2022/05/20/the-new-virtual-economy-of-theMetaverse/ (Erişim Tarihi:19.08.2023)

[7] Dean, B. (2021). AD blockers usage and demographic statistics in 2022. Backlinko. https://backlinko.com/ad-blockers-users (Erişim Tarihi:14.08.2023)

[8] Hutchinson, A. (2022). New study looks at the rise of virtual influencers [infographic]. Social Media Today. https://www.socialmediatoday.com/news/new-study-looks-at-the-rise-of-virtualinfluencers-infographic/621544/ (Erişim Tarihi:30.08.2023)

[9] Sofuoğlu, Y. (2021). Sosyal medyanın yükselen trendi: Sanalfenomenlik,Independent Türkiye, https://www.indyturk.com/node/366471/ya%C5%9Fam/sosyal-medyan%C4%B1n-y%C3%BCkselen-trendi-sanal-fenomenlik (Erişim Tarihi:16.08.2023)

[10]Lil Miquela (2018), Lil Miquela Prada İşbirliği, https://www.instagram.com/p/BfdpTeKF3k9/(Erişim Tarihi:17.08.2023)

[11]Shudu Gram (2019). Shudu Gram Swarowski İşbirliği, https://www.instagram.com/p/Bts2aBXh-BZ/ (Erişim Tarihi:23.08.2023)

[12]Alara X, (2022). Alara X. https://www.instagram.com/p/CjP2UmWD5_7/?img_index=1 (Erişim Tarihi:12.08.2023)

GESTALT KURAMI VE SANAT EĞİTİMİ PERSPEKTİFİ

Yüksek Lisans Öğrencisi, Ahmet Göktuğ Kılıç[1]
[1] İnönü Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-2831-789X -
Öğr. Gör. Ümit Parsıl[2]
[2] Adıyaman Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi,
ORCID ID: https://orcid.org/0000-0002-1901-5400 -

ÖZET

Gestalt algı kuramı bağlamında sanat eğitimine bakış açısı irdelenmiş ve gerekli önemi vurgulanmıştır. Gestalt'ın algısal organizasyon ilkesi ve algısal yanılsama kavramlarının, sanatta yaratıcı ve çok boyutlu düşünme gibi algı süreçlerini harekete geçirerek motor becerilerin çalıştırılmasında ve farklı bakış açılarının sunulmasında etkin rol oynadığı inkar edilemez bir gerçeklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Eğitim temelli araştırma da Gestalt Kuramının yeri büyüktür. Bunun nedeni Gestalt algı kuramının bütüncül öğrenmeleri destekler nitelikte olmasından kaynaklanmaktadır. Bu anlamda bakıldığında sanat eğitiminde ulaşmak istediğiniz hedefler öğrenen açısından da öne çıkmaktadır. Görsel algı bağlamında, bireylerin uyaranlara karşı bilişsel yönelimi kişiden kişiye değişiklik gösterebilmektedir. Aynı kişinin aynı uyarana farklı bir bakış açısıyla yaklaşması, uyaranın farklı yorumlanmasına yol açabilmekte ve öğrenmeleri etkileyebilmektedir. Bu görüş Gestalt kuramının yansımalarıyla şekillenirken, bilişsel kuramların temel aldığı kabul olarak görülmektedir. Gestalt öğrenme kuramının dayandığı temel düşünme anlayışı da bu gerçeği kanıtlamakta ve dayandığı niteliklerle bu durumu desteklemektedir. Bilişsel düşünme etkinlikleri ve algısal yönelimler, Gestalt Kuramı üzerinde dolaylı bir etki ortaya koymaktadır. Aynı zamanda Gestalt teorisi ve bu şekilde ortaya çıkan psiko-algısal görüş birçok bilim adamı ve düşünür tarafından değerlendirilmiş ve uygulanmıştır. Max Wertheimer, Kurt Kofka ve Wolfgang Köhler tarafından özel olarak geliştirilen ve kuramsal olarak sunulan Gestalt kuramı, sanat eğitiminde görsel algıya ilişkin yeni bir bakış açısının oluşmasına rehberlik etmiştir. Bu anlamda daha fazla metodolojilerin ortaya çıkmasını sağlayan Gestalt algı kuramı yeni paradigmaları da beraberinde getirmiştir. Özellikle Wertheimer, Kofka ve Köhler'in kuramında yer alan algı psikolojisi, yanılsama yoluyla görsel algıyı ele alırken farklı bir bakış açısı ortaya koymaktadır. Ayrıca Gestalt kuramının bütüncül bir öğrenme anlayışıyla öğrenme ve öğretme sürecini

desteklemesi Sanat Eğitimi perspektifinde yeni girişimlerin ortaya çıkmasına neden olmuş ve görsel algı bağlamında öğretim teşvik edilmektedir. Çünkü sanat eğitimi perspektifinden çoklu öğrenme bütüncül öğrenme ile desteklendiğinde yeni bir anlam kazanır ve olumlu yönde gelişebilir. Gestalt psikologlarının görüşü bu yöndedir. Öğrenilenler genellikle daha anlamlı ve kalıcıdır. Son olarak, araştırmada Gestalt kuramının temel dayanaklarını vurgulayarak sanat eğitimine perspektifini irdelemek amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler : Gestalt Kuramı, Sanat Eğitimi, Max Wertheimer, Kurt Kofka, Wofgang Köhler.

GESTALT THEORY AND ART EDUCATION PERSPECTIVE

ABSTRACT

In the context of Gestalt perception theory, the point of view of art education was examined and its necessary importance was emphasized. It is an undeniable reality that Gestalt's perceptual organization principle and perceptual illusion concepts play an active role in training motor skills and presenting different perspectives by activating perception processes such as creative and multidimensional thinking in art. Education-based research also has a great place in Gestalt Theory. This is due to the fact that Gestalt perception theory supports holistic learning. In this sense, the goals that you want to achieve in art education also stand out from the point of view of the learner. In the context of visual perception, the cognitive orientation of individuals towards stimuli may vary from person to person. The fact that the same person approaches the same stimulus from a different point of view may lead to a different interpretation of the stimulus and may affect learning. While this view is shaped by the reflections of Gestalt theory, it is seen as an acceptance based on cognitive theories. The basic understanding of thinking on which the Gestalt learning theory is based also proves this fact and supports this situation with the qualities on which it is based. Cognitive thinking activities and perceptual orientations reveal an indirect effect on Gestalt Theory. At the same time, the Gestalt theory and the psycho-perceptual view that emerged in this way have been evaluated and applied by many scientists and thinkers. Gestalt theory, which was specially developed and theoretically presented by Max Wertheimer, Kurt Kofka and Wolfgang Köhler, guided the formation of a new perspective on visual perception in art education. In this sense, the Gestalt theory of perception, which allows more methodologies to emerge, has brought new paradigms with it. In particular, the psychology of perception, which is included in the theory of Wertheimer, Kofka and Köhler, reveals a different point of view when dealing with visual

perception through illusion. In addition, the support of Gestalt theory to the learning and teaching process with a holistic understanding of learning has led to the emergence of new initiatives in the perspective of Art Education, and teaching in the context of visual perception is encouraged. Because from the perspective of art education, when multiple learning is supported by holistic learning, it gains a new meaning and can develop in a positive way. The opinion of Gestalt psychologists is in this direction. What is learned is usually more meaningful and permanent. Finally, the research aims to emphasize the basic foundations of Gestalt theory and examine its perspective on art education.

Keywords: Gestalt Theory, Art Education, Max Wertheimer, Kurt Kofka, Wolfgang Köhler.

GİRİŞ

Gestalt algı kuramı bütüncül öğrenme alanlarına dayalı bir yaklaşımdır. Dayandığı teorik ve kavramsal altyapı göz önüne alındığında, çoklu öğrenme olasılığı açık ve belirgindir. Bilişsel etki ve dayandığı deneyimsel öğrenme yadsınamaz bir gerçek gibi görünebilir. Bu anlamda bir öğrenme kuramı türü olan Gestalt algısı, eğitimin birçok dalında farklı yaklaşım ve metodolojilerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Bu anlamda bilim temelli bu teori, eğitimin birçok dalında çalışılabilecek bir teori olarak kabul edilmektedir. Bu açıdan bakıldığında sanat eğitimi ise; bütüncül öğrenmeyi destekleyen, kapsamlı duyuşsal, bilişsel ve psikolojik öğrenme değişkenlerinin incelenebildiği birkaç disiplinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanat eğitiminin en basit ve en çok kullanılan tanımı güzel formlar yaratma çabasıdır. Bu formlar güzellik duygumuzu okşar ve güzellik duygumuzun okşaması duygularımız arasındaki biçimsel bağlantıların birliği ve uyumudur. Sanat bir ifade aracıdır ve bu ifade aracı, farklı kuramlar çerçevesinde ele alındığında farklı anlamlar taşımaktadır. Bütün büyük sanatlar bize bir şeyler anlatmaya çalışmaktadır. Evrensel şeyler, insanlar veya sanat eğitiminin kendisi hakkında başka şeyler ifade etmektedir.. Sanat da bir bilgi biçimidir ve sanat eğitimi, bilim ya da felsefe dünyasında bilgi kadar değerli olan insanlar için faydalı bir disiplin alanıdır. Bu durumu diğer bilme biçimleriyle paralel tuttuğumuzda bu anlamda farklı yöntem ve teorilerin varlığı öğrenme için daha geçerli ve değerlidir.

Yöntem ve Metot

Gestalt algı kuramı, 19. yüzyıl psikolojisi ve düşünce ekolü ile vizyon algılama sürecinde nesnenin duyumlarının ve koşullu reflekslerinin etkisi olduğunu savunan davranışçı ve yapısalcı yaklaşımlara karşı ortaya çıkmıştır. Davranışçıların ve yapısalcıların parçacı

tavırlarına karşı her şey ilkesini ortaya koymaktadır. Gestalt algı kuramında yapılan araştırma, görsel algı psikolojisine odaklanmaktadır. Görsel algı, Gestalt Psikolojisinin kurucularından Max Wertheimer tarafından tanımlanmış, ve geliştirilmiştir. Aynı zamanda Kurt Kofka, Wolfrang Köhler de kuramında geliştirilmesinde önemli bir yere sahiptir. Aynı zamanda Gestalt algısı bir kaç terimle de dayanaklandırılmaktadır. Bunlar; benzerlik, yakınlık, tamamlama, yönelim gibi görsel algı teorileridir. Bu teoriler, görsel dünyadan alınan renk, şekil, ışık ve doku gibi duyusal algılara dayanmaktadır. Bu anlamda sanat eğitiminin bütüncül yapısı ve görsel algıya dayanan metodolojik yapısı kuramın disiplin amaçlı incelenmesini sağlamaktadır. Bu anlamda bu gibi kuramsal yaklaşım bildirimlerin düzenlenmesinde etkilidir. Böyle bakıldığında öncelikle araştırmada Gestalt algı kuramının temel dayanaklarından bahsedilmiş, geliştirilen ve geliştirme sırasında etkili olan felsefecilerin yöntemsel bakış açıları ele alınmış ve kuramsal çerçevesi teorik olarak incelenmiştir. Devamında sanat eğitiminin perspektifi ele alınmış ve sanat eğitiminin Gestalt algı kuramına göre dayandığı temel nokta çerçevelenmiştir. Bu amaçla gerçekleştirilen bu araştırma nitel araştırma yöntemine dayalı derleme çalışmasıdır. Araştırma, bilimsel makalelerden yararlanılarak oluşturulmuş ve literatür tarama yöntemi ile desteklenerek araştırma çerçevesi genişletilmiştir.

1.Gestalt Kuramı

Gestalt; gelişimi 1940'larda Fritz Perls, Lavra Perls ve Paul Goodman tarafından başlamıştır. İsmi konusunda ilk başta bazı belirsizlikler olsa da Wertheimer, Koffka ve Köhler gibi psikologlar böyle düşünüyordu.

Bahsi geçen bilişsel çalışmalar Gestalt isminin verilmesinde belirleyici rol oynamıştır. Gestalt, genel anlamıyla “biçim, tamamlanma, bütünleşme” demektir. Gestalt Terapisinde kullanıldığında bireyin bütünlüğüne katkıda bulunur ve kusurlarını mükemmelleştirir. Gestalt teorisine göre; Bütün, parçaların toplamından başka bir şey anlamına gelir. Birey, var olan bütünü parçalara ayırarak değil, bir bütün olarak algılar. Aslında bu bir çeşit farkındalıktır. Öte yandan algı, cinsiyete, eğitim düzeyine, yaşa, çevreye, beklentilere ve kültüre göre değişir. Nesnel dünyaya ait duyuların, bellek aracılığıyla öznel bilince aktarılarak iletişime dönüştüğü algılanır. Algı, duyuma anlam eklendiğinde ortaya çıkar. Bilişle ilgilenen psikologların öğrendiği ilk şey, algının bir organizasyon biçimi olduğudur. Bir organizasyon aracılığıyla alınan anlam, toplanıp bir araya getirilerek anlam kazanır. Gestalt bilişsel psikolojiye dayalı olarak geliştirilmiş bir teoridir. Bu teoriye göre düşünme ve tahmin bilişsel bir süreç olduğu gibi gözlem de bilişsel bir süreçtir (Dağdeviren, Göğebakan, 2022).

Sanatta olduğu gibi bilimde de üsluplar vardır. Gestalt teorisi çok yeni bir bilim tarzıdır. Olumsuz tarafı, şu anda atomik yaklaşım olarak bilinen yaklaşıma bir itiraz olarak görülüyordu. Olumlu tarafı ise, Almanya'daki yeni doğa, bedenin mucizevi sırlarının ve doğa güçlerinin yaratıcı gücünün duygusunu yoğun bir duyguyla canlandırıyor, felsefenin ve romantik dalganın bilimsel bir ifadesi olarak ortaya çıkmıştır. Kültür, beynin yaşamın canlılığından ve temel görevlerinden kurtulmasını sağlar. Rasyonalizmin zararlı etkileri onun en büyük başarısıdır. Gestalt teorisinin geçmişteki birçok şair ve düşünürle bağlantısı vardır; En önemlilerinden biri Goethe'dir. Ancak görsel algı bağlamında Gestalt kuramı adını öncelikle Max Wertheimer, Wolfgang Köhler ve Kurt Koffka'dan almıştır. Gestalt teorisi başlangıçta dört ana unsur etrafında oluşturuldu; psikoloji, fizik, biyoloji, sosyoloji vb. Alanda bir yöntem olarak sistemin yapısal özellikleri ve tüm özellik tanımını kullanımını sağladı. Yani, herhangi bir parçasının doğası ve işlevi genel durum tarafından belirlenen doğal şeyler veya olaylardı. Ancak bu yaklaşımın çocukların, insanların ve ilkel hayvanların basit, güçlü ve kendiliğinden tepkilerine saygı duymaktan çok daha temel bir tutumdan kaynaklandığı anlaşılmalıdır. İnsanların ruhsal ve kültürel gelişiminin her düzeyinde korunması gerekir; Sentezi insan zihninin yüksek yetilerine değil oluşum güçlerine ayırmayı reddetmek ve tabiri caizse çevresel duyusal süreçler, görsel, işitsel zekayı öne çıkaran bir tutum. Bu tutum sanatçıya ve sanata derin bir sempati duymaktadır. Çünkü sanatçı, gözleri ve kulaklarıyla doğanın yaratılışının tam anlamını doğrudan yakalar ve etkinlikleri birlik, ayrılık ve denge yasası olan "Pragnanz"a göre düzenleyerek uyum veya anlaşmazlığı giderir (Arnheim, 1943).

Davranışsal eğitim yaklaşımlarına yanıt olarak doğan ve temeli bir grup Alman psikoloğun yönlendirmesine dayanan yaklaşım modeli, yeni bir adım atmıştır. Bunlar arasında Wertheimer, Kofka ve Köhler dikkat çekici öncüleriydi. Ayrıca her türlü bireysel yaşam alanını bileşenler halinde bütünleştiren Kurt Lewin, Gestalt algı kuramındaki bilişsel yenilikler üzerine de araştırmalar yürütmektedir. Kofka, Köhler ve Wertheimer'in öncülüğünü yaptığı Gestalt algı kuramı, sözlüklerde kalıp, küme, biçim anlamına gelen pek çok kelime bulunmasına rağmen Gestalt öğrenme kuramı olarak kullanılmıştır. Bu anlamda Gestalt psikologları, öğrenmenin bütünlükten doğan bir algı olarak doğasına dikkat çekmişlerdir. Gestalt psikologları ve kökleri bütünsel öğrenmeye dayanan inançlar, insan öğrenmesindeki baskın görevlerin çoğunun köklerinin bütünsel öğrenmeye dayandığını ileri sürerler. Bütünü oluşturan parçaların aralarındaki ilişkiyi anlamada önemli olduğuna inanırlar. Özellikle beynin parçalardan ziyade bütünü anlamlandırma yeteneği, Gestalt psikologlarının farklı kalıplar oluşturma fikrini destekleyen kanıtların bulunduğunu öne sürmektedir.

Gestalt psikologlarına göre bir nesnenin ya da parçanın algılanması, onun diğer parçalarla olan ilişkisine bağlıdır. Bu anlamda insanlar olayları belirli örgütsel eğilimlere göre algılarlar. Örneğin bir resimde görülen şey nesnenin şekli, geri kalan kısım ise zemin olarak tanımlanır. Bu açıdan öğrenme, biçim ve madde arasındaki ilişkide bir değişikliktir. Aslında insanların çevrelerine düzenli bir şekilde bakma istekleri de bu görüşü destekler niteliktedir. Çünkü insanlar organize öğrenme yoluyla daha anlamlı performans sunabilirler.

Davranış, kişinin karşı karşıya olduğu durumun farkında olması ve bu durumu kendi amaçları doğrultusunda kullanabilme yeteneğidir. Öğrenme, algılama ve yorumlamadaki bu değişiklikleri içerir. Bu bakımdan insanın kendisinden olduğu kadar dışındaki olay ve durumlardan da haberdar olması oldukça önemlidir. Davranış onun öğrenmesinin göstergesidir.

Bazı Gestalt psikologları çevre ve dünya algısını bilişsel alan gibi terimlerle ifade etme eğilimindedir. Öğrenme, bir durumun algılanması veya yorumlanmasında bir değişikliktir. Bir önsezi veya algı, davranıştan farklı veya davranışla ilgili olabilir. Herhangi bir durumun veya sorunun unsurları birbiriyle ilişkilidir ve her birinin genel önemi vardır. Bütün, parçaların toplamından farklıdır. Bir konuyu oluşturan parçaları ayrı ayrı ele aldığımızda bütünü görememe veya önemli unsurları gözden kaçırma riskiyle karşı karşıya kalabiliriz (Bilge, 2004).

2.Görsel Algı

Gestalt psikologları nesnelerin görsel dinamiklerini fizyolojik bir süreç olarak görürler. Bunu bilinçli bir tepki olarak kabul etmektedirler. Bu teoriye göre görsel hareket rastgeledir. Hayal edilen çağrışımlar ve uyaranlar arasında önemsiz bir korelasyon değildir; şekiller ve renkler gözlemcinin geometrik modelden önce kısmen bilincinde olduğu değiştirici kuvvetin sonucudur. Bu anlamda fiziksel görsel algı, gözün dış dünyadaki nesnelerden gelen ışık ışınlarıyla uyarılmasıdır. Sonuçlar retina tabakasındaki görüntülerin oluşumuna dayanmaktadır. Bu retina sinir uçları aracılığıyla beyne iletilir ve görme gerçekleşir. Bu bakımdan görsel algıyı incelemek için görsel psikolojiye ihtiyaç vardır. Gestalt teorisi psikolojik bir teori gibi görünse de çalışması görsel algının nasıl oluştuğunu, bu bilişsel süreçte nelerin etkili olduğunu, bu süreci içeriden ve dışarıdan nasıl etkileyeceğimizi açıklamayı amaçlamaktadır. Kişinin bir şeyi nasıl gördüğü ve onun için ne anlama geldiği üzerine açıklamaları metodolojik olarak incelemektedir (Kaplan, 2014).

Algı, dış dünyanın görüntüsünün duyular eşliğinde bilinçte gerçekleşmesidir. Objektif duyu organlarını etkiler. Bu etki bilince aktarılır. Ama algı, arı zihinsel işlev gerektirmesi nedeniyle duyumdan farklıdır. Örneğin; görüşümüz, farklı düzlemlerde gözümüzün önünde beliren iki ağaç görüntüsünü verir. Bu ağacın iki resmi zihinsel işlevlerle bütünleşmiştir. Bu birleşik görüntü, hafızada biriken eski algılardan kaynaklanmaktadır. Bunlar çağrışım yoluyla ortadan kaldırıldığında ağacın algısı gerçekleşir. Özel görme, duyma ve dokunma yoluyla algılanan kavram ve düşünceleri insan bilincinde oluşturmaktır. Rasyonalistler yalnızca aklın ürünüdür; başka bir argüman da aynı yöndedir. Ancak algılama duyusal-zihinsel bir işlevdir. Alman filozof Lebriz'e göre, Algılama bilinçdışı bir işlevdir. Algı, başlı başına öznenin dışında olan şeydir. Ancak ruhsal davranışla ilgili olarak psikologlar ayrıca algının aksine içsel farkındalıktan da bahsetmişlerdir. Felsefede algısal teriminin üç anlamı vardır. Bunlar:Bilişsel güç, bilişsel işlev, bilişsel olgulardır (Güven, 1996).

Sanat eğitiminde estetik, doğa ve amaç uyum içindedir. Tat ve estetik algısını geliştirmenin yanı sıra, dolaylı olarak daha yüksek nitelikler, hayal gücü ve düşünce oluşturur, gelişmeli ve gelişmelidir. Bu bakımdan algı kavramı sanat eğitiminde önemli bir yer tutmaktadır. Algılama, kişinin alabileceği, bulabileceği ve deneyimleyebileceği şeyleri organize etme, yorumlama ve anlama sürecidir. Bir başka deyişle algı, tüm dikkatin bir şeye yönelmesi ve o şeyi kavraması veya algılayarak bilinç kazanmasıdır. Algıya ise muhakeme ve anlayış denir. Algılama biçimleri, algılama ve bakış açısı toplumlar arasında ve bireysel özelliklere göre farklılık göstermektedir. Bu fark gerçektir ve kavramından türetilmiştir (Ünlü, 2017).

Sanat eğitimi ile ilgilenenler iki duyuyu aktif olarak kullanacaklardır; görsel ve dokunsal. Bu yetenekler elbette bireysel farklılıkların ön planda olduğu belirli algı türlerine yol açmaktadır. Algı; Dinamik, çok yönlü ve son derece sansasyonel bir olgudur. Bu yönüyle sanatla yakından ilgilidir. Freelance sanatçılar kendi algılarına göre algıladıklarını yaratımda kullanırlar. Bu nedenle Rönesans, İngiliz Romantizmi, Empresyonizm, Yeni Empresyonizm, Fovizm, Ekspresyonizm, Fütürizm ve Dadaizm gibi akımların kullanım alanları vardır. Farklı renkleri kullanmak, şekilleri incelemek, konturlar ve donanım uygulamaları yapmak. Monet Matisse'e benzemiyor ya da Seraut'nun manzarası Turner'ın etkisinden çok uzak. Bütün bu örnekler bizi "görsel algı"nın kesin bir tanımına getiriyor. Bunlar, gözlem anında nesneler ve duygular üzerindeki birikmiş bilgi ile geçmiş etkilerin birleştirilmesiyle beynin elde ettiği tanımlayıcı değerlerdir. Algı tek taraflı olamayacağı gibi sezgisel algı da sonuçları tek bir açıdan değerlendirmez. Ayrıca ihtiyaç duyduğu diğer bilişsel mekanizmaları da harekete geçirerek analiz gerçekleştirir. Bu analizden oluşan duygu, bireyin davranışına dönüşecektir. Sanatçı,

yaratıcı işleviyle; kırmızı ağaçları ve mavi yaprakları temsil eder. Eserlerinde yanılsamayı kullanarak kamuoyunun algısını şaşırtmaya ve farklı boyutlar aramaya çalışır (Sırmalı, 2020).

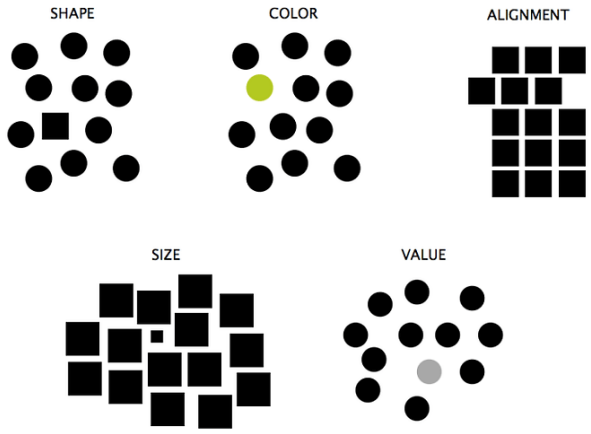
Görsel algının Gestalt teorisi, "bütünün, parçaların toplamından daha önemli olduğu" ilkesine dayanmaktadır. Gestalt teorisi beş temel prensibe dayanmaktadır: görsel ilişki, yakınlık, benzerlik, tamamlama, süreklilik ve basitlik. Gestalt teorisinin her ilkesini göz önünde bulundurulduğunda; Çizim bireyin dikkatini gözlenen uyarana odaklayan kısım iken zemin ise çizimin arkasında fark edilmeyen ve bilişsel alana girmeyen kısımdır.

Şekil zemin ilkesinde görüntünün ön planını ve arka planını ayırın alan iki farklı ön plan rengi izleyiciler aynı şeyden farklı şeyler algılıyor durumadır. Odak (ön plan) rengimiz siyah ise vazoyu görebilirsiniz. Arka plan ise siyah, iki yüz görülüyor olmaktadır.



Şekil 1: Şekil-Zemin İlişkisi

Yakınlık ilkesi, zaman ve mekan açısından yakın olan nesnelerin kümelenme yoluyla tanımlanma eğiliminde olduğunu belirtir. Aynı prensip şekil, renk, doku, cinsiyete dayanmaktadır. Tamamlama prensibi eksik/tamamlanmamış etkinlikleri, formları ve sesleri tamamlamaktır.



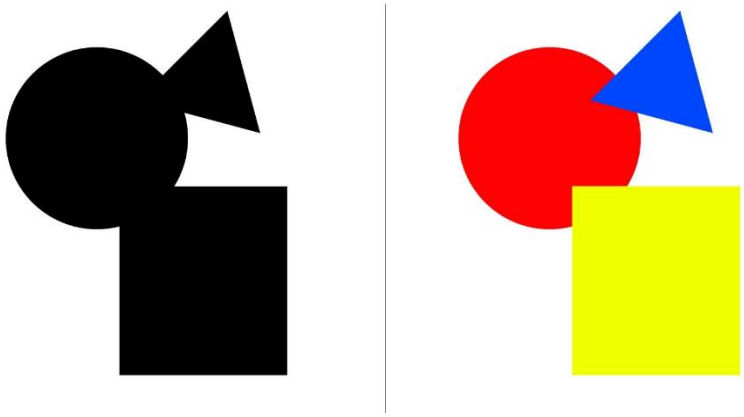
Şekil 2: Yakınlık İlişkisi

Süreklilik ilkesi, aynı yöne işaret eden noktaların, çizgilerin ve uyaranların birlikte gruplandırılıp algılanma eğiliminde olduğunu belirtir. Gözün bir şeyi takip etme yönündeki içgüdüsel eylemidir, aynı zamanda her görsel sunumun bir odak noktasına ihtiyacı vardır. Bu odak noktası izleyicinin dikkatini çeker ve onu ikna eder. Görsel mesajı takip etmeye devam ediyor gibidir ama aynı zamanda farklı şekle sahip bir nesnenin neye benzediğini gösteriyor ve onu diğer unsurlardan ayırıyordur (Chang, Dooley & Tuovinen, 2002).



Şekil 3: Süreklilik İlkesi

Basitleştirme İlkesi, uyaranların en basit haliyle algılanma eğiliminde olduğunu açıklar. Belirlenen özellikler bağlamında Gestalt teorisinin günümüz görsel tasarım faaliyetleri üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğu ve tasarımın görsel algısının etkililiğini sağlamada birçok farklı alanda görülebileceği söylenebilir. Gestalt bilişsel teorisinin tasarım ortamına yansımalarına dayanarak, tasarımın ön plan-arka ilişkileri, yerleşim düzeni ve yerleşim ilişkileri, düzen ve tasarım öğeleri bağlamında yarattığı genel etkinin kalitesi temel unsurlardır (Erişti, Uluuysal & Dindar, 2013)



Şekil 4: Basitlik İlkesi

Görsel algı duyusal ayrımcılıktır, yani görüntülerdeki, bağlamlardaki ve ayrıntılardaki farklılıklardır. Bu, bir nesnenin görsel özelliklerinin anlaşılmasını içerir. Birçok insan için bir sanat eseri sanatsal unsurlar içerir. Ancak bir bütün olarak görülüyordur. Bireyin sanat eserinin tamamını algılayabilmesi ve görsel algının gerçekleşebilmesi için bireyin psikolojik olarak bakmaya ama gerçeği görmeye istekli olması gerekir. Burada bireyin ne gördüğü ve ne görmesi gerektiği görsel algının gerçekleşmesinde önemlidir. Birey neyi göreceğini, nasıl algılayacağını, neyi algılayıp neyi algılayamayacağını duyu yoluyla algıladığına, ne tür anlamlar yükleyeceğine, özünde bu onun bilgisi ve yaşam deneyimidir. Algı, ilk gördüğümüz ile süreç içerisinde takip eden arasındaki gönüllü seçimdir. Bu anlamda bilinçli içeriğin yönlendirdiği bilinçli içerikle doğrudan ilgilidir. Dolayısıyla görsel temsilin kökeninde bireyin ötesinde bir yönelim olgusu bulunmaktadır (Beyoğlu, 2015).

SONUÇ VE TARTIŞMA

Gestalt biliş kuramı, nesne duyumları ve reflekslerinin ruhla birlikte görsel algı sürecine etki ettiğini öne süren davranışçı ve yapısalcı yaklaşımlara karşı ortaya çıkmıştır. 19. yüzyıl düşünce ekolü, davranışçıların parçalı tutumlarına ve her şeyin ilkesine karşı çıkmıştır. Gestalt bilişsel teorisi üzerine yapılan araştırmalar görsel algının psikolojisine odaklanmaktadır. Görsel algı, Gestalt psikolojisinin kurucularından Max Wertheimer tarafından tanımlanmış ve geliştirilmiştir. Aynı zamanda Kurt Kofka ve Wolfrang Köhler de teorisinin gelişmesinde önemli rol oynadılar. Bu açıdan bakıldığında sanat eğitimi; Bütünsel öğrenmeyi destekleyen ve duyuşsal, bilişsel ve psikolojik öğrenmenin küresel değişkenlerinin dikkate alınabileceği az sayıda disiplinden biri olarak ortaya çıkmaktadır. Sanat eğitiminin en basit ve en yaygın kullanılan tanımı güzel formlar yaratma çabasıdır. Bu formlar güzellik duygumuzu okşar, güzellik duygumuzun okşaması ise duygularımız arasındaki biçimsel ilişkilerin birliği ve

uyumu ortaya çıkmaktadır. Sanat bir ifade aracıdır ve bu ifade aracı farklı kuramlar altında bakıldığında farklı anlamlar taşır. Sanat aynı zamanda bir bilgi biçimidir ve sanat eğitimi, bilim veya felsefe dünyasında bilgi değeri taşıyanlar için faydalı bir konudur. Bu durumu diğer algılama biçimlerine paralel olarak koruduğumuzda bu yönde farklı yöntem ve teorilerin varlığı öğrenme açısından daha kıymetli olacaktır.

KAYNAKÇA

Arnheim, R. (1943). Gestalt And Art. The Journal Of Aesthetics And Art Criticism, 2(8), 71-75.

Beyoğlu, A. (2015). Sanat Eğitiminde Algı, Görsel Algı ve Yanılsama: Vıctor Vasarely'nin Çalışmaları Üzerine Bir İnceleme. Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(1), 333-348.

Bilge, F. (2004). Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi. (Edt.), Yeşilyaprak, B., Pegem Akademi Yayıncılık.

Chang, D., Dooley, L., & Tuovinen, J. E. (2002). Gestalt Theory İn Visual Screen Design A New Look At An Old Subject.

Dağdeviren, B., & Göğebakan, Y., (2022). Resimsel Anlatım Bakımından Psikanaliz ve Gestalt Görsel Algı Kuramının Düşsel Mekân Oluşumuna Etkisi ve Resim Sanatına Yansımaları. Sanat ve İnsan , 103-115.

Erişti, S. D., Uluuysal, B., & Dindar, M. (2013). Görsel algı kuramlarına dayalı etkileşimli bir öğretim ortamı tasarımı ve ortama ilişkin öğrenci görüşleri. Anadolu Journal of Educational Sciences International, 3(1), 47-66.

Güven, H. N. (1996). Resimde Görsel Algılama.

Kaplan, S. (2014). Gestalt Görsel Algı Teorilerinin Bauhaus Ekolü İçinde Seramik Temel Teknikleriyle Uygulanması (Doctoral Dissertation, Anadolu University (Turkey)).

Sırmalı, E. (2020). Sanat Eğitiminde Algı Çeşitliliğinin Gestalt İlkeleri İle Uygulanması. Uluslararası Sanat Tasarım ve Eğitim Dergisi, 1(1), 17-24.

Ünlü, M. M. (2017). Sanat Eğitimi ve Görsel Algı. Akra Kültür Sanat ve Edebiyat Dergisi, 5(13), 193-202.

ANADOLU MEDENİYETLERİNE AİT HEYKEL GÖRSELLERİNİN CUMHURİYET DÖNEMİ POSTA PULLARINDAKİ KULLANIMI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dr. Öğretim Üyesi, Selçuk YILMAZ
Anadolu Üniversitesi, ORCID: 0009-0002-0660-764X
Prof. Dr., Uğur KESKİN
Anadolu Üniversitesi, ORCID: 0000-0003-2740-4120

ÖZET

Para, pul ve benzeri kıymetli kâğıtlar, resmî anlamda, devletlerin izin ve kontrolleri altında bastırılabilmektedir. Bu tür kâğıtlar, meşruiyet göstergesi olmalarının yanı sıra, ait oldukları ülkeleri temsil etmek gibi bir işlev de üstlenmektedirler. Bilenen en temel özelliğiyle posta pulları, ülkelerin dünya çapındaki tanınırlıklarına katkı sağlamaktadırlar. Posta pulları, yalnızca yurt dışında değil, yurt içindeki hemen hemen bütün yaş gruplarındaki bireylerin bilgi ve kültür hazinesine katkı sağlayacak veriye sahip bulunmaktadırlar. Bu çalışma, Türkiye Cumhuriyeti adına günümüze gelinceye kadar bastırılan bütün posta pulları kapsamında gerçekleştirilmiştir. Yaklaşık yüz yıllık bir zaman periyodunu kapsayan bu döneme ait posta pulları, incelemeye konu edilmiştir. Yapılan incelemelerde, Anadolu medeniyetlerine ait birçok eserlere yer verildiği belirlenmiştir. Ayrıntılı bir biçimde inceleme yapıldığında ise, Türkiye Cumhuriyeti posta pullarında erken dönemlerden itibaren Anadolu medeniyetlerine ait heykellerin, görsel olarak kullanıldığı birçok pulun dağıtıma sunulduğu görülebilmektedir. Bu çalışmada, Anadolu medeniyetlerinden günümüze ulaşabilen heykellere odaklanılmıştır. Söz konusu heykellerin görsellerine yer verilerek basımı yapılan pul serileri, betimsel analize tabi tutulmuştur. Çalışmada, nitel araştırma yöntemine bağlı kalınmış, araştırma deseni olarak doküman incelemesi gerçekleştirilmiştir. Sonuç olarak çalışmada, günümüze ulaşan heykellerin, anlatı unsuru olarak neleri ifade ettikleri üzerine aktarım, açıklama ve değerlendirmelerde bulunulmuştur. Söz konusu izahlar aracılığıyla, çalışmaya konu edilen her bir posta pulunun kendine has nitelikleri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Heykel, Filateli, Posta Pulu, Cumhuriyet Dönemi, Anadolu Medeniyetleri.

AN EXAMINATION ON THE USE OF SCULPTURE VISUALS OF ANATOLIAN CIVILIZATIONS ON REPUBLIC PERIOD POSTAGE STAMPS

ABSTRACT

Officially, money, stamps and similar valuable papers can be printed under the permission and control of the states. In addition to being an indicator of legitimacy, such papers also undertake the function of representing the countries they belong to. Postage stamps, with their most basic

known feature, contribute to the recognition of countries around the world. Postage stamps have data that will contribute to the knowledge and cultural treasure of individuals of almost all age groups, not only abroad, but also in the country. This study was carried out within the scope of all postage stamps printed on behalf of the Republic of Turkey until today. Postage stamps belonging to this period, which covers a period of approximately one hundred years, have been the subject of the study. In the examinations made, it was determined that many artifacts belonging to Anatolian civilizations were included. When examined in detail, it can be seen that many stamps, in which the statues of Anatolian civilizations were used visually, have been presented for distribution since the early periods in the postage stamps of the Republic of Turkey. This study focuses on the sculptures that have survived from Anatolian civilizations. The stamp series, which were printed by including the visuals of the statues in question, were subjected to descriptive analysis. In the study, the qualitative research method was adhered to, and document analysis was carried out as a research design. As a result, in the study, transfer, explanation and evaluations have been made on what the sculptures that have survived to the present day express as a narrative element. Through the explanations in question, the unique characteristics of each postage stamp subject to the study have been revealed.

Keywords: Sculpture, Philately, Postage Stamp, Republic Era, Anatolian Civilizations.

1. GİRİŞ

Üretim yapılabilen arazilere yerleşmek insan yaşamını kolaylaştırmaktadır. Sulak ve verimli arazilerdeki insanlar tarihin en eski çağlarından itibaren tarımın yanı sıra hayvancılığı da etkin bir biçimde sürdürebilmişlerdir. Bazı yerleşim birimleri, göçer hayattan ziyade, yerleşik düzeni kolaylaştırıcı niteliklere sahip bulunmaktadır. Bu nedenle, küçük evlerden oluşan ilk köyler, özellikle iklim ve coğrafya bakımından uygun arazilerde kurulmaya başlamıştır (Aydıngün, 2006: 15). İklim ve coğrafi açıdan insan habitatına elverişli olan Anadolu'da tarih öncesi çağlardan itibaren çeşitli medeniyetler kurulmuştur. Bu medeniyetlerden günümüze ulaşabilen birçok eser, dünyanın çeşitli müzelerinde ve ören yerlerinde yer almaktadır.

Kuzey ve güneyindeki sıradağlar ile doğudaki yüksek dağlar sayesinde Anadolu'da kapalı bölgeler oluşmuştur. Bu bölgeler ise birçok medeniyetin ortaya çıkarak gelişmesine olanak tanımıştır. Tarihi süreçte Anadolu'daki medeniyetlerin gelişmesinde tabiat şartları belirgin bir rol oynamıştır (Çoban, 2013: 32). Göç yoları üzerinde bulunması ve denizlerle çevrili olması da Anadolu'da birçok medeniyet kurulmasında etkili olmuştur. Anadolu kıyıları, çok sayıdaki medeniyetin gelişmesine imkân sağlamıştır. Ege Denizi ve Boğazlar, tarihin erken çağlarından itibaren Doğu ile Batının kesişim alanı olarak görülmüştür. Tarih boyunca Boğazları kat edecek şekilde Batıdan doğuya (Avrupa'dan Asya'ya) ve bunun aksi yönde birçok kez göç yaşanmıştır. Karadeniz ile Akdeniz'i bağlayan Boğazlar, kuzeyin soğuk iklimiyle güneyin ılıman iklimi arasında bağlantı ve geçiş teşkil etmektedir (Bahar, 2010: 177).

Anadolu medeniyetlerine ilişkin literatürde çok sayıda kaynak yer almaktadır. Literatürdeki yayınlar çoğunlukla tarih, coğrafya ve arkeoloji gibi alanları kapsamaktadır. Bu çalışma, posta pulları özelinde gerçekleştirildiği için, Anadolu medeniyetlerine dönük tarih, coğrafya ve arkeoloji gibi disiplinler ekseninde yürütülen bilimsel araştırma ve incelemeler, bu çalışma için ancak dolaylı birer kaynak niteliği taşımaktadır. Bu çalışmada temel olarak Türkiye'de cumhuriyet dönemi posta pullarına odaklanılmıştır. Dolayısıyla, literatür taraması olarak Türkiye Cumhuriyeti posta pulları üzerine yapılan bilimsel çalışmalar, daha yakından incelemeye konu edilmiştir. Söz konusu alt çalışma alanındaki araştırma ve incelemeler ele

alındığında, yayınların çoğunlukla grafik tasarım kapsamında gerçekleştirildiği görülmektedir (Düzenli, 1998; Düzenli ve Kavuran, 2004; Johnson, 2008; Aydoğmuş, 2015; İnce, 2017; Tarlakazan, 2018; Mörck, 2020; Daldal, 2020; Aycil, 2021; Akyol, 2022; Kum, 2023). Posta pullarının milli kültürün, ulus devletin inşa süreci ve dışarıya tanıtımı amacıyla kullanımına ilişkin bilimsel çalışmalara da rastlanabilmektedir (Rowley, 2002; Toker, 2103; Tamer, 2014; Begiç ve Çelebilik, 2016; Yazıcı, 2016; Giritlioğlu vd., 2017; Kuru ve Olgaç, 2017; Anameriç 2018; Brennan, 2018; Yılmaz, 2019; Aycil, 2022; Coşkuner, 2022; Karaibrahimoğlu, 2023). Posta pullarını farklı açılardan değerlendirmek suretiyle kaleme alınan çok sayıda bilimsel yayın bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında yapılan kaynak taramalarında, Türkiye Cumhuriyeti pulları özelinde ve Anadolu medeniyetleri temalı geçmiş dönemli bilimsel araştırma veya incelemeye rastlanmamıştır. Resim sanatı ve geleneksel sanatlar eksenindeki sınırlı sayıdaki (Tarlakazan, 2017; Fırat, 2019) incelemenin dışında bu çalışmanın konusu ile doğrudan ilgili yayın bulunmamaktadır. Söz konusu durumdan yola çıkılarak, özgün bir alt konu ve keşifsel bir inceleme olarak bu çalışma kaleme alınmıştır.

2. YÖNTEM VE SINIRLILIKLAR

Bu çalışma, nitel araştırma yöntemi olarak tasarlanmıştır. Çalışmanın analiz ve bulgulara dönük kısımları, doküman incelemesi şeklinde yürütülmüştür. Doküman incelemesi, bilimsel açıdan hedeflenen çalışma kapsamındaki durum veya olgu hakkındaki yazılı belgelerden yararlanmayı ifade etmektedir. Bu yönüyle doküman incelemesi, araştırmaya ilişkin bütün verileri kapsayacak şekilde tasarlanabilmektedir. Yürütülen doküman incelemesinin kapsadığı ölçeğe bağlı olarak, ele alınan belge ya da dokümanlardan örnekleme başvurmak da mümkün olabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 189). Bu çalışmada, Türkiye Cumhuriyeti pulları içinde belirli bir dönem ayrımı gözetilmemiştir. Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar olan süreçte resmî kurumlar tarafından basımı gerçekleştirilen posta pulları içinde Anadolu medeniyetlerini tematik olarak işleyen pul serilerine odaklanılmıştır. Odaklanılan bu pul serilerinde, Anadolu medeniyetlerinden günümüze ulaşabilen resim, heykel, seramik ve el sanatları gibi eserler içinde özellikle biçim ve içerik açısından "heykel" sanatına özgü görsellerin yer verildiği pullar betimsel analize tabi tutulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluşundan, bu çalışmanın kaleme alındığı yıl olan 2023'e kadar geçen yaklaşık yüz yıllık dönemde dolaşıma sunulan posta pulları incelenmiştir. 2006 yılına kadar olan dönem, Bahadır Pul Evi Yayımcılık tarafından çıkarılan katalog üzerinden taranmıştır. Bu katalog, daha sonraki yıllarda basılmadığı için 2007 yılından itibaren basılan posta pulları, "https://www.pulhane.com" sitesi üzerinden incelemeler gerçekleştirilmiştir.

Türkiye Cumhuriyeti posta pulları, köken olarak Osmanlı İmparatorluğu döneminde basılanların bir devamı niteliğini taşımaktadır. Osmanlı İmparatorluğu zamanında ilk olarak 1863 yılında pul basımı gerçekleştirilmiş olmasına karşın, söz konusu pullar bu incelemenin dışında tutulmuştur. 1920-1923 yılları arasında "Ankara Hükümeti" adına basılan pullar ve bu dönemde Osmanlı İmparatorluğu pulları üzerine sürşarj yapıldığı için bu pul serileri incelemeye tabi tutulmamıştır. Posta pullarına odaklanıldığı için Kızılay, Çocuk Esirgeme Kurumu, Tayyare Müdafaa, Türk Hava Kurumu ve damga pulları kapsam dışı olarak kabul edilmiştir. 1930-1939 yıllarında Hatay Devleti'nin bastırdığı pullar, çalışma sınırlılıkları dışında tutulmuştur. Benzer şekilde, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti pulları da kapsam dışında tutulmuştur. Pul görünümlü görsel barındıran (kart veya zarf biçimli yurt içi/dışı posta işlemlerinde kullanılan antiyeler) materyal inceleme dahiline alınmamıştır.

3. KAVRAMSAL ÇERÇEVE: ANADOLU MEDENİYETLERİNDE HEYKEL SANATI

Estetik değer taşıyan üç boyutlu objeler oluşturmaya dönük sanatsal etkinlikler, "hacim sanatları" olarak ifade edilmektedir. Bu yönüyle heykel, hacim sanatı sayılmaktadır (Sözen ve Tanyeli, 2011: 125). Heykel sanatı, tarihin en eski çağlarından itibaren insanlığın gündeminde yer almıştır. Dünyanın birçok farklı yerlerinde olduğu gibi Anadolu'da da geçmiş dönem medeniyetlerinden günümüze ulaşabilen çok sayıda tarihi kalıntı ve heykel bulunmaktadır.

Anadolu'da ilk kurulan medeniyet Hititler olmuştur. Hitit sanatının günümüze kadar gelebilen eserleri arasında saraylar, tapınaklar, seramikler, heykeller, maden işleri ve etrafı duvarlarla çevrili şehirler gelmektedir. Milattan önce 12 ile 7 yüzyıllar arasında Anadolu'da hakimiyet kuran topluluk Frigler olmuştur. Frigyalıların medeniyeti üzerinde Hitit ve İyonların etkisi görülmüştür (Uslubaş ve Dağ, 2007: 21-24). Doğu Anadolu ve Güney Kafkasya'da M.Ö. 9-7. Yüzyıllar arasında gelişen Urartu sanatından günümüze mimarlık ürünleri, maden işleri ve az sayıda duvar resmi ve fildişi objeler kalmıştır (Sözen ve Tanyeli, 2011: 313). Milattan önce 9 ile 4. yüzyıllarda Yunanlılar, nüfuslarının artması nedeniyle Anadolu'nun batısını kolonileştirmeye başlamıştır. Pers Krallığı ise Akdeniz ve Ege'deki ticareti kontrol altına alabilmek için iki yüz yıl süreyle egemenlik kurmuşlardır (Sina, 2011: 11). Lidyalıları da etkisi altına alan klasik Yunan heykeli, tarihteki ilk gerçekçi sanat yönelimi olarak M.Ö. 5. yüzyılın başlarında belirmiştir (Sözen ve Tanyeli, 2011: 327).

Yukarıdaki anlatımlardan da anlaşılabileceği üzere Anadolu topraklarının çeşitli kesimleri, birçok medeniyetin egemenliği altında bulunması neticesinde çok sayıdaki tarih mirasını barındırmaktadır. Söz konusu tarih mirası, çeşitli eserlerin yanı sıra heykel sanatına ait eserleri de kapsamaktadır. Heykel sanatı, diğer sanatlara kıyasla sosyal açıdan ve yönetimsel ögeler içermesi bakımından ayrıcalıklı bir niteliğe sahip bulunmaktadır. Günümüz heykel sanatı, iletişim vasıtası fonksiyonu üstlenmekte, yönetimin egemen rolünü ön plana çıkarmayı amaçlamaktadır. Tarih boyunca yönetim ya da din açısından egemen konumdaki güç odakları, kabul ettirmek istedikleri görüş, eğilim veya ideolojilerini heykel ve benzeri sanat eserleri kanalıyla görünür kılmaya gayret etmişlerdir. Sembolik iletişim ve aktarım sağlayabilen heykeller bu yönüyle, örtük ya da açık mesajlarıyla izleyicisine hitap edebilmektedir. Aşağıdaki analize dönük anlatımlarda, heykel sanatı aracılığıyla izleyiciye aktarılmak istenilen hususlar açıklanmaya çalışılmış, bu açıklamalarda ise Türkiye Cumhuriyeti pullarında yer verilen Anadolu Medeniyetleri heykelleri odak noktasına alınmıştır.

4. ANALİZ: ANADOLU MEDENİYETLERİ HEYKELLERİNE AİT PUL GÖRSELLERİNİN İNCELENMESİ

20 Eylül 1937 tarihinde gerçekleştirilen II. Türk Tarih Kurultayı anısına basımı yapılan 3 Kuruş nominal değerli pul üzerinde Hitit döneminden günümüze ulaşan geyik heykeline yer verilmektedir. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nde bulunan bu heykel, gümüş kakmalı tunç geyik heykeli olarak bilinmektedir.



Görsel 1. Gümüş Kakmalı Tunç Geyik Heykeli (Kaynak: PULKO 2007)

"Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi'nin 25. Yılı" konulu seri 1961 yılında dolaşıma sunulmuş olup, üç adet puldan oluşmaktadır. Hitit Güneş Kursu, bu serinin 40 Kuruşluk pulunda görsel olarak yer almaktadır.



Görsel 2. Hitit Güneş Kursu (Kaynak: https://www.pulhane.com)

"Tarihi Eserler" konulu 1966 basımı 4 adet puldan oluşan seri, ek değerli pullardan oluşmaktadır. Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ndeki eserlerin görselleştirildiği bu serinin, 30+5 Kuruş değerindeki pulunun üzerinde kartal ile tavşan figürleri bulunmaktadır (eser, fildişi malzemeden yapılmıştır). 50+5 Kuruş değerindeki pulda, bazalttan yapılan Tanrıça figürü yer almaktadır. 60+5 Kuruş değerindeki pul ise tunçtan yapılan bir boğa heykelidir.



Görsel 3, 4, 5. Kartal ve Tavşan Heykeli, Tanrıça Rölyefi, Boğa Heykeli (Kaynak: https://www.pulhane.com)

"Türkiye, İran ve Pakistan Arasında Kalkınma İçin Bölgesel İşbirliği (RCD) - Eski Eserler" başlıklı pul serisi üç puldan oluşmaktadır ve 1973 yılında basılmıştır. Bu seride Türkiye, İran ve Pakistan'a ait birer esere yer verilmiştir. Türkiye'den Adıyaman Nemrut'taki Kolosal Heykel Başı'na, İran'dan ise Çamurdan Heykel'e yer verilmiştir. Serinin ikinci ve üçüncü pulları, sırasıyla İran ve Pakistan'a ait heykeller olduğu için, söz konusu pulların görsellerine ve betimsel analizlerine yer verilmemiştir.



Görsel 6. Kolosal Heykel Başı (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Avrupa 1974 - Europa (CEPT) - Tarihi Eserler" konulu iki adet puldan oluşan serinin birinci pulu (110 Kuruş), Hitit döneminden günümüze ulaşan Kral Heykeli, ikinci pulu ise (250 Kuruş) Alacahöyük'te bulunan bir Çocuk Heykeli'nden oluşmaktadır.



Görsel 7, 8. Kral Heykeli, Çocuk Heykeli (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Tarihi Eserler 1974" başlıklı pul serisinde dört adet pul yer almakta olup, bunlardan ikisi heykel niteliği taşımaktadır. 125 Kuruş değerli pul üzerindeki görselde, Eski Tunç Çağı'na ait altın ve gümüşten yapılmış bir idol görülmektedir. İdol kavramı, çok tanrılı dinlerde küçük tanrı ya da tanrıça heykellerini ifade etmektedir (Sözen ve Tanyeli, 2011: 143). Eski Tunç Çağında ender rastlanılan gümüş madeninden yapılmış ayakta duran yassı kadın heykelciği, Alacahöyük'te kral mezarlığında ele geçmiştir. Yüzüne ait detaylar bakımından bu eserde yalnızca gözler ve burun hafifçe belirtilmiştir. Heykelcikteki kulak, göğüs ve ayak kısımlarında altın kaplama plakalar bulunmaktadır (Aydıngün, 2006: 74). 200 Kuruş değerli pulda ise Hitit Dönemi'nden günümüze ulaşan iki adet boğa figürlü riton görülmektedir.



Görsel 9, 10. İdol, Riton (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

1983 yılında basılan "Avrupa Konseyi 18. Sanat Sergisi" konulu seri dört puldan oluşmaktadır. 15 Lira değerli pulda, Helenistik Çağda yapılan Eros Heykelciği görülmektedir. 35 Lira değerindeki pul, Hitit Dönemi'nin çift başlı ördek heykelciğidir. 70 Lira değerli serinin son pulunda ise Roma İmparatoru Marcus Aurelius ile eşi Faustina'nın büstleri bulunmaktadır.



Görsel 11, 12, 13. Avrupa Konseyi 18. Sanat Sergisi Heykelleri (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

Aşağıdaki görsellerdeki dört pulluk seri, 1989 yılında basılmıştır. "Tarihi Eserler" konulu bu seride sırasıyla şu heykeller yer almaktadır: Oturan Çocuklu Tanrıça (Hacılar), Kurşun Figürin (Alişar), İnsan Biçimli Vazo (Kültepe) ve Dağ Tanrısı (Boğazköy).



Görsel 14, 15, 16, 17. Tarihi Eserler (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

1990 yılında basılan "Tarihi Eserler" konulu seri, dört puldan oluşmaktadır. Bu serinin, heykel ile ilgili olan pulları sırasıyla şunlardır: Fildişi Tanrıça Heykelciği (Kültepe), Oturan Tanrıça Heykelciği (Boğazköy) ve Aslan Heykelciği (Altıntepe).



Görsel 18, 19, 20. Tarihi Eserler 1990 (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

1991 yılında basılan "Tarihi Eserler" konulu aşağıdaki pullar, önceki iki yıl basılan aynı adlı serilerin devamı niteliğindedir. Önceki yıllarda olduğu gibi bu yıl da dört pul olarak basılan serinin, heykel sanatı ile ilgili olanları sırasıyla şunlardır: Kadın Heykelciği (Canhasan), Sistrum (Horoztepe), Törensel İçki Kabı (Beycesultan).



Görsel 21, 22, 23. Tarihi Eserler 1991 (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Tarihi Eserler" konulu 1992 basımı aşağıdaki görsellerde aktarılan seri, dört puldan oluşmaktadır. Heykel sanatı ile ilgili olanların isimleri sırasıyla şu şekildedir: Ana Tanrıça Heykelciği (Çatalhöyük), Hasanoğlan Heykelciği (Hasanoğlan), Aslan Heykelciği (Altıntepe).



Görsel 24, 25, 26. Tarihi Eserler 1992 (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Anadolu Uygarlıkları 2007" konulu seri, dört puldan oluşmaktadır. İlk üç pul heykel sanatı ile ilgilidir. Hitit Dönemine ait heykeller sırasıyla şunlardır: Kral Sumeli'nin İbadeti, Savaş Arabası, 12 Tanrı Kabartması.



Görsel 27, 28, 29. Anadolu Uygarlıkları Hitit Dönemi Pul Serisi (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Anadolu Uygarlıkları 2008 (Urartular)" konulu seride dört adet pul yer almakta olup, bunlardan yalnızca Fildişi Kanatlı Cin heykelciği, bu çalışmanın konusu ile doğrudan ilişkilidir ve görseli aşağıda aktarılmaktadır.



Görsel 30. Fildişi Kanatlı Cin Heykelciği Pulu (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Anadolu Uygarlıkları 2010 (Eski Tunç Çağı)" konulu dört pulluk serinin üçü heykel sanatı ile ilgilidir. Pulların üzerinde sırasıyla İkiz İdol (altın), Güneş Kursu (tunç) ve Çocuğunu Emziren Kadın Heykelciği (tunç) bulunmaktadır.



Görsel 31, 32, 33. Eski Tunç Çağı Heykelleri (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Kültür Varlıklarımız" konulu 2014 basımı dört pulluk serinin üçüncüsünün sağ alt köşesinde de Adıyaman Nemrut'taki heykellerden birinin görseline yer verilmektedir.



Görsel 34. Kültür Varlıklarımız Konulu Pul Serisine Ait Pul (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2015 yılında basılan "Turizm" konulu beş pulluk serinin sonuncusunun üzerinde İzmir Efes'teki Meryem Ana Heykeli yer almaktadır.



Görsel 35 Meryem Ana Heykeli (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2015 yılı içinde "Müzelerimiz" konulu resmi pul serisi dört farklı tarihte dolaşıma konulmuştur. R081 numaralı birinci seride 3, R082 numaralı ikinci seride 1, R083 numaralı üçüncü seride 2 ve R084 numaralı dördüncü seride 5 olmak üzere toplamda 11 adet pul dolaşıma sunulmuştur. Serinin 15 Kuruş değerindeki pulu üzerinde Anadolu Medeniyetleri Müzesi'ndeki Ana Tanrıça Kibele'nin heykeli görülmektedir. Bu serideki 50 Kuruş değerli pulda, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi'nde bulunan Mars Heykeli'nden bir detay görülmektedir. 10 Türk Lirası değerindeki diğer pulda ise İstanbul Arkeoloji Müzesi'ndeki heykeller bulunmaktadır. Bu serideki pulların tümünde, çoklu görsellere yer verilmektedir. Söz konusu görsellerde, müzelerin dış mekân görünümleri ile müzedeki eserler bir arada verilmek suretiyle bütünleşik bir aktarım gerçekleştirilmiştir. Serideki pullarda, müzelerdeki eserlere ait görsellerin fazlasıyla küçültülmüş olması, tahlil edilebilirliği güçleştirmektedir.



Görsel 36, 37, 38. Ana Tanrıça Kibele, Mars Heykeli'ne Ait Bir Detay, İstanbul Arkeoloji Müzesi'ndeki Heykeller (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2019 yılında basılan "Göbeklitepe" konulu serideki pulların ilkinde, üzerinde hayvan figürü kabartmalarının yer aldığı dikili taşlar görülmektedir. Serinin bir diğer pulunda ise dikilitaşın üst kısmından bir detaya yer verilmektedir.



Görsel 39,40. Göbeklitepe'ye Ait Pullar (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2019 yılında basılan "Doğal Koruma Alanları ve Milli Parklar Nemrut Dağı Milli Parkı-Adıyaman" konulu tek puldan oluşan serinin üzerindeki görselde, Komagene Uygarlığına ait Nemrut Dağındaki heykeller görülmektedir.



Görsel 41. Nemrut Dağı Milli Parkı Pulu (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

"Arslantepe Ören Yeri ve Açık Hava Müzesi" konulu tek pulluk seride, Malatya Arslantepe Ören Yeri ve Açık Hava Müzesi'nin iç ve dış mekanlarındaki birden fazla heykelin görseline yer verilmektedir. Bu pul serisi de önceki ikisi gibi 2019 yılında dolaşıma sunulmuştur.



Görsel 42. Arslantepe Ören Yeri ve Açık Hava Müzesi Pulu (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2021 yılında basılan "Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin 100. Yılı" konulu tek pulluk seride, Anadolu Medeniyetleri Müzesi'nin iç ve dış mekanlarındaki birden fazla heykelin görseline yer verilmektedir.



Görsel 43. Anadolu Medeniyetleri Müzesi Pulu (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

2022 yılında basılan "EXPO'21 Hatay" konulu tek pulluk serinin üzerindeki görselde, Hatay Müzesi'ndeki Kral Birinci Şuppiluliuma Heykeli'nin bir detayına yer verilmektedir. Hitit tarihinin en büyük kralı olarak ün yapan Kral Birinci Şuppiluliuma (M.Ö. 1380-1340), yeni krallık dönemini kurarak tarihinin en güçlü noktasına ulaştırmıştır (Uslubaş ve Dağ, 2007: 21).



Görsel 44. EXPO'21 Hatay Pulu (Kaynak: https://www.pulhane.com/)

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Cumhuriyetin ilanından itibaren Türkiye, egemen bir devlet oluşunun göstergesi olarak para biriminin ve pullarının basımını yapmaya başlamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında görece az sayıdaki çeşitlilik ve pul tasarımları dikkat çekmektedir. Hatta birçok olanaksızlıkların yaşandığı bu dönemde, Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalma pulların üzerindeki bazı ibareler sürşarj edilerek yeninden dolaşıma sürülmüştür. Yeni alfabenin kullanılmaya başlamasından sonra ve özellikle 1940'lı yıllardan sonra hem pulların çeşitliliği hem de emisyonları artmaya başlamıştır. Bu çalışmanın konusu olan Anadolu medeniyetlerine ait görsellerin yer aldığı pulların dolaşıma sunulması ise 1961 yılıyla başlamıştır. Çalışmanın analize dönük anlatımlarında da görülebileceği üzere, 1961 yılı sonrasından 2023 yılına kadar olan dönemde 41 adet pulda Anadolu medeniyetlerine ilişkin görsele yer verilmiştir.

Posta İdaresi tarafından dolaşıma konulan pullar içinde bu çalışmaya konu edilen pullardaki görsellerin, Anadolu'nun birçok farklı müzesinden aktarılmakta olduğu görülebilmektedir (Anadolu Medeniyetleri Müzesi, Gaziantep Zeugma Mozaik Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi, Arslantepe Ören Yeri ve Açık Hava Müzesi, Hatay Müzesi). 1989 ile 1992 yıllarında dört yıl süreyle birbirinin devamı niteliğinde dolaşıma sürülen "Tarihi Eserler" konulu pul serilerinde, heykel sanatı ile ilgili olarak şu arkeolojik kazı bölgelerinde bulunan heykellerin görsellerine yer verilmiştir: Hacılar, Alişar, Kültepe, Boğazköy, Altıntepe, Canhasan, Horoztepe, Beycesultan, Çatalhöyük, Hasanoğlan. "Anadolu Uygarlıkları" konulu ve yine birbirinin devamı niteliğindeki dörder puldan oluşan ve 2007 ile 2008 yıllarında basılan pullarda Hitit ve Urartu dönemlerine ait heykel görsellerine yer verilmektedir. 1983 yılında basılan "Avrupa Konseyi 18. Sanat Sergisi" konulu seride Helenistik çağda yapılan Eros Heykelciği, Hitit Dönemi'nin çift başlı ördek heykelciği ve Roma İmparatoru Marcus Aurelius ile eşi Faustina'nın büstlerinin görselleri yer almaktadır. Bu pul serisi, birden çok Anadolu medeniyetinden günümüze ulaşan heykellerin görsellerini içermektedir. Sıralanan bu örneklerin yanı sıra Adıyaman Nemrut'taki Kolosal Heykel Başı'nın 1973, 2014 ve 2019 gibi farklı yıllarda basılan pul serilerinde yer aldığı da görülebilmektedir. Sonuç olarak, Türkiye Cumhuriyeti pullarında Eski Tunç Çağı'ndan, Osmanlı döneminin son yılları olan 1867 tarihinde yapılan Efes Meryem Ana Heykeli'ne kadar birçok heykelin görseline yer verilmiştir. Bu görseller, salt göze hitap etmesinin yanı sıra, pulların üzerinde görsele ilişkin açıklayıcı bilgilere de yer veriyor olması nedeniyle geniş halk kitlelerinin ilgisine sunulmaktadır. Bu sayede de pullar, "kültür elçisi" olma rolünü yerine getirebilmektedir.

Geçmiş dönem heykellerinin, günümüzdeki pek çok düşünce ve yapıta kaynaklık ettiği, bilinen bir gerçekliktir. İzleyicisinin estetik duygularını harekete geçirebilecek ölçüde güçlü ve yalın

anlatıma sahip Anadolu medeniyetlerine ait heykel örnekleri, günümüz sanatçılarına zengin bir esin kaynağı oluşturmaktadır. Günümüz heykel sanatçıları tarafından, eski çağlardakilerle aynı amaçla olmasa bile, altyapısında bu çalışmada örneklerine değinilen heykellerin görsel ve biçimsel değerlerinin yaşatıldığı görülebilmektedir. Çoğunlukla yalın bir şekilde biçimlendirilmiş bu heykeller, binlerce yıl önce yapılmış olmalarına karşın; teknik, stil ve soyutlama anlayışları sayesinde etkileyiciliklerini sürdürmektedirler.

KAYNAKÇA

Akyol, B. (2022). *Tipografik Pul Tasarımlarının İncelenmesi ve Cumhuriyetin 100. Yılı Tipografik Pul Tasarımı*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Anameriç, H. (2018). Filatelik materyalin nitelenmesi. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, *58*(1), 595-622.

Aycil, S. (2021). Posta pulu üretim teknolojileri ve sıra dışı pul tasarımları. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(2), 711-731.

Aycil, S. (2022). Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma ve Göbeklitepe Temalı Posta Pulları Üzerine Bir Değerlendirme. *Ankara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, *4*(2), 290-307.

Aydıngün, Şengül (2006). Tuç Çağı'nın Gizemli Kadınları, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Aydoğmuş, N. (2015). *Bir Görsel İletişim Aracı Olarak Posta Pulu Tasarımının Dünya'daki ve Türkiye'deki Tarihi Gelişimi ve Grafik Tasarım Ürünü Olarak İncelenmesi*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bahar, Hasan (2010). Eski Çağ Uygarlıkları, Kömen Yayınları, Konya.

Begiç, H. N., ve Çelebilik, G. (2016). Kültürel zenginliklerimizin posta pullarıyla tanıtılmasına dair bir çalışma; pul sanatçısı Pınar Olgaç'ın Türk kadın başlıkları. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi,* 7 (12), 1-10.

Brennan, S. A. (2018). Stamping American Memory: Collectors, citizens, and the post. Michigan: Ann Arbor, MI: University of Michigan Press. doi: http://dx.doi.org/10.3998/mpub.9847183.

Coşkuner, E. A. (2022). Ulus devlet inşasında Kemalizm'in simgesi olarak posta pulları. *Mukaddime*, *13*(1), 37-68.

Çoban, Hacı, (2013). "Anadolu'nun Tarihi Coğrafyası ve Anadolu Uygarlıklarına Etkisi", Cappadocia Journal of History and Social Sciences, 1, 28-35.

Daldal, E. (2020). Posta tarihi ve organizasyonu. Midas Ajans Ortaklığı, Ankara.

Düzenli, Ş. (1998). İletişim aracı olarak pulun önemi, Cumhuriyet Dönemi Cumhuriyet konulu posta pullarının incelenmesi ve Cumhuriyetin 75. Yıl dönümü anma serisi pul tasarımı önerileri. Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.

Düzenli, Ş., ve Kavuran, T. (2004). Görsel iletişim aracı olan pul'un tarihi gelişimi ve grafik ürün olarak önemi. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 28 (2). 187-204.

Fırat, F. S. (2019). *Türkiye Cumhuriyeti Posta pullarında Geleneksel Sanatlar teması* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Giritlioğlu, İ., Karakan, H. İ., Alkan, B. N., ve Gündoğan, H. R. (2017). Türkiye'nin Tanıtımında Posta Pullarının Fonksiyonel Önemi ve Türkiye'deki Posta Pullarına Yönelik İçerik Analizi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, *6*(1), 74-89.

İnce, M. (2017). *Pulun İşlevleri ve Tasarımın İşleve Katkısının İncelenmesi*. Yayınlanmış yüksek lisans tezi, Işık Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Johnson, B. L. (2008). Philateli-graphics. Grapics Philately Association, 30(1), 1-118.

Karaibrahimoğlu, Selin. "Erken Cumhuriyet Dönemi Posta Pullarındaki Kentsel ve Mimari İmgelerin Devlet İdeolojisi Bağlamında Göstergebilimsel Çözümlenmesi". *Türkiye Bilimler Akademisi Kültür Envanteri Dergisi,* 27: 66-89.

Kum, Ö. (2023). 2020-2022 yılları arası pul illüstrasyonlarının tipografi-görsel ilişkisinin incelenmesi. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi* 8(1), 69-86.

Kuru, S. ve Olgaç, P. (2017). Giysilerde yaşayan pullar. Kesit Akademi Dergisi, (9), 144-152.

Mörck, M. (2020). Designing and engraving stamps for the world. Erişim tarihi: 22.08.2023.

PULKO Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti Posta Pulları Kataloğu 2007. (2006). Bahadır Pul Evi.

Rowley, A. (2002) Miniature propaganda: self-definition and soviet postage stamps 1917–41. *Slavonica*, 8(2), 135-157.

Sina, A. (2011). Atinalı Perikles Yaşamı ve Dönemi, TİYDEM Yayıncılık, Ankara.

Sözen M. ve Tanyeli, U. (2011). Sanat Kavram ve Terimleri Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Tamer, Ü. (2014). Pullar savaşı. Can Sanat Yayınları Ltd. Şti, İstanbul.

Tarlakazan, B. E. (2017). Sanatçı ve tablolar konulu cumhuriyet dönemi Türk posta pulları. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(50).

Tarlakazan, B. E. (2018). Pul tasarımlarında Osmanlıdan günümüze kadın figürü, *İdil*, 7(46) 711-727.

Toker, M. V. (2013). Pul tasarımındaki algı. Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, İstanbul.

Uslubaş T. ve Dağ, S. (2007). İlk Çağlardan Günümüze Dünya Tarihi, Karma Kitaplar, İstanbul.

Yazıcı, K. (2016). Yeni Türk devletlerinin posta pullarında Türk kimliği ve kültürü, *Bilig*, 77, 83-108.

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

Yılmaz, M. (2019). Erken cumhuriyet dönemindeki toplumsal değişimi posta pulları üzerinden okumak. *Milli Folklor*, 16, (124), 230-244.

CUMHURİYET BAYRAMI KUTLAMALARI KAPSAMINDA DÜZENLENEN EKİM GEÇİDİ ADLI DİSİPLİNLERARASI KARMA SERGİLER

Doç. Halide OKUMUŞ ŞEN

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, - 0000 0003 1359 4832

ÖZET

Ekim Geçidi karma sergileri; ressam Gülsün ERBİL tarafından 2002 yılında Cumhuriyete ve Atatürk'e saygı niteliğinde başlatılmış, 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı etkinlikleri kapsamında gerçekleştirilen, farklı il ve ilçelerde ekim ayında başlayarak aralık ayı sonlarına kadar süren, yeni yeni il ve ilçelerin de eklenmesiyle 21 yıldır aralıksız olarak yapılan, disiplinlerarası karma sergilerdir. Sergilerde; sanatla en az 50 yılı olanların, akademisyenlerin yanı sıra, sanat öğrenimini yeni tamamlayanların, farklı alanlarda eğitim almalarına rağmen yıllarını sanata adayan yurtiçinden ve yurt dışından katılımcıların çağdaş eserleri yer almaktadır.

2002'den 2007'ye kadar olan Ekim Geçidi sergileri İstanbul Galata'da Gülsün Erbil'e ait Galeri X'de gerçekleştirilmiştir. 55 katılımcı ile başlayan serginin, katılımcılarının üç yıl içinde yüzü geçmesi üzerine Gülsün Erbil, Anadolu'ya sergi götürmek ve Anadolu'daki sanatçıları İstanbul'a getirmek için Anadolu'ya yayılma kararı almıştır. Böylece 2002'den şimdiye kadar 41 farklı merkezde olmak üzere bazı yıllar 25 ilde eş zamanlı gerçekleşen, yeni yeni merkezlerin de katılımıyla aralıksız sürdürülen Ekim Geçidi sergilerine binlerce sanatçı katılmış, binlerce eser ile binlerce izleyiciye ulaşılmıştır. Artan ilgi Ekim Geçidi sergilerine bağlı çalıştayları, bienalleri, Ekim Geçidi Müzesini, Nisan Geçidi ve Mayıs Geçidi sergilerini de beraberinde getirmiştir.

Bu çalışmada, Ekim Geçidi karma sergilerinin ülkemizde sanata katkıları bağlamında yerinin anlaşılabilmesi için dünyada ve Türkiye'de sanatsal faaliyet alanlarından müzeler, sanat eğitimi kurumları, sanat fuarları, her yıl, iki, üç, dört, beş, on yılda bir düzenlenen sanat sergilerinden örnekler kronolojik olarak ele alınmıştır.

Dünyada sanatsal faaliyet alanlarının başlangıcına bakıldığında ülkemize göre çok daha önce başladığı görülmektedir. Cumhuriyetin ilanı sonrası sanata ve sanatçıya verilen öneme, sanat adına gösterilen çabalara bakıldığında ne yazık ki bugün istenilen, hedeflenen, gereken seviyede olduğumuz söylenemez.

Anahtar Kelimeler: Ekim Geçidi, Sanat, Müze, Bienal, Trienal, Documenta

ORGANIZED IN THE SCOPE OF THE REPUBLIC DAY CELEBRATIONS OCTOBER PARADE INTERDISCIPLINARY MIXED EXHIBITIONS

ABSTRACT

October Parade group exhibitions; the interdisciplinary exhibitions, which was started by the painter Gülsün ERBİL in 2002 as a respect for the Republic and Atatürk, carried out as part of the 29 October Republic Day activities, started in different cities and districts in October and lasted until the end of December, with the addition of new provinces and districts for 21 years. In exhibitions; there are contemporary works by those who have at least 50 years with art, academics, those who have just completed their art education, and participants who dedicate their years to art despite having received education in different fields from Turkey and abroad.

The October Parade exhibitions from 2002 to 2007 were held at Gallery X, owned by Gülsün Erbil, in Galata, Istanbul. After the exhibition, which started with 55 participants, passed one hundred in three years, Gülsün Erbil decided to expand to Anatolia in order to bring an exhibition to Anatolia and bring the artists from Anatolia to Istanbul. Thus, thousands of artists participated in the October Parade exhibitions, which took place simultaneously in 25 provinces for some years, from 2002 until now in 41 different centers and continued uninterruptedly with the participation of new new centers, and thousands of audiences were reached with thousands of works. Increasing interest has brought with it workshops, biennials, October Parade Museum, April Parade and May Parade exhibitions connected to the October Parade exhibitions.

In this study, in order to understand the place of the October Parade group exhibitions in the context of their contribution to art in our country, examples from museums, art education institutions, art fairs, art exhibitions held every two, three, four, five, ten years from the fields of artistic activity in the world and in Turkey are handled as chronologically.

When we look at the beginning of artistic activities in the world, it is seen that it started much earlier than our country. When we look at the importance given to art and artists after the declaration of the Republic, and the efforts made in the name of art, unfortunately, it cannot be said that we are at the desired, targeted and required level today.

Keywords: October Parade, Art, Museum, Biennial, Triennial, Documenta

1. GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye'de ilk sanatsal faaliyet alanlarını, tarihsel başlangıçları ile takip edebilmeyi sağlamak bakımından Müzeler, Sanat Eğitimi Kurumları, Sanat Sergileri olarak gruplandırmak mümkündür. Çağdaş Sanat faaliyet alanlarına bakıldığında ise iki yılda (biennial), üç yılda (triennial), dört yılda (quadrennial), beş yılda (quinquennial), on yılda bir (decennial) yapılan sergiler, her yıl düzenlenen sanat fuarı sergileri ve yılda bir ya da iki dönem düzenlenen akademi sanat sergileri, dünya sanatına yön veren süreli sergi örnekleri olarak görülebilir.

Bu çalışmada; Ekim Geçidi adlı karma sergilerin ülkemizin sanatsal faaliyetler sürecindeki yerinin anlaşılabilmesi için, dünyada ve ülkemizdeki sanatsal faaliyet alanlarından örneklerin açılış tarihleri ve yer bilgilerine kısaca değinilmiştir.

MÜZELER

Dünyada müzecilik tarihi çok eskilere dayanmakla birlikte, bilinen ilk sanat müzesi 1750 yılında kurulmuş olan Lüksemburg Müzesi'dir. Bu tarihten itibaren müze kuruluşları artarak Avrupa'ya yayılmıştır.

Ülkemizde ise sanat müzesi kurma yönündeki çalışmalar için 1882'de kurulan Güzel Sanatlar Okulu Sanayi-i Nefise Mektebi bir başlangıç olmuştur. İlk sanat müzemiz, Cumhuriyet'in ilanından sonra, 1937'de Atatürk'ün emriyle kurulan İstanbul Resim ve Heykel Müzesidir [5].

Dünyada ve ülkemizde çağdaş sanat eserlerinin sergilendiği müzelerin kurulması müzeciliğin başlangıç tarihine oranla geç olsa da birbirine yakın tarihlerde art arda açıldıkları görülmektedir.

Dünyada Çağdaş Sanat Müzelerinden Örnekler

Solomon R. Guggenheim Vakfı'nın himayesinde, Solomon koleksiyonunu sergilemek için 1939'da açılan Objektif Olmayan Resim Müzesi New York, 1952'de Solomon R. Guggenheim Müzesi olmuş ve vakıf, koleksiyonu 1959'da New York'taki ilk kalıcı müze binası olan, çağdaş eserlerin sergilendiği Solomon R. Guggenheim Müzesi'ne taşımıştır. Vakıf ile bağlantılı diğer müzelerden Peggy Guggenheim Müzesi'nin 1980 yılında Venedik'te [6], Guggenheim Müzesi'nin 1997 yılında Bilbao, İspanya'da kurulduğu [7], Alman Guggenheim Müzesi'nin ise Berlin 1997'de kurulup 2013 yılında kapanarak Deutsche Bank KunstHalle olarak devam ettiği Guggenheim Ermitaj Müzesi ve Guggenheim Las Vegas'ın kurulduğu ancak Guggenheim Las Vegas'ın 2003, Guggenheim Ermitaj Müzesi'nin de 2008 yılında kapandığı görülmektedir [6].

Çoğunlukla modern sanat eserlerini barındıran Ludwig Müzeleri'nin ilki 1970 yılında kurulmuş olup 1996 yılına kadar Almanya ve Almanya dışında birçok merkezde yenileri açılmıştır [8].

1977'den bu yana Paris'in merkezinde yer alan Centre Pompidou [9] birçok otorite tarafından dünyanın ilk çağdaş sanat müzesi olarak kabul edilmektedir.

Ülkemizde Çağdaş Sanat Müzelerinden Örnekler

Ülkemizde çağdaş sanat eserlerinin sergilendiği müzelerin kurulması dünya örneklerine göre geç olsa da yine birbirine yakın tarihlerde art arda açılmış oldukları görülmektedir. Bu müzelerin gerek fiziki koşulları, sergileme alanları gerek koleksiyonlarındaki eserlerin sayısı ve niteliği ne yazık ki henüz dünya müzelerinden verilmiş örneklerle kıyaslanabilecek seviyede değildir. Bunlardan bir tanesi hariç diğerlerinin çoğunluğu İstanbul olmak üzer Ankara, Eskişehir gibi büyük şehirlerde açılmış oldukları görülmektedir.

Ülkemizde ilk çağdaş sanat müzesi girişimi, çağdaş sanat müzelerimizin olmayışına protest bir yaklaşımla, 1997 yılında bir sanat projesi olarak başlatılan İstanbul Çağdaş Sanat Müzesi'dir. Etkinliklerini Web ortamında sürdürmektedir [10].

Eskişehir'de 2001 yılında hizmete açılmış olan Anadolu Üniversitesi Çağdaş Sanatlar Müzesi üniversite koleksiyonundan seçilen yapıtlarla oluşturulmuştur [11].

Çağdaş sanat alanında devlet ve vakıf müzelerinin olmadığı dönemde, ülkedeki bu eksiği gidermek ve çağdaş sanatın gelişmesini sağlamak misyonuyla İstanbul'da 2001 yılında Elgiz Müzesi kurulmuştur[12].

2002'de İstanbul'da ziyarete açılan Sabancı Müzesi, kapsamlı ulusal ve uluslararası geçici sergileri, konferans ve seminerleriyle çok yönlü müzecilik deneyimi sunmaktadır [13].

Ülkemizin kültürel kimliğini ve sanatsal yaratıcılığını ulusal ve uluslararası sanat ortamıyla paylaşmak amacıyla 2004'de kurulan İstanbul Modern ülkemizde ilk modern ve çağdaş sanat müzesi olarak, çeşitli disiplinlerarası etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır [14].

2005'te İstanbul'da açılan Pera Müzesi, geniş kapsamlı kültür-sanat hizmetleri vermek amacıyla kurulmuştur [15].

Türkiye'de kültür-sanat alanında bugüne kadar gerçekleştirilmiş en kapsamlı dönüşüm projelerinden biri olarak 2007'de İstanbul'da santralistanbul açılmıştır [16].

2010'da Ankara'da açılan CerModern, modern sanat sergi ve etkinliklerine ev sahipliği yapmaktadır [17].

Geleneksel el sanatları ve çağdaş sanat yapıtlarını aynı çatı altında sunan Baksı Müzesi 2010'da Bayburt'tun köyü Baksı'da açılmıştır [18].

2011 yılından buyana faaliyet gösteren Borusan Contemporary, sanatsal etkinlikler, eğitim programları ve kendi Çağdaş Sanat Koleksiyonu'ndan beslediği sergilere yer vermektedir [19].

2015 yılında Ankara'da kurulan Müze Evliyagil, oldukça kapsamlı bir kültür kompleksi içinde yer almaktadır [20].

Ülkemizden ve dünyadan modern ve çağdaş sanat eserleri sergileyen Odunpazarı Modern Müze 1919 yılında Eskişehir'de kurulmuş ve bir buluşma noktası olmuştur [21].

SANAT EĞİTİMİ KURUMLARI

Dünyada ilk sanat eğitimi 1562 yılında kurulan Accademia delle Arti del Disegno ile başlamıştır. Accademia delle Arti del Disegno, 1580'lerde Roma'da kurulan Accademia di Belle Arti di Roma ve 1582'de Bologna'da kurulan Accademia di Belle Arti di Bologna gibi akademiler, aynı zamanda sanatın kurumsallaşmasını sağlamışlardır. Bu sanat akademileri içinde sürdürdüğü etkinlik ve yarattığı etki açısından en önemlilerinden biri 1648'de Paris'te eğitime başlayan Kraliyet Resim ve Heykel Akademisi'dir (Académie Royale de peinture et de sculpture) [2].

Avrupa'nın diğer merkezlerindeki akademilerin en bilinenlerinden biri, Londra'da bulunan bağımsız ve özel sanat enstitüsü, Kraliyet Sanat Akademisi'dir. Kral III. George tarafından 1768'de kurdurulmuştur [22]. Bir diğeri ise 1773'te Resim, Heykel ve Mimarlık Akademisi olarak kurulan ve her yıl düzenlediği Rundgang adlı öğrenci sergileri ile dünyada çağdaş sanatın gelişiminde önemli bir yeri olan Düsseldorf Sanat Akademisidir [23], [1].

Ülkemizde ise 1882'de resim, heykel, mimarlık ve hakkâklık eğitimi vermek üzere Mekteb-i Sanâyi-i Nefîse-i Şâhâne adıyla Mimar Sinan Güzel Sanatlar Üniversitesi [24], 1955'te Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksekokulu adıyla Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi [25], 1975'te Ege Üniversitesi'ne bağlı olarak Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi [26], 1983'de Hacettepe Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi [27] kurulmuştur. Günümüzde sanat eğitimi veren kurumlara hazırlık kurslarının öğrencilerini yerleştirmeyi hedeflediği devlet üniversitesi sayılarının 50'lere, özel üniversite sayılarının 25'lere [28], [29] ve lise sayılarının 90'lara [30] ulaştığı görülmektedir.

SANAT SERGİLERİ

Dünyada güzel sanatların kısmen kamuya açıldığı ilk sergi, 1648'de Paris'te eğitime başlayan Kraliyet Resim ve Heykel Akademisi'nin 1667 yılında Büyük Salon'da gerçekleştirdiği, 1725 sergisinde "Salon" teriminin kullanılmasıyla Salon ya da Paris Salonu olarak anılan sergidir. Bu sergiler halkın ziyaretine 1737'de açılmıştır [2].

Türkiye'de ilk resim sergisi, 1873'te Şeker Ahmet Paşa tarafından açılmıştır. Sergileme alanındaki gelişmelerin en önemlisi Sanayi-i Nefise Mektebinin 1883'te düzenli salon sergilerinin açılmasını teşvik etmesi ve yıl sonlarında öğrenci işlerinin sergilenmesinin bir geleneğe dönüşmesidir. 1901-1902 yılında İstanbul Salonu Sergisi açılmış, 1903 sergisinden sonra kapanıp dağılmıştır. 1914'te Batı'dan yurda dönen 1914 Kuşağı Sanatçılar ve başka sanatçıların katılımıyla 1916'da Galatasaray Yurdu'nda sergi açılmıştır. 1916-1952 yılları arasındaki Osmanlı Ressamlar Cemiyeti Sergileri, Galatasaray Sergileri olarak adlandırılmıştır. 1916'da Galatasaray Lisesi'nin resim atölyelerinde gerçekleştirilen ilk sergidir. Cumhuriyetin ilanından sonra ise ilkbahar aylarında Ankara'da Güzel Sanatlar Birliği Sergileri olarak her yıl düzenlenmiştir. Galatasaray Sergileri, ülkemizde gerçekleştirilen ilk sürekli sergi olması bakımından önemlidir [56], [3].

Cumhuriyetin ilk yıllarında sanat ve kültür insanlarının korunması, halkevleri çatısı altında tüm sanat kollarının halkla buluşması, devlet eliyle çeşitli sergilerin düzenlenmesi ve bu sergilerden eser satın alınması Cumhuriyet döneminin sanat politikası olarak benimsenmiştir. Ancak bu yılarda; Türkiye'deki sanat faaliyetleri, İstanbul'da çok kısıtlı bir ortamda ve Cumhuriyet'in merkez kenti Ankara'da birkaç etkinlikle sınırlıdır. Diğer illerde halk resim sergileriyle henüz tanışmamış ve de tuval resminin varlığından habersizdir. Müstakil Ressamlar Birliği tarafından İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirler dışında, sanata destek olunması amacıyla Anadolu'da da sergiler düzenlenir. 1937'de 107 resimle açılan Zonguldak Sergisi, Anadolu'daki ilk resim sergisi olup bunu diğerleri izler [56].

31 Ekim 1939'da açılan ilk Devlet Resim Heykel Sergisi ardından her sene, yılda bir kez düzenlenmiştir. Devlet Resim Heykel Sergileri giderek ülkenin sanat ortamı içinde çok önemli yer tutmaya başlayan ve ülkenin sanatsal gelişiminin bir göstergesi niteliğini taşıyan, sergiye katılan resim ve heykeller üzerinde geniş çaplı tartışmalar yapılmış, yeni eğilimler de ilgi çekici olmuştur. Devlet sergilerinin bir işlevi de Türk sanatçıların izleyici ile buluşmalarını sağlamak olmuştur. Böylece bireysel sergi açabilecekleri özel galerilerin henüz oluşmadığı bir ortamda sanatçılar ancak devlet sergileri yoluyla izleyicilerine ulaşabilmişlerdir [56]."

1937'de, Atatürk' ün emriyle İstanbul Devlet Resim ve Heykel Müzesi kurulmuştur. 1939'da ilk serginin açılışında, dönemin Milli Eğitim Bakanı Hasan Ali Yücel, Devlet Resim ve Heykel Sergilerinin amacını, plastik sanatlardan resim ve heykel alanlarında eser üreten sanatçıların çalışmalarını toplumla buluşturma olanağını sağlamak, olarak açıklamıştır. Sergi salonları ve izleyici sıkıntısı çekilen bu yıllarda, Devlet sergileri, toplu sergileme ve satın alma etkinlikleriyle, sanata destek olmuştur. Aynı zamanda Devlet Resim ve Heykel Sergileri yarışmalı sergilerin de öncüsüdür. Devlet sergileri ne yazık ki giderek ülkedeki sanatsal potansiyelin tam bir göstergesi olamamakla birlikte, yol açtığı tartışmalar ve resim, heykel alanındaki yeni eğilimleri az çok yansıtması açısından önemlidir [3].

Ülkemizde 1970 sonrası sanat ortamına bakıldığında ise sergi mekânı olarak, devlet galerileri, eğitim kurumları, özel kuruluş, dernek ve kültür merkezlerinin sergi salonları ile az sayıdaki özel galeri kullanıldığı, 1975 yılından başlayarak özel galerilerin sayısında diğer yıllara oranla bir artış yaşanmış olduğu sergileme olanaklarının nispeten çoğaldığı görülmektedir. 1970 – 1980 yılları arasında Türkiye'de kültürel ve sanatsal ortamın araştırıldığı doktora tezinde; yurtiçi sergilerin İstanbul, Ankara, İzmir dağılımları; İstanbul 744, Ankara 156, İzmir 31, diğer 29 olarak, sergi türleri ise resim 728, fotoğraf 64, seramik 48, heykel 31, grafik 20, baskı 9, diğer 132 olarak, yurt içi; kişisel sergiler 703, karma sergiler 89, anma sergisi 16, ortak sergi 43, koleksiyon 9, ödüllü sergi 28, retrospektif 10 olarak ve yurt dışı kişisel sergiler 35, karma sergiler 18, ortak sergi 2, koleksiyon 1, ödüllü sergi 5, bienal 4 olarak verilmiştir [3]. Bu veriler sanatsal faaliyet alanında oldukça yetersiz olduğumuzu gösterse de bu durumu dönemin koşulları ile de değerlendirmek gerekmektedir.

BİENALLER

Dünyanın ilk bienali, 1895 yılında ilk Uluslararası Sanat Sergisi'nin düzenlendiği Venedik Bienali'dir [31]. Venedik Bienali başladığı tarihten sonra 12 yıl süreyle uluslararası alanda etkinlik gösteren tek sanat bienali olmuş ve kendinden sonraki bienaller için de örnek oluşturmuştur. 1950 sonrası oluşan yeni dinamikler birçok uluslararası sanat sergisinin ve bugün devam eden günümüz bienallerinin ortaya çıkmasını hızlandırmıştır. Türkiye'nin ilk katıldığı bienal 1955 yılında Slovenya'nın Liubljana kentinde düzenlenen I. Ljubljana Grafik Sanatlar Bienali'dir. Sonrasında ilk kez 1956'da Venedik, 1957'de Sao Paulo, 1959'da Paris Bienali'ne katılmıştır [2].

1960 ve 70'li yıllarda, Türkiye'de sanat etkinlikleri İstanbul Devlet Güzel Sanatlar Akademisi, Devlet Tatbiki Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, Kültür Bakanlığı ve Dışişleri Bakanlıkları tarafından yönetilmiştir. Bu dönemlerde sanatsal etkinliklerin uluslararası boyuta ulaşamaması; bürokratik engeller, finansal zorluklar ve yabancı sanatçılara, eleştirmen ya da uzmanlara karşı olan tutucu tavırdan kaynaklandığı söylenebilir. Kendi içine kapalı olan bu ortam, ülkemizdeki sanat potansiyelinin gelişmesini büyük ölçüde olumsuz etkilemiş, Türkiye sanat ortamının, uluslararası sanat ortamı ile tanışması için 1980'li yılların beklenmesi gerekmiştir. 1980'lerin devlet politikasının dışa açılımcı tavrı, kültür ve sanat alanında da kendini göstermiş, Türkiye'de uluslararası bir sanat etkinliği düzenleme konusu gündeme gelmiştir. Türkiye sanat ortamının uluslararası platformda kendini göstermeye başlaması ancak 1980'lerin ortalarında bienaller sayesinde olabilmiştir [4].

Bienal ortamına ancak 1980 sonrası girilebilmesinde belli bir sanatsal birikimin oluşması ve bir hazırlık sürecine gereksinim duyulması kadar, şüphesiz 1980 sonrası yaşanan siyasi değişimlerin ve dönemin hükümetinin kültür politikalarının da etkisi olmuştur [57].

1980 öncesinde görülen ve geleneksel sergi anlayışının dışına çıkan Yeni Eğilimler ve Öncü Türk Sanatından Bir Kesit gibi etkinlikler ve bir grup sanatçının çağdaş sanatın oluşumuna yönelik çabaları, bienal ortamını hazırlayan ön sanat oluşumları olarak değerlendirilmiştir [3]. Türkiye'de Uluslararası nitelikteki ilk sergi organizasyonu 1986'da yapılan 1.Asya-Avrupa Sanat Bienali'dir [56].

Türkiye'de çağdaş sanat İstanbul odaklı bir gelişme göstermiş olsa da 1990 sonrasında kent olgusunun ön plana çıkmasıyla birlikte İstanbul, Ankara ve İzmir gibi büyük şehirlerin yanı sıra, merkez dışı sanat ortamları oluşmaya başlamıştır [4]. 1987 İstanbul [32] ardından 2005 Sinop [33], 2008 Çanakkale [34], 2010 Mardin [35], 2013 Bodrum [36] ve 2019 Uluslararası International İstanbul Bienali [37] çağdaş sanatı Anadolu'ya taşımak açısından önemlidir.

TRİENALLER

Dünyada ilk trienal oluşumu 1923 yılında başlamış Milano Trienalidir [38]. 2009 yılında New York New Museum'un başlattığı New Museum Trienniali [39] görülmektedir. Günümüzde sayıları artmıştır. Ülkemizde Trienal örnekleri ise 1997 Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Öğrenci Trienali [40] ve 2010 1.Uluslararası İstanbul Trienali'dir [41].

QUADRENALLER

Dünyada quedrenallere bakıldığında; Esposizione Quadriennale d'Arte sergisiyle bağlantılı 1927 yılında kurulan, İtalyan çağdaş sanatını tanıtma görevi olan ve ilk sergisi 1931 yılında

gerçekleşen Rome Quadrenali [42], [43], [44] 1967'den beri Çek Cumhuriyeti'nin Prag kentinde gerçekleşen PQ [45] ve 2008 yılında Danimarka'da gerçekleşen uluslararası çağdaş sanat quedrenali görülmektedir [46], [47]. Günümüzde sayıları artmıştır.

Ülkemizde henüz karşılığı bulunmamaktadır.

QUİNQUENALLER

Almanya'nın Kassel kentinde beş yılda bir düzenlenmekte olan Documenta çağdaş sanatın bugün bilinen en önemli etkinliklerinden biri olarak kabul edilmektedir [48]. 1933-1945 Hitler Almanya'sı zamanında, sanata ve sanatçılara karşı uygulanan baskı ortamında, dünya sanat ortamından uzak kalmış, güncelliğini kaybetme tehlikesi yaşamış Almanya'yı yeniden gündeme getirmek ve sanat ortamını canlandırmak amacıyla 1955 yılında uluslararası Documenta 1 sergisi gerçekleştirilmiştir [3].

Ülkemizde henüz karşılığı bulunmamaktadır.

DECENALLER

Skulptur Projekte Münster, 1977'den beri on yılda bir Almanya'nın Münster kasabasında halka açık yerlerde düzenlenen heykel sergisidir. Davetli uluslararası sanatçıların eserlerini şehrin farklı noktalarında ücretsiz olarak sergileyerek sanatı kamusal alanla buluşturmaktadır [49].

Ülkemizde henüz karşılığı bulunmamaktadır.

AKADEMİ ÖĞRENCİ SERGİLERİ

1773 yılında kurulan Resim, Heykel ve Mimarlık Akademisi'nin her yıl düzenlediği Rundgang adlı öğrenci sergilerinin dünyada çağdaş sanatın gelişiminde önemli bir yeri vardır. Rundgang, birkaç gün süren ve akademi öğrencilerinin dönem çalışmalarının akademinin ana binasında halka açık bir şekilde sergilediği yıllık sanat sergisidir. 1970'lerden bu yana Her kış döneminin sonunda, genellikle şubat ayında birçok galeri sahibi ve özel koleksiyoncu da dahil olmak üzere on binlerce sanatsever tarafından ziyaret edilir. 2014 yılında yaz mezunlarının sergisi de başlamıştır [50], [1].

Ülkemizde sergileme alanındaki ilk gelişmelerin en önemlisinin Sanayi-i Nefise Mektebinin 1883'te düzenli salon sergilerinin açılmasını teşvik etmesi ve yıl sonlarında öğrenci işlerinin sergilenmesinin bir geleneğe dönüşmesi girişimidir. 1916-1952 yılları arasındaki Osmanlı

Ressamlar Cemiyeti Sergileri, Galatasaray Sergileri olarak adlandırılmış olup 1916 yılında Galatasaray Lisesi resim atölyelerinde gerçekleştirilen ilk sergidir [56], [3].

Bu girişimlerin oldukça erken tarihlerde başlamış olmasına rağmen süreklilik gösteremediği görülmektedir. Günümüzde sanat eğitimi veren kurumlara hazırlık kurslarının öğrencilerini yerleştirmeyi hedeflediği devlet üniversitesi sayılarının 50'lere, özel üniversite sayılarının 25'lere [28], [29] ve lise sayılarının 90'lara [30] ulaşmasıyla üniversite ve lise öğrencilerinin bitirme sergilerinin sayısı artmış olsa da niceliğin nitelikle anlam bulacağı göz ardı edilmemelidir.

1.10. SANAT FUARI SERGİLERİ

Güzel sanatların, resim ve heykel örneklerin ilk kez uluslararası bir fuarda kendine ayrılmış ayrı bir salonda sergilendiği 1855 Paris Evrensel Sergisi, güzel sanatların ayrı bir kategori olarak kabul edildiği ve güzel sanatlara ayrı bir bina tahsis eden ilk uluslararası fuardır [2].

Art Cologne, Köln Sanat Fuarı 1967 yılında Almanya'nın Köln şehrinde, Köln merkezli galericiler tarafından kurulmuştur. Her yıl düzenlenen sanat fuarı, kendi alanında dünyanın en eskisi olarak kabul edilir [51]. Benzer şekilde modern ve çağdaş eserlerin sergilendiği, dünyanın en büyük fuarı olarak bilinen Art Basel, 1970 yılında İsviçre Basel'de başlamış, daha sonra 2002 Art Basel Miami Beach, 2008 Art Basel Hong Kong, 2022'de Art Basel Paris+ par Art Basel eklenmiştir [52].

Türkiye'de ise ilk fuar 1991'de başlatılan İstanbul Sanat Fuarı'dır. Türk sanat ortamındaki potansiyel sanat üretimine ve sanat pazarına dikkat çekmek, pazarın boyutlarını galeriler ölçeğinde görünür kılmak amacıyla başlatılmıştır. Genişleyen sanat hacmiyle birlikte sanat yapıtlarının, pazar, kitlelere ulaşma, tanıtım gibi ihtiyaçlarını önemli bir ölçüde karşılayan Sanat Fuarı, katılan galerilerin sayılarının düzenli olarak artmasına rağmen, nitelik olarak Türk sanatçıların dekoratif çalışmalarının sergilendiği ve metalaşmanın körüklendiği bir etkinlik olduğu, giderek kalitesinin düştüğü ve başlangıçtaki dinamik yapısını koruyamadığı yönünde eleştiriler almıştır [3]. 2015' de Ankara Çağdaş Sanat Fuarı ArtAnkara [53], 2020'de İstanbul Sanat ve Antika Fuarı IAAF [54], 2021'de Bodrum Sanat Fuarı BAF [55], 2021'de İstanbul Çağdaş Sanat Fuarı Artcontact İstanbul başlamış ve bu fuarlar da benzer eleştirilerin odağında olmuştur.

EKİM GEÇİDİ SERGİLERİ

Ekim Geçidi karma sergileri; ressam Gülsün Erbil tarafından 2002'de başlatılmıştır. Erbil, 1983'te Cumhuriyet'in 60. yıl kutlamaları kapsamında kendisine yapılan Londra'da sergi açma teklifinin bürokratik nedenlerle gerçekleşmemiş olması ve aynı zamanda Türk sanatçıların yabancı ülkelerde doğru olarak temsil edilemiyor olmalarının Ekim Geçidi projesini düşünmek için bir başlangıç noktası olduğunu ancak bunu yurtdışından ülkeye döndüğünde gerçekleştirebildiğini ifade etmektedir.

"Güzel sanatlarda başarı, bütün devrimlerin başarılı olduğunun kesin belgesidir." diyen Cumhuriyetimizin kurucusu büyük önder Mustafa Kemal Atatürk'e ve Cumhuriyetimize saygı olarak ilk "Ekim Geçidi'ni 2002'de İstanbul Galata'daki Galeri X'de 55 sanatçı ile gerçekleştiren Erbil, ilk beş yıl 2002'den 2007'ye kadar İstanbul Galeri X'de açılan Ekim Geçidi sergilerin katılımcısının üç yıl içinde yüzü geçmesi üzerine hem Anadolu'ya sergi götürmek hem de Anadolu'daki sanatçıları İstanbul'a getirmek için Anadolu'ya dağılma kararı verdiğini, 2002'den bu yana düzenledikleri, bazı yıllar 25 ilde eş zamanlı gerçekleşen Ekim Geçidi sergilerine binlerce sanatçı katılmış, binlerce izleyiciye ulaşılmış olduğunu belirtirken yeni yeni merkezlerin de katılımıyla 21 yıldır aralıksız sürdürülebilmesinin ve artan ilginin 2012'de başlatılıp dört kez düzenlenen Hiç Çalıştayı'nı, 2013'de başlatılıp üç kez düzenlenen Bodrum Bienali'ni, 2019'da düzenlenen Uluslararası – International İstanbul Bienali'ni, Ekim Geçidi Müzesini, Nisan Geçidi ve Mayıs Geçidi sergilerini de beraberinde getirmiş olmasının bu sergilerin en önemli niteliklerinden birisi olduğunu söylemektedir.

Ekim Geçidi sergileri; İstanbul, İzmir, Ankara gibi sanatın merkezi konumunda olan büyük şehirler yanında Anadolu'da şimdiye kadar il ve ilçe olmak üzere 40'dan fazla merkezde açılmıştır. Ancak günümüzde halen hiç sanat sergisi açılmayan birçok merkez bulunmaktadır.

GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Cumhuriyet'le birlikte Türkiye her yönden bir değişim ve gelişim aşamasına girmiştir. Özellikle bu dönemde sanat alanında yaşanan gelişme ve iyileştirmeler ülkenin kalkınma planının bir parçası haline getirilmiştir. Cumhuriyet Dönemi'nde devletin sanata verdiği destekle sergi hareketleri hızlanmış, Türk sanatı yeni bir ivmelenme dönemine girmiştir. Devlet eliyle düzenlenen sergiler sayıca artmış, bunun yanı sıra kişisel sergiler de düzenlenmeye başlamıştır. Bu dönemde sergiler daha çok devlet eliyle düzenlendiğinden devlet müze ve kuruluşları sergilemeler için tercih edilen ilk yerlerden olmuştur. Bu sergiler, kişisel sergi

açılabilecek özel galerilerin henüz oluşmadığı bir ortamda, sanatçıların izleyicilere ulaşabilmesine aracı olarak, bir sanat izleyicisi oluşması adına atılmış önemli birer adım olmuştur [4].

Türkiye'de plastik sanatlar alanında, yaklaşık 1970'li yıllara kadar Devlet Güzel Sanatlar Akademisi sanat anlayışıyla ülkenin sanatsal gelişiminde söz sahibi olan tek kurum olmuştur. 1970 sonrasında ise devletin desteği gittikçe azalmış, sanat ve sanatçı özel sektör tarafından desteklenmiştir. Bu desteğe, özellikle 1980'lerden sonra gündeme gelen sponsorluk olgusu da dahil olmuştur. Yeni yeni oluşmaya başlayan sanat piyasasının ve sergilerin çoğalması gibi olumlu gelişmelere rağmen sanat çevreleri devlet desteğinden yoksun bırakılmaya devam edilmiştir. Sanatçıların sosyal güvencesi konusunda gerekli yasal düzenlemeler yapılmamış, kapalı tutulan İstanbul Devlet Resim ve Heykel Müzesi'nin durumunda bir değişiklik olmamış ve ulusal müze açılması konusunda da herhangi bir gelişme yaşanmamıştır [4].

Sanat etkinliklerinde varlık gösterilmesi her dönem siyasi ilişkilerin yön vermesiyle değişkenlik gösterebilmekte, devletler kendiliğinden destek vermediklerinde, ülkelerinin uluslararası sanat ortamlarındaki temsillerinde devamsızlıklar gerçekleşmektedir. Her konuda olduğu gibi kültürün gelişmesinde, ülkelerin ilerlemesinde sanatın partiler üstü temel politikalarla desteklenmesi bir zorunluluktur. Bundan uzaklaşılması telafisi zor kayıplara yol açmaktadır [2].

Türkiye'de 1980 yılları sonrasındaki buhrandan kurtulup, 90'lı yıllar itibariyle özgürleşen sanat ortamı her dönem devlet ile mesafeli bir ilişkiye sahip olmuştur. Her dönem ve dönemin getirdiği şartlar o dönemin kültürel ve sanatsal sınırlarını oluşturmuştur. Bu doğrultuda, 2000'ler Türkiye'sinde başa geçen siyasi parti, dönemin kültür ve sanat hayatını şekillendirmiş ve şekillendirmeye devam etmektedir. 2000'lerden günümüze uzanan süreçte de Türkiye'de kültür – sanat, ne yazık ki, devlet için bir çıkar sağlamadığı sürece destek görememiştir. Destek görememenin yanı sıra, oluşturulan kültür politikalarında yapılması hedeflenen ve planlanan iyileştirmelere tezat uygulamalar ve kararlar verilmiştir [4].

2002 yılında başlatılan Ekim Geçidi sergileri, Cumhuriyet coşkusuna ve Cumhuriyetin kazanımlarına sahip çıkmak, ülkemizde sanatın ve sanatçının hak ettiği yerde olmasına destek olmak adına, başta Mustafa Kemal Atatürk olmak üzere bizlere cumhuriyet ve kazanımlarını armağan edenlere borçluluk duygusu ile gerçekleştirilen, tamamen gönüllülük esasına dayanan ve bireysel çabalarla yürütülmeye çalışılan, İstanbul, İzmir, Ankara gibi sanatın merkezi konumunda olan büyük şehirler yanında Anadolu'da şimdiye kadar il ve ilçe olmak üzere 41 ayrı merkezde açılan sergiler, bir sanat seferberliği olarak görülebilir. Bu sergilerin niteliği

açıldığı merkezlere göre farklılıklar gösterse de sanatın içinde olma, eser üretme, paylaşma ve izleme isteği oluşturması adına katkıları açısından önem arz etmektedirler.

Ülkemizdeki sanat etkinliklerinin başlangıç tarihlerine bakıldığında dünyadaki örneklerine göre çok daha geç tarihlerde başlamış oldukları, bazı etkinliklerin ülkemizde henüz karşılığı olmadığı, var olanların ise çoğunluğu İstanbul olmak üzer Ankara, Eskişehir gibi büyük şehirlerde açılmış oldukları görülmektedir. Cumhuriyetin ilanı ile birçok alanda kazanımların arasında sanat ve sanatçıya verilen değer önemli yer tutmaktadır. Ancak sanat adına geçmişte gösterilen çabalara bakıldığında ne yazık ki bugün istenilen, hedeflenen, olmamız gereken seviyeye geldiğimiz söylenemez.

Ülkemizde gün geçtikçe sanat eğitimi veren kurumların artması nicelikten ziyade niteliğin sorgulanmasını gerektirmektedir. Benzer şekilde arka arkaya başlatılan sanat organizasyonları, galeriler, sergiler nitelik açısından sorgulanmalıdır. Aksi taktirde sanatın özgür, özgün, çağdaş üretim ve paylaşım koşullarının dışında kalınması kaçınılmaz olacaktır.

Dünya çağdaş sanat alanında yerimizi alabilmemiz; eğitim, kültür, sanat politikalarımızın evrensel nitelikte olması ve sanata özellikle kaynak ayrılması ile mümkün olabilecektir. Çağdaş sanat alanında dünya çapında sanatçılarımız olsa da sayıları yok denecek kadar azdır. Daha güçlü varlık gösterebilmemiz için sanat eğitimi veren kurumlarımızın ve sanat eğitimimizin güçlendirilmesi, kamuya açık, ulaşılabilirliği kolay, nitelikli sergi mekanlarının açılması, sanat izleme alışkanlığının oluşturulması, sanat üreticisinin ve izleyicisinin desteklenmesi, sanat eseri alıcısının bilinçlendirilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

[1] Okumuş, H., *Düsseldorf Güzel Sanatlar Akademisi Öğrenci Sergisi "Rundgang"*, 17.Ulusal Kil Sempozyumu, Muğla 2017, E-ISBN: 978-605-4397-62-4, http://kil17.mu.edu.tr/Belgeler/30/30/17_ULUSAL%20K%C4%B0L%20SEMPOZYUMU%20B%C4%B0LD%C4%B0R%C4%B0LER%20K%C4%B0TABI.pdf

[2] Gürlemez-Arı, A., *Venedik Bienali'nde Türkiye*, Doktora Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2019.

[3] Bek G., *Bienal Etkinlikleri ve Türk Sanat Ortamındaki Etkileri*, Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2000.

[4] Şıranur, E., *İşlevinden Arındırmak: Türkiye'de Sergileme Mekanlarının Çözümlemesi*, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2021.

[5] https://kvmgm.ktb.gov.tr/TR-69904/turkiye39de-muzecilik.html (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[6] https://www.guggenheim.org/history/foundation (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[7] https://www.guggenheim-bilbao.eus/en/about-the-museum (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[8] https://www.ludwigmuseum.hu/ludwig-muzeumok-vilagban (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[9] https://www.centrepompidou.fr/en/ (Erişim tarihi: 23.11.2022)

[10] https://istanbulmuseum.org/aboutthemuseum.html (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[11] https://csmuze.anadolu.edu.tr/ (Erişim tarihi: 22.11.2022)

[12] https://museu.ms/museum/details/17836/elgiz-museum (Erişim tarihi: 23.11.2022)

[13] https://www.sakipsabancimuzesi.org/ (Erişim tarihi: 25.11.2022)

[14] Hakkında - İstanbul Modern (istanbulmodern.org) (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[15] https://www.peramuzesi.org.tr/pera-muzesi-hakkinda (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[16] https://www.santralistanbul.org/tr/hakkinda/ (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[17] https://www.cermodern.org/ (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[18] http://baksi.org/tr/anasayfa (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[19] https://www.borusancontemporary.com/tr/sanat-merkezi-hakkinda_4 (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[20] http://www.muzeevliyagil.com/tr# (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[21] https://omm.art/tr/bilgi/hakkimizda (Erişim tarihi: 22.12.2022)

[22] https://www.royalacademy.org.uk/page/a-brief-history-of-the-ra (Erişim tarihi: 5.11.2022)

[23] https://www.kunstakademie-duesseldorf.de/de/akademie/130-geschichte (Erişim tarihi: 5.11.2022)

[24] https://msgsu.edu.tr/universite/kurum-tarihi/ (Erişim tarihi: 2.11.2022)

[25] https://gsf.marmara.edu.tr/fakulte/tarihce (Erişim tarihi: 2.11.2022)

[26] https://gsf.deu.edu.tr/tr/tarihcemiz/ (Erişim tarihi: 2.11.2022)

[27] http://www.gsf.hacettepe.edu.tr/tr/menu/tarihce-75 (Erişim tarihi: 2.11.2022)

[28]https://www.arkhesanat.com/guzel-sanatlar-bolumleri-olan-universiteler-bolum-kontenjan-ve-tyt-puanlari-nedir/ (Erişim tarihi: 22.08.2023)

[29]http://www.anatoliasanat.com/tag-15-Guzel_sanatlar_fakultesi_olan_tum_universiteler_listesi.html (Erişim tarihi: 2.11.2022)

[30] https://www.sanathane.art/guzel-sanatlar-liseleri-yetenek-sinavlari-ve-kontenjanlari- (Erişim tarihi: 22.08.2023)

[31] https://www.labiennale.org/en (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[32] https://bienal.iksv.org/tr/bienal/tarihce (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[33] https://sinopale.org/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[34] https://www.canakkalebienali.com/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[35] https://mardinbienali.org/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[36] https://kenttv.net/1-bodrum-bienali-50-sanatciyla-basladi (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[37] https://www.istanbulburda.com/etkinlikler/uluslararasi-international-istanbul-bienali-h15281.html (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[38] https://www.modulazionitemporali.it/triennale-milano-presenta-la-grande-mostra-carlo-aymonino-fedelta-al-tradimento/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[39] https://www.newmuseum.org/history (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[40] https://triennial.marmara.edu.tr/arsiv/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[41] https://www.uluslararasiistanbultrienali.com/trienal/1-uluslararasi-istanbul-trienali/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[42] https://biennialfoundation.org/biennials/rome-quadriennale-italy/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[43] https://quadriennalediroma.org/en/quadriennale_exhibitions/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[44] https://www.visititaly.eu/exhibitions-events-and-shows/contemporary-art-and-italian-events-the-quadriennale-in-rome (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[45] https://pq.cz/about-pq/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[46] https://artmap.com/uturncopenhagen/exhibition/u-turn-quadrennial-2008-2008 (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[47] www.uturn-copenhagen.dk (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[48] https://www.documenta.de/en/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[49] https://www.skulptur-projekte-archiv.de/en-us/1977/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[50] https://www.kunstakademie-duesseldorf.de/die-akademie/rundgang/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[51] https://www.artcologne.com/fair/art-cologne/geschichte_der_art/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[52] https://www.artbasel.com/about/history (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[53] http://www.artfairankara.com/2015-artankara/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[54] https://www.iaafistanbul.com/fuar-kunyesi/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[55] https://www.iaafistanbul.com/fuar-kunyesi/ (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[56] Çolak B., (2011), Ondokuzuncu Yüzyıldan Günümüze Türkiye'de Değişen Sergileme, Sanat Dergisi, https://dergipark.org.tr/tr/pub/ataunigsfd/issue/2607/33546 (Erişim tarihi: 02.11.2022)

[57] Bek G., (2002), Çağdaş Türk Sanatında Bir Sergi Oluşumu ve Sanat Ortamına Etkileri: Bienaller", Sanat Yazıları 9, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayını, Güz Dönemi: 41 – 57 https://www.academia.edu/2528422/%C3%87a%C4%9Fda%C5%9F_T%C3%BCrk_Sanat%C4%B1nda_Bir_Sergi_Olu%C5%9Fumu_ve_Sanat_Ortam%C4%B1na_Etkileri_Bienaller (Erişim tarihi: 02.11.2022)

SİNEMATİK ESTETİĞİN ANLATIYA KATKISI: TAVŞAN JOJO FİLMİNDE PRODÜKSİYON TASARIMININ ROLÜ

Dr. Öğr. Üyesi Erdinç YILMAZ

Gaziantep Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü,
ORCID 0000-0003-1693-3481

ÖZET

Bir sinema eseri, çeşitli görsel ve işitsel öğelerin bir araya gelmesinden oluşmaktadır. Bir filmin görsel öğelerinin inşası ve dolayısıyla filmin görünümü ile ilgili kararların verilmesi en başta yönetmenin vizyonu ile gerçekleşmektedir. Ancak, günümüzde özellikle büyük bütçeli uzun metrajlı stüdyo filmlerinin çoğu yüzlerce kişinin ortak çabası sonucu ortaya çıkmaktadır. Senaryo metninin görsel bir bütüne dönüşmesini sağlayan ekiplerin başında ise sanat departmanı gelmektedir. Filmsel hareketin sahneye konulmasından sorumlu olan sanat departmanının birçok kolu vardır ve prodüksiyon tasarımı bu departmanların başında gelmektedir. Prodüksiyon tasarımı, bir filmin görsel öğelerinin belirli bir bütçe içinde düzenlenmesi için verilen kararları ve tercihleri kapsamaktadır. Mizansen kavramı ile yakından ilişkili olan prodüksiyon tasarımı temelde bir metin olan öykünün sinematik mekâna taşınması ve sahneye konulması süresince yürütülen yaratıcı görevleri kapsamaktadır. Prodüksiyon tasarımı, bir filmin gerçekliğinin kurulması noktasında kritik önem taşımaktadır. Aynı zamanda seyircinin duygulanımını ve filmden alacağı estetik hazzı belirlemede büyük rol oynayan prodüksiyon tasarımı, mekânların, aksesuarların, propların, kostümlerin, renk paletinin vb. görsel öğelerin belirli bir bütçe dahilinde tasarımını içermektedir. Taika Waititi'nin yönetmenliğini yaptığı *Tavşan Jojo* (Jojo Rabbit, 2019) filmi de prodüksiyon tasarımı ile dikkat çeken bir sinema eseridir. II. Dünya Savaşı sırasında Nazi yönetiminde olan Almanya'da kurgulanan öykü, bir çocuğun bakış açısından aktarılmaktadır. Aynı konuyu ele alan birçok diğer film, dönemin karanlık çağrışımlarına uygun bir görselliğe sahip iken, Tavşan Jojo son derece parlak renklerle donatılmış estetik olarak olumlu duyguları ortaya çıkaran bir prodüksiyon tasarımına sahiptir. Bu çalışmanın amacı, *Tavşan Jojo* filminde yer alan renkli ve parlak prodüksiyon tasarımının filmin anlatısına nasıl hizmet ettiğini ortaya koymaktır. Mizansen eleştirisi yöntemi ile yapılan analiz sonucunda, filmin prodüksiyon tasarım öğelerinin Nazi döneminin alışılmış karanlık temsilinden uzaklaşan ve tarihi hikaye anlatımına yeni bir bakış açısı getiren bir estetiği inşa ettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Sinema Estetiği, Sinema Anlatısı, Prodüksiyon Tasarımı, Tavşan Jojo (Waititi, 2019)

ABSTRACT

A cinema work is composed of various visual and auditory elements coming together. The construction of a film's visual elements and thus the decisions regarding the film's look are primarily carried out through the director's vision. However, in today's context, especially for

large-budget feature-length studio films, most are the result of the collaborative efforts of hundreds of individuals. Leading the teams that transform the screenplay into a visual whole is the art department. Within the responsible party for staging cinematic motion, the art department has numerous branches, and production design is at the forefront of these departments. Production design encompasses the decisions and preferences made within a specific budget for organizing the visual elements of a film. Closely related to the concept of mise-en-scène, production design essentially covers the creative tasks carried out during the process of translating the textual narrative into cinematic space and staging it. Production design holds critical importance in establishing a film's reality. Additionally, playing a significant role in determining the audience's emotional response and the aesthetic pleasure they derive from the film, production design involves the design of visual elements such as settings, accessories, props, costumes, color palettes, etc., within a certain budget. The film *Jojo Rabbit* (2019), directed by Taika Waititi, is also a cinematic work that stands out with its production design. The story, set in Nazi-ruled Germany during World War II, is presented from a child's perspective. While many other films addressing the same subject boast a visual style suitable for the era's dark connotations, *Jojo Rabbit* is adorned with vibrant colors and a production design that evokes positive emotions. The aim of this study is to elucidate how the colorful and vibrant production design in Jojo Rabbit serves the film's narrative. Through the method of mise-en-scène analysis, it is observed that the film's production design elements construct an aesthetic that departs from the conventional dark representation of the Nazi era, offering a new perspective on historical storytelling.

Keywords: Film Aesthetics, Film Narrative, Production Design, *Jojo Rabbit* (Waititi, 2019)

1. GİRİŞ

Bir filmle ilgili seyircinin zihninde kalan veriler çoğunlukla öykü ve öykünün çeşitli aşamalarında yer alan eylemler, zekice yazılmış diyaloglar veya anlatının şaşırtıcı öğeleridir. Ancak, sadece anlatıya değil aynı zamanda imgelere dayalı bir araç olarak sinema, öyküleri, duyguları ve mesajları izleyiciye aktarmak için titizlikle düzenlenmiş görsel ve işitsel unsurların olağanüstü bir birleşimidir. Her sinematik çabanın merkezinde, filmin özünü şekillendiren ve izleyiciler üzerindeki etkisini belirleyen bu unsurların uyumlu bir şekilde bir araya gelmesi yatmaktadır. Bir filmin görsel bileşenlerini oluşturma ve böylece genel görünümünü belirleme süreci, temelde yönetmenin vizyonuna dayansa da günümüz dünyasında, özellikle de yüksek bütçeli, uzun metrajlı stüdyo yapımları alanında sinema eserlerinin yaratılması, farklı uzmanlıklara sahip çok sayıda kişinin katkılarını içeren kolektif bir çabadır. Büyük bir topluluğun birlikte çalışarak ortaya çıkardığı filmler, temelde kurguya dayalı hayal ürünleridir ancak seyircinin dikkatini sürekli olarak canlı tutabilmek için inandırıcı görünmek zorundadır. Dolayısıyla, film yapım ekiplerinin en büyük sorumluluklarından birisi gerçekliği inandırıcı bir şekilde yeniden üretmektir. Bunun için sinemaya ait araçlar kullanılarak yeni bir sinematik dünya yaratılır.

Sinemanın çok yönlü yapım-tasarım aşamasından dolayı birçok görev tanımı bulunmaktadır. Bütün aşamalarda önemli kararları veren kişi yönetmendir. Filmin görsel gerçekliğini sağlayan iki önemli kişi ise görüntü yönetmeni ve prodüksiyon tasarımcısıdır. Yönetmenle birlikte çalışan görüntü yönetmeni ve prodüksiyon tasarımcısı bir filmin görsel stilinden sorumludur.

Yapım tasarımcısı, görüntü yönetmeniyle birlikte film için, yönetmenin oyuncuları yönlendirmek için kullanabileceği bir atmosfer yaratmalı ve görüntü yönetmeniyle birlikte sinematografiyi belirlemelidir (Barnwell, 2004: 21). Görüntü yönetmeni kameranın kaydettiği görüntünün neleri içermesi gerektiğinden çok nasıl görünmesi gerektiği ile ilgilenmektedir ve kompozisyon, pozlama, ışıklandırma, filtreler ve kamera hareketleri ile ilgili kararlardan sorumludur (Masterclass, 2021). Diğer taraftan prodüksiyon tasarımcısı ise "*bir filmde yer alan hikayeyi çevreleyen fiziksel dünyanın yaratılması ve düzenlenmesi*" görevinden sorumludur ve öncelikli görevi filmsel mekânı tasarlamak ve inşa etmektir (Tashiro, T.Y.). Bu durumda, bir filmin görünümünü etkileyen iki önemli unsur olarak görüntü yönetimi ve prodüksiyon tasarımının birlikte çalıştıkları, görüntü yönetmeninin sinemanın araçlarını kullanarak görüntünün içeriğinden çok niteliği ile ilgilendiği, prodüksiyon tasarımcısının ise çerçevede yer alan nesnelerin tasarımından sorumlu olduğu söylenebilir.

Prodüksiyon tasarımının ana işlevinin mekân, aksesuar, prop vb. görsel öğelerin yaratımını içerdiği düşünüldüğünde mizansen kavramı ile yakın ilişkisi ortaya çıkmaktadır. En basit tanımı ile "sahneye koymak" anlamına gelen mizansen, mekân/dekor, saç/kostüm/makyaj, ışık/gölge, ritim/hareket ve oyunculuk öğelerini içermektedir. Prodüksiyon tasarımcısının yarattığı sahnenin öğeleri de bazı yönleriyle mizansenin öğeleri ile bağdaştırılabilir. Bu öğeler, "*izleyicinin alımlamasını yönlendirmek ve şekillendirmek üzere perde için oluşturduğu ……çekimle ilgili her şeyi içerir*" (Kabadayı, 2013: 45). İlgili öğeler seyirciyi istenen şekilde yönlendirmek dışında seyircinin filmden estetik bir zevk almasını sağlamaktadır. Bu işlevlerin yanında, mizansen öğelerinin tasarımı ile karakterize edilen prodüksiyon tasarımının önemli bir fonksiyonu anlatıya uyum göstererek anlam yaratım sürecine katkıda bulunmaktır.

Yapım tasarımı ve hikâye anlatımı arasındaki karmaşık ilişki bazı filmler aracılığıyla net bir şekilde görülebilmektir. Bu çalışmada, prodüksiyon tasarımı öğelerinin oluşturduğu estetiğin anlatıya nasıl katkıda bulunduğu, mizansen eleştirisi ile *Tavşan Jojo* (Waititi, 2019) filmi özelinde incelenmiştir. Mizansen kavramı, yönetmenin sorumlu olduğu karar verme alanlarını kapsamakta ve film eleştirisi tarihinde önemli bir yer tutmaktadır (Gibbs, 2002: 56). Yukarıda ele alınan mizansen öğelerinin eleştiri kapsamına dahil edilmesi, filmin görsel estetiğinin anlam yaratım sürecindeki işlevlerini anlamak noktasında yardımcı olmaktadır. Çalışmanın amacı ise, iyi planlanmış ve alışılmış kalıpların dışına çıkan bir prodüksiyon tasarımının anlatıyı geliştirebileceğini ve yeni anlamlar üretebileceğini göstermektir. Bu doğrultuda, *Tavşan Jojo* filmi amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilmiştir. Amaçlı örnekleme, araştırma evrenini en iyi şekilde temsil ettiği düşünülen ve evren hakkında en zengin veriyi sunan örneğin araştırmada yer almasıdır (Büyüköztürk, 2012: 9). *Tavşan Jojo* adlı film, çoğunlukla karanlık renklerle ve kasvetli bir tonla tasvir edilen Nazi döneminin temsilini ters-yüz ederek son derece parlak, renkli ve canlı bir estetik sunduğundan bu çalışma için uygun görülmüştür. Çalışmada öncelikle prodüksiyon tasarımının içerdiği konular mizansen kavramı bağlamında ele alınmış ve daha sonra *Tavşan Jojo* filmi mekân/dekor, saç/kostüm/makyaj, ışık/gölge, ritim/hareket ve oyunculuk bağlamında incelenmiştir.

2. MİZANSEN VE PRODÜKSİYON TASARIMI

Sinemada prodüksiyon tasarımı üç farklı sanat formundan doğmuştur. Prodüksiyon tasarımı, sinemanın ortaya çıkışından çok önce var olan dekoratif sanatlar, tiyatro ve mimarinin temel

ilkelerini benimsemektedir (LoBrutto, 2002: 93). Prodüksiyon tasarımı, bir terim olarak ilk defa yapımcı David O. Selznick (1902-1965) tarafından, tasarımcı William Cameron Menzies'in (1896-1957) *Rüzgar Gibi Geçti* (Fleming, 1939) filmine normalden fazla katkısını tanımlamak için ortaya atılmıştır (Tashiro, T.Y.). Aslında bir sanat yönetmeni olan Menzies'in *Rüzgar Gibi Geçti* filminde gerçekleştirdiği farklılık, her bir sahneyi önceden planlayarak bir taslak aracılığıyla çerçeve içerisindeki tüm nesneleri kontrol altında tutmaktı. Ayrıca, bazı set tasarımlarında minyatür dekorlar kullanmak yerine tam boyutlu dekorlar kullanarak gerçeklik algısını arttırmayı amaçlayan Menzies, bu filmdeki yaratıcı performansıyla sanat departmanı içerisinde yeni bir ünvanın ortaya çıkmasını sağlamıştır (McClellan, 2020: IX). Bu yeni unvan, bir filmde sadece çerçeve içerisinde görünecek olan nesnelerin planlamasını yapmayı değil aynı zamanda her bir çekim için hazırlanan bu nesnelerin boyutları, açıları ve hareketleri bağlamında değerlendirilmesini ve gerçeklik izlenimi dikkate alınarak inşa edilmesini içermektedir (Barnwell, 2005: 117). Daha kapsamlı bir şekilde ifade etmek gerekirse, günümüzde bir prodüksiyon tasarımcısı, yazar tarafından kaleme alınan bir dünyayı, karakterlerin saç, makyaj ve kostümlerinin yanı sıra mekânın mimarisini, dekorunu, tonunu ve dokusunu tasvir eden görüntüler aracılığıyla yorumlayarak görselleştirir. Prodüksiyon tasarımcıları setlerin montajı için modeller, eskizler, illüstrasyonlar, fotoğraflar ve ayrıntılı storyboardlar yaratarak onları yaptığı işin çıktısı olan görüntünün planı olarak kullanır (Indira Gandhi National Open University, 2020). David Brisbin (2013, 372) ise prodüksiyon tasarımının çerçeve içerisindeki fiziksel dünyada yer alan oyuncu dışındaki tüm varlıkları içerdiğini belirterek bu öğeleri ayrıntılı bir şekilde tanımlamıştır:

"Şehirler; mimari; mekânlar; mobilyalar; duvarlardaki her şey; duvarların kendisi; araçlar; görünür ekipmanlar; aletler ve donanım; giysiler ve mücevherler; yiyecek ve içecekler; aydınlatma armatürleri; oyuncuların birbirlerini etkilemek ya da birbirlerine saldırmak için taşıdığı her türlü alet; işaretler; bitki örtüsü; her yüzeyin renkleri, desenleri, dokuları ve yansıtıcılığı; ışık akışını engelleyen katı şeyler; ışığın geçmesine izin veren delikler ve yarı saydamlıkla…. Kısacası,içerisinde hikayenin geliştiği evrenin izleyicileri tarafından görülebilen tüm bedensel bileşenleri."

Brisbin'in kategorizasyonundan yola çıkarak prodüksiyon tasarımının dekorların, sahne donanımının, kostümlerin, renklerin ve diğer görsel bileşenlerin tasarlanmasını ve düzenlenmesini içerdiği söylenebilir. Tamamı biçimle ilgili olan bu görsel unsurların filmin anlam yaratma süreci ile ilişkisinin de unutulmaması gerekmektedir. Bu noktada prodüksiyon tasarımcısının sorumluluğunda olan mizansen öğelerinin anlatıya nasıl katkıda bulunduğuna açıklık getirmek yararlı olacaktır.

Prodüksiyon tasarımcısının en önemli görevlerinden birisi filmin bütün eylemlerinin zeminini sağlayan mekânı tasarlamaktır. Mekân, bir metafor olarak işlev görmektedir. Bir roman ya da diğer görsel olmayan anlatı araçlarında sayfalarca diyalog ve açıklama gerektirecek çok sayıda bilgi tek bir setle iletilebilir (Barnwell, 2004: 27). Sinema halihazırda var olan mekânları kullanabileceği gibi tasarlanmış mekânlara da zaman zaman ihtiyaç duymaktadır. Her iki durumda da mekânın öyküye uyumluluğu esas alınmaktadır ve mekânda dekorların, aksesuarların ve propların uygun yerlerde konumlandırılması gibi değişiklikler yapılarak anlatı zenginleştirilmektedir. Sinemada "dekor" terimiyle tanımlanan tasarlanmış mekân, içerisinde yalnızca insanların hareket ettiği birer alan değil aynı zamanda anlatı aksiyonuna dinamik bir şekilde giren bir mekanizmadır (Bordwell & Thompson, 2011: 121). Prodüksiyon tasarımı ekibinde yer alan set dekoratörü dekorların kurulumundan sorumlu olan kişidir. Setin

dekorasyon süreci filmin mekân tercihlerinin yapılmasından sonra başlar. Set dekoratörü her mekân için gerekli olan dekor unsurlarının bir listesini yapar. Bunlar arasında boya, duvar kağıdı, zemin kaplamaları, mobilyalar, resimler, fotoğraflar, kitaplar, dergiler, gazeteler, aletler ve görsel-işitsel ekipmanlar bulunur. Aktörlerin dokundukları nesneler olarak tanımlanan proplar da eklendiğinde filmsel eylemin içinde gerçekleşebileceği mekân hazırlanmış olur (LoBrutto, 2002: 21). Filmlerde görülen mekânların ve yerlerin hiçbir zaman mekânsal gerçekliği tam olarak yansıtmadığını, ancak aracın kendisi tarafından dolayımlandığını ve değiştirildiğini akılda tutmak önemlidir (Koeck, 2013: 1). Yeniden tasarlanmış ve bir çerçeve içerisine yerleştirilmiş bütün mekânlar estetik bir değer taşımanın ve anlatıya hizmet etmenin dışında çeşitli ideolojik, politik, ekonomik, kültürel, toplumsal ve benzeri anlamları da içerirler (Çam, 2016: 7).

Prodüksiyon tasarımının önemli başka bir çalışma alanı kostüm, makyaj ve saç tasarımıdır. Kostüm, saç ve makyaj tasarımı, hem atmosfer yaratma hem de anlam inşası noktasında kritik bir rol oynamaktadır. Öykünün hangi dönemi temsil ettiği konusunda görsel ipuçları veren kostüm, saç ve makyaj tasarımı, özellikle dönem filmlerinde uzun bir hazırlık sürecini gerektirir (Kıraç, 2018: 176-177). Aynı zamanda bir filmde kostüm, saç ve makyaj tasarımı, "*filmin anlatısı içerisinde toplumsal cinsiyet rollerinin ve beklentilerinin inşa edildiği, anlatının geçtiği tarihsel dönemi belirten, ırksal ya da sınıfsal özellikleri ortaya koyan önemli öğeler olarak yer almaktadır*" (Tuğan, 2017: 179). Anlatı stiline ve karakterlerin özellikleriyle uyumlu olması gereken bu öğeler filmin tonuna katkıda bulunabileceği gibi aynı zamanda karakterin ait oldukları topluma ve kültüre dair bazı ipuçları vermektedir.

Filmin estetik özelliklerini oluşturan başka bir öğe ise ışık kullanımıdır. Teknik bilgi birikimiyle ortaya çıkarılan ışık tasarımı temelde çerçeve içerisindeki tüm nesnelerin ve hareketin görünür olmasını sağlayan en kritik öğedir. Işık tasarımının önemli bir işlevi, anlatıda görsel ve duygusal etkilerin istenilen düzeyde ve özellikte olması için hizmet etmesidir. Işık, bir filmin atmosferini taşıyan unsurdur; izleyicinin zamanı, mekânı, iklimi ve hatta belirli bir ruh haliyle ilişkilendirdiği algıları oluşturur. Sahnedeki öğelerin anlaşılmasını kolaylaştırarak filmi izleyicilere daha açık hale getirir. Farklı teknikler ve çeşitli türlerdeki ışıkların yerleştirilmesi ve yönlendirilmesi yoluyla, ışıklandırma tasarımı oluşturulur (Barnwell, 2011'den akt. Sözen & Dayı, 2013: 33).

Son yıllarda dijital teknolojilerin hızla ilerlemesi ile birlikte daha da önemli hale gelen başka bir estetik unsur ise sinemada renk kullanımı ve düzenlenmesidir. Sinemada renk düzenlemesi birçok sinema yazarının mizansen kavramsallaştırmasında yer almasa da sanat departmanlarının ve dolayısıyla prodüksiyon tasarımcılarının dikkatle üzerinde durdukları bir estetik unsurdur. Işık kullanımı ile yakından ilişkili olan renk unsuru, filmin sürekliliğinin sağlanması ve görsel estetiğin izleyici tarafından algılanabilmesi açısından kilit bir öneme sahiptir. Işık renklerin insanlar tarafından görülebilir olmasını sağlamaktadır ve ışığın tonuna, kaynağına, açısına ve şiddetine göre renklerin estetik değerleri de değişime uğramaktadır. Itten'e (Akt. Kovsh & Dziuba, 2022: 208) göre sinemada renklerin amaçlı bir biçimde kullanımı izleyicinin belirli duygulara yönelmesine yol açmaktadır. Renkler, bağlamla uyumlu olanlar ve bir dereceye kadar kişisel algımızla uyumlu olabilecekler de dahil olmak üzere birçok

çağrışım taşımaktadır; bu nedenle prodüksiyon tasarımcıları filmlerde renk paletini titizlikle değerlendirmektedir. Renkler çok daha derin mesajların izleyiciye iletilmesini sağlamaktadır.

3. TAVŞAN JOJO FİLMİNDE PRODÜKSİYON TASARIMI

Taika Waititi'nin yönetmenliğini yaptığı *Tavşan Jojo* (2019), Adolf Hitler'in siyasal etkinliğinin sürdüğü fakat Nazi Almanyası'nın cephede kaybetmeye başladığı II. Dünya Savaşı'nın son dönemlerinde geçmektedir. Bu dönüşüm dönemini temel alan filmde yeni bir toplumsal oluşumun ve kültürün filizlenmesi ve aynı zamanda Nazi ideolojisinin baskın izleri birlikte betimlenmektedir. Bu ikili karşıtlık, filmde bir büyüme hikayesi çerçevesinde işlenmektedir. Gençliğe yeni adım atmakta olan Jojo, Nazi ideolojisinin öğretileri tarafından sarmalanan fakat kendi kimliğini bulmaya çalışan bir çocuktur. Jojo, Adolf Hitler'e olan hayranlığını, onun en yakın arkadaşı olduğunu hayal ederek dışa vurmaktadır. Büyümenin sancılarını ve sorumluluklarını kahramanı ve hayali arkadaşı Hitler ile tartışarak çözmeye çalışan Jojo, annesinin Elsa adında Yahudi bir kızı evde sakladığını öğrendiğinde çok şaşırır. Bu yeni gerçek, Jojo'nun yaşamını sarmalayan ideolojik öğretilerle benliği arasında bir çatışma yaşamasına sebep olur.

Dönüşüm, filmin ana temalarından biridir. Nazi Almanyası'nın çöküşü ve yeni bir düzenin yükselmesi, Jojo'nun çocukluktan gençliğe adım atması ve karakterindeki değişimler filmin anlatısında önemli çatışma noktalarını oluşturmaktadır. Filmin görsel öğeleri de dönüşüm temasına hizmet etmektedir. Çoğunlukla karanlık ve soğuk renklerle, kasvetli mekânlarla ve kostümlerle tasvir edilen Nazi dönemi bu filmde parlak ve canlı renklerin hakim olduğu mekânlarla ve kostümlerle betimlenmektedir. Bu farklı tasarım tercihi anlatıya uyum sağlamakta ve ona katkıda bulunmaktadır. Yönetmen, görüntü yönetmeni ve prodüksiyon tasarımcısının ortak vizyonuyla ortaya çıkan mekân tasarımı, kostüm, saç ve makyaj tasarımı ve renk düzenlemesi gibi mizansen unsurlarının *Tavşan Jojo* filminin anlatısını nasıl etkilediğine değinmekte yarar vardır.

Tavşan Jojo, mekân tasarımı açısından oldukça zengin görünmektedir. Filmde yer alan mekânlar, ev, şehir, çeşitli binalar ve muhtelif doğal alanlardır. Filmde kullanılan ve tasarlanan bütün mekânlar bir dönem filminden beklenen gerçeklik beklentisini karşılamaktadır. Filmin öyküsü Almanya'da geçmektedir, fakat dış çekimler Çekya'da gerçekleştirilmiştir. Özellikle bu dış çekimlerde kullanılan dekorlar ve aksesuarlar Nazi dönemini çağrıştırmakta ve gerçeklik izlenimini arttırmaktadır.

Filmin ana karakteri Jojo'nun yaşadığı ev, oldukça renkli, bol desenli ve belirgin dokuları olan bir evdir. Ev mekânının hem Jojo karakteri ile hem de dönemin karmaşık ideolojisi ile yakından ilişkisi vardır. Evin duvarları ve eşyaları zıt renklerle ve karşıt dokularla bezenmiştir. Dönemin zıtlıklarla örülü yapısı ve Jojo'nun büyüme sürecindeki çatışmaları evin karşıtlıklarla dolu yapısı ile örtüşmektedir. Fakat evin canlı renkleri geleceğe dair bir umudun da varlığına işaret etmektedir. Jojo'nun değişimi ve gelecek nesli simgelemesine benzer bir şekilde ev mekânı da hem çatışmayı hem de yaşamı ve umudu simgelemektedir. Buna ek olarak, güvenli bir yer olarak kabul edilen ev mekânı tehditler tarafından işgal edilmiştir. Örneğin, evin yatak odasında, bir duvarın ardında bulunan gizli bölümde Elsa'nın saklanması ve evin Adolf Hitler'in hayali imgesi tarafından işgal edilmesi, evin güvenli bir yer olduğu kabulüne meydan okumaktadır. Böylelikle ev ideolojik bir mekân haline gelmektedir.



Görsel 1 -Ev Mekânı



Görsel 2 – Ev Mekânı

Filmde kullanılan dış mekânlar dönemin çoğunlukla olumsuz tasvir edilen ideolojik yapısı ile uyumsuzdur. Şehir mekânları, Nazi döneminin birçok temsilinin aksine oldukça steril ve bakımlı görünmektedir. II. Dünya Savaşı'nın katastrofik sonuçları göz önünde bulundurulduğunda *Tavşan Jojo*'nun mekân tasarımı gerçekliği büken bir yaklaşım ile yeni bir tarih anlayışı sunmaktadır. Buna paralel olarak doğal mekânlar da savaşın yıkıcı etkilerinden uzak bir şekilde tasvir edilmiş ve doygun renklerle estetik bir haz yaratacak şekilde tasarlanmıştır.



Görsel 3- Doğal Mekân



Görsel 4- Şehir Mekânı

Prodüksiyon tasarımının önemli bir başka unsuru olan kostüm, makyaj ve saç tasarımı da filmde mevcut olan ironi ve dönüşüm temasını vurgulamaktadır. Karakterlerin dış görünüşleri ile içsel düşünceleri ve eylemleri arasındaki zıtlık, insan doğasının karmaşıklığını vurgulamaya ve klişelere meydan okumaya hizmet etmektedir. Kostüm tasarımları filmin bütün karakterlerinde özel anlamlar taşımaktadır. Jojo karakteri film boyunca iki tip kostüm içerisinde görülmektedir. Ev mekânı içerisinde günlük giysiler giyen Jojo, kamusal alanda askeri üniforma giymektedir. Buradaki zıtlık, filmin diğer görsel öğeleri gibi bir dönüşümü ifade etmektedir. Büyüme sürecinde olan Jojo, özgür iradesi ile inşa edebileceği kimliği ve Nazi ideolojisinin gençlik ideali arasında kalmıştır. Jojo ve yaşıtlarının aynı kostümleri giyiyor olması da Nazi ideolojisinin tek tip bir gençlik yetiştirerek otoriteye bağlı bir toplum inşa etmeye çalıştığını sembolize etmektedir. Ancak Jojo'nun kostümleri filmin düğüm ve çözüm bölümlerinde değişime uğrayarak daha çeşitli ve renkli hale gelir. Bu durum da Jojo'nun giderek yaşamını kısıtlayan ideolojiden uzaklaştığını göstermektedir. Bu dönüşümün kostüm bağlamında başka bir göstergesi ise Jojo'nun ayakkabı bağcıklarıdır. Jojo filmin serim bölümünde ayakkabı bağcıklarını kendi başına bağlamayı bilmemektedir fakat filmin sonunda Elsa'nın ayakkabı bağcıklarını kendisi bağlar. Jojo'nun çocukluktan gençliğe adım atması ve ideolojik

tahakkümün etkisinden kurtularak kendi kimliğini bulması bir kostüm aracılığıyla seyirciye iletilmiştir.

Jojo'nun hayali arkadaşı Hitler'in kostümü de önemlidir. Waititi'nin ortaya çıkardığı Hitler karakterinin görünümü, Nazi ideolojisinin absürtlüğünü vurgular biçimde kasıtlı olarak karikatürize edilmiştir. Karakterin gösterişli üniforması ve abartılı bıyığı, otoriter bir figür olarak Adolf Hitler'in bir parodiye dönüştürerek onunla ilgili bütün anlamları yapı sökümüne uğratmaktadır. Elsa'nın gösterişsiz kostümü ise hayatta kalma savaşını ve otoriteye karşı yürüttüğü varoluş mücadelesini simgelemektedir. Hayatta kalmak için saklanmak zorunda olan Elsa'nın kostümünün duvar renklerine ve desenlerine uyumlu olduğu dikkati çekmektedir. Bu durum Elsa'nın ev mekânı içerisinde kamufle olmak zorunda olduğunu vurgulamaktadır. Jojo'nun annesi Rosie ise özgürlükten yana tavrıyla filmin serim bölümünden itibaren toplumun geri kalanından farklı olduğunu hissettirmektedir. Rosie'nin renkli ve kişiselleştirilmiş kostümleri, onun otoritenin tahakkümüne boyun eğmeyen bir karakter olduğunu göstermektedir.



Görsel 5- Üniformalı gençler



Görsel 6- Jojo'nun final sahnesindeki kostümü

4. SONUÇ

Sinema görsel ve işitsel kodların bir arada düzenlenmesiyle anlam bulmaktadır. Bir filmin ön hazırlıklarından post-prodüksiyon aşamalarına ve hatta izleyiciye sunulan son haline ulaşması sürecinde birçok kişinin birlikte çalışması gerekmektedir. Günümüzde dijital teknolojinin gelişmesiyle birlikte sinemanın görsel öğeleri sayısız olasılıklar göz önünde bulundurularak düzenlenmektedir. Bu süreçte çoğu zaman görsel unsurların inşa edilmesi, tasarlanması veya yaratılması gerekmektedir. Prodüksiyon tasarımcısı, bu yaratım sürecinden sorumlu olan teknik uzmandır. Dekor tasarımı, kostüm, makyaj ve saç tasarımı, aksesuar ve propların tasarımı gibi mizansenle yakından ilişikili unsurlar, yönetmenin vizyonu çerçevesinde prodüksiyon tasarımcısının ve ekibinin inisiyatifinde gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada sinemada prodüksiyon tasarımının önemi vurgulanarak anlatıya nasıl hizmet ettiği *Tavşan Jojo* filmi örneğinde incelenmiştir.

Sonuç olarak, *Tavşan Jojo* filminde prodüksiyon tasarımı öğeleri filmin alaycı ve ironik tonuna ve aynı zamanda öyküsüne katkıda bulunarak II. Dünya Savaşı anlatılarına yeni bir bakış açısı getirmektedir. Bu tasarım sayesinde film, karakterlerin duygusal yolculuklarını vurgularken seyirciye olumlu duyguları yansıtarak izleyici deneyimini zenginleştirmektedir. Bu durum, prodüksiyon tasarımının bir filmin atmosferini ve anlatısını nasıl güçlendirebileceğine dair etkileyici bir örnek sunmaktadır.

KAYNAKÇA

Barnwell, J. (2004). *Production Design: Architects of the Screen.* Wallflower Press.

Barnwell, J. (2005). Between Realism and Visual Concept: the Role of the Production Designer in Contemporary British Cinema. *Journal of British Cinema and Television, 2*(1), 117-129.

Bordwell, D., & Thompson, K. (2011). *Film Sanatı.* Ankara: De Ki Basım Yayım .

Brisbin, D. (2013). Production Design and the Invisible Arts of Seeing. J. Gray, & D. Johnson içinde, *A Companion to Media Authorship* (s. 370-391). West Sussex: Wiley-Blackwell.

Büyüköztürk, Ş. (2012, 05 14). *Örnekleme Yöntemleri.* 08 20, 2023 tarihinde Balıkesir Üniversitesi: chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/http://w3.balikesir.edu.tr/~msackes/wp/wp-content/uploads/2012/03/BAY-Final-Konulari.pdf adresinden alındı

Fleming, I. (1939). *Rüzgar Gibi Geçti*. Metro-Goldwyn Mayer

Çam, A. (2016). Sinemasal Mekânlar ve Sinemasal Mekânların Çözümlenmesi. *Sinecine, 7*(2), 7-37.

Gibbs, J. (2002). *Mise-En-Scène: Film Style and Interpretation.* Londra: Wallflower.

Indira Gandhi National Open University. (2020). *Unit 14 - Production Design.* 08 20, 2023 tarihinde eGyanKosh: http://egyankosh.ac.in//handle/123456789/74357 adresinden alındı

Kabadayı, L. (2013). *Film Eleştirisi.* İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Kıraç, R. (2018). *Sinemanın Temelleri.* İstanbul: İthaki.

Koeck, R. (2013). *Cine-Scapes: Cinematic Spaces in Architecture and Cities.* New York: Routledge.

Kovsh, O., & Dziuba, M. (2022). Symbolism of Color in Cinema. *Bulletin of Kyiv National University of Culture and Arts. Series in Audiovisual Art and Production, 5*(2), 207-215.

LoBrutto, V. (2002). *The Filmmaker's Guide to Production Design.* New York: Allworth Press.

Masterclass. (2021, 08 03). *Film 101: What Is the Director of Photography and Is Director of Photography the Same as Cinematographer?* 08 16, 2023 tarihinde Masterclass Online Classes: https://www.masterclass.com/articles/film-101-what-is-the-director-of-photography-and-is-director-of-photography-the-same-as-cinematographer adresinden alındı

McClellan, P. (2020). *Production Design: Visual Design for Film and Television.* Londra: Routledge.

Sözen, M., & Dayı, H. (2013). Sinemada Işık Kullanımı ve Örnek Bir Çözümleme. *Erciyes İletişim Dergisi "Akademia", 3*(1), 32-49.

Tashiro, C. (tarih yok). *Production Design*. 08 16, 2023 tarihinde Encyclopedia.com: https://www.encyclopedia.com/arts/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/production-design adresinden alındı

Tuğan, N. H. (2017). Sinema İkonografisinde Kostüm ve Makyaj. *Social Sciences Research Journal*, *6*(4), 179-190.

Waititi, T. (2019). *Tavşan Jojo*. Searchlight Pictures

ÇAĞDAŞ TÜRK RESMİNDE LİRİK MANZARA YAKLAŞIMIYLA TURAN EROL

Doç. Muteber Burunsuz
Hitit Üniversitesi, - 0000-0002-8987-0058

ÖZET

Bir kent gözlemcisi olarak Turan Erol, eserlerinde doğanın görünürlüğünü yorumlayarak lekesel etkilerle birlikte resmin ontik bütünlüğünde buluşturmaktadır. Yurdun birçok yerinden manzara görünümlerine eserlerinde yer veren Erol, resmin plastik öğeleri ile doğaya ve bireylerin yaşamına yolculuk etmemizi sağlamaktadır. Bedri Rahmi Eyüboğlu'nun öğrencisi ve Onlar Grubu üyelerinden ressam ve akademisyen Turan Erol yöresel içerikli yurt manzaralarıyla tanınmaktadır. 1960'lı yıllara kadar öğretmenlik yaptığı yıllarında daha çok yurt resimleri üzerine yoğunlaşırken, yöresel içerikli eserlerini geometrik alt yapı üzerine kurgulayarak daha öyküsel bir içerikle aktarmıştır. Doğadan kesitleri leke ağırlıklı çalışan sanatçının eserlerinde dingin bir aura ile karşılaşılmaktadır. Soyut ve lekeci manzara anlayışını, yöresel etkilerle biçimlendiren Turan Erol, dinamik etkilerle kendine özgü bir anlayış geliştirmiştir. Rengi katmanlı, dokusal ve dışavurumcu etkilerle oluşturmaktadır. Manzaralarda, doğanın görünürlüğünü ışık etkileriyle ve renk geçişleriyle sağlamaktadır. Geometrize olan formları nötr renkler aracılığıyla yalınlaştırarak resmetmektedir. Turan Erol'un ilk eserlerinde daha kübik ve figüratif bir anlayış hakimken, sonraki yıllarda ağırlıklı olarak manzara eserlere yöneldiği görülmektedir. Araştırmada Turan Erol'un, yurdun farklı yerlerinden kesitler sunduğu eserleri seçilerek incelenmiştir. Bu eserler arasında karlı dağ manzaraları, kıyıda deniz manzaraları ve gecekonduların yer aldığı Anadolu'dan görünümler yer almaktadır. Erol'un sessiz ve dingin manzaralarını, dışavurumcu ve lekeci bir tavırla oluşturduğu, rengin etkisiyle ışık geçişlerine yer verdiği tespit edilmiştir. Sanatçının son dönemlerinde ise bu kesitlerdeki realiteden uzaklaşarak daha yalın soyut manzaralara yer verdiği görülmektedir. Turan Erol'un ekspresif ve lekeci tutumuyla somut nesnelerden yola çıkarak doğanın özünü şiirsel olarak ifade ettiği izlenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Çağdaş Türk Resmi, Turan Erol, Manzara Resmi, Lirizm.

TURAN EROL WITH THE APPROACH TO THE LYRIC LANDSCAPE IN CONTEMPORARY TURKISH PAINTING

ABSTRACT

As a city observer, Turan Erol interprets the visibility of nature in his works and brings them together in the ontic integrity of the painting with the staining effects. Erol, who includes

landscape views from many parts of the country in his works, enables us to travel to nature and the lives of individuals with the plastic elements of the painting. Artist and academician Turan Erol, a student of Bedri Rahmi Eyüboğlu and a member of the Onlar Group, is known for his country landscapes with local content. During his teaching years until the 1960s, he focused more on dormitory paintings, and he conveyed his works with local content with a more narrative content by constructing them on a geometric infrastructure. A serene aura is encountered in the works of the artist, whose sections from nature are mostly stained. Turan Erol, who has shaped his abstract and blotchy landscape understanding with local influences, has developed a unique understanding with dynamic influences. It creates color with layered, textural and expressive effects. In landscapes, it provides the visibility of nature with light effects and color transitions. He depicts geometricized forms by simplifying them through neutral colors. While a more cubic and figurative approach was dominant in Turan Erol's early works, it is seen that he focused mainly on landscape works in the following years. In the research, the works of Turan Erol in which he presented sections from different parts of the country were selected and examined. Among these works, there are snowy mountain landscapes, sea views on the coast, and views from Anatolia with slums. It has been determined that Erol creates his quiet and serene landscapes with an expressionist and smug attitude, and includes light transitions with the effect of color. In the last periods of the artist, it is seen that he moved away from the reality in these sections and gave place to simpler abstract landscapes. It is observed that Turan Erol poetically expresses the essence of nature, starting from concrete objects with his expressive and stigmatizing attitude.

Keywords: Contemporary Turkish Painting, Turan Erol, Landscape Painting, Lyricism.

1. GİRİŞ

Doğadan görünümleri sakin ve sessiz bir atmosferde resimleyen Turan Erol, yurdun farklı yerlerinde gözlemlediği ve ürettiği manzaralarıyla bilinmektedir. Turan Erol doğadan görünümleri ve kesitlerini leke ağırlıklı olarak yorumlamaktadır. Figüratif içeriklerden, natürmortlara geniş bir konu çeşitliliği üzerine üretimlerde bulunan sanatçı, çoğunlukla soyutladığı manzara eserleriyle gündeme gelmektedir. Vazoda çiçekler, at arabaları, tekneler, kıyılar, kasabalar, Anadolu yaşamı, gecekondular ve karlı dağ manzaraları sanatçının çalıştığı konular arasında yer almaktadır.

1944'te İstanbul Güzel Sanatlar Akademisi'ne başlayan Erol, 1951 yılında mezun olur. Akademide dört yıl Bedri Rahmi Eyüboğlu Atölyesi'nde çalışır. 1961 yılında bir yıllığına Fransa'ya giden Erol, bu süre içerisinde Paris, Amsterdam ve Brüksel müzelerinde de incelemeler yapar. 1963 yılında Fransız hükümetinin bir bursunu Neşet Günal'la paylaşan sanatçı, Paris'te müzeler ve güncel sanat araştırmaları yapar. 1950 ve 1960'lı yıllarda Turan Erol'un resimlerine, Lhoté etkili Nurullah Berk eserlerinin sentetik kübizminin etkisi söz konudur (Giray, 2020: 561).

Bedri Rahmi Eyüboğlu atölyesinde yetişen Turan Erol'un eserlerinde yerel ve ulusal etkilerin izleri görülmektedir. Sanatçının erken dönem eserlerinde daha geometrize olmuş figürler görülmektedir. Andre Lhote'un etkisiyle oluşturduğu figürlerde formu biçimlendirmede keskin geometri anlayışı dikkat çekmektedir. Daha sonraki yıllarda ise Bedri Rahmi Eyüboğlu öğrencileri ile birlikte bir araya geldikleri "Onlar Grubu" içerisinde, batı etkisinde kaldığı üslubunu yerel etkilerle buluşturmuştur.

Bedri Rahmi Eyüboğlu atölyesi öğrencileri Nedim Günsur, Mehmet Pesen, Orhan Peker, Turan Erol, Fikret Otyam, İhsan İncesu, Ivy Stangali, Leyla Gamsız, Hulusi Saptürk, Mustafa Esirkuş, Fahrünissa Sönmez tarafından 1947 yılında kuruldu. Hocaları Bedri Rahmi'den etkilenen grubun amacı Anadolu'nun folklorik öğeleriyle Batı resim anlayışı arasında bir birliktelik oluşturmaktı. İlk sergilerini Güzel Sanatlar Akademisi'nde açtılar. Serginin iki afişinden biri El Greco diğeri bir Anadolu motifi içeriyordu. Dolayısıyla hem Batı resim geleneğini hem de Anadolu kültürünü benimsemişlerdi (Erden, 2012: 112).

Gözlemlediği manzaraları içselleştirerek bambaşka bir boyuta taşıyan Turan Erol, renk ve leke bütünlüğünü değişen ve çeşitlenen manzara görünümlerine göre adapte etmektedir. İlk yıllarda kübik ve soyutlanmış figüratif eserleri zamanla yerini kent görünümlerine bırakmıştır. Sanatçı öğretmenlik yıllarında izlediği Diyarbakır manzaralarına, ilerleyen yıllarda ise Ankara, Bodrum ve İstanbul manzaralarına eserlerinde yer vermiştir.

Erol'un Diyarbakır manzaralarıyla başlayan, Ankara ve Bodrum görünümlerinde çok öznel değerler kazanan manzara soyutlamaları sanatımızın tarihinde yerlerini alır. Bu aşamada Turan Erol kompozisyonlarında form ve renk uyumu resmin planlarını belirler ve kompozisyonun kurulumunun asal değerlerini oluşturur. Doku olarak boya, renk olarak armoniler arasında titizlikle korunan görsel değerler, doğa soyutlamalarında Turan Erol'un zengin renkler ve ışıklarla gerçekleştirdiği armonileriyle varsıllaşarak derin anlamlar kazanır (Giray, 34).

Her manzarayı, her görüntüyü ya da doğadan kesitleri farklı bir bakış açısıyla sunarak dönüştüren Turan Erol; doğadaki gerçekliği birebir aktararak değil, yorumlayarak kendi üslubuyla içselleştirerek aktarmıştır. Manzara görünümlerindeki seçicilik, sanatçının üslup birlikteliğiyle belirgin bir biçimde görünür olmaktadır.

Turan Erol'un çalışmalarına, yaşamının değişik dönemlerinde farklı temalar girmiş olsa da, doğa görünümlerinin konu alındığı manzara resimleri, ağırlıklı yerini hep koruyagelmiştir. Onun bu tür resimlerinde, doğanın görünür gerçekliğinden çok, sanatçıyı bu gerçekliği yorumlamaya yönlendiren derinlemesine bakışın payını kavramak zor değil (Özsezgin, 136).

Turan Erol; ekspresif ve lekeci tutumuyla somut nesnelerden yola çıkarak içsel ifadesini dışşallaştırarak özgün eserler üretmiştir. Doğanın özünü şiirsel olarak ifade etmeye çalışan sanatçının üslubunda 1960'lı yıllarda soyut yaklaşımlar görülmektedir. Sanatçının gecekondu eserlerinde de detaylarla geneli yakalamak mümkündür. Turan Erol, 1960'lı yıllara kadar öğretmenlik yaptığı yıllarında daha çok soyut resimleri üzerine yoğunlaşırken, yöresel içerikli eserlerini geometrik alt yapı üzerine kurgulayarak daha öyküsel bir içerikle yorumlamıştır.

Erol'un eserlerinde her manzara, her görüntü ya da doğadan kesitler farklı bir bakış açısıyla sunularak dönüştürülmüştür. Giray'ın da değindiği gibi Turan Erol gecekondu manzaralarından, Bodrum ve İstanbul Boğazı görünümlerine eserlerinde sık sık yer vermiştir.

1960'lı yılların sosyal realizmi Erol'un sanatında gecekondular konusuyla, Ankara çevresini saran tepelere konan ev dokusunu betimleyerek öznel yerini alır. 1970'lerde zeytin ağaçlarına, Bodrum'dan İstanbul Boğazı görünümlerine uzanan resim çalışmalarını aralıksız sürdürür. Bu resimler soyut olan boşluğun ve sonsuzluğun somutlaştırılmasına yönelecek ve Ankara'da kar resimlerine dönüşecektir (Giray, 298).

Gökyüzü, su, toprak ve tekne iskeletleri yaşamı ve mekanı tanımlayan öğeler olarak Turan Erol eserlerinde yerini bulmaktadır. Sezgisel bir bakış açısıyla tüm yaşanmışlıkların gözümüzde canlanmasını sağlayan Erol, hem manzara hem de manzaraya ait olan realizmi izleyiciyle buluşturmaktadır. Yaşanılan şehrin tarihi dokusu, alışkanlıkları, iklimi ve mimarisi tüm gerçekliğiyle Turan Erol resimlerinde yerini almaktadır. Yaşamının, anılarının ve tüm sanatsal yolculuğunun birer deneyimi ve parçası haline gelen eserler sanatçının en yakın günlükleridir.

Turan Erol, 1970'lerde de gecekondulardan zeytin ağaçlarına, Bodrum'dan İstanbul Boğazı görünümlerine uzanan resim çalışmalarını aralıksız sürdürür. Zeytin ağaçları dizisinde, tuval yüzeyine egemen olan tek bir zeytin ağacı, kökleri, gövdesi ve yapraklarıyla doğayı ve yaşamı simgelemektedir. Bodrum, onun yaşamının büyük bir bölümünü geçirdiği, mavi ve beyazın egemen olduğu bu sahil şehri, mimarisi, doğası ve yaşam kesitleriyle Erol'un resimleri arasındaki yerini alır (Giray, 2020, 568).

Realiteyle buluşan yorumlamalar, birebir yansıtılmamıştır. Sanatçının gerek renk seçimleri gerekse fırçayı kullanım dili ifade üretimlerindeki çeşitlilik olarak izleyiciye yansımaktadır. Özellikle serbestçe biçimlendirilen lekeler formun kavranmasına yönelik araştırma pratikleriyle deneyimlenmektedir. Boyayı dokulu veya şeffaf kullanan Erol, ışık etkilerindeki geçişleri rengin tonalitesiyle biçimlendirmiştir. Giray'ın da değindiği gibi ışıkla biçimlendirilen imgeler lirik soyutlamalara varmaktadır;

1950-1960 arasında Erol'un resimlerinde geometrik soyutlama başattır. Figüratif yorumun biçimsel yapısı, tuval yüzeyini kübik bölümlere ayırırken, köy yaşamı yerellik katar. Sert çizgilerin geometrik eylemi kısa sürer. Hemen ardından doğanın görsel dilini gizemli bir yalınlıkta aktaran, yumuşak renk lekelerinin dağılımına ağırlık veren Soyut Ekspresyonizme (Abstract Expressionism) yönelir. Doğanın görsel değerlerini renk lekelerinin ışığında algılayarak imgesel alanlara dönüştüren bu yapıtlar lirik soyut anlatımlardır (Giray, 298). Boyanın lekesel etkilerle zenginleşen plastik yapısı, Turan Erol'un sonraki dönem resimlerinde de, işlek bir yöntem olarak varlığını sürdürmüştür (Özsezgin, 136).

Renk, leke ve çizgiyi kendi üslubuyla şekillendiren Turan Erol gözlemlemiş olduğu yurttan şehir manzaralarını serbest biçimlendirme diliyle buluşturmuştur. Özellikle boya, renk ve leke kullanımı konusunda katı bir biçimcilikten uzaklaşarak, lirik ve dinamik olan bir üsluba yönelmiştir. Şüphesiz doğaya ait olan real görünümlerin aktarılmasında yorumlama sürecine

gidilmesinde özgün arayışlarda etki alanına giren soyut dışavurumculuğun da etkisi büyüktür. Sanatçının doğaya ait izlenimleri ve şehir günlükleri eser incelemeleri aracılığıyla birinci bölüm içerisinde aktarılacaktır.

1. DOĞA GÖRÜNÜMLERİ ÜZERİNE İNCELEMELER

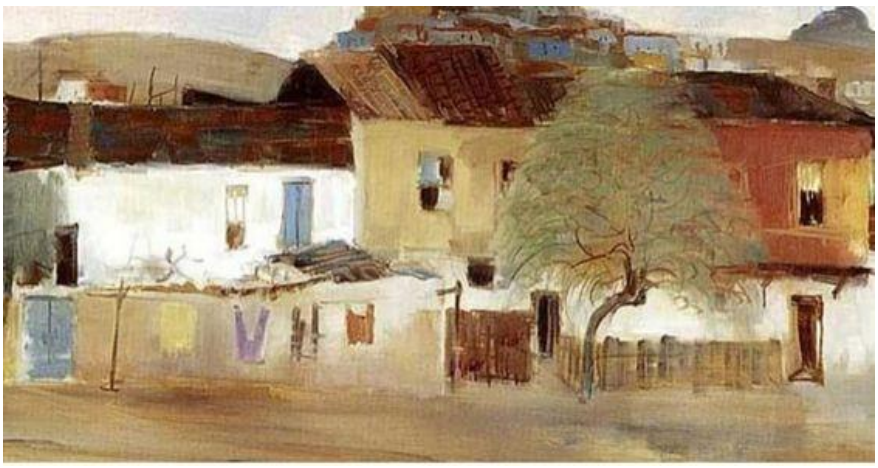
Yöresel değerleri doğa görünümleriyle harmanlayan Turan Erol; şiirsel, lirik ve romantik bir anlayışla eserlerini biçimlendirmiştir. Biçimlendirmede nesnelerin sınırlarını daha ifadeci bir anlayışla belli belirsiz aktarmıştır. Keskin konturlardan uzak olan sanatçı, şehirlerin kültürel mimarisini, ekonomisini eserlere yansıtmış, çizgiyi, rengi ve lekelerini manzaranın atmosferik ortamına göre şekillendirmiştir.

Lekeci anlayışın egemen olduğu sanatında konuları arasına aldığı köylü temasını, köy doğasının lirik bir yansıması olarak bu temaya yaklaşır. 1960'lı yıllarında lekeci anlayışının yumuşak bir etki taşıdığı ve bunun renkçi bir yaklaşımla bütünleştiği gözlemlenir onun resimlerinde. 1980'li yıllarda motifleri, işlediği Bodrum resimleri işlemiştir (Hanay, 2009: 139).



Görsel 1. Turan Erol, 18x27 cm., Kağıt Üzerine Karışık Teknik, 1980.

Turan Erol doğa görünümlerinden sunduğu bir kesitin eskizini sulu boya ile renklendirmiştir. Yerleşime ait içerik net bir biçimde seçilmektedir. Ağaçların ve dağların bir bölümünün görüldüğü desende sanatçının içsellikle aktardığı şiirsellliği çizgi diline de yansımıştır. Öyleki çizginin vurgusu bazı yerlerde daha baskın bazı yerlerde ise daha flu şekilde resmedilmiştir. Mekanda yer alan duvarların bir bölümü daha net bir biçimde algılanırken, bir bölümü detaydan ve netlikten uzaktır. Turan Erol; çatıların ayrıntılarına değinmesiyle birlikte daha geometrik bir kurgu üzerine yapılandırılmış desende lirik çizgi üslubuyla ve yer verdiği çatı detaylarıyla da izleyicide bütüne yönelen bir algı oluşturmaktadır (Görsel 1).



Görsel 2. Turan Erol

Turan Erol'un gecekondulardan esinlendiği kesitte kompozisyon devam eder bir biçimde gösterilmiştir. Bir ya da iki katlı olan evler lekesel bir biçimde aktarılmıştır. Turan Erol'un genellikle gecekondu eserlerinde yoğunlaştığı renk birliktelikleri sanatçının izlediğimiz eserinde de karşımıza çıkmaktadır. Kahve tonları, sıcak hardal sarıları, turuncular ve kiremit kahve tonları ile birlikte resmedilmiştir. Daha monokrom tonların yer aldığı eserde beyaz renk kullanılarak vurgu güçlendirilmiştir. Evlerin pencereleri, kırmızı çatıları, asılan çamaşırlar detaydan uzak ve lekesel biçimde aktarılmıştır. Kompozisyonun arka planında daha flu ve istiflenmiş gecekondu görünümüne de yer verilmiştir. Evlerin görünümünü kompozisyon açısından dengeleyen ağaç ise yatay geometrik düzeni daha dikey bir öğe olarak dengelemektedir (Görsel 2). Kaynar ve Dalkıran'ın da değindiği gibi Turan Erol; şehirleri gözlemleyip özellikleriyle eserlerine aktarmaya çalışmıştır.

Turan Erol da, yumuşak renk lekelerinin hakimiyetinin görüldüğü gecekonduları konu aldığı resimlerinde kırsal kesim insanının, büyük şehirlerin çevresinde odaklaşan yaşam özelliklerini sergileyen önde gelen Türk ressamlarındandır (Kaynar, Dalkıran, 2020: 395).



Görsel 3. Turan Erol, "Ankara'dan", 34,5x45 cm., Karton Üzerine Yağlı boya, 1927.

Toplumsal gerçekçi eğilim ve köylü teması sanatçının eserlerine daha çok mekan anlamında yansımıştır. Gerçekçi eğilimler mekanlarda yaşamın tanığı olarak kültürün, bireylerin izlerini yansıtmaktadır. Sanatçının gecekondu ve köy serilerinden olan eserlerinden birisi olan "Görsel 3"ün daha yalın ve öğelerden arındırılmış ve birbirine yakın olan tonlarla resmedildiği görülmektedir. Turan Erol'un diğer eserlerinde görülen kahve ve bej tonları ile tamamlanmış olan eserde gökyüzü kapalı tonlarda geçişlerle birlikte aktarılmıştır. Resmin renk atmosferi ve renk uyumuna göre şekillenen gökyüzü, toprak ve su deneyimleri, bu eserde zemine daha sıcak turuncularla yansımıştır. Turan Erol'un yalın manzara eserlerinden birisi olan "Görsel 3"te geometrik yapılarla aktarılan kompozisyon durgun olan zemin ve gökyüzünün aksine resme hareket getirmiştir. Evlerin olduğu bölümde kullanılan daha çok leke ve çizgi bütünlüğü resmin dinamik yapısına katkıda bulunmaktadır. Çatılarda yer alan birkaç detay izleyiciyi yönlendirerek evlerin olduğu izlenimini göstermektedir. Çatıdaki detayların olmaması durumunda oldukça serbest biçimlerin leke ile tanımlandığı soyut bir kompozisyonla karşılaşmamız mümkün olurdu. Bedri Rahmi Eyüboğlu ve Onlar Grubu temsilcileri arasında sıkça karşımıza çıkan gecekondu teması üslup açısından her sanatçıda farklılıklar göstermektedir.

Bedri Rahmi ve sonradan Turan Erol gibi sanatçıları bu temaya yönelten duyarlılık bu gecekondu romantizminden hayli izler taşıyan özellikler gösterir. Birinde renk-benek şıklığı yapılmakta işe yarayan gecekondu teması, diğerinde Altındağ yamaçlarını bezeyen şema zarifliklerine alet olmaktadır. Gecekondu sorununun Türk romanına yansıyan cephelerine de bir göz atılabilir elbet ve bu alanda ulaşılan başarının resimdekini pek de aşmayan birtakım fantezilerle birleştiği, feerik bir atmosfer yaratma eğilimine bile vesile olduğu söylenebilir (Tansuğ, 1995: 60).

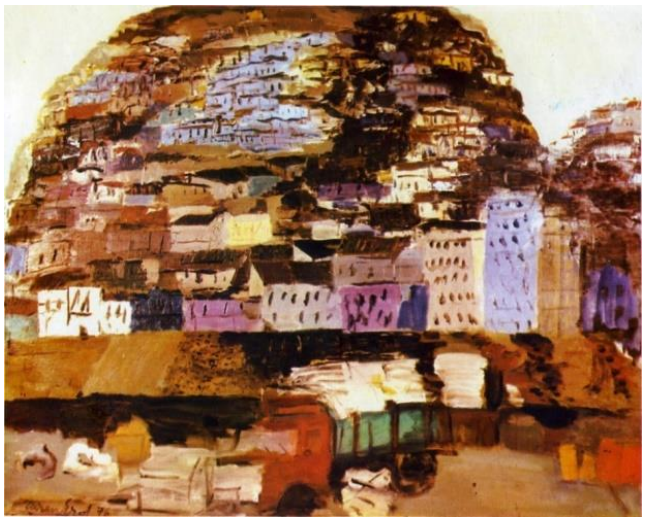


Görsel 4. Turan Erol, 64x78 cm., Duralit Üzerine Yağlı boya, 1975.

Turan Erol'un manzara görünümlerinden daha dışavurumcu fırça darbeleriyle oluşturduğu "Görsel 4"te yoğun boya kullanımı dikkat çekmektedir. Eserde görülen mavi gökyüzü, kahverengi zemin klasik resim anlayışına ait öğeler olmakla birlikte, ifadeci bir biçimde aktarılmıştır. Gökyüzündeki mavilik ve beyaz evler sıcak yaz gününü temsil etmektedir.

Resmin merkezinde görülen ağaç ise yeşilin tonları ile birlikte birbiri içerisine geçmiş boyalarla birlikte izlenmektedir. Daha serbest lekelerle biçimlendirilmiş ağacın lirik bir biçimde aktarıldığı izlenmektedir. Resmin orta bölümünde yer alan açık krem ve turuncu tonları ise resmin sıcak renk etkisini güçlendirmektedir. Çizgi ve leke bütünlüğünün birlikte yer aldığı eserde evlerin ve mekanın daha sadeleşmiş bir dil aracılığıyla aktarımı söz konusudur. Tansuğ'un da değindiği gibi Turan Erol seçtiği temalarda, temalardaki öğelerin biçimlendirilmesinde daha lirik bir üslup kullanmıştır.

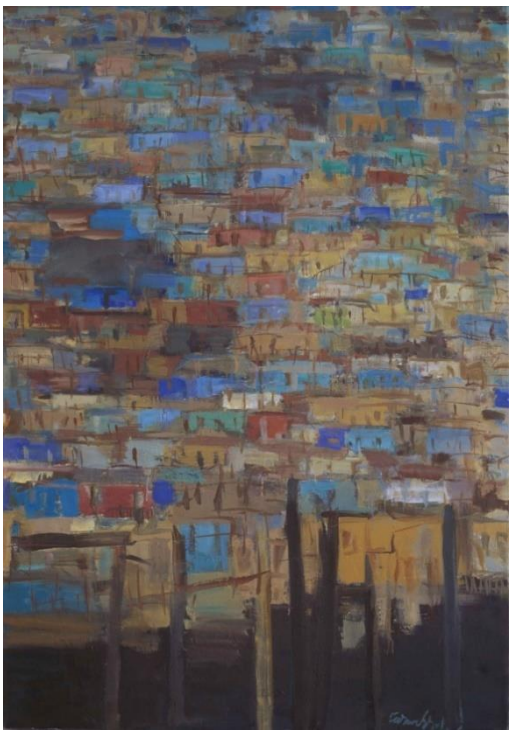
Turan Erol, seçtiği temalara şiirsel yaklaşımları olan bir sanatçıdır; fakat bu yaklaşımlar salt biçim öğeleri ve renk uzlaşımlarıyla sınırlı tutularak, dramatik yoğunlaştırmalardan kaçınılmıştır (Tansuğ, 2003: 284).



Görsel 5. Turan Erol, "Ankara Gecekonduları", 100x80 cm.

Ankara gecekondularından bir görünümün yer aldığı "Görsel 5"te evlerin kümelenmiş bir biçimde yığıldığı görülmektedir. Üst üste dizilen evler farklı renk birlikteliklerileyle ayrıntıdan uzak lekeler biçiminde aktarılmıştır. Lekelerle aktarılmış gecekondu görünümleri üzerinde çizgi ve noktaların birliktelikleri resmi daha hareketli kılarak bütünün algılanmasını da kolaylaştırmaktadır. Ön düzlemde izlediğimiz kamyon üzerinde istiflenmiş malzemeler, dağılmış çöpler ise yaşanılan anı temsil ederek ayrıntılardan uzak resmedilmişlerdir. Resmin genelinde görülen sıcak renkler ve kahve tonları nötrleşen gri ve mavilerle dengelenmektedir. Giray'ın da belirttiği gibi Turan Erol'un renk renk üst üste betimlenmiş evlerinde daha yalın ve sadeleşmiş görünümlerle yaşam ve doğa görünümleri aktarılmaktadır.

Gecekonduları konu alan resimlerinde, kırsal kesim insanının, büyükşehirlere göçünü ve varoşlarda kurmaya çalıştığı hayatını geçirdiği, tepelere üst üste yığılmış olan renk renk evlerini resimler. Erol'un yapıtlarında rengin görsel etkisi, lekenin soyut yalınlığı, boyanın arıtılmış dokusu yaşadığı kentlerin hayat kesitlerinde, doğa, insan, yaşam bağlamını yansıtan görünümlerdir (Giray, 2020: 563).



Görsel 6. Turan Erol

Resmin tüm yüzeyine yayılan gecekondu görünümünün yer aldığı "Görsel 6"da, izleyici ilk olarak leke ve çizgi bütünlüğüyle karşılaşmaktadır. Sanatçının ilk dönem eserlerine göre daha stilize ve yalınlaştırılmış evlerin, serbest leke ve çizgilerle aktarıldığı izlenmektedir. Özellikle ön planda yer alan kahverengi zemin ya da leke üzerinde beliren ve giderek silik hale gelen şiirsel bir serüvenle buluşmaktadır izleyici. İzleyeni içerisine alan ve düşündüren lekeler yığını sıcak tonlar ve soğuk tonların birlikteliği ile buluşmaktadır. Açık kahveler, turuncular, açık mavi tonları ile birlikte resmedilmiştir. Daha dışavurumcu bir tarzda ve özgün bir anlatım diliyle aktarılan eser ince detaylardan ve real görünümlerden uzaklaşarak resmedilmiştir. "Görsel 6"da görülen yayılmış lekeler ve istiflenmiş evlerin kompozisyonunun aksine, "Görsel 5"te daha uzak olarak resmin içerisinde belirtilmiştir.

Şüphesiz sanayinin ülke yüzeyine dengeli bir biçimde yayılamaması, sanayileşme sürecinin ısrarla büyük kentler kıyısında toplanarak denetimsiz büyük nüfus hareketlerine yol açılması, gecekondu birimlerinin oluşmasında etken olmuş ve bu olay giderek hava ve su kirliliğinin, kısaca çevre kirlenmesinin çok büyük boyutlar kazanması gibi diğer vahim sonuçları da beraberinde getirmiştir (Tansuğ, 1995: 60).

Doğanın her mevsime göre değişimine tanıklık ettiğimiz Turan Erol'un eserlerinde iklim doğa görünümleri üzerindeki etkisini göstermektedir. Karlı dağ manzarasının görüldüğü "Görsel 7" de Turan Erol merkeze aldığı dağı mavinin tonları ile betimlemiştir.



Görsel 7. Turan Erol

Gökyüzünün arasına bulutlara karışan maviler arasında nüansların geçişine yer verilmiştir. Boyanın şeffaf dokusu, fırçanın yatay ve dikey hareketleri esere hareketlilik kazandırmıştır. Zeminde görülen koyu renk arasındaki farklı yönlerdeki fırça hareketliliği resmin dinamik yapısına katkıda bulunmuştur. Zemindeki koyu renkten mavi renge geçişte boyanın daha doku ağırlıklı kullanıldığı görülmektedir. Sanatçı dağ temasıyla manzara resimlerine de farklı bir boyut getirmiştir. Dağ eserlerinde klasik manzara bakış açısının dışına çıkan bir yorumla sunulmuştur. Mekanda konumlandırılmış dağ, sanatçının söyleminin temsilcisidir, içsel dışavurumunu aktardığı imgedir. Aşkın bir yücelikle deneyimlenen imge dingin bir aurada yorumlanmaktadır. Giray'ın da değindiği gibi Turan Erol mevsimlerin ışık ve atmosferini manzaralarına yansıtmıştır.

Turan Erol 1960'lı yılların doğa soyutlamalarıyla resim sanatımızda yerini alır. Doğaya duyarlı olan Erol, doğa kesitlerinin manzaralarının soyutlamaları olan resimlerinde, mevsimlerin renklerini, ışığını ve atmosferini soyutlar (Giray, 34).

Turan Erol resminde öne çıkan manzara temasının farklı şehirlerde elde edilen deneyimleri boyanın güçlü diliyle ortaya çıkmaktadır. Sanatçı eserlerini boyayla yorumlamaktadır. Dış dünyayı kendi yorumuyla daha da görünür hale getiren Erol'un görsel deneyimleri doğayla buluşmaktadır. Kendi estetik bakış açısıyla yüzleşen Erol, Çağdaş Türk Resmi içerisinde manzara temasının biçimlendirilmesinde öznel bir bakış açısı sunmaktadır.

3. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Çağdaş Türk Resminde leke ağırlıklı oluşturduğu manzara resimleriyle bilinen Turan Erol, gözlemlemiş olduğu şehir deneyimlerini kendi üslubuyla yorumlayarak aktarmıştır. Sessiz doğa görünümlerini izleyiciye farklı kesitlerle aktaran Turan Erol, gökyüzünün her tonunun yansıdığı eserlerinde ifadeci bir yaklaşıma sahiptir.

Renk çeşitliliğinin hakim olduğu eserlerinde yalın ve sadeleşmiş lekesel görünümler serbest bir biçimde dönüştürülmüştür. Rengin, lekenin ve çizginin işlevi tüm detaylarından sıyrılarak

uygulanmıştır. Sanatçı ilk dönem eserlerinde natürmort ve figür içeriklerini kübizmle şekillendirmiştir. Tanıdık olduğumuz manzara görünümleri içeriğe göre renkleriyle çeşitlilik kazanmıştır. Yaz sıcaklığı, karlı soğuk günler ve gecekonduların dokusu Turan Erol resimlerine özgü bir auraya sahiptir. Renklerdeki uyum ya da zıtlık titizlikle seçilerek görsel değerlere adapte olmuştur. Derinlemesine incelenen bir duyarlılıkla oluşan manzaralarda, içselliğin yorumu ve ifadesi gizlidir.

Sanatçının kompozisyonlarının bütünü kavrayış biçimi, plastik öğelerdeki vurgulu dili, resminin temel niteliğini oluşturmaktadır. Bireylerin yaşamına doğa aracılığıyla ulaşmamızı sağlayan sanatçının eserlerindeki şiirsellik biçimlerin yüzeylerinin renkle buluştuğu anda başlamaktadır. İçsel duyumun malzeme aracılığıyla anlık deneyimleri coşkunun temsilcisidir. Sanatçının gecekonduları betimlediği eserlerinde ise manzara görünümleri yaşanılan zaman ve sosyal içerikle birlikte aktarılmaktadır. Yaşamın tüm gerçekleri ve detaylarını olduğu gibi aktaran Erol, tüm içselliğiyle doğaya ait olan görsel değerleri yalınlıkla aktarır. Turan Erol; ifadeci yaklaşımla dile getirdiği eserlerinde, şehirlerin dinamiğini ve sosyo-kültürel dokularını yansıtmış, yerel etkilerle birlikte figüratif ve non-figüratif etkilerin yer aldığı kompozisyonlar oluşturmuştur.

KAYNAKÇA

Erden, O., *Türk Resim Sanatı*, Tempo Yayınları, 2012.

Giray, K., *Türk Modernizminin Öncüleri*, Ziraat Bankası Koleksiyonundan Seçkilerle, t.y.

Giray, K., *Ankara Resim ve Heykel Müzesi Başyapıtlar,* Cilt II, Kültür ve Turizm Bakanlığı Güzel Sanatlar Genel Müdürlüğü Yayınları, 2020. https://arhm.ktb.gov.tr/repo/uploads/Catalog/26122020013018-a67cb2cc-c72c-41c5-981d-033034486e20.pdf (Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Giray, K., *Ziraat Bankası Koleksiyonu*, Cilt 2, Ankara: Ziraat Bankası Sanat Koleksiyonu, t. y.

Hanay, A., *1930 Sonrası Türk Resminde Köylü Teması*, Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Güzel Sanatlar Eğitimi Anabilim Dalı Resim-iş Eğitimi Bilim Dalı, Resim Bölümü, Edirne, 2009.

Kaynar, Ü. S., Dalkıran, A., *Turan Erol Resimlerinde Lekesel Anlatım Bağlamında Şehir Teması*, Tarihin Peşinde -Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi- Yıl: 2020, Sayı: 23 Sayfa: 393-401, 2020.

Özsezgin, K., *Cumhuriyet'in 75. Yılında Türk Resmi*, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Tansuğ, S., *Türk Resminde Yeni Dönem*, Remzi Kitabevi, 1995.

Tansuğ, S., *Çağdaş Türk Sanatı*. İstanbul: Remzi Kitabevi, 2003.

GÖRSEL KAYNAKÇASI

Görsel 1. https://www.galerisoyut.com.tr/ngg_tag/turan-erol/#eser/turan-erol/22515(Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Görsel 2. https://tr.pinterest.com/pin/400116748149195486/(Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Görsel 3. http://www.rportakal.com/Contents/3/20111911212727_110TuranErol.jpg (Erişim Tarihi: 31.08.2023).

Görsel 4. https://www.galerisoyut.com.tr/ngg_tag/turan-erol/#eser/turan-erol/17322(Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Görsel 5. http://maksivizyon.blogspot.com/2015/04/turan-erol-eser-ve-biyografi.html(Erimi Tarihi: 23.08.2023).

Görsel 6. https://tamsanat.net/online/turan-erol-resim-sergisi/(Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Görsel 7. https://tamsanat.net/online/turan-erol-resim-sergisi/(Erişim Tarihi: 23.08.2023).

İHVÂN-I SAFÂ'NIN NEDENSELLİK HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİ

Doç. Dr. Fevzi YİĞİT
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İlahiyat Fakültesi, İslam Felsefesi Anabilim Dalı,
ORCID ID/0000-0001-9420-5186

ÖZET

Ülkemizde haklarında birçok çalışma yapılmış olmasına rağmen İhvân-ı Safâ'nın nedensellik görüşleri hakkında -bir tane yüksek lisans tezi dışında- herhangi bir araştırmaya rastlanılmamıştır. İş bu çalışma en azından bildiri seviyesinde böyle bir boşluğu kapatmak amacıyla hazırlanmıştır. İllet ve malul meselesi İhvân-ı Safâ'nın *Risaleler*'de kendisine müstakil bir risale ayırdığı önemli bir konudur. İslâm felsefesinin oluşum döneminde, felsefenin en önemli meselelerinden biri olan nedenselliğin İhvân-ı Safâ tarafından nasıl ele alındığını görmek önem arz etmektedir. Bu noktada İhvân-ı Safâ, kendilerinden önceki filozofların âlemin varlık nedeni ve hikmeti hakkında gerçeği yakalayamadıklarını zira onların tikel şeylerle boşuna uğraştıklarını dile getirir. Oysa İhvân-ı Safâ'ya göre nedensellik tümel bir mesele olup dış dünyanın gerçek anlamda mevcut ve bilinebilir olduğu kabulüne dayanır. Örneğin "tabiatta faydasız ve boş yere yaratılmış bir şey olmadığı" düşüncesi nedensellik teorisi ile uyumlu tümel bir kaidedir. İhvân-ı Safâ'nın nedensellik teorisinde Aristoteles'i takip ettikleri ancak illeti sadece hareket ettirici sebep olarak değil var kılıcı bir neden olarak yorumladıkları görülür. Bu durum onların temel felsefî tutumları olan Tanrı anlayışına uygundur. Pisagorcu felsefenin güçlü bir şekilde etkisinde kalan İhvan-ı Safâ'ya göre İlk Neden sayılardan bir ile eşleştirilebilir. Bütün sayıların birden çıkması gibi bütün âlem de bir olan Tanrı'dan meydana gelmiştir. Buna göre âlemi oluşturduğu görülen mevcutların kendileri olmaları açısından gerçek bir etki ve güce sahip olmadıkları söylenmelidir. Dört neden teorisini aynen kabul eden İhvân-ı Safâ bunlar içerisinden özellikle fail nedene ilgi duyar. Âlemin hudûsuna kail olan topluluk sudûr sürecini nedensellik prensibi bağlamında izah eder. İhvân-ı Safâ nedensellik araştırmasını gerçek bir araştırma olarak görür ve bunu nesnelere sebeplik ve kategorik içerikli sorular yöneltmekle yapmaya çalışır.

Anahtar Kavramlar: İslâm Felsefesi, İhvân-ı Safâ, Nedensellik, İllet, Sebep.

VIEWS OF IHKVAN-I SAFA ON THE CAUSALİTY MATTER

Abstract

Although many studies have been conducted about Ihkvān-ı Safā in our country, apart from one master's thesis, no research on the views of Ihkvān-ı Safā on causality has been encountered. This study aims to fill this gap at least at the level of a conference paper. The issue of cause and effect is an important subject that Ihkvān-ı Safā dedicated a separate treatise to in their "Risaleler". Understanding how the concept of causality, one of the most significant issues in

Islamic philosophy's formation period, was addressed by Ihkvan-ı Safa is of great importance. In this regard, Ihkvān-ı Safā expressed that the philosophers before them failed to grasp the essence and wisdom of the universe, as they were preoccupied with individual things in vain. However, according to Ihkvān-ı Safā, causality is a universal matter based on the acceptance that the external world truly exists and can be known. For instance, the idea that "there is no useless and purposeless thing in nature" is a universal principle in harmony with the theory of causality. Ihkvān-ı Safā's theory of causality follows Aristotle, but they interpret the cause not only as a motive cause but also as an essential reason for existence. This perspective aligns with their fundamental philosophical understanding of God. Ihkvān-ı Safā, heavily influenced by Pythagorean philosophy, believes that the First Cause can be associated with the number one. Just as all numbers emerge from one, the entire universe has come into being from the one God. Therefore, the existing entities that appear to constitute the universe should not be considered to possess real effect and power in themselves. Ihkvān-ı Safā, who accepts the theory of the four causes, shows a particular interest in the efficient cause. The group that argues for the origin of the universe tries to explain the process of origination in the context of the principle of causality. Ihkvān-ı Safā considers causality research as a genuine investigation and attempts to conduct it by directing questions toward objects with objectivity and categorical content.

Keywords: Islamic Philosophy, Ihkvan-ı Safa, Causality, Cause, Reason.

Giriş

Bu çalışmada orta çağ İslâm dünyasında ortaya çıkan meşhur felsefe topluluğu İhvan-ı Safâ'nın nedensellik teorisi araştırılmıştır. İhvân-ı Safâ, nedensellik konusuna müstakil bir risale ayırmakla konuya verdikleri önemi göstermişlerdir. Bu risale incelenince onların nedensellik teorisini temel felsefî amaçlarına uygun biçimde ele aldıkları ve bunu da felsefe ile dinin mutabakatının sağlanması amacına yönelik olarak tesis ettikleri görülür.

İhvân-ı Safâ'nın nedensellik teorisinin doğru anlaşılabilmesi için öncelikle şunu ifade etmeliyiz ki onların herhangi bir mesele hakkında ulaştıkları kanaat, felsefe ve din ikilisinden hangisini esas aldıklarına bağlı olarak şekillenmektedir.[1] Bu noktada onların nedensellik prensibini aklî ve evrensel bir ilke şeklinde yorumlamadıkları söylenebilir. Esasında İhvân-ı Safâ felsefenin konusunu Tanrı olarak belirlemekte ve onu "insanın gücü ölçüsünce Tanrı'ya benzemesi" şeklinde tanımlanmaktadır. Öyleyse felsefe bir tür kurtuluş yolu, yükseliş, nur, aklın anahtarı, hayat ve salahın kendisi gibi niteliklerle betimlenebilir.[2] Teorik ve pratik yönleri bağlamında felsefe insanı işlerinde hakîm, bilgisinde muhakkik ve ahlakî eylemlerinde iyi kılar.[3] Şu hâlde felsefe insanı fail nedene ulaştıran araç olarak tanımlanabilir.[4]

Öte taraftan İhvân-ı Safâ'nın nedensellik teorisi kozmolojik bir temele sahiptir. Buna göre sudûr ve hudûsu anlamak için nedensellik fikrini kabul etmek gerekir. Ayrıca matematik yöntem sudûrun anlaşılmasının yollarından birisidir. Matematik ilmi, "çokluğu" "birliğe" irca

[1] Ian Richard Netton, "İhvan-ı Safâ", çev. Şamil Öçal-Hasan Tuncay Başoğlu, ed. Seyyid Hüseyin Nasr-Oliver Leaman (İstanbul: Açılım Kitap, 2007), 1/274; Birgül Bozkurt, "İhvân-ı Safâ'da Ontolojik Uyum-Teleolojik Bağlam", *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/19 (2018), 56.
[2] Bayram Ali Çetinkaya, *İhvân-ı Safâ'nın Dinî ve İdeolojik Söylemi* (Ankara: Elis Yayınları, 2003), 205.
[3] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'* (Kum: Mektebü'l-İ'lami'l-İslâmî, 1405), 3/381.
[4] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 4/195.

edebilecek ve bu sayede evrensel ahenk ve düzeni açıklayabilecek bir bilimdir. Şöyle ki, sayıların bire bağlı olması gibi mevcutlar da Tanrı'ya bağlı olmakta; başka bir deyişle gerçek illet, mevcutları örneksiz ve ilk olarak meydana çıkarmakta tıpkı birden diğer sayıların çıkması gibi ondan diğer mevcutlar sudûr etmektedir. Başka bir deyişle her şeyin nedeni olan Tanrı varlığın fevkinde görülmekte ve Tanrı diğer varlıklar gibi varlıkla nitelenmemektedir. Tıpkı bunun gibi Tanrı'yı simgeleyen bir sayısı da sayı kategorisinde değerlendirilmemektedir.[5]

İhvân-ı Safâ, bilgi felsefesinde nedenselliğe dayanır. Buna göre her ne kadar bilgi duyular, akıl ve manevi aydınlanma yoluyla elde edilse de aydınlanmak isteyen ve eşyanın hakikatlerini bilmek isteyenin öncelikle mevcutların nedenlerini ve yaratılmışların sebeplerini bilmesi gerekir. Bunun için insan kalbinin dünyalık gailelerden boş, nefsinin temiz, anlayışının dakik, aklının açık, ahlakının temiz, zihninin mezhep taassubundan ve asabiyetten uzak, kalbinin bozuk inançlardan arınmış, ilimleri tahsil etmiş ve en önemlisi metafizik ilmini öğrenmiş olması gerekir. Metafizik ilmi, diğer ilimlerin tahsil edilme nedenidir. İllet ve nedensellik konusu da metafizik ilminin önemli meselelerinden biridir. [6]

1. İhvân-ı Safâ'da İllet ve Çeşitleri

İhvân-ı Safâ, önceki filozofları âlemin varoluşuna dair hikmet ve illeti kavrayamadıkları için eleştirir. Çünkü önceki filozoflar araştırmalarını cüzi şeylere yöneltmişler ve sadece şeylerin özel nedenleri hakkında araştırma yapmışlardır. Oysa küllî şeylerin illetleri, cüzilere nazar edilerek bilinemez. Yine nedenlerin kendisinden sona erdiği Bârî Teâlâ'nın fiillerindeki gayesi cüzi değil tam aksine küllî faydalandırma ve genel maslahata dayanır.[7]

İhvân-ı Safâ aklın eşyanın hakikatlerini kavrayabileceğine ve âlemde sâri nedensellik yasasının mevcudiyetine kaildir.[8] Buna göre tabiatta boş ve faydasız bir şey yaratılmadığı gibi gerçek bir filozofun eşyanın hakikatine, cins ve türlerine dair elde ettiği bilgi de doğru bir bilgidir.[9] İhvân-ı Safâ nedensellik meselesini eşyanın hakikatlerini araştırmak olarak yorumlar. Onlar bunu sağlamak için bazı sorular sorarlar: Nedenler var mıdır? Varsa nedir? Kaç neden vardır? O hangi şeydir, nasıldır, nerededir ve ne zaman ortaya çıkar?[10] Bunlar eşyanın farklı yönlerini ortaya koyuyor gibi görünse aslında hepsi eşyanın gerçek illetini ortaya koymak için sorulur.[11] Hâsılı bir şeyi bilmek o şeyin illetini bilmektir. Öyleyse illet nedir?

Risaleler'de illet ve malul kelimelerinin tanımlarını birkaç defa veren İhvân-ı Safâ'ya göre illet "kendisinden başka bir şey oluşmasını gerektiren sebeptir."[12] Yine illet, bir şeyin başka bir şeyin icat sebebi olması şeklinde tanımlanabilir. Bir şey kendi tabiatı dolayısıyla etki gösteriyorsa ona

[5] Metin Koçhan, *İhvân-ı Safâ Felsefesinde Varlık-Matematik İlişkisi* (Mardin: Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015), 141-142.
[6] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/348, 3/376.
[7] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/366.
[8] Bayram Ali Çetinkaya, "İhvân-ı Safâ Düşüncesinde Temel Tasavvufî Kavramlar ve Meseleler", *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/2 (2005), 221.
[9] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/347.
[10] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/345.
[11] İhvân-ı Safâ, *İhvân-ı Safâ Risâleleri*, çev. Ali Durusoy vd., ed. Abdullah Kahraman (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014), 5/259. Bu eser bundan sonra İhvân-ı Safâ, *Risâleler* şeklinde kısaltılacaktır.
[12] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358.

illet denirken dışarıdan bir aracı sayesinde etki gösteriyorsa buna sebep denir.[13] Görüldüğü üzere İhvân-ı Safâ gerçek illeti meydana getirme ve etki göstermeyle tanımlamaktadır. Başka bir ifadeyle illet olmanın temel niteliği, malulün illetten varlık alarak meydana gelmesidir. İlletten malule doğru gerçekleşen meydana getirişler denge noktasına ulaşana kadar sürer.[14]

İlletin meydana getirdiği şeye malul veya meful denir. İlletin izleri malulde bulunur.[15] Aslında illet ve malul arasındaki ilişki ilk ile ikinci arasındaki ilişki gibidir.[16] Malul, herhangi bir sebepten dolayı oluşan ve var olan şeydir.[17] Malule bu ismin verilmesinin nedeni, kendisini bir illetin öncelemesidir. Yani malul ontolojik olarak illetten sonradır ve onun edilgenidir.[18] Hepsi yapım işi olan dört çeşit malul vardır: 1. İnsan yapımı işler. 2. Tabiatın eseri olan şeyler: maden bitki ve hayvan gibi. 3. Basit nefsin eseri olan felek, gezegen ve rükün gibi işler. 4. İlahî ve ruhanî işler: heyûlâ, mücerret sûret, nefis ve aklın işleri gibi.[19]

İhvân-ı Safâ, Aristotelesçi meşhur dört illeti kabul eder. Bunlar şunlardır: Fail, heyûlâ (madde), sûret ve tamamlık (gaye). Yatağın fail illeti marangoz, heyûlânî illeti ahşap, sûreti dik dörtgenlik, tamamlık illeti ise yatmaktır.[20] *Risaletü'l-Camiâ*'da ise masa örneği verilir. Masanın fail illeti marangoz, maddî illeti kereste, sûrî illeti dik dörtgenlik ve kendisine ait şekil, tamamlık illeti ise yazı yazmaktır.[21]

Bir yerde cismin nedenlerini madde ve sûret olarak tanıtan İhvân-ı Safâ, başka bir yerde cismin fail illeti olarak Tanrı'yı, sûrî illeti olarak aklı gösterir. Heyûlâ (madde) nefis için yaratılmıştır ki böylece nefis sanatını maddede gösterebilsin. Buna göre Tanrı küllî maddenin fail illeti, küllî akıl sûrî illeti, küllî nefis ise tamamlık yani gaye illetidir. Küllî nefsin iki illeti vardır: Tanrı ve küllî akıl. Küllî aklın illeti ise sadece Tanrı'dır. Tanrı akla cömertlik, kalıcılık, tamlık ve yetkinliği bir defada vermiştir.[22]

İhvân-ı Safâ dört neden dışındaki diğer nedenleri aracı nedenler olarak isimlendirir ve bunları fail nedeninin işlerini görebilmesi için gerekli şartlar olarak değerlendirir. Onlara göre bir insanın eylemini gerçekleştirebilmesi için altı şeye ihtiyaç duyulur: Heyûlâ, mekân, zaman, organ, alet ve hareket. Nefsin eylemlerini yapabilmesi için heyûlâ ve harekete ihtiyaç duyar. Her tabiî iş ise dört şeyi gerektirir: Heyûlâ, mekân, zaman ve hareket. Şu hâlde her tabiî fail heyûlâ ve harekete muhtaçtır. Bârî Teâlâ ise bunlardan hiçbirine muhtaç değildir çünkü onun fiili ibdâ ve ihtiranın kendisidir.[23]

Heyûlâ (madde) İhvân-ı Safâ tarafından en, boy ve derinliği meydana getiren basit bir cevher olarak tanımlanır.[24] Sûret ve formdan hâli bir cevher olarak heyûlânın temel özelliği kabul

[13] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/221.
[14] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/267, 351.
[15] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/21.
[16] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/224.
[17] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358.
[18] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/267.
[19] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358.
[20] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358-359.
[21] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/352.
[22] İhvân-ı Safâ, *Risâleler*, 5/352-353; Enver Uysal, *İhvân-ı Safa Felsefesinde Tanrı ve Alem* (İstanbul: Marmara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1998), 90-91.
[23] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358-359.
[24] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/352.

edicilik ve edilgenliktir. Yani fail illet olmadan heyûlâ sûreti kabul edemez.[25] Heyûlâ sûreti kabul eden basit cevher iken sûret ise şeyin neliğidir, onun ismini belirler, bilfiildir ve onun varlığını devam ettirmesinin nedenidir.[26] Heyûlâ ve sûretin terkip (mürekkep) olmasıyla meydana gelen şeye cisim, gerçekleşen bu duruma kevn veya yaratma denilir. Kevn şeylerin yokluktan varlığa çıkartılmasıdır.[27]

İhvân-ı Safâ "*Biz gökleri ve yeri ancak hak olarak yarattık, fakat onların çoğu bunu bilmez*" (Duhân, 44/39) âyetindeki hakkı her mevcudu kaim kılıp tamamlayan sûret olarak yorumlar. Örneğin insanı insan kılan gerçeklik (hak) ondan ayrılınca insan bedeni çürür gider.[28] Âlemin sûretleri onun yaratmasının tamlığına ve uygunluğuna dayanır. Âlemin cüzleri arasında bir öncelik ve sonralık ilişkisi vardır ki bu, sayılar arasındaki öncelik ve sonralığa benzer. Âlemin cüzlerini temelde cismanî ve ruhanî olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür. Cismanî âlemi kuşatıcı felek, diğer felekler, yıldızlar, unsurlar ve bileşikleri oluşturur. Akıl, nefis ve sûretler ise ruhanî âlemi meydana getirir.[29]

İhvân-ı Safâ'nın nedensellik teorisinin merkezinde fail illet vardır ve dolayısıyla üzerinde en çok durulan illet, bu illettir. Fail illete dair en önemli iki mesele onun sayısı ve nasıl bir fail olduğudur. Buna göre fail nedenin iki tane olduğunu bunlardan her ikisinin etkin olduğunu savunanlar, Zerdüşt ve Maniheizm dininde olduğu gibi, iyilik ve kötülük Tanrısını ihdas edenlerdir. Failin birinin aktif diğerinin pasif olduğunu savununlar ise Yunanlılardır. Onları bu görüşe iten sebep âlemdeki noksanlık ve eksiklikleri Tanrı'dan uzaklaştırıp heyûlâya nispet etmek gayretidir.[30] İhvân-ı Safâ'ya göre ise doğrusu failin tek olmasıdır. Fail yani Bârî Teâlâ her şeyin ve her mevcudun varlık sebebidir. Buna göre Onun yaratması ve sanatı sanatkarın kendindeki sûretleri izhar edip heyûlâya nakşetmesi şeklinde gerçekleşir.[31]

İhvân-ı Safâ'ya göre düşünürlerin çoğu Tanrı âlem ilişkisini usta ile bina, yazar ile kitap ilişkisine benzetmektedir. Bu vehim ve zan eseri olan düşünce âlemin, Tanrı'ya karşı ontolojik bağımsızlığı anlamına gelir. Zira bina denilen şey aslında tuğla, taş, tahta gibi mevcut unsurların terkibinden ibaret iken kitap ise meydana geldikten sonra yazarına ihtiyaç duymamaktadır. Oysa âlemin hudûsu ve icadı yokluktan varlığa doğrudur. Buna göre Tanrı âlem ilişkisine dair yapılacak doğru benzetme "konuşan ile konuşma" benzetmesidir. Zira konuşan kaybolsa konuşma da kaybolmaktadır.[32] İhvân-ı Safâ bu duruma şu âyeti delil getirir: "*Doğrusu, zeval bulmasın diye gökleri ve yeri tutan Allah'tır. Eğer onlar zevale uğrarsa O'ndan başka, and olsun ki onları kimse tutamaz."* (Fâtır, 35/41)

İhvân-ı Safâ, failin fiilini izhar etmesinde aracı nedenlerin varlığı ve etkisi kadar mâni ve engellerin kaldırılması gerektiğini de savunur. Buna göre failin fiilini eylememesinin ve işini sağlam bir şekilde yapamamasının farklı nedenleri vardır: Bazen bu durum failin gücünün zayıflığı ve bilgisinin azlığından, bazen âlet ve edevatın yokluğundan, bazen mekân, zaman ve

[25] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/369.
[26] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/385.
[27] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/386-387.
[28] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/353.
[29] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/361.
[30] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/371-372.
[31] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/358, 386.
[32] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/350-351.

hareketin yokluğundan ve bazen de heyûlânın yetersizliğinden kaynaklanır. Örneğin soğuk demir dövülmeyi, hava yazıyı ve bir bebek felsefe öğrenimini kabul edemez. Benzer şekilde Tanrı'nın İblis'i cehennemden çıkarması veya aynı anda hem ayakta hem de oturan birisini yaratıp yaratamayacağını sormak heyûlânın durumunu anlamamaktan kaynaklanır.[33]

Failin eylemlerinin şu dört gruptan birisine ait olduğu görülür: Birincisi insan yapımı olan kültür, sanat ve medeniyet ürünleridir. İkincisi tabiatta gerçekleşen hareket, oluş ve meydana gelişler. Üçüncüsü gök cisimleri ve evrenin diğer aktörlerinin yaptıklarıdır. Dördüncüsü ise akıllar, küllî nefs, ilk heyûlâ gibi mücerret varlıkların faaliyetleridir.[34] Tanrı'nın eylemi ise tektir ancak Onun eyleminin nesnesi olan *şey*de ikilik gizlidir. Bu ikilik bütün mevcutların esasıdır. Bu ikiliğin ne olduğu noktasından herkes kendince bir izah yapmış ve şunlar ortaya çıkmıştır: madde ve sûret, ışık ve karanlık, cevher ve araz, iyilik ve kötülük, ispat ve ret, olumlama ve olumsuzlama, ruhanî ve cismanî, kalem ve levha, feyiz ve akıl, sevgi ve üstünlük, hareket ve durgunluk, varlık ve yokluk, nefis ve ruh, oluş ve bozuluş, dünya ve ahiret, neden ve nedenli, mebde/başlangıç ve mead/son, tutma ve yayma.[35]

Bu ikili durum tamamlık/gaye nedene uygulanınca daha çok âlemin Tanrı karşısında konumlandırıldığı görülür. Yani Tanrı'nın âlemi meydana getirmesinin nedeni Tanrı'nın sahip olduğu hikmet ve âleme dair takdir edilen zamandır. Başka bir ifadeyle zaman söz konusuysa âlemin, Tanrı'nın fiilinin sonucu olarak bir tür yokluktan meydana geldiği yani ezelî olmadığı söylenmelidir.[36] Âlem ezelî olmadığına göre Tanrı'nın sanatının ürünüdür. Acaba Tanrı'nın bunda bir amacı var mıdır? Zira her bilgin sanatkarın sanatında bir amacı vardır. Amaç âlimin ilminde ve sanatkarın fikrinde iş ve eylemden önce bulunur; sanatkâr eylemini bunun için yapar, sanatkâr amacına ulaşınca fiilini durdurur ve işini bırakır.[37] İhvân-ı Safâ'ya göre Tanrı'nın âlemi yaratmasındaki amacı hikmetini gerçekleştirmektir. Meşhur "Ben gizli bir hazineydim; bilinmek istedim" kutsî hadisine işaretle İhvân-ı Safâ, Tanrı'nın yaratmasında ancak tümel bir gayeden bahsedilebileceğini dile getirir.[38] Bununla beraber İhvân-ı Safâ'nın bu konuda gerekli ve yeterli açıklamalarda bulunduğu söylenemez.

2. İhvân-ı Safâ'da Kozmolojik Nedensellik

İhvân-ı Safâ'ya göre nedenleri bilmek âlemin illetini ve ondan nasıl meydana geldiğini bilmektir. Buna göre onlar İlk illetten âlemin ortaya çıkmasını, sanatkarın zihninden eserlerin çıkmasına benzetmeyi doğru bulmazlar. Oysa yukarıda bu yönde bir düşünceye sahip oldukları söylenmişti. Denilebilir ki bu çelişik durum, onların sudûr ve hudûs düşüncesini cemetmeye çalışmalarından kaynaklanır. Zira sudûr esas alınınca Tanrı'nın âlemi bilmesi, bizim makulleri bilmemize benzetilemezken hudûs da ise Yaratan bize benzetilir.[39] Yine denilebilir ki onların sudûr ve hudûs teorisini beraberce savunması orijinal ancak derinleştirilmemiş bir felsefî tavır

[33] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/357-358.
[34] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/373.
[35] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/164.
[36] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 2/92.
[37] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/359.
[38] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/291-294.
[39] İhvân-ı Safâ, *Risâleler*, 5/260.

olarak kabul edilebilir. Sonrasında sudûr/ibdâ ve hudûs/halk şeklindeki ikili ayrımın İslâm filozoflarının genel kabulü haline dönüştüğü söylenebilir.

İhvân-ı Safâ'ya göre âlem zorunlu bir illet sayesinde var olur ve dolayısıyla onun ezelî olduğundan bahsedemeyiz. Başka bir deyişle âlem ezeli değil hâdis ve maluldür.[40] Âlemin meydana gelişini (hudûs) anlamanın en kolay yolu sayıların birden nasıl çıktığını anlamaktır. Bu yola "sayıların sûretinin niteliğini" anlamak yolu da denebilir. Tıpkı birin sayıların aslı, ilkesi ve menşei olması gibi Bârî Teâlâ "vücudun gayrı", mevcutların aslı ve illetidir. Bu açıdan vücut Bârî Teâlâ'nın zıttı ve mukabili değildir. Şayet Bârî Teâlâ'nın zıddı olsaydı bu yokluk olurdu; oysa yokluk bir şey ile değildir. Bu açıklamanın doğuracağı mahzurları gidermek için Bârî Teâlâ'nın, karışım ve kaynaşma olmaksızın her şeyde ve her şey ile olduğu kabul edilir.; tıpkı bir sayısının bütün sayılarla birlikte olması gibi. Nitekim bütün sayılar ortadan kalksa bir ortadan kalkmaz. Sonuç olarak sayılar içerisinde birin gerçekten var olan tek sayı olması gibi Bârî Teâlâ da gerçekten var olan tek şeydir. Eğer o olmasaydı hiçbir şey asla mevcut olamazdı.[41]

Yukarıda geçtiği üzere nedensellik teorisi illetin malulün varlık nedeni olduğu yönünde teşkil olunur. Buna göre Tanrı bütün varlığın sahibi olarak gerçek nedendir. Bu da fail illetin asıl illet olduğu ve diğer bütün illetlerin ise bağıl bağlantılar olduğu anlamına gelir. Yani mevcutlar illet malul ilişkisi içerisinde birbirlerine bağlıdır. Şu hâlde âlem; illet ve malul olmaklık, üstün ve aşağı olmaklık, aktif ve pasiflik yönünden derece olarak Tanrı'dan aşağıdadır. Bu noktada Tanrı sebeplik zincirinin doğrudan bir ferdi olmasa da İlk Nedenin varlık sebebi olması açısından zincirin tepesinde bulunur. Öyleyse Tanrı bütün mevcutların varlık, beka ve kıvam sebebidir.[42]

İhvân-ı Safâ kozmolojisinde sudûr süreci mevcutların ikiye ayrılması şeklinde teşkil olunur: küllî ve cüzi. Küllî olanlar en tam, yetkin ve yüce mevcutlar olarak varlık piramidinin üst kısımlarında bulunurlar. Aşağıya doğru yani en bayağı olana ulaşana kadar mevcutlar sistematik olarak tertip olunur ve en aşağıda olana ulaşılınca sudûr sona erer. Sudûr sürecinin sonunda en bayağı olandan en yüce olana doğru yükseliş hareketi başlar.[43] Buna göre varlık piramidi ters çevrilmiş bir görünüme sahiptir.[44] Burada küllî olandan kasıt zihinsel soyutlamayla elde edilen tümel değil daha tam ve yetkin olan genel varlıktır. Tanrı'nın her şeyin nedeni olması, bu anlamdadır. Bu önemli bir ayrım ve ayrıntı olup Eflâtuncu bir tutum olarak değerlendirilebilir.

İhvân-ı Safâ'ya göre sudûra neden olan mevcutlar şunlardır: Varlık piramidinin tepesinde Tanrı bulunur ve Ondan ilk sudûr eden mevcut faal/küllî akıldır. Tanrı'nın zâtı faal aklın varlığının, bekasının, sürekli feyiz vermesinin, tamam olmasının ve yetkinliğinin illetidir. Bu durum iki sayısının bir sayısına konumuna benzer. Çünkü sayılardan bire rütbe ve nispet yönünden en yakın olanı ikidir.[45] Faal akıl mücerret bir varlık olduğu için doğrudan cismanî âlemi meydana getirememekte bunun için küllî nefs ve heyûlâyı kullanmaktadır. Faal akıl aynı zamanda vahyin gelişinde etkindir.[46]

[40] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/26.
[41] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/347-349.
[42] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/295.
[43] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/359.
[44] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/60.
[45] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/349.
[46] Nusret Taş, "İhvân-ı Safâ Felsefesinde Faal Akıl Teorisi", *Beytulhikme* 13/1 (2023), 81.

İhvân-ı Safâ'ya göre Tanrı'dan sudûr eden ikinci mevcut nefistir. Nefis kâmil olmasa da tam ve kalıcıdır. Nefsin varlığının sebebi ve gayesi yani nefsin dönüp dolaşacağı ve sonunda kendisine dönüşeceği varlık akıldır. Üçüncü mevcut heyûlâ/madde olup ne tamdır ne de yetkindir; o sadece bakidir. Dördüncü mevcut ise tam, kâmil ve baki olmayan cisimdir. Kısaca akıl nefsin, nefis ise maddenin illetidir.[47]

Bu sayılan mevcutlar soyut ve ruhanî olup hepsi zamansız ve mekânsız olarak meydana gelirler. Bu tıpkı güneşin ışımasıyla bütün görünürleri görünür kılmasına benzer. İhvân-ı Safâ soyut ve ruhanî feyzin anlık olduğuna dair şu âyeti delil getirir: "*Emrimiz ancak bir tek emirdir. Göz kırpması gibidir. (Anında gerçekleşir.)*" (Kamer, 54/50) Aklın Tanrı'ya yakınlığı ise şu âyetle ispatlanır: *"Sana ruh hakkında soru soruyorlar. De ki: "Ruh (akıl), Rabbimin bileceği bir şeydir. Size pek az ilim verilmiştir."* (İsrâ, 17/85) Ruh her şeyin tekrar kendisine döndüğü asıldır. *"Bilin ki yaratma da emir de O'nun hakkıdır. Âlemlerin Rabbi olan Allah Yücedir."* (A'raf, 7/54) İhvân-ı Safâ bu âyetten hareketle yaratmayı (halk) cisimler, emri ise ruhanî cevherler için kabul eder. Ancak bu ayrım izafidir çünkü nihayetinde hepsi Tanrı tarafından gerçekleştirilir. Bazıları cismanî olanları Tanrı'dan ayrı, Ona ait değilmiş gibi zanneder. Oysa bu büyük bir yanılgıdır.[48] Onların bu tutumu Tanrı'yı varlık üstü bir özne olarak görmeleri durumunu dengeler. Hâsılı İhvân-ı Safâ'ya göre Tanrı aklın, akıl ise nefsin nurudur. İlk heyûlâ ise nefsin gölgesidir. Mücerret sûretler ise nefsin heyûlâ üzerine dokuduğu nakışlar, boyalar ve şekillerdir.[49] Var oluş ve varlığa geliş sûretler üzerinden gerçekleşir. Sûretler nedensellik bağı içerisinde ilk illette sona erer.[50] Tanrı, yoktan var ettiği mevcutlar aracılığıyla mevcudatı var kılmıştır. Ancak o sadece yaratıcı değil aynı zamanda mevcutları ayakta tutan ve onların varlıklarını sağlam kılandır.[51]

Sudûr sürecinde cismanî âlemi meydana getirmesiyle tabiata ait meydana gelişler zamana bağlı olarak ortaya çıkar. Tabiatta latif olan kesif olandan ayırt olur; gök cisimleri oluşur ve zamanla belirli bir nizam meydana gelir. Yani yaratılışın bu seviyesinde zaman ve mekân devreye girer. Bunun için Bârî Teâlâ'nın gökleri ve yeri altı günde yarattığı ifade edilmiştir.[52]

Tanrı sudûr sürecinde ilk âşık olunan ve arzulanandır. Sudûrun mukabili olan çıkış/urûç hareketinin ortaya çıkmasının nedeni de bütün mevcutların Tanrı'ya ulaşmak için duydukları arzudur. Bunu fıtrî bir aşk olarak değerlendirebiliriz. İnsan dışındaki bütün mevcutlar bu durumun zihinsel idrakine sahip değildir ve bu sayede yaratılış nizamına hizmet ederler.[53] Buna göre her şey ilk illete varmak ve ona yaklaşmak ister.[54] Allah Teâlâ küllî mertebede bulunan mevcutları cüzi olanların, yüce olanları bayağı olanların illeti kılmıştır. Bu nedenle bayağı olan şerefli olanın hizmetçisi, yardımcısı ve teshiri altındadır. Örneğin bitkiler hayvanların bekası

[47] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/335.
[48] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/352-353; Uysal, *İhvân-ı Safa Felsefesinde Tanrı ve Alem*, 90-91.
[49] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/352.
[50] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/203.
[51] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/249.
[52] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/352.
[53] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/370
[54] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 5/345.

için gıda kılınmıştır. Aynı şekilde hayvanlar insanların emrine verilmiştir. Yine nakıs insanların nefisleri kâmil olanların etkisi altındadır.[55]

Son olarak İhvân-ı Safâ nedensellik teorisini işledikleri risalede dini, felsefi ve diğer ilim dallarına ait birçok problem ve güçlüğün cevabını aramaya çalışır. Bunlardan bir tanesini örnek olarak buraya almak istiyoruz. Soru şöyledir. "İnsanların dil, renk, huy ve sûretlerinin farklı olmasının sebebi nedir?" İhvân-ı Safâ'ya göre Allah'ın hikmeti ile insanlar arasında ahlak ve huy farklılıklarının oluşmasının dört nedeni vardır: Bedenlerin bileşimi ve mizaçların karışımı; insanların yaşadıkları yerin toprağı, iklim ve zaman farklılıkları; insanların dini yaşantılarına, onları büyüten kimselerin adetlerinin yansıyışı ve son olarak doğdukları ve ana rahmine düştükleri andaki yıldızların konumu.[56]

Sonuç

İhvân-ı Safâ felsefe ve onun konularından birisi olan nedensellik meselesini tümel bir mevzu olarak görür. İhvân-ı Safâ'ya göre eskilerin, şeylerin nedenlerini tam olarak tespit edememesinin nedeni tikelleri araştırmaya yönelmeleridir. Tam olarak yerine getirdikleri söylenemese de İhvân-ı Safâ nedensellik hakkında tümel bir araştırma içerisindedir. Buna göre İhvân-ı Safâ'nın nedensellik teorisi, mevcutların gerçek anlamda var olduğu ve gerçekliklerini "neden" olarak kabul edilebilecek nihai şey olan Tanrı'dan (Bir) aldıkları yönündedir. Şu hâlde sayıların bir denilen hakikatten meydan gelmesi gibi bütün âlem Tanrı'dan sudûr etmiştir.

İhvân-ı Safâ felsefesi Tanrı-âlem bağlamında inşa olunmuş bir felsefe olup bunun da merkezinde nedensellik meselesi yer alır. İhvân-ı Safâ nedenselliği sudûr teorisinin temel ilkesi olarak kabul eder. Buna göre mevcutların dışında görülen Bir -yani Tanrı-, ilk neden olan küllî/faal aklı meydana getirir. Dolayısıyla görece çokluğun menşei bir açıdan bu akıldır. Küllî seviyede yer alan nefis ve heyûlânın ortaya çıkmasıyla cismanî âlemin meydana gelmesi için uygun zemin hazırlanmış olur. Burada dikkat çeken unsur Tanrı'ya ontolojik anlamda âlemin fevkinde bir mertebe verilmiş olmasıdır. Bu tutumun felsefî ve dini veçhelerinin olduğu söylenebilir. Bu tutumun, tevhidi anlayışın yok olmasına yol açmaması için sudûr eden mevcutların aslında gerçek bir çokluğa neden olmadığı, gerçekliklerinin Tanrı'ya, çokluk yönlerinin ise kendilerine ait olup hakikat içermediği söylenebilir. İhvân-ı Safâ'ya ait diğer önemli bir tutum ise Eflâtuncu anlamda Tanrı'ya daha yakın ve sudûrun ilkesi olan mevcutların daha tam ve küllî varlıklar şeklinde kabul edilmesidir. Bu anlayışın Eflâtun'un idealar anlayışının orijinal bir ifade biçimi olduğu söylenebilir.

İhvân-ı Safâ dört neden teorisini kabul etmekle kalmaz aracı ve hazırlayıcı nedenlere vurgu yapar. Araştırma ve ilgilerini fail neden üzerinde yoğunlaştıran İhvân-ı Safâ onu bütün nedenleri kendisinde toplayan neden olarak kabul eder. Hâsılı İhvân-ı Safâ'nın nedensellik ilkesini kabul ettikleri ve bunun genel felsefî görüşleriyle uyum içerisinde olduğu değerlendirilebilir. Ayrıca onlar nedensellik araştırmasını dinî ve kelâmî meselelere de uygular. İhvân-ı Safâ'nın nedensellik meselesini incelendiği kırkıncı risaleye bakılınca onların sadece dört neden teorisi

[55] İhvân-ı Safâ, *Resâ'ilü İhvâni's-Safâ ve hullâni'l-vefâ'*, 3/368-369.
[56] İhvân-ı Safâ, *Risâleler,* 3/306; Süha Aygören, *İhvan-ı Safa Risalelerinde Nedensellik* (Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019), 80.

üzerinden değil aynı zamanda bütün soru kelimeleri üzerinden araştırma yaptıkları fark edilir. Bu durum onların nedensellik teorisini ne kadar önemsediklerini de gösterir.

Kaynakça

Aygören, Süha. *İhvan-ı Safa Risalelerinde Nedensellik.* Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2019.

Bozkurt, Birgül. "İhvân-ı Safâ'da Ontolojik Uyum-Teleolojik Bağlam". *Şırnak Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/19 (2018), 27-59.

Çetinkaya, Bayram Ali. *İhvân-ı Safâ'nın Dinî ve İdeolojik Söylemi*. Ankara: Elis Yayınları, 2003.

Çetinkaya, Bayram Ali. "İhvân-ı Safâ Düşüncesinde Temel Tasavvufî Kavramlar ve Meseleler". *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi* 9/2 (2005), 205-261.

İhvân-ı Safâ. *İhvân-ı Safâ Risâleleri*. çev. Ali Durusoy vd., ed. Abdullah Kahraman. 5 Cilt. İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2014.

İhvân-ı Safâ. *Resâ'ilü İhvāni's-Safâ ve hullāni'l-vefâ'*. Kum: Mektebü'l-İ'lami'l-İslâmî, 1405.

Koçhan, Metin. *İhvân-ı Safâ Felsefesinde Varlık-Matematik İlişkisi.* Mardin: Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2015.

Netton Ian Richard. "İhvan-ı Safâ". çev. Şamil Öçal-Hasan Tuncay Başoğlu. ed. Seyyid Hüseyin Nasr-Oliver Leaman. 3 Cilt. İstanbul: Açılım Kitap, 2007.

Taş, Nusret. "İhvân-ı Safâ Felsefesinde Faal Akıl Teorisi". *Beytulhikme* 13/1 (2023), 67-86.

Uysal, Enver. *İhvân-ı Safa Felsefesinde Tanrı ve Alem.* İstanbul: Marmara Üniversitesi İlâhiyat Fakültesi Vakfı Yayınları, 1998.

MODERNİTE KISKACINDA İNANÇ DEĞERLERİMİZ

Doktor Öğretim Üyesi, Mehmet TAŞDELEN
Gaziantep İslam Bilim ve Teknoloji Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi, - ORCID ID 0000-0003-3770-0847

Özet

İnsan muhtaç bir şekilde yaratılmıştır. Toplumun içerisinde yaşayan insanın gereksinimleri bitmez bir şekilde devam etmektedir. Bu gereksinimleri daha da artıran, hayatın ayrılmaz bir parçası haline getiren ve birçok vesileyi içerisinde barındıran etkenlerden biri de modernleşmeyle ortaya çıkan modernitedir. Modernite günümüz insanını olduğu gibi inançlı Müslümanları da etkisi altına almaktadır. Bundan kaçınmak artık mümkün değildir. Çağımızın güncel ihtiyaçların yerine getirmede kolay ulaşılabilir ve konforlu bir hayat sunan modernitenin olumlu etkilerinin yanında dini ve inancını yaşamakta gevşeklik, samimiyetten yoksunluk, gösterişi ön plana alan ve netice de bencil kişilikli mü'min portresinin ortaya çıkmasına yol açan olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Bu çalışmada bu olumsuzlukların farkına varmayı ve buna karşı nasıl bir tedbir alınması gerektiği üzerinde durulmaktadır. İslâm inanç sistemi belli ölçüler koymak kaydıyla moderniteye ve modernleşmeye karşı değildir. Önemli olan inancının fonksiyonel gücünü artırıcı bir şekle çevirmeye vesile kılacak bir kullanımla moderniteye hâkim olmayı tavsiye etmektedir. Yoksa inancını ve manevî değerlerini kaybettiren modernleşme ve modernitenin yanlış anlaşıldığı ifade edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: İslâm, İnanç, Dünyevileşme, Modernleşme, Modernite.

Our Belief Values in the Clamp of Modernity

Abstract

Man was created needy. The needs of the people living in the society continue endlessly. One of the factors that increase these needs, make them an inseparable part of life and contain many occasions is the modernity that emerged with modernization. Modernity affects the faithful Muslims as well as today's people. It is no longer possible to avoid it. In addition to the positive effects of modernity, which offers an easily accessible and comfortable life in fulfilling the current needs of our age, there are also negative aspects that lead to the selfish personality of the believer, who are lax in living his religion and belief, lack of sincerity, showing off. In this study, it is focused on being aware of these negativities and how to take precautions against them. The Islamic belief system is not against modernity and modernization, provided that certain criteria are set. The important thing is to dominate modernity with a use that will enable it to transform the functional power of belief into an enhancing form. Otherwise, it is stated that modernization and modernity, which lose their faith and spiritual values, are misunderstood.

Keywords: Islam, Belief, Worldlization, Modernization, Modernity.

Giriş

İnsan yaratılış gereği tek başına olmayıp toplumsal bir varlıktır. Aynı zamanda insan yaratılışı icabı medeni bir yapısı da bulunmaktadır. Ancak bu yapıyı kullanıp geliştirebilmesinin yanında bunu nasıl kullanabildiği de önemlidir. Bu yapıyı kullanmasına eşlik edecek, yardımcı olacak ve önünü açacak önemli ve güncel etkenlerden biri de çağımız dünyasının vazgeçilmesi durumuna gelen modernleşme ve modernitedir.

18. yüzyıldan itibaren Batı'da (Avrupa ve Amerika) sosyal, siyasal ve ekonomik olmak üzere birçok yönden köklü değişimler yaşanmıştır. Bu değişimler sanayileşmeyle öncelikle şehirlerde etkili olmuş, demokrasi gibi kavramlarla ulus devletler teşekkül ederken tüketimi ve kendine bağlılığı gaye edinen kapitalizm gibi kavramlar tarihte yepyeni olgular ve oluşumlar şeklinde karşımıza çıkmıştır. Modernleşme kimliğine bürünen bu değişimlerle klasik ve geleneksel yapılar çözülüp etkinliğini kaybetmeye başlarken yerine modern, modernite, modernleşme ve modernizm kavramlarıyla süslenmiş yeni hayat tarzları empoze edilmeye başlanmıştır. Bu rüzgâr öyle bir esmeye başlamıştır ki Batı ile sınırlı kalmayıp 19 ve 20. yüzyıllarda bütün dünyada kendini hissettirmeye başlamıştır.[1]

Modernleşmenin bir ayağı olan teknik ve teknolojinin artmasıyla yaşantımızın her anı bundan etkilenmektedir. Bu etkiye kapalı olmak ise mümkün değildir. Nerde ve hangi durumda olursak olalım çağın getirdiği modernleşme bizi de bir şekilde içine almaktadır. Bu durumdaki insanın zahiri âlemdeki dünyasını etkileyen modernite, iç dünyası ve maneviyatını da etkilememesi söz konusu değildir. Bu nedenle bu etkinin olumlu veya olumsuz taraflarının olabileceği de yapılan araştırmalarla ortaya çıkarıldığı gibi günlük yaşantımızda da bunları gözlemlemek mümkündür. Modernitenin kaçınılmaz bir hayat tarzı haline geldiği artık herkesçe kabul edilen bir durumdur.

Modernleşme ve moderniteye kapalı olmayan İslam dini ve inanç sistemi bu konuda neyi tavsiye etmektedir. Diğer açıdan modernleşmenin inanç dünyamıza artı ve eksi anlamda ne gibi etkileri olması muhtemeldir? Soruları üzerinde durulması gereken güncel konulardandır. Bu çalışmada modernleşmenin neticesinde ortaya çıkan modernitenin bir mü'minin inanç dünyasına olan etkilerinden bahsedilmeye çalışılacaktır.

Kavramsal Çerçevede Modernite ve Modernleşme

Öncelikle şunu belirtmek uygun olacaktır. Modernite, modernizm ve modernleşme birbirine yakın anlamları içeren kavramlardır. Bu nedenle bu üç kavram birbiri yerine bazen yeni olanı ifade ederken bazen de modernite ve modernleşme modernizmin etkisinde kalarak yaşamsal bir duruma getirme şeklinde aynı anlamı ifade ederken modernizm ise yayılmacı bir akımı ifade ettiği söylenmektedir. Ancak bu üç kavramın genel yapısında olan şey şimdiki zaman veya çağın, geçmişe göre daha üstün, daha ileri ve daha gelişmiş olması anlamı taşımaktadır. (Demir. - Sesli, - Yılmaz, 2008: 77-78). Bu nedenle bu kavramlar birbiri yerine kullanılabilirken bunların yerine modernlik kelimesi de kullanılabilmektedir.

Kelime olarak "modern", Latince'de "hemen şimdi" anlamına gelen "modo"dan türetilmiş "modernus" tan gelmedir. (Kızılçelik ve Erjem, 1996: 385). Modernite veya modernleşme, asrîleşme olarak ifade edilebilecek çağdaşlaşma anlamına geldiği gibi yenileşme anlamın da

[1] Ömer Yıldırım, https://www.felsefe.gen.tr/modernlesme-nedir-ne-demektir/

gelmektedir. Modernleşme genel anlamıyla geri kalmış bir medeniyetin kendinden daha ileridekine ulaşmak için gösterilen gayretlerin ortak adı olduğu da kabul edilmektedir. (Doğan, 1996: 786; İnalcık, 1963: 626). Kavram olarak "modern" yeni olana, eski olandan farklılaşmış, ilerlemiş olana gönderme yapmaktadır. Modern, modernitenin motoru, itici gücü konumundadır. Bu nedenle modernite, gelenekseli değiştirme adına tüm boyutlarıyla genel bir dönüşüm projesi şeklinde anlaşılabilir. (Erol, 2016: 51).

Böylelikle modernleşme, toplumsal değişmeyi, toplumsal yapıyı oluşturan ilişkiler ağının ve bu ilişkileri belirleyen kurumların değişmesi yanında ekonomik olarak da değişmeyi ve dönüşmeyi ifade ettiği söylenebilir. Çünkü sosyal yapısı, birçok kurumsal alanı da bünyesinde barındırdığı için, değişme ister istemez bütün alanları değişik şekillerde etki altına almaktadır. Bu değişmenin mahiyeti tek bir şekilde olmayıp değişik ve farklı olabilmektedir. (Kongar, 1995: 227, 230; Eskicumalı, 2003: 15; Şallı, 2017: 59-60).

Modernleşmenin tarihsel arka planına bakıldığında özellikle 18 yüzyılın sonlarından itibaren dünyadaki egemen güçlerin toplumları kendi belirledikleri kuramlar çerçevesinde etki altına almak ve bu vesileyle kendi nüfuz alanlarını kendilerince devam ettirmek olarak anlaşılan ve devam eden modernleşme kastedilmektedir. Çünkü bu tarz modernleşmenin politik ve kültürel bir etkileşim ve değişimi amaçlama gayesiyle yapıldığı görülmektedir. Temel fikirsel anlamda rönesans, reform ve sanayi devriminin etkisiyle dinî verilerden ve geleneksel yapılardan beslenme yerine akılcı ve bilimsele dayanma olarak ifade edilen batı kaynaklı başlamış olan modernleşme daha sonraları belli amaçlar doğrultusunda teşvik edilmiştir. (Altun, 2001: 123-140; Kaygusuz - Özkul - Kaya, 2020: 4469-4472). Ardından zamanla evrensel boyutta, geri olanların ileri olanlara yetişmek için onları taklit etmesi ve farklı medeniyetlerin birbirini etkilemesiyle modernleşme kültürel değişime de yol açtığı belirtilmektedir. (Güngör, 1989: 9-18).

Kültür değişmesi, bir toplumun maddî ve manevî medeniyetinin bir şekilden başka bir şekle dönüşüm süreci olarak tanımlandığına göre (Turhan, 2006: 49) toplumun birçok alanına, değişik oranlarda ve şekillerde etkilemesi kaçınılmazdır. O halde modernleşme geçici olmayıp toplumda kalıcı olan kültür değişmeleri şeklinde anlaşılması da mümkündür. Öyleyse modernleşme, bütün boyutlarıyla ele alındığında yani sosyal, ekonomik, eğitim, yaşam tarzı gibi birbiriyle etkileşim halinde bulunan birçok etkenin karşılıklı dönüşümü, değişimi anlamına gelerek tüm toplumları az veya çok etkilediği görülmektedir. Bu değişim şehirlerde hızlı kırsalda ise daha yavaş bir şekilde olsa da tüm toplumları etkilemektedir. (Baran, 2013: 58-59; Altıntaş, 2002: 63).

Ancak modernleşmenin fikirsel anlamdaki bu gelişiminin yanında bunun getirdiği hayatı kolay ve daha konforlu yaşamaya dönük yeni şeylerin ortaya çıkması anlamındaki modern hayat tarzı artık insanların ve Müslümanların ayrılmaz bir parçası haline gelmeye başlamıştır. Fikirsel olarak Müslümanlar taraflı batı modernleşmesine karşı mesafeli dursa veya durmaya çalışsa da modernleşmenin getirdiği modernlik ve modern hayatı yaşamaya karşı koyması artık mümkün görünmemektedir. Müslümanların bundan kaçınmak veya uzak durmak gibi bir lüksünün de olmadığı görülmektedir. O halde bu yeni şeylerin insan hayatına özellikle de inanç boyutuna olan olumlu ve olumsuz etkilerinden bahsedilmesi mümkün müdür? Bu çalışmadaki temel nokta fikirsel modernleşme akımı veya kuramıyla ortaya çıkıp da daha sonraları modernitenin sonucunda rahatı, konforu ve devamlı tüketimi önceleyen yeni şeylerin hayata girmesine karşılık gelen modernliğe İslâm inancının bakış açısını kısaca yansıtabilmeyi amaçlamaktadır.

Modernleşen İnsanların Değişime Uğraması

Ulaşım ve kitle iletişim vasıtalarının kullanımının yaygınlaşması ile dünya her geçen gün küçülmekte, öyle ki bir köy haline gelmektedir. (Robertson, 2000: 21). Küreselleşme ile bir yandan maddelerin yaygınlaşması söz konusu olurken diğer taraftan sahip olunan değerler önemini yitirmektedir. Zamanın getirdiği şartların etkisiyle ortaya çıkan modernleşme serüveninin insanları dinden uzaklaştıracağına inananlar tarafından fikirsel bir akım olarak lanse etmeye çalıştılar. Bu sürecin devamında sosyal bilimciler için artık dinin beklenen sonunun geldiği fikri, daha yüksek sesle söylenmeye başladı. Onlara göre modernleşme ile insanoğlu olaylara daha rasyonel bakabilme gücüne sahip olduğu için hem kendisini hem de toplumu etkisi altına alan, onların davranışlarına, özgürlüklerine müdahale eden dinin hegemonyasından kurtulacaktı. Teknoloji ilerledikçe, modernleşilecek; modernleştikçe de din yok olacaktı. (Köse, 2001: 150-165). İşte bu düşünce şekli bir müddet sonra sosyal bilimlerde "sekülerleşme teorisi" ifadesi ile yerini aldı. Bu teorinin ana fikri: Modernleşme karşısında önce dinî kurumlar, sonra dinî pratikler ve en sonunda da dinî bilinç sosyal anlamını kaybedecekti. (Bayat, 2002: 120).

Tabi bu yaklaşım daha çok modernleşmeye bir inançsızlığa götürmeye vasıta olarak görenler içindir. Ancak bir de işin diğer ciheti vardır ki o da modernleşmeyi bir dinsizleşme projesi şeklinde algılamadan ancak çağın gereklerini edinirken onların etkisinde kalarak daha çok inançların zayıflaması ve davranışlarda dinin etkisel gücünün zayıflaması anlamı bulunduğunu belirtmek gerekir. Buradaki hareket noktası planlı bir inançsızlık değil daha çok modernleşmenin verdiği kolay, rahat, lüks yaşama ve tüketim endeksli hayat tarzının inanç boyutunu etkilemesidir. Bunun için denilebilir ki modernite ilerleme kaydettikçe, dünyevîleşme daha da artmaktadır. Bu durum da manevi tedbirler alınmadığında, dinin ferde ve topluma olan etki gücü de azalmaktadır.

Buna örnek olarak şunlar verilebilir. Teknoloji ve tıbbın gelişmesiyle birlikte hastalıklarla mücadelede ciddi bir ilerlemenin sağlanması, ulaşım ve iletişim imkânlarının artması, işlerin daha kolay, pratik ve yorulmadan yerine getirilmesine yönelik araç-gereçlerin gün geçtikçe çoğalması, rahat ve konforlu bir hayatı sunan birçok teknik gelişmenin gün geçtikçe çoğalması gibi hayata artı değerler kattığı inkâr edilemez gerçeklerdir.

Ancak hayatın artık her anına müdahil olmaya başlayan bu modernleşmenin, hazda, rahatta, kolaylıkta ve tüketimde sınır tanımaz bir şekle bürünmesiyle ve bu uğurda bireyler olma anlayışının tüm toplumlarda yaygınlaşmasıyla da, insanların Yaratıcıyla olan bağı zayıflamaya, manevi duygular ile olan ilişkisinin azalmasına, dindarlık olgusunun çok farklı şekle bürünmesine varıncaya kadar birçok olumsuz etkisinden de bahsetmek mümkündür. Ben merkezli ve sadece kendini düşünüp başkasını düşünmeyen, günü birlik yaşamayı yeğleyip ileriye doğru herhangi bir düşüncesi olmayan, fert ve toplum yapısının gün geçtikçe manevî ve millî değerlerden uzaklaşmasına aldırış etmeyerek taklitçiliği sorgulamayan, yardımlaşma, sıla-i rahim ve komşuluk gibi ilişkilerin bile artık çok az bir düzeye indiği inkâr edilemez bir durumdur. Modernizmin etkisiyle konformizm, hedonizm (hazcılık), pragmatizm (faydacılık), oportünizm (çıkarcılık) ve sonucunda dünyevileşme gibi kavramlar toplumun fertlerinde inancın zayıflamasıyla daha çok yer etmeye başladığını söylemek mümkündür. Burada dikkatleri çeken husus kendilerini inançlı olarak tanımlayan insanların zihinleri, gönülleri,

modernleşmenin katkısıyla dünyevîleşme yanılgısının baskısı altına girmeye devam etmektedir. (İşleyen, 2018: 33).

Modernizm arttıkça bireysel ve toplumsal denge bozulmaya başlamış, insanı dünyevîleştirmiş ve ahireti düşünmek yerine hazır olana yönelmeye götürmeye başlamıştır. (Alpat, 2012: 129-132; Çelik, 2015: 99). Böylelikle akla sınır koyan ilâhî tedbir ve yöntemlerin kaldırılmasıyla modernitenin kölesi, zevk ve eğlencede sınır tanımayan, kendi bireysel menfaatleri için hiçbir şeyi yapmaktan imtina etmeyen insanların ismi dindar ancak içi bunu doldurmayanlarla dünyevileşmiş toplulukların çoğalmasına kapı aralamaya başladığı gün geçtikçe görülür duruma gelmeye başlamıştır. (Özay, 2020: 122; Bayat, 123).

Böylelikle toplumsal hayatın, tarımın zorlu ve güçlü çalışma koşullarından, sanayinin rahat, konfor ve bolluk sunan yaşam biçimine doğru geçişi, sadece sosyo-ekonomik yapıyı etkilemekle kalmamış, bununla birlikte insanların değerlerini, tercihlerini, din ve din anlayışlarını da derinden etkilemiştir. Bu anlamda modernleşme ile başlayan süreç, başta çocukları ve gençleri olmak üzere tüm insanlığı olumlu olduğu gibi olumsuz yönde de etkilemiştir. Bu değişimle artık düşünsel ve yaşamsal boyutta ismi Müslümanda olsa yeni bir insan tipolojisi ile karşı karşıya kalınmaktadır.

Geleneksel yaşam biçiminin modernite ile birlikte geçirdiği bu değişim neticesinde akıl-kalp, beden-ruh, din-ahlak, şekil-öz, madde-mana, fizik-metafizik ve bilim-din ayrılmaz bir bütün iken, artık bu birliktelikler ruhunu kaybetmiştir. İslam inancına göre hakikatin ölçüsü olarak ilâhî vahyin çerçevesinde aklın kullanılması yerine vahiy bir tarafa bırakılarak bunun yerine akıl ve bilim konulmuştur. Buna bağlı olarak din ve ilâhî vahyin işaret ettiği doğrular ve hakikatler, insanların akıl ve gönül dünyalarında önemsizleştirilmiştir. (Wagner, 1996: 29).

Modernitenin maddeci yaklaşımı sonucunda ortaya çıkmaya başlayan dünyevileşme ve sekülerleşmeyle dinden uzaklaşan yeni tip insanın, ilahî olana ve manevî alana olan ihtiyacı doğru yöntemlerle tatmin edilemediği için inancın etkisi azalmakta, dindarlık olgusu da özden uzaklaşmakta artık iman meselesi basitleşmekte ve bunun sonucunda dindarlık sadece şekilsel bir hal almaya başlamaktadır. Zamanla modernitenin yoğunluğu altındaki inanç sahibi insanlarda artık modernleşmenin verdiği alışılmışlıkla inancın etkisi azalırken önümüze postmoderni adı altında yeni insan tipi şekillendirmektedir. Bu yeni insan tipine bakıldığında, sanal ilişkileri ön plana çıkaran ve sanal âlemin kahramanları olmak isteyen yeni şekilsel kişilikler oluşmaktadır. Bu tip insanların hayata bakışı genelde kendini düşünen, bencil, hiç emek sarf etmeden kazanma hırsı ile dolu, kontrolsüz tüketme ve hedonist yapıya sahip gençliğin çoğalmasına neden olmaktadır. (Bayat: 118-119).

İslâm İnancı ve Modernite/Modernleşme

Buraya kadar olan ifadelerden anlaşılacağı üzere modernitenin olumlu birçok faydasının yanında dengeli ve tutarlı bir modernleşme olmadığında, insanların sahip olduğu dini değerleri tamamen ortadan kaldırmaya muktedir olamamakla birlikte ciddi anlamda dejenere edebilmeyi başarmış gözükmektedir. Bu olumsuz gidişatı yeniden gündeme almak, sevgiyi, erdemi, dostluğu ve arkadaşlığı, saygıyı, vefayı, yardımlaşmayı, güveni, inancı ve inancın gerektirdiklerini kısaca inanan insana ait tüm olumlu değerleri modern çağın insanına hitap edecek şekilde yeniden kurgulamak gerekmektedir. Dinin ilke ve esaslarına uygun dindarlığın, insanda tekraren yaşam bulması için o ilke ve esasların yaşanabilirliğini gösterebilecek, aşkın

olana ait ilke ve esaslarla tanışmasını sağlayacak Peygamberine ve böylece dinine kavuşturulması gerekmektedir. (Bayat: 126). Müslümanın modernitenin ve çağın getirdiği bu olumsuz sonuçtan etkilenmemek veya etkisini en aza indirebilmenin temel şartı da imanın, inancın fonksiyonel hale getirilmesinden geçmektedir.
Bilindiği üzere dinin, Allah-insan, insan-çevre, insan-insan olmak üzere birçok açıdan insana yönelik davranışlarını düzeltmeye dair arzu ve isteği vardır. Bu esaslar üzerinde düşünüldüğünde içerisinde inanç, ibadet, ahlak ve davranışlara yönelik birtakım kuralların olması kaçınılmazdır. Yine bu kurallara sahip mevcut dinin, öncelikle kendi müntesiplerini kendi esasları doğrusunda biçimlendirmeyi amaçlaması da beklenen bir durumdur. (Keskin, 2004: 9). Bunlardan biri de modernite ve modernleşmeye karşı tutumudur.

İslâm inancı açısından modernleşmeye bakıldığında ilk başta söylenmesi gereken şey genel anlamda moderne ve modernleşmeye karşı olmadığıdır. Bugün iman sahibi mü'minlerin sorunlarından biri hatta belki de en büyüğü inandığını hayatına yansıtmamak veya yansıtamamaktır. İnanan insan ile bunu davranışlarına uyarlama açısından uyumsuzluk görünmektedir. İnançlı bir insan modernitenin getirilerinden yararlanmalı ancak başta helal-haram çizgisi olmak üzere inanç ve ibadetlerine yönelik olumsuz etkilerine dikkat ederek istifade edilmelidir. Moderniteyi terk etmeden olumlu yönlerinden istifade ettiği gibi olumsuz etkilerinin de farkında olmak gerekir. (Durmuşoğlu, 2019: 519-528).

Modernleşmenin inanç alanı ile ilgili olumlu taraflarına örnek vermek gerekirse inançla ilgili bilgilere kolay ve en kısa yoldan ulaşılmasının sağlanması ve ibadet hayatını daha kolay yapılacağı fiziki imkânların artması temelinde örnekleri çoğaltmak mümkündür. Ancak modernitenin getirdiği kolaylıkla gerçek ve doğru bilgiyi seçmeye yönelik çabalara girilmemesi, ibadet hayatında özden, ihlas ve samimiyetten uzaklaşma bunun yerine gösterişli bir inanç ve ibadete yönelmenin teşviki ve daha çok beğeni alabilecek şekilci tavırların yerleşmesi gibi birçok yönüyle olumsuz etkilerini çoğaltmak mümkündür.

Halbuki inanç ve ibadetlerde asıl olan özdür. Öz ise, ihlas, samimiyet ve yapılan iyiliklerin ve güzel şeylerin sırf Allah'ın rızasını kazanmaya matuf olmasıdır. Diğer bir tabirle inanç ve ibadetlerin emr-i İlahi ile yerine getirilmesi, neticesinin de rızayı İlahiyi gaye edinerek istenilen ahlakî olgunluğa ulaşılması olmalıdır. Ama modernitenin getirileri ile beraber ona hâkim olma yerine onun tahakkümü altına girildikçe mü'minlerin inanç dünyası olumsuz etkilenebilmektedir. Bunun çaresi modernleşirken modernitenin tahakkümüne girmeden yararlanmayı dengeleyebilmekten geçmektedir.

Şunu özellikle belirtmekte fayda vardır. Bilinmelidir ki İslam'ın hiçbir esası ve özellikle de inanç prensipleri genel çerçevesiyle moderniteye ve modernleşmeye karşı değildir. Modernleşmedeki temel çizgi inancın ve dinin temel prensiplerine aykırı olmadıkça, Müslümanın yaşam biçimini maneviyattan yoksun kılarak maddeleştirip dünyevileşmeyle sekülerleştirmedikçe ve harama girmedikçe kullanılması yasaklanmak yerine teşvik edilmektedir. Bu nedenle modernleşirken niçin yaratıldığını unutma, diğer insanlarla iyi geçinme, sadece kendini düşünmeyip komşusu açken tok yatmamayı özümseme, kimsesizlere yardımı hayatının bir köşesinde yer verme, yalan, hile, hırsızlık, güvensizlik gibi İslâm inanç literatüründe yeri olmayan yanlış düşünce ve davranışlardan arınma yani kısacası takva elbisesini giyerek modernleşme anlamında da düşünülmesi mümkündür. (Demir, 2018: 319).

Manevi duygularının da tatmin edilmesi demek olan iman ve ibadetlerden kendini soyutlamadan hayatına modernitenin getirilerini dâhil etmedir. Yoksa modernleşme demek tamamen dünyevileşme ve neticesinde de inanç ve dinden uzaklaşarak sekülerleşme elbette İslâm inancı açısından kabul görmeyen ve hatta kaçınılması gereken bir tehlike olarak görülmektedir.

Bu nedenle modernleşirken inancını takviye ve tahkim edecek yollara tevessülü gaye edinmek en muteber olanıdır. Modernitenin getirdiği kolaylıklardan yararlanarak inancını ve dini hayatı daha yaşanılır bir hale getirmeye çalışmaktır. Unutulmamalıdır ki seküler çağ, imanı, kof, hiçbir ümit ve geleceğe yönelik bir vaat içermeyen bir anlamsızlığa mahkûm etmektedir. Bir bakıma, seküler terminoloji içinde ifade etmek gerekirse, iman, ümitsizlikten kaynaklanan bir reaksiyon olarak düşünülmektedir. Halbuki bugünün insanı için önemli olan şeylerden biri de, bunun böyle olmadığını bir şekilde ortaya koyabilmek, her zaman canlı, ileriye dönük dinamik bir iman yaşamının önemli bir alternatif oluşturabileceğini belirlemek ve imanın bireysel ve toplumsal boyutta rol oynayabileceği alanın daha da yaşanabilir olduğunu göstermektir. İşte modernleşmeyle bu alanı daha da yaşanabilir bir şekilde dönüştürmek inanç açısından izlenmesi gereken bir yol olmalıdır. (Yeşilyurt, 2001: 122).

Bir bakış açısı ve yorum evreni olarak iman, yaşamın her alanını kapsamaktadır. Aynı zamanda modernite de hayatın her alanına yönelik gelişmeleri bulunmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken, her türlü modernitenin hayatın her alanına alınması yerine doğru yerde ve doğru bir şekilde getirilerini kullanmayı esas almak gereklidir. Ancak bu şekliyle modernitein tahakkümüne girilmeden imanın takviye edilmesine basamakyapılabilir. Bu nedenle İslam inanç esaslarında bu dünyanın dışlanması anlamına gelecek bir yaklaşım çıkarmak doğru değildir. Çünkü iman hem dünyaya hem de ahirete yönelik bir alanı kapsamaktadır. Unutulmamalıdır ki ahirette dünyada kazanılacaktır. Onun için inancımız bize dünyayı terk etmeden ancak onun hâkimiyetine de girmeden kullanabilmeyi tavsiye etmektedir.[2] Bu anlamda İslam, hem dünya hem de ahiret dinidir. Bu yönüyle İslam'da iman söz konusu olduğunda, hayat, imanın, inancın bir parçası olup ondan ayrı düşünülememektedir. (Yeşilyurt: 129).

Bu nedenle iman sadece tasdik ve ikrardan ibaret olmayıp onun muhafazası yaşanabilir olmasına bağlıdır. İman yaşandıkça, hayatın içinden oldukça değer kazanır ve değer kazandırır. Bunun için modernitenin verileri imanla donandığında daha da istifadeli bir hal alacaktır. Çünkü iman hayata hayat katmakta, niçin yaşandığını ve yapılanların bir karşılığının ahirette olduğu perspektifini sunmaktadır. Bu durumda imanın engin perspektifi içinde birey modern yaşamın doğurduğu belirsizlik, anlamsızlık ve tatminsizliği, böyle bir imana sahip olarak yaşanabilir, belirli, anlamlı ve dinamik bir potansiyele dönüştürebilmektedir. (Yeşilyurt: 130).

İmanın fonksiyonel olması demek, dünyada bir yaşam ideali vaat etmesi anlamına da gelmektedir. İman koru, yaşanmaz, etkisiz bir şey olmayıp aksine hayatın her anına değer katan, can veren ve etkisi olan bir yaşam tarzıdır. İmanın bu fonksiyonel hali insanda tezahür ederken bazen ibadet aşkını canlandırmakta bazen başkasına hizmet etme ve yardımlaşma ideali baskın olmakta, bir başka zamanda, doğayı paylaşma, düşünme (tefekkür) veya başka bir aktivite şeklinde tezahür edebilmektedir. Bazen de tüm alanlarda kendini gösterebilmektedir. Bunun

[2] "*Allah'ın sana verdiğinden âhiret yurdunu kazanmaya bak ve dünyadan nasibini unutma! Allah sana ihsan ettiği gibi, sen de insanlara ihsanda bulun. Yeryüzünde bozgunculuk çıkarmaya çalışma! Şüphesiz Allah bozguncuları sevmez."* (Kasas 28/77).

olması da imanı, inancı takviye ve tahkiki yapmaktan geçmektedir. Neye, niçin inandığının farkında olarak imanın halavetini yakalayıp teravetini canlı tutmaya bağlıdır.

İslam'ın ortaya koymuş olduğu bütün esaslara bakıldığında aslında dünya ile ahiret ayrımı pek görülmez. Çünkü öyle iç içedirler ki, adeta biri ötekini ikmal eden ve destekleyen ayrılmaz birer parça gibidirler. İslam dini diğer bütün dinlerde olduğu gibi metafizik hususiyetlere ve mücerret özelliklere sahip olmakla beraber, hem Kur'an'da, hem de bizatihi Peygamber'in yaşantısında, metafizik ve anlaşılmaz bir yük haline getirilmekle teklif edilmemiştir. İnanç vasıtasıyla modernizmin getirdiği verilerle esas itibariyle dünya ile ahiret barıştırılmakla madde ile mana arasında görülen birbirine olan zıtlıklar ortadan kaldırılmağa çalışılmaktadır. Kur'an'daki dünya ve ahiret hayatı ile ilgili âyetlere bakıldığında görülecektir temel gaye dünyevi olanı terk etmek yerine ebedi olanı tercih etme anlayışının vurgulandığı anlaşılacaktır. Kur'an açısından inançlı bir insan, dünya hayatını tek hedefi yapmamalı, işleyeceği her fiilini ilahi emirler doğrultusunda işlemeli, yaptığı her şeyi, yüce Allah'a yaklaştırmağa bir vasıta yapabilmeli, dünya hayatında işlediği her amelini ahireti kazanmaya yönelik yapmalıdır. (Yazıcı, 2002: 51-54).

Kur'an'a göre inanç açısından modernleşe demek dünyayı terk etmek değil de dünyaya düşkünlüğü, modernizmin kölesi olmayı önlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç içinde sık sık hatırlatmalarda bulunmakta ve uyarılarla insanları ikaz ederek dünyevileşmede derinleşmemeye yönlendirmektedir.[3] Modernleşmede boğulup dünyevileşmede derinleşmeye çare kontrol mekanizması ile mümkündür. İnsanın niçin dünyaya geldiğini, dünyadaki verilenlerin sırf bu dünyayı kazanmak için olmadığını ve dünyayı da ahireti kazanmaya bir vesile ve basamak şeklinde görüp çalışması gerektiği vurgulanır.[4]

Sonuç

İnanç bir hayat tarzıdır. İman insanda hayatın her safhasına yönelik fonksiyonel etkisi vardır. Modernleşmenin getirdiği rahat hayat, kolay ulaşabilme, zorluklardan uzaklaşma, istenileni çabuk elde edebilme gibi birçok yönden hayata olumlu katkısı olmaktadır. Lakin bunların olmasıyla manevi değerlerin gevşetilmemesi gerekir. Eğer inançta bunlar gibi hayatta etkinliği olmazsa modernleşmenin getirdiği yaşam biçimi bir süre sonra dünyevileşmeyi ardından da dinden uzaklaşması neticesinde de inançtan yoksun bir bakış açısı vererek insanları tatmin etmeye çalışan sekülerleşmeyi netice verme ihtimalinin yüksek olduğunu bilmek gerekir.

Bu nedenle insan maddi boyutunu rahatlatan modernizmin kıskacında manevi boyutunu rahatlatan imanın etkisel gücünü açığa çıkarması günümüz insanların özellikle inananların dikkat etmesi gereken bir durumdur. Özü, samimiyeti, ihlası, yardımlaşmayı, ibadet aşkını ve daha birçok manevi hayatımızdaki dinamiklerin hareket noktası olan iman ve inanç alanını hiçbir zaman yabana atılacak bir şey olmadığının farkında olunmalıdır. Çünkü inanç manevi kuvvettir. O kuvvette kişiye herşeyi yerli yerinde yapabilme gayretini, heyecanını vermektedir. Bu heyecanı kazanmak ve devam ettirmek için modernitenin getirdiği rahat yaşam halini

---

[3] *"Size verilen her şey dünya hayatının geçici zevklerinden ibarettir. Allah katında olanlar ise daha iyi ve daha kalıcıdır. Bunlar, iman eden ve rablerine dayanıp güvenenler içindir. Onlar büyük günahlardan ve hayâsızlıklardan kaçınırlar, öfkelendiklerinde dahi bağışlarlar. Rablerinin çağrısına uyarlar, namazı özenle kılarlar. İşleri de aralarındaki danışma ile yürür. Kendilerine verdiğimiz rızıktan başkaları için harcarlar."* eş-Şûrâ 42/36-38.

[4] *"Buna göre kendisine güzel bir şey vaad ettiğimiz ve vadedildiği şeye kavuşacak olan kimse, dünya hayatının geçici menfaat ve zevkini yaşattığımız, sonra kıyamet gününde yargılanmak üzere huzura çıkarılanlardan biri gibi olur mu?"* (Kasas 28/60).

gaflete, yaratılış gayesini unutturmaya vesile kılmadan inanç açısından daha da faal bir konuma getirmeye basamak yapılması gaye edinilmelidir. Bu açıdan bakıldığında İslâm inancı, kendini unutturmayan bir moderniteye ve modernizme karşı değil aksine desteklemekte olduğunu da bilmek gerekir.

Kaynakça

Yıldırım, Ö. https://www.felsefe.gen.tr/modernlesme-nedir-ne-demektir/ adresinden 09 Ağustos tarihinde alınmıştır.

Doğan, M. (1996). *Büyük Türkçe Sözlük*. İstanbul: İz Yayınları.

İnalcık, H. Atatürk ve Türkiye'nin Modernleşmesi, *Belleten,* 27(108), 625-632.

Kongar, E. (1995). *Toplumsal Değişme Kuramları ve Türkiye Gerçeği*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Eskicumalı, A. (2003). Eğitim ve Toplumsal Değişme: Türkiye'nin Değişim Sürecinde Eğitimin Rolü, 1923-1946. *Boğaziçi Üniversitesi Eğitim Dergisi,* 19(2), 109-128.

Güngör, E. (1989). *Kültür Değişmesi ve Milliyetçilik*. İstanbul: Ötüken Yayınları.

Turhan, M. (2006). *Kültür Değişmeleri: Sosyal Psikoloji Bakımından Bir Tetkik*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

Demir, S. - Sesli, M. - Yılmaz, V. Türk Modernleşmesi: Eleştirel Bir Bakış. *Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. 2, (2008), 77-90

Baran, M. (2013). Avrupa'da Gelişen Modernlik Ve Modernleşme Anlayışları Ve Bu Anlayışların Türkiye'ye Yansımalarına Tarihî Sosyolojik Açıdan Bir Bakış. *Turkish Studies* 8(11), 55-79.

Altıntaş, R. (2002). Teolojik Sekülerleşmenin Neden Olduğu İnanç Ve Davranış Problemleri. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergis*i 6(1), 55-84.

Wagner, P. (1996). *Modernliğin Sosyolojisi: Özgürlük ve Cezalandırma*, çev. Mehmet Küçük. İstanbul: Sarmal Yayınları.

Robertson, R. (2000). *Küreselleşme Toplum Kuramı ve Küresel Kültür*, çev. Ü. Hüsrev Yolsal. Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Bayat, E. (2022). Sekülerizm Tehdidi Altında Müslüman Toplumun Yıpranan Değerleri ve Kur'an. *Amasya İlahiyat Dergisi* 18, 113-145.

Köse, A. (2001). "Modernleşme-Sekülerleşme İlişkisi Üzerine Yeni Paradigmalar", *Liberal Düşünce* 24, 150-165.

İşleyen, B. (2018). Kur'an-ı Kerîm Açısından Dünyevileşme Sebepleri ve Sonuçları, Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Temel İslam Bilimleri Ana Bilim Dalı Doktora Tezi.

Alpat, S. A. (2012). *Modernizmin Kurbanları* İstanbul: Beka Yayınları.

Çelik, B. (2015). Tezyin Kavramı Çerçevesinde Kur'an'a Göre Kötü Amellerin Cazip Görünmesi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi.

Özay, M. (2020). *Sekülerleşme ve Din.* İstanbul: İbn-i Haldun Üniversitesi Yayınları.

Kızılçelik, S. ve Erjem, Y. (1996). Açıklamalı Sosyoloji Sözlüğü İzmir: Saray Kitabevleri.

Çiğdem, A. (2004). *Bir İmkân Olarak Modernite: Weber Ve Habermas*. İstanbul: İletişim Yayınları.

Erol, P. Ö. (2016). Modernite Projesinin Kökenleri, Dinamikleri Ve Sonu. *Sosyoloji Dergisi* 33, 49-66.

Şallı, A. (2017). Modernlik, Gelenek Ve Din İlişkisi: Bir Modernleşme Kuramı Eleştirisi. *Kırıkkale İslami İlimler Fakültesi Dergisi (KİİFAD),* 4, 59-60.

Fahrettin Altun, F. (2001). Modernleşme Kuramı ve Gelişme Sorunu, *Divan* 1, 123-140.

Kaygusuz, İ. - Özkul, M. - Kaya, Y. (2020). Modernleşme Sürecinde Din ve Dinde Yeni Eğilimler. *Tarih Okulu Dergisi (TOD*) 49, 4467-4500.

Keskin, M. (2004). Din ve Toplum İlişkileri Üzerine Bir Genelleme. *Dinbilimleri Akademik Dergisi* 4(3), 7-21.

Durmuşoğlu, K. (2019). *Türkiye'de Sosyal Değişim Sürecinde Sekülerleşme Eğilimleri Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme.* Bursa: Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.

Demir, R. (2018). Modern Toplumda Ahlaki Değişim ve Ahlak Eğitimi, *Modernleşme Sürecinde Müslümanlar*, Editör N. Çalışkan. İstanbul: Nobel.

Yeşilyurt, T. Seküler Dünyada İman Toplulukları -Modem İnsan İçin İmanın Anlamı- *İslâmiyât* 4(3), 119-132.

Yazıcı, M. (2002). Dünya-Ahiret Kavramlarının Analizi, Bir Kelam Problemi Olarak Din-Dünya İlişkisi. *İlahiyat Fakülteleri Kelam Anabilim Dalı VII: Eğitim-Öğretim Meseleleri Koordinasyon Toplantısı Ve Sempozyumu Çorum,* 39-56. 2002.

SON DÖNEM İSLAMCI ARAP ŞAİRLERİ: İNANÇ, DİL VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM

CONTEMPORARY ISLAMIC ARAB POETS: BELIEF, LANGUAGE, AND SOCIAL TRANSFORMATION

Dr. Öğretim Üyesi Tahsin YILDIRIM[1]

[1]İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi, İslâmi İlimler Fakültesi, İzmir / Türkiye ,
ORCID: 0000-0003-0219-1421,

Özet

Bu çalışma, Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub gibi Son dönem İslamcı Arap şairlerinin eserlerini incelerken inanç, dil ve toplumsal dönüşüm kavramlarının nasıl etkileşimde olduğunu araştırmayı amaçlamaktadır. Bu şairlerin eserleri, İslam düşüncesini derinlemesine anlamamıza ve İslam toplumlarında gerçekleşen dönüşümleri anlamlandırmamıza yardımcı olabilir. Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub gibi şairler, İslam inancının toplum üzerindeki etkisini vurgulayan önemli eserler üretmiştir. İslam'ın temel öğretilerine dayanarak, bu şairler toplumsal dönüşümün ancak inançla birlikte gerçekleşebileceğini savunmuşlardır. İnanç, bireylerin düşünce ve davranışlarını yönlendirirken, toplumu da pozitif yönde değiştirebilir. Şairler, İslam inancının toplumsal adalet, eşitlik ve insan onuru gibi değerlere vurgu yaparak, toplumsal dönüşümün bu temel ilkelere dayanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu şairler, dilin inanç ve toplumsal dönüşüm üzerindeki gücünü de vurgulamışlardır. Dil, insanların düşüncelerini ifade etmek ve toplumları etkilemek için kullanılan önemli bir araçtır. Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub kendi eserlerinde Arapça dilini ustalıkla kullanarak İslam'ın evrensel mesajını aktarmışlardır. Dilin sadece bir iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda bir kültürel ve dini mirasın da taşıyıcısı olduğunu savunmuşlardır. Dil, inanç ve toplumsal dönüşüm arasındaki bağı güçlendirerek toplumlarda olumlu değişimlere yol açabilir. Genel olarak İslamcı şairler, toplumsal dönüşümün İslam toplumlarında önemli bir gereklilik olduğunu vurgulamışlardır. Toplumları saran haksızlık, yozlaşma ve adaletsizlik gibi sorunlarla mücadele etmek için toplumsal dönüşümün gerekliliğini belirtmişlerdir. İnanç ve dilin gücünü kullanarak, bu şairler toplumsal dönüşümün gerçekleşmesi için bireylerin farkındalığını artırmayı hedeflemişlerdir. İslam'ın evrensel mesajını anlatarak, toplumların adalet, eşitlik ve insana saygı gibi temel değerlere dayalı bir yapıya dönüşmesini teşvik etmişlerdir. Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub gibi son dönem İslamcı Arap şairleri, inanç, dil ve toplumsal dönüşüm kavramlarının etkileşimini derinlemesine incelemektedirler. Bu şairler, inanç ve dilin toplumsal dönüşüm üzerindeki önemini vurgulayarak, İslam toplumlarında adalet, eşitlik ve insan onuru gibi değerleri ön plana çıkarmışlardır. İnançla birlikte dilin etkisiyle toplumları dönüştürmek için şairler, bireylerin farkındalığını artırmaya ve evrensel mesajı iletmeye odaklanmışlardır. Bu çalışma, Son dönem İslamcı Arap şairlerinin eserlerinin derinlemesine incelenmesi ve toplumsal dönüşümün gerçekleşmesi için inanç ve dilin nasıl kullanılabileceği konusunda önemli bir kaynak olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Şiir, Arap Şiiri, İslamcı Arap Şairler, Toplumsal Dönüşüm.

Abstract

This study aims to investigate the interaction of belief, language, and social transformation while examining the works of contemporary Islamic Arab poets such as Ahmad Shawki and Sayyid Qutb. The works of these poets can assist in deepening our understanding of Islamic thought and making sense of the transformations occurring in Islamic societies. They have produced significant works emphasizing the impact of Islamic belief on society. Based on the fundamental teachings of Islam, these poets argue that social transformation can only occur in conjunction with belief. Belief not only directs the thoughts and behaviors of individuals but also has the potential to positively change society. The poets express the necessity for social transformation to be rooted in these fundamental principles, such as social justice, equality, and human dignity, by emphasizing the values associated with Islamic belief.

Furthermore, these poets also highlight the power of language in relation to belief and social transformation. Language is a crucial tool for expressing thoughts and influencing societies. Ahmad Shawki and Sayyid Qutb skillfully utilize the Arabic language in their works to convey the universal message of Islam. They argue that language is not merely a means of communication but also a carrier of cultural and religious heritage. By strengthening the connection between language, belief, and social transformation, language can contribute to positive changes in societies.

Overall, Islamic poets emphasize the importance of social transformation in Islamic societies. They highlight the necessity of addressing issues such as injustice, corruption, and inequality through social transformation. By harnessing the power of belief and language, these poets aim to increase individuals' awareness for the realization of social transformation. They promote the transformation of societies into structures based on fundamental values like justice, equality, and respect for humanity by conveying the universal message of Islam. Mouhammed Abdouh, Ahmad Shawki and Sayyid Qutb, as contemporary Islamic Arab poets, deeply examine the interaction of belief, language, and social transformation. They emphasize the significance of belief and language in social transformation, foregrounding values like justice, equality, and human dignity in Islamic societies. With belief and the influence of language, these poets focus on enhancing individuals' awareness and conveying the universal message to facilitate the transformation of societies. This paper will serve as an important resource for the in-depth examination of the works of contemporary Islamic Arab poets and the utilization of belief and language for the realization of social transformation.

Keywords: Poetry, Arab Poetry, Islamic Arab Poets, Social Transformation.

SON DÖNEM İSLAMCI ARAP ŞAİRLERİ: İNANÇ, DİL VE TOPLUMSAL DÖNÜŞÜM

GİRİŞ

Dil ve edebiyat sadece bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir kültürel ve dini mirasın da taşıyıcısıdır. Dil, inanç ve toplumsal dönüşüm arasındaki bağı güçlendirerek toplumlarda olumlu değişimlere yol açabilir. Genel olarak şairler, toplumsal dönüşümün İslam toplumlarında önemli bir gereklilik olduğunu vurgulamışlardır. Toplumları saran haksızlık, yozlaşma ve adaletsizlik gibi sorunlarla mücadele etmek için toplumsal dönüşümün

gerekliliğini belirtmişlerdir. İnanç ve dilin gücünü kullanarak şairler toplumsal dönüşümün gerçekleşmesi için bireylerin farkındalığını artırmayı hedeflemişlerdir. İslam'ın evrensel mesajını anlatarak, toplumların adalet, eşitlik ve insana saygı gibi temel değerlere dayalı bir yapıya dönüşmesini teşvik etmişlerdir. Ahmed Şevki, Seyyid Kutub ve Allal el-Fâsî gibi son dönem İslamcı Arap şairleri, inanç, dil ve toplumsal dönüşüm kavramlarının etkileşimini şiirlerinde derinlemesine kullanarak toplumsal dönüşümün öncüsü olmuşlardır.

Bu çalışma, Ahmed Şevki, Seyyid Kutub ve Allal el-Fâsî gibi son dönem İslamcı Arap şairlerinin eserlerini incelerken inanç, dil ve toplumsal dönüşüm kavramlarının nasıl etkileşimde olduğunu araştırmayı amaçlamaktadır. Bu şairlerin eserleri, İslam düşüncesini derinlemesine anlamamıza ve İslam toplumlarında gerçekleşen dönüşümleri anlamlandırmamıza yardımcı olabilir. Ahmed Şevki, Seyyid Kutub ve Allal el-Fâsî gibi şairler, İslam inancının toplum üzerindeki etkisini vurgulayan önemli eserler üretmiştir. İslam'ın temel öğretilerine dayanarak, bu şairler toplumsal dönüşümün ancak inançla birlikte gerçekleşebileceğini savunmuşlardır. İnanç, bireylerin düşünce ve davranışlarını yönlendirirken, toplumu da pozitif yönde değiştirebilir. Şairler, İslam inancının toplumsal adalet, eşitlik ve insan onuru gibi değerlere vurgu yaparak, toplumsal dönüşümün bu temel ilkelere dayanması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu şairler, dilin inanç ve toplumsal dönüşüm üzerindeki gücünü de vurgulamışlardır. Dil, insanların düşüncelerini ifade etmek ve toplumları etkilemek için kullanılan önemli bir araçtır. Ahmed Şevki, Seyyid Kutub ve Allal el-Fâsî, kendi eserlerinde Arapça dilini ustalıkla kullanarak İslam'ın evrensel mesajını aktarmışlardır. Bu şairler, inanç ve dilin toplumsal dönüşüm üzerindeki önemini vurgulayarak, İslam toplumlarında adalet, eşitlik ve insan onuru gibi değerleri ön plana çıkarmışlardır. İnançla birlikte dilin etkisiyle toplumları dönüştürmek için şairler, bireylerin farkındalığını artırmaya ve evrensel mesajı iletmeye odaklanmışlardır.

AHMED ŞEVKÎ

Hayatı ve Edebî Kişiliği

Ahmed Şevki, 1868 yılında Mısır'ın İskenderiye şehrinde doğmuş olan bir şair ve düşünürdür. İslami bir ailede yetişen Şevki, genç yaşlardan itibaren edebiyata ve şiire ilgi duymaya başlamıştır. Mısır'da el-Ezher Üniversitesi'nde eğitim görmüş ve İslam hukuku alanında yüksek bir eğitim almıştır.[1]

Şevki'nin edebi kariyeri, geleneksel Arap şiirinin kalıplarını kullanarak modern konulara odaklanmasıyla öne çıkmıştır. İslam'ın evrensel mesajını vurgulayan eserler kaleme almış ve İslam'ın toplumsal dönüşümdeki rolünü tartışmıştır. Reformist bir İslamcı olarak tanınan Şevki, İslami değerlerin toplumun farklı alanlarına yayılması ve modernleşme sürecinde İslam'ın korunması gerektiğini savunmuştur.

Ahmet Şevki, vatansever bir şair olarak tanımlanabilir ve vatan anlayışının sınırlarını genişletmiştir. Mısır doğumlu olmasına rağmen vatan kavramını sadece Mısır ile sınırlı tutmamıştır. Suriye, Irak ve Osmanlı'nın Avrupa'da kalan bölgeleri gibi tarihi Arap topraklarını da kendi vatanının bir parçası olarak görmüştür. Yani İslam ve Arap coğrafyası onun gözünde vatan olarak kabul edilmiştir. Bu bağlamda, siyasi görüşleri belirsiz olarak nitelendirilen Şevki'nin milliyetçilik anlayışı, Pan-İslamizm ile Mısır milliyetçiliğinin bir karışımı olarak değerlendirilebilir.[2]

Ahmet Şevki, Araplar ve Müslümanlar arasındaki birlik anlayışına önem vermiş ve İslam coğrafyasını tek bir vatan olarak görmüştür. Örneğin, şairin Türklerin elinden çıkan

[1] Ramazan Şeşen, "Ahmed Şevkī", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV Yayınları, 1989).
[2] Ramazan Şeşen, "Ahmed Şevkī", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV Yayınları, 1989).

Makedonya'yı kaybedilmiş ikinci bir Endülüs olarak gördüğü belirtilmektedir. Ayrıca, Edirne'nin düşman eline geçtiğinde, Edirne'ye "Ey Endülüs'ün kız kardeşi" diyerek hitap etmesi gibi örnekler de bu birlik anlayışını yansıtmaktadır. Ahmed Şevki, 1932 yılında Kahire'de hayatını kaybetmiştir. Ancak, edebi ve düşünsel mirası hala Mısır ve Arap dünyasında önemini korumaktadır. Şevki'nin reformist İslamcı kimliği, İslam'ın toplumsal dönüşümdeki rolü üzerine yapılan akademik çalışmalarda ve entelektüel tartışmalarda önemli bir yer tutmaktadır.[3]

Şevki, edebi çalışmalarında geleneksel Arap şiirinin kalıplarını kullanırken, içerik olarak modern konulara odaklanmıştır. Eserlerinde İslam'ın evrensel mesajını vurgulayan temalar işlemiştir. İslam'ın insan hakları, adalet, eşitlik gibi kavramlarla ilişkilendirilmesini savunmuş ve İslam'ın toplumsal dönüşümde önemli bir role sahip olduğunu dile getirmiştir. Şevki'nin reformist düşünceleri, İslam'ın yeniden yorumlanması ve İslami değerlerin toplumun farklı alanlarına yayılması gerektiği fikrine dayanır.[4]

Reformist İslamcı kimliğiyle Şevki, dönemindeki Mısır toplumunda ve entelektüel çevrelerde etkili olmuştur. Modernleşme ve Batılılaşma sürecinde, İslam'ın korunması ve İslami değerlerin toplumda hakim olması gerektiğini savunmuştur. Özellikle eğitim kurumlarının İslami değerlerle uyumlu hale getirilmesi, kadın haklarının güçlendirilmesi ve sosyal adaletin sağlanması gibi konularda aktif rol oynamıştır.

Ahmed Şevki'nin edebi kişiliği ve reformist İslamcı kimliği, dönemindeki entelektüel ve siyasi atmosferin bir yansımasıdır. Şevki'nin eserleri, geleneksel şiirle modernizm arasında bir köprü kurarak İslamcı düşüncenin yeni bir perspektiften ele alınmasını sağlamıştır. Özellikle Mısır toplumunda ve Arap dünyasında İslamcı hareketlerin ve düşüncenin yayılmasında önemli bir rol oynamıştır.

Şiirlerinde Kullandığı Belli Başlı Semboller

Doğa Şiirleri

تِلكَ الطَبيعَةُ قِف بِنا يا ساري

وَلَقَد تَمُرُّ عَلى الغَديرِ تَخالُهُ وَالنَبتُ مِرآةً زَهَت بِإِطارِ
حُلوُ التَسَلسُلِ مَوجُهُ وَجَريرُهُ كَأَناملٍ مَرَّت عَلى أَوتارِ

“Bazan küçük göle uğradığın zaman onu ve civarındaki bitkiyi adeta çerçevelenmiş parlayan güzel bir ayna gibi görürsün.

Adeta çalgı tellerinin üzerinden geçen parmak uçları gibi dalgasının ve şıkırtısının tatlı akıntısı vardır.”[5]

Şiirde Ahmed Şevkî’nin kullandığı sembolik ifadeler, şiirdeki doğal ve duygusal imgeler aracılığıyla anlam katmanları oluşturarak okuyucunun derin bir algısal deneyim yaşamasını sağlamaktadır. Söz konusu sembolik anlatımlar, şiirin içeriğinin ve mesajının daha derin bir anlamını ortaya çıkarmaya yardım etmektedir.[6]

Örneğin küçük göl, içsel huzur, dinginlik, ruhsal sığınak veya doğanın saflığı gibi sembolik anlamları temsil eder. Çerçevelenmiş parlayan ayna ise gözlem ve farkındalık, gerçekliği

[3] Şevki Dayf, *el-Edebu’l-‘Arabiyyu’l-mu‘asır fi Mısr* (Kahire: Kahire: Daru’l-Me‘ârif, 1992), 46-47.
[4] ‘Umar ed-Desûkî, *Fi’l-Edebi’l-Hadis* (Dâru’l-Fikr, 1973), 124.
[5] Ahmed Şevkî, *eş-Şevkiyyât* (Kahire: Kalimat Arabia, 2011), 1/40.
[6] ed-Desûkî, *Fi’l-Edebi’l-Hadis*, 122.

yansıtma veya derinliği keşfetme anlamını taşır. Bitkiler, doğanın canlılığı, büyüme, yenilenme veya doğal döngü gibi sembolik anlamlara işaret etmektedir. Çalgı tellerinin üzerinde gezinen parmak uçları, zariflik, ritim, uyum, yenilenme veya değişim gibi sembolik kavramları ifade etmektedir. Dalgaların tatlı akıntısı ve şıkırtısı; huzur, akış, değişim veya uyum gibi sembolik anlamları temsil eder.

Bu sembolik ifadeler, şiirdeki doğal ve duygusal imgeler aracılığıyla anlam katmanları oluşturarak okuyucunun derin bir algısal deneyim yaşamasını sağlar. Söz konusu sembolik anlatımların analizi, şiirin içeriğinin ve mesajının daha derin bir anlamını ortaya çıkarmaya yardımcı olur.

Vatan Şiirleri

سماؤك يا دنيا خداع سراب

وَما الشَرقُ إِلّا أُسرَةٌ أَو عَشيرَةٌ تَلُمُّ بَنيها عِندَ كُلِّ مُصابِ

“Doğu, sadece bir aile veya kabile değildir. Her felaket anında çocuklarını bir araya getirir.”[7]

Şevkî, bu şiirinde vatan sevgisi ve birlik bilincini ifade ederken sembolik anlatımlardan yararlanmıştır. Doğu, vatanın sembolik bir temsilcisidir ve vatan sevgisiyle ilişkilendirilmiştir. Doğu, vatanın ilk aydınlığını temsil ederek vatanın değerine vurgu yapar. Tek bir ocak veya oymak ise vatanın birlik ve bütünlüğünü sembolize eder. Bu ifadeler, aynı kökenden gelen insanların aidiyet ve dayanışma duygusuyla bir araya gelerek oluşturduğu toplulukları temsil eder. Vatan sevgisi, bu birlik ve beraberlik içinde şekillenir. Felaketlerde ise insanlar bir araya gelerek dayanışma gösterir, vatanlarını koruma ve savunma iradesini ortaya koyar. Bu şekilde, vatan sevgisi gücünü ve birleştirici etkisini ortaya koyar.

كبير السابقين من الكرام

خَطَبتَ فَكُنتَ خَطباً لا خَطيباً أُضيفَ إِلى مَصائِبِنا العِظامِ

لُهِجتَ بِالِاحتِلالِ وَما أَتاهُ وَجُرحُكَ مِنهُ لَو أَحسَستَ دامي

“Sen nutuk çektin, bir hatip olmadın. Büyük felaketlerimize eklenen bir musibettin.

İşgali övdün ve getirdiklerini methettin. Buna rağmen yaran kanıyor, ama farkında değilsin.”[8]

Bu beyitte Ahmed Şevki, 1904 Haziranında İskenderiye'deki bir törende Mısır Başvekili Riyad Paşa'nın İngiliz komutanı Ciomer'e yaranmak için Mısırlıları eleştiren konuşmasını eleştirmiştir. Şiirinde ironi ve eleştirel bir ton kullanarak işgalin vatan üzerindeki olumsuz etkilerini ve devlet adamlarının sorumsuzluğunu vurgulayan Ahmed Şevki, halkın dikkatini bu duruma çekmeyi hedefler.

İslâm ve Müslümanlar

Hazret-i Peygamber (s.a.v.)’i öven bir kasidesinde ona bütün kalp ile sığınarak zayıf kalan Müslümanlara şefaatte bulunmasını isteyen şu beyitinde şöyle sesleniyor:

[7] Şevkî, *eş-Şevkiyyât*, 1/17.
[8] Şevkî, *eş-Şevkiyyât*, 1/54.

ولد الهدى فالكائنات ضياء

أَدعوكَ عَن قَومي الضِعافِ لِأَزمَةٍ في مِثلِها يُلقى عَلَيكَ رَجاءُ
مُتَفَكِّكونَ فَما تَضُمُّ نُفوسَهُمْ ثِقَةٌ وَلا جَمَعَ القُلوبَ صَفاءُ

"Ey Peygamberim! Zayıf milletimin içinde bulunduğu sıkıntıyı görmek için sana sesleniyorum, çünkü bu tür durumlarda umut seninle doğar. Onlar ayrılmış durumdalar, ne özgüven nefislerini bir arada tutar, ne de sevgi kalplerini birleştirir."[9]

Şevkî şiirde, toplumsal değişim ve ilerleme arayışını ifade eden sembolik ifadeler kullanmıştır. İlk olarak, "Ey Peygamberim!" ifadesi sembolik bir hitap olarak kullanılmıştır. Bu ifade, peygamberin manevi otoritesine referans vererek, toplumsal değişimin yolunu gösterecek bir liderin çağrısını temsil eder.

Metinde kullanılan "sıkıntı" kavramı, toplumun içinde bulunduğu zorlukları, sıkıntıları ve krizleri ifade eder. Bu sembol, mevcut durumun toplumun dönüşüm ve iyileşme ihtiyacını vurgular. "Umut" ise geleceğe yönelik olumlu beklentileri temsil eder. Bu sembol, toplumun sıkıntılarını aşma potansiyeline ve değişim arayışına atıfta bulunur.

Metindeki "parçalanmışlık" sembolü, toplumun bölünmüşlüğünü ve ayrışmışlığını ifade eder. Bu sembol, toplumun birlik ve dayanışma içinde olmamasının olumsuz sonuçlarına işaret eder. "Güven" ve "sevgi" sembolleri ise toplumun birlikte çalışma, dayanışma ve ortak değerlere sahip olma gerekliliğini vurgular. Bu semboller, toplumun bütünleşmesi, sosyal bağların güçlenmesi ve ortak hedeflere odaklanması için önemli unsurları temsil eder.

Bu semantik analiz, metindeki sembollerin toplumsal değişim, birlik ve beraberlik arayışını yansıttığını belirtmektedir. Metin, reformist bir perspektifi benimseyerek toplumun dönüşümüne yönelik mesajlar verir ve toplumun daha iyi bir gelecek inşa etmek için birlikte çalışması gerektiğini vurgular.

Şevki, özellikle Mısır başta olmak üzere Arap dünyasında kadınların hakları ve özgürlüklerinin talep edildiği bir dönemde, kısmen de olsa, kadınlara eğitim imkânı sağlanması ve evlilikle ilgili sorunlarına dikkat çekmiş, onların yanında durmuş ve öğrenim görmelerinin gerekliliğini belirten bir şiirinde şu şekilde ifade etmiştir.

قم حي هذي النيرات

خُذ بِالكِتابِ وَبِالحَديثِ وَسيرَةِ السَلَفِ الثِقاتِ
هَذا رَسولُ اللهِ لَم يُنقِص حُقوقَ المُؤمِناتِ
العِلمُ كانَ شَريعَةً لِنِسائِهِ المُتَفَقِّهاتِ
رُضنَ التِجارَةَ وَالسِياسَةَ وَالشُؤونَ الأُخرَياتِ

"Kur'ân'ı, hadîsi ve güvenilir ilk Müslümanların hayatını örnek al.

[9] Şevkî, *eş-Şevkiyyât*, 1/32.

İşte Allah (c.c.)'ın elçisi, mümin kadınların haklarından eksiltmemiştir.

Bilgi, onun din bilimleri kadınlarını için bir kanundu.

Ticaret, siyaset sahalarında ve ahiret işlerine çalıştılar."[10]

Ahmed Şevkî, bu beyitlerde İslam'ın temel öğretilerine dayanan toplumsal değişimi ve dönüşümü sembolik ifadelerle anlatmaktadır. İlk olarak, "Kur'an", "hadis" ve "güvenilir ilk Müslümanlar (selef-i salihîn)" sembolleri, İslam'ın kutsal metinleri ve erken Müslümanların hayatlarına atıfta bulunur. Bu semboller, İslam'ın temel kaynaklarını örnek almanın önemini vurgular ve toplumsal değişimin bu kaynaklara dayanması gerektiğini ifade eder.

Metindeki "Allah'ın elçisi" sembolü, peygamberin liderlik ve rehberlik rolünü temsil eder. Bu sembol, toplumun İslam'ın prensiplerini takip etme ve İslami değerleri koruma sorumluluğunu vurgular. "Mümin kadınların hakları" sembolü, cinsiyet eşitliği ve kadın haklarının önemini ifade eder. Bu sembol, İslam'ın kadınların toplumsal ve hukuki haklarını koruduğunu vurgular ve toplumun kadınları destekleme ve güçlendirme ihtiyacını yansıtır.

Metindeki "bilgi" sembolü, İslam'ın bilgiye verdiği önemi ve İslam'ın ilim ve öğrenme teşvikini temsil eder. Bu sembol, toplumun bilgiye erişim hakkını ve bilgiye dayalı düşünce ve karar alma süreçlerini vurgular. "Ticaret" ve "siyaset" sembolleri, İslam'ın ekonomi ve siyaset alanlarında aktif katılımı teşvik ettiğini ifade eder. Bu semboller, İslam'ın toplumsal ve ekonomik adaleti, dürüst ticareti ve adil yönetimi teşvik etme hedefini yansıtır.

Metindeki "ahiret" sembolü, İslam'ın dünya hayatının yanı sıra ahiret hayatına da odaklandığını ve insanların bu bilinçle yaşaması gerektiğini ifade eder. Bu sembol, toplumun geçici dünya hayatının yanı sıra sonsuz ahiret hayatını gözetmesi gerektiğini vurgular.

Şiirdeki sembollerin İslam'ın öğretilerine dayanan toplumsal değişimi, cinsiyet eşitliğini, ilim ve öğrenmeyi teşvik etmeyi, adaletli ticaret ve yönetimi savunmayı, ve ahiret bilincini yansıttığını belirtmektedir. Şiir, İslam'ın prensiplerine dayalı bir toplumun inşa edilmesi gerektiği mesajını verirken aynı zamanda İslami değerleri koruyarak toplumsal dönüşümü hedefler.

Şevkî, tarihi olaylara işaret etmekten kaçınmadığı gibi, çağdaş hayatla ilişkilendirerek çeşitli yönleri ele almayı ihmal etmemiştir. Örneğin, vatan sevgisine (Hicaz'da iki güvercin) hayvanları aracılığıyla atıfta bulunurken, sömürgeciliğe (Yerli horoz ve hint horozu) gönderme yapmıştır. Ayrıca, kralların akıbetine (Nudir-ul-Hadim) ve zayıfların güçlülere karşı birlik olup zafer kazanmasına (Fil ve tavşan ümmeti) dikkat çekmiştir. Bu şekilde, Şevkî, tarihi olayları çağdaş hayatla ilişkilendirerek çeşitli yönleri ele almıştır.

عصفورتان في الحجاز

عُصفورَتانِ في الحِجاز حَلَّتا عَلى فَنَن في خامِلٍ مِنَ الرياضِ لا نَدٍ وَلا حَسَن

بَيناهُما تَنتَجِيانِ سَحَراً عَلى الغُصُن مَرَّ عَلى أَيكِهِما ريحٌ سَرى مِنَ اليَمَن[11]

Aynı zamanda bu tema, modern dönemde siyasî tutumlarından dolayı sürgüne gönderilen veya maruz kaldıkları işgallerden dolayı bağımsızlık mücadelesi veren şairlerin vatana olan sevgi ve

[10] Şevkî, *eş-Şevkiyyât*, 1/87-89.
[11] Şevkî, *eş-Şevkiyyât*, 1/120.

özlemlerinin farklı bir ifadesi olarak da değerlendirilebilir. Mısır'da modern dönemde birçok şair işgalci devletlere veya otoriter rejime karşı tutumlarından dolayı sürgüne gönderilmiştir. Dolayısıyla modern dönemde vatan özlemi şiirleri en çok sürgünde olan şairler tarafından dile getirilmiştir.

وَ يا وطـنِي لَقيتُكَ بَعدَ يـأس كَأَني قَد لَقيتُ بِكَ الشَبابا
وَ لَو أَني دُعيتُ لَكُنتَ ديني عَلَيهِ أُقابِلُ الحَتمَ المُجابا

"Ey Vatanım! Umutlarım tükendikten sonra sana kavuştum. Adeta gençliğimi sende yeniden bulmuş gibiyim.

Ben çağrıldığımda ölüme, sen olurdun dinim ve bu din etrafında canımı seve seve verirdim."[12]

Şair, "vatan" sembolü ile toplumsal kimlik ve bağlılık duygusunu ifade eder. Vatan, milli birlik ve beraberliğin sembolüdür. Şair, vatanı bir umut kaynağı olarak betimler ve vatanına kavuşmanın umutlarını yeniden canlandırdığını ifade etmektedir.

"Gençlik" sembolü, yeniden canlanma, taze bir başlangıç ve umut dolu bir gelecek anlamını taşır. Şair, vatanına kavuştuğunda gençliğini yeniden bulduğunu ifade eder. Bu sembol, vatan sevgisi ve vatanına olan bağlılığın bir ifadesidir.

"Ölüm" sembolü, fedakârlık, sadakat ve vatan için canını feda etme anlamını taşır. Şair, vatanı için ölmeye çağrıldığında vatanın dinine dönüşür ve vatan için canını seve seve vermekten bahseder. Bu sembol, vatan sevgisinin derinliğini ve fedakârlığı vurgular.

Ahmed Şevkî'nin vatan sevgisi, milli birlik, umut, gençlik, fedakârlık ve sadakat gibi kavramları temsil etmtekedir. Şair, vatanın değerini vurgulayarak, toplumu vatan sevgisi ve birlik bilinciyle hareket etmeye teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

SEYYİD KUTUB

Seyyid Kutub (1906-1966), çok yönlü bir kişilik olup birçok yeteneği bünyesinde barındırmıştır. O, şehit ve âlim, Müslüman bir düşünür, edebiyatçılar için ise bir şairdir. Hayatının farklı dönemlerinde farklı alanlara odaklanarak bu yeteneklerini ortaya koymuştur. Örneğin gençlik yıllarında şiir ve çocuk hikâyelerine yoğunlaşmış, kırklı yaşlarda edebiyat eleştirileriyle ilgilenmiştir. Elli yaşlarından itibaren ise sosyal ve siyasi konulara odaklanmış ve Müslüman bir düşünür olarak dünya Müslümanlarına önderlik etmiştir. Hatta sonradan hapse mahkûm edilmesi de bu düşünür kimliğinin bir yansıması olarak ortaya çıkmıştır.[13]

Edebî Kişiliği

Kutub'un şiir yeteneği öğrencilik yıllarında ortaya çıkmış ve bu onun hocalarının dikkatini çekmesine neden olmuştur. Gençlik yıllarında edebiyat ve şiir yarışmalarına katılmış, düşüncelerini ve makalelerini ülkenin önde gelen dergileri olan el-Ahrâm ve el-Katibu'l-Mısrî'de yayımlamıştır. İnatçı bir şekilde fikirlerini savunmuş ve seçtiği kelimeler ve cümleler ilgi çekmiştir.

Edebiyat yolculuğuna şiirle başlayan Kutub, daha sonra diğer edebi türlerle ilgilenmiş ve hayatının son dönemlerinde İslam düşüncesi ve İslamî ilimler üzerine çalışmalar yapmıştır. Genç yaşlardan itibaren şiir yazmaya başlayan Kutub, kırk yaşına kadar birçok şiir kaleme almıştır. Kutub'un yayımlanan tek divanı eş-Şâṭıʾü'l-Mechûl'dür. Bu divanda yer alan ve

[12] Abdurrahman er-Rafi'î, *Şu'arau'l-Vataniyye fi Mısr* (Kahire: Daru'l-Me'arif, t.y.), 46.
[13] Hilal Görgün, "Seyyid Kutub", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (İstanbul: TDV Yayınları, 2009).

zindanda yazıldığı bilinen Ahi Ente Hurrun şiiri, dünya genelinde tanınan ve birçok dile çevrilen önemli bir şiirdir. Şiir deneyiminin yanı sıra, Kutub şiir ve şairlik konularına dair düşüncelerini ve şiir felsefesini ele almıştır. Bu bağlamda Muhimmetu'ş-Şair fi'l-Hayat adlı kitabı kaleme almıştır. Bu bölümde Kutub'un divanı incelenerek şiirlerinin içerdiği sembolik ifadeler ele alınacaktır.

Şiirlerinde Kullandığı Belli Başlı Semboller

Özgürlük

هبلٌ ...هُبلْ رَمـزُ السَّخـــافَةِ وَ الدَّجَـل مِنْ بَعْد ما اندَثَرَتْ عَلى أَيْدِي الأُباة

عَادَتْ إِلَيْنا اليَـوْ مُ في ثَـــوْ بِ الطُّغاةُ تَتَنَشَّقُ البُخُورَ تَحْرِقُهُ أَساطيرُ النِّـفاق

"Hübel... Hübel, iğrençlik ve ikiyüzlülüğün sembolü, Kahramanların elleri ile silindikten sonra

Bugün zulmün elbisesi ile geri geldi, Münafıkların efsaneleri ile yakılan tütsüyü içine çekerler."[14]

Seyyid Kutub'un bu şiirinde geçen "Hübel" putperest Araplar tarafından tapınılan bir putun adıdır. Söz konusu şiirde ise Hübel sembolik bir şekilde iğrençlik ve ikiyüzlülüğü temsil eden bir figür olarak kullanılmıştır. Bu bağlamda, şiirde Hübel, putperestlik ve putların sembolize ettiği yanlış inançları ve ahlaki çürümeyi temsil eder. Şiirde geçen "Kahramanların elleri ile silindikten sonra" ifadesiyle, bu sembolün bir dönem güçlü kişiler tarafından ortadan kaldırıldığı ancak bugün zulmün elbisesiyle geri döndüğü anlatılmaktadır.

Daha sonra şiirde "Münafıkların efsaneleri ile yakılan tütsüyü içine çekerler" ifadesi yer alır. Bu ifade, sembolün geri dönüşünü destekleyen ve ona inanan ikiyüzlü kişilerin, yani münafıkların sembolün etrafında hikayeler uydurduğunu ve onu desteklediğini göstermektedir. "Tütsü" sembolik olarak kutsallığı ve dini ritüelleri çağrıştırabilir. Dolayısıyla, münafıklar, Hübel sembolünü kutsallıkla birleştirerek toplumu etkilemeye ve yanıltmaya çalışırlar.

Seyyid Kutub'un bu şiiri, İslamcı düşünce ve toplum eleştirisi bağlamında değerlendirilebilir. Şiirde Hübel, İslam düşmanı bir figür olarak temsil edilirken, münafıklar ise İslam'ın özünden saparak toplumu yanıltan ve zulme ortak olan kişileri temsil eder. Şiirdeki reformist mesaj ise, toplumun bu iğrençlikleri ve ikiyüzlülükleri reddederek gerçek İslam değerlerine dönmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Seyyid Kutub'un düşünceleri ve şiirleri, İslamcı hareketler ve düşünce okulları içinde önemli bir yere sahiptir ve İslamcı ideolojilere dair anlayışları yansıtmaktadır.

Vatan Sevgisi

ما ذلك العـرُض ّالشـــرِيف يُـثْـلَـم؟ ويسيل مِـنْ حَنقٍ- حوالـىْه الـدَّ م؟

ومن الذي سـَام النُفوسَ مهانةَ يَأْبَى ويَأنفها الذلول الأعْـجَـمُ

"Bu şerefli namus kirletilebilir mi? Öfkelerinin etrafında kan akıtılırken

Bu insanlara rezilce kirleten kimdir? Zavallı bir yabancı bile kabul etmeyip boyun eğmeyecektir."[15]

Şiirde, "şerefli namus" sembolik olarak temsil edilen bir değerdir. Şiirde, şerefli namusun "kirletilebilir" olduğu ifade edilirken, bunun etrafında öfke ve kan akıtıldığı belirtilir. Bu

[14] Seyyid Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub* (Kahire: Daru'l-Vefa ve'n-Neşr ve't-Tevzi', 1989), 289.
[15] Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub*, 281.

sembolik ifade, toplumda itibarlı, değerli ve onurlu kabul edilen değerlerin, bazı insanlar veya olaylar tarafından aşağılanıp kirletilebileceğini ifade etmektedir.

Ayrıca, şiirde geçen "rezilce kirleten kimdir?" ifadesi, şerefli namusun kirletilmesine neden olan kişilerin eleştirisi olarak görülebilir. Bu kişiler, şerefli namusu zedelerken aynı zamanda toplumun değerlerine de saldırmaktadır. Şiirde bahsedilen kişilerin "zavallı bir yabancı bile kabul etmeyip boyun eğmeyecektir" şeklinde tanımlanması, namus ve onurun korunması için direnç gösterme çağrısı yapmaktadır.

Sembolik olarak, bu şiir toplumun değerlerinin ve onurunun korunması gerektiğini vurgulamakta ve değerlerin kirletilmesine karşı direnç gösterme çağrısı yapmaktadır. Aynı zamanda, şiirde kullanılan semboller, toplumun ahlaki değerlerine olan bağlılığın önemini vurgulamaktadır

Değişim ve Bağımsızlık

تبغون َ الاسْتِقْلاَ لَ؟ تلْك طَر يقُهُ ! وَ لَقَد ْ أَخَذْتُم ْ بِالطَّرِيق ِ فـَيـَمـُوا

وَهُوَ الجِهَادُ حَمِيَّةٌ جـشَّامَةُ مَا إن ْ تَخَافُ ُ مِن َ الرَّدَى أوْ تُحْجِم

Bağımsızlık mı istiyorsunuz? Tek yol da bu işte doğru yoldasınız devam edin.

Bu savaş çok zor ve amansızdır, ne ölmekten korkulur ne de vaz geçilir.[16]

Şiirde, bağımsızlık sembolik olarak temsil edilen bir değerdir. Şiirde bağımsızlık isteği desteklenirken, "doğru yolda olduğunuz" ifadesiyle bu hedefe olan inancın vurgulandığı söylenmektedir. Bağımsızlık, bir toplumun özgür olma, kendi kaderini belirleme ve dış etkilerden bağımsızlık arzusunu ifade eder.

Şiirde bahsedilen savaş ise bağımsızlık için verilen mücadeleyi temsil eder. "Bu savaş çok zor ve amansızdır" ifadesi, bağımsızlık mücadelesinin zorluklarla dolu olduğunu vurgularken, "ne ölmekten korkulur ne de vazgeçilir" ifadesi ise bu mücadelede cesaretin ve kararlılığın önemini yansıtır. Bu sembolik ifadeler, bağımsızlık için verilen mücadeledeki fedakarlık, cesaret ve kararlılığı temsil etmektedir.

Şiirdeki sembolik anlatımlar, bağımsızlık mücadelesinin zorluğunu ve kararlılığın önemini vurgulamaktadır. Aynı zamanda, bağımsızlık arzusunun insanların özgürlük ve kendi iradeleri üzerinde kontrol sahibi olma ihtiyacını ifade ettiği söylenebilir.

الشـرْقُ يَا لِلشَّرْقِ تـلْكَ دِماؤُهُ والغَرَبُ يَا لِلْغَرْبِ يَضِريه الدّم

الشرق وَيْحَ الشَّرْقِ كَيفَ تَقَحَّمُوا حُرَمَاتِهِ الكُبْرَى وكَيْفَ تَهَجَّمُوا ؟

“Ah zavallı Doğu, bu onun kanları ve kan akıtmaya alışmış ey Batı!

Zavallı Doğu, şerefini ve kutsallarını nasıl çiğnediler ve saldırdılar.”[17]

Şiirde, "Doğu" ve "Batı" sembolik olarak temsil edilen iki farklı bölge veya kültürdür. "Zavallı Doğu" ifadesiyle Doğu'nun acınası bir durumda olduğu ve şeref ve kutsallarının çiğnendiği

[16] Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub*, 277.
[17] Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub*, 279.

ifade edilirken, "ey Batı" ifadesiyle de Batı'nın bu durumda sorumluluk taşıdığı vurgulanmaktadır.

Şiirde "kan akıtmaya alışmış" ifadesi, Batı'nın şiddet ve saldırganlık eğilimini temsil etmektedir. Bu ifadeyle Batı'nın, Doğu'ya karşı saldırgan bir tutum sergilediği ve bunun bir alışkanlık haline geldiği ima edilmektedir. Doğu'nun "şerefini ve kutsallarını nasıl çiğnedikleri ve saldırdıkları" ifadeleri ise Doğu'nun Batı'nın saldırılarına maruz kaldığı ve değerlerinin yok sayıldığı anlamına gelmektedir.

Sembolik olarak, şiirdeki ifadeler Doğu ve Batı arasındaki güç dengesi, emperyalizm, kültürel istila veya sömürgecilik gibi konuları yansıtmaktadır. Şiir, Doğu'nun zayıf durumunu ve Batı'nın saldırganlığını eleştirirken, Doğu'nun değerlerine ve kimliğine sahip çıkması gerektiğini vurgulamaktadır.

İslam ve Müslümanlar

شَبَابَ النِّيلِ مَاذَا؟وَ يْـحَـكم! أفَأنْتُمْ حَيْثُ يـْحـِيـيكمْ دُعـــاء؟

يَا شَبَاباً نـكب النِّيلُ بـــهِ في الأمَانِي وَالتَّعِلاَّ تِ الوِضاءْ

“Ey Nil gençliği! Yazıklar olsun size, duanın size fayda sağlamayacak biliyor musunuz?

Nil’in nice umutlarda, ışıltılı hayallerde yitirdiği ey gençlik!”[18]

Şiirde, "Nil gençliği" sembolik olarak temsil edilen bir gençlik grubunu ifade etmektedir. "Ey Nil gençliği" ifadesiyle bu gençlik grubuna hitap edilmekte ve onlara eleştirel bir seslenişte bulunulmaktadır.

Şiirdeki "Yazıklar olsun size" ifadesi, gençliğin bir yanlışa düştüğü, beklenen ya da umut edilen davranışları gerçekleştiremediği veya toplumun değerlerine uymadığı anlamında bir eleştiriyi ifade eder. "Duanın size fayda sağlamayacak" ifadesiyle ise gençliğin umutlarının, dualarının veya beklentilerinin gerçekleşmeyeceği, çabalarının boşa gideceği vurgulanmaktadır.

Şiirde geçen "Nil'in nice umutlarda, ışıltılı hayallerde yitirdiği" ifadesi, gençliğin umutlarının ve hayallerinin, zamanla kaybedildiğini ve gerçekleşmediğini ifade etmektedir. Bu sembolik ifade, gençliğin hayal kırıklıkları ve toplumun beklentileriyle başa çıkma mücadelesini yansıtmaktadır.

Sembolik olarak, verilen şiirde gençlik, umutlar, beklentiler ve hayal kırıklıkları üzerine bir eleştiri yapılırken, aynı zamanda toplumsal ve bireysel değerlerin sorgulanması ve gerçekleşmeyen umutlara dikkat çekilir.

Sonsuzluk Özlemi

أ في كُلّ لُـقْيا شُعورٌ جَدِيدٌ؟ وَ في كُلِّ قُرْبٍ ظِماءٌ شَـــديد

وَ في كُلِّ يَـوْمٍ أَرَى عـالَماً مِن الحُبِّ يَـــنْـسُبُنا لِلْخُلود

“Her karşılaşmada ayrı bir duygu mu? Her yaklaşmada daha çok özlem

[18] Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub*, 262-263.

Her gün sevgiden başka bir dünya görüyorum, bizi sonsuzluğa bağlayan."[19]

Şiirde, karşılaşmaların ve yaklaşmaların sembolik olarak farklı duyguları ifade ettiği ve sevgiye duyulan özlemi vurgulandığı anlaşılıyor.

"Her karşılaşmada ayrı bir duygu mu?" ifadesiyle, her karşılaşmanın kendine özgü bir duyguyu beraberinde getirdiği ve bu duyguların farklılık gösterdiği ifade ediliyor. Bu sembolik ifade, insan ilişkilerindeki her karşılaşmanın benzersiz ve özel bir deneyim olduğunu vurgulamaktadır.

"Her yaklaşmada daha çok özlem" ifadesi ise, her yakınlaşmanın sevgiye duyulan özlemi artırdığını ifade ediyor. Yakınlaşmaların, insanların sevgi ve bağlantı ihtiyacını karşılamada önemli bir rol oynadığına işaret ediyor. Bu sembolik ifade, insanların birbirlerine olan özlem ve ihtiyacının sürekli olarak büyüdüğünü anlatıyor.

"Her gün sevgiden başka bir dünya görüyorum, bizi sonsuzluğa bağlayan" ifadesi ise sevginin insanları başka bir dünyaya taşıyan, evrensel bir bağlantı olduğunu ifade ediyor. Sevgi, insanları sınırları aşan bir boyuta taşıyarak sonsuzluğa bağlıyor. Bu sembolik ifade, sevginin gücünü ve insanların sevgi arayışını vurgulamaktadır.

Seyyid Kutub, Kur'an ve sünnete dayanarak doğrudan çözümler üretme çabasıyla, Müslüman toplumun sosyal, siyasi, ekonomik, kültürel ve ahlaki sorunlarına odaklanan birçok Müslüman düşünür ve yazar gibi önemli bir rol oynamıştır. Eserlerinde ve şiirlerinde özgürlük, vatan sevgisi ve İslam toplumlarının birliği gibi konulara ek olarak, İslam'ın doğru bir şekilde gelecek nesillere aktarılması, Müslüman kimliğin geliştirilmesi ve hurafelerden arınmış bir düşünce yapısının benimsenmesi gibi konulara da değinmiştir. Bu yönüyle de Seyyid Kutub, İslam düşünce eserleri yanı sıra şiirleriyle de dikkat çeken bir isimdir.

SONUÇ

Bu çalışma Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub gibi son dönem İslamcı Arap şairlerinin eserlerini inceleyerek inanç, dil ve toplumsal dönüşüm kavramlarının etkileşimini derinlemesine anlama amacını taşımaktadır. İslam düşüncesinin daha derin bir anlayışına ve İslam toplumlarında gerçekleşen dönüşümlerin anlamlandırılmasına katkı sağlamak adına bu şairlerin eserleri önemli bir kaynak niteliği taşımaktadır. Bu şairler, İslam inancının toplum üzerindeki etkisine vurgu yaparak, inanç ve toplumsal dönüşüm arasında güçlü bir ilişki olduğunu savunmuşlardır. İnanç, bireylerin düşünce ve davranışlarını yönlendirirken aynı zamanda toplumun da olumlu yönde değişmesine katkı sağlayabilir. Adalet, eşitlik ve insan onuru gibi temel değerlerin İslam'ın öğretilerine dayanarak toplumsal dönüşümün temelini oluşturması gerektiğini vurgulamışlardır.

Ayrıca, dilin inanç ve toplumsal dönüşüm üzerindeki gücüne de dikkat çekilmiştir. Dil, düşüncelerin ifade edilmesi ve toplumları etkileme konusunda önemli bir araçtır. Bu şairler, Arapça dilini ustalıkla kullanarak İslam'ın evrensel mesajını iletmekte ve dilin sadece iletişim aracı olmadığını, aynı zamanda kültürel ve dini mirasın da taşıyıcısı olduğunu savunmaktadır.

Sonuç olarak, Ahmed Şevki ve Seyyid Kutub gibi son dönem İslamcı Arap şairlerinin eserleri, inanç, dil ve toplumsal dönüşüm arasındaki etkileşimi anlamamıza yardımcı olmaktadır. Bu şairler, İslam toplumlarında adalet, eşitlik ve insan onurunu vurgulayarak toplumsal dönüşümü teşvik etmişlerdir. İnanç ve dilin gücünü kullanarak, bireylerin farkındalığını artırmayı

[19] Kutub, *Divân-ı Seyyid Kutub*, 174.

hedeflemişler ve toplumların evrensel değerlere dayalı bir yapıya dönüşmesini teşvik etmişlerdir.

KAYNAKÇA

Dayf, Şevki. *el-Edebu'l-'Arabiyyu'l-mu'asır fi Mısr*. Kahire: Kahire: Daru'l-Me'ârif, 1992.
Desûkî, 'Umar ed-. *Fi'l-Edebi'l-Hadis*. I-II Cilt. Dâru'l-Fikr, 8.b., 1973.
Görgün, Hilal. "Seyyid Kutub". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 37/64-68. İstanbul: TDV Yayınları, 2009.
î, Abdurrahman er-Rafi'. *Şu'arau'l-Vataniyye fi Mısr*. Kahire: Daru'l-Me'arif, t.y.
Kutub, Seyyid. *Divân-ı Seyyid Kutub*. Kahire: Daru'l-Vefa ve'n-Neşr ve't-Tevzi', 1989.
Musûlî, Ahmed el-. *Mevsûatü'l-Hareketü'l-İslâmiyyeti fi'l-Vatani'l-Arabî*. Londra: Merkezü'd-Dirâseti'l-Vahdeti'l-Arabbiyyeti, 1999.
Selâvî, Muhammed Edib es-. *el-Ahzâbü's-Siyasiyyetü'l-Mağribiyyetü*. Rabat: Matabi' Rabat Net, 2015.
Şeşen, Ramazan. "Ahmed Şevkī". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 2/136-138. İstanbul: TDV Yayınları, 1989.
Şeşen, Ramazan. "Ahmed Şevkī". *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 2/136-138. İstanbul: TDV Yayınları, 1989.
Şevkî, Ahmed. *eş-Şevkiyyât*. Kahire: Kalimat Arabia, 2011.

"ŞAMANİZM" VƏ "TANRIÇILIQ" – QƏDİM TÜRKLƏR YAŞADIQLARI DİNİ NECƏ ADLANDIRIRDILAR?!

GÜLLÜ YOLOĞLU
Prof.Dr., Azərbaycan Milli Elmlər Akademiyası Tarix və Etnologiya İnstitutu
ORCID NO: 0000-0002-8312-6148

ÖZET

Türklərin buddizmin, yəhudiliyin, xristianlığın, İslamın qəbuluna qədər hansı dinə tapınmaları bir çox alimi düşündürmüş və bu yöndə çox sayda kitablar yazılmışdır. Qədim türklər haqqında məlumatların əsas qaynağı olan Çin mənbələrində trüklərin "wu" adlandırılan xüsusi adamların olduğundan bəhs olunsa da, dinlərinin adı çəkilmir. Əslində şamanizmdə əsas yeri tutan, ayinləri icra edən şəxsə tarixin ayrı-ayrı dövrlərində müxtəlif xalqlar tərəfindən müxtəlif adlar verilmişdir: wu, kam, böqü, yelbiçi, oyun, xam, baksı (türklər), çam (gilyaklar), senin (ketlər), bö (buryatlar), saman, şaman (evenk- tunquslar) və s. Bu da onu göstərir ki, şamanizm dünya xalqlarının, demək olar ki, hər birinin ilkin inkişaf dövründə yaranan, özündə təbiət kultunun bütün inam formalarını - animizmi, totemizmi, zoomorfizmi, antropomorfizmi, fetişizmi və s. birləşdirən bir dindir. İnsanlar ad qoymadan onu yaşamışlar...

Anahtar kelimeler: şamanizm, Tanrıçılıq, Türk, ağac, yeraltı dünya.

Bir çox mərasim, ayin və etiqadların yaranışı ilə bağlı araşdırmalar aparan L.Potapov yazır ki, Sayan-Altay xalqlarının bir çox ənənəvi kultları (Göy kultu, Humay ilahəsi, Yer-Su ilahəsi və s.) və dini mərasimlərinin (yiyələrə və Günəşə qurban və s.) tarixi kökləri qədim türklərə gedib çıxır [1, s.3]. Hunların şimali yueban qrupu, qaoqyüylərin şamanizmindən bəhs edən L.Potapov «bilavasitə qədim türklərin şamanlar haqqındakı materiallarına müraciət edək» deyir və qədim türk dövrü deyərkən M.S. VI - XII əsrlərin nəzərdə tutulduğunu vurğulayır [1, s.5]. «Qədim türklərə qədərki» şamanlar haqqında məlumat verən müəllif syünnü (xunnu) tayfalarının M.Ö. I minilliyin sonlarında şamanı «wu» adlandırdıqlarının Çin qaynaqlarından məlum olduğunu yazır, xunnuların şimal qruplarının yueban adlandırıldıqlarını, qaoqyüylərlə eyni dili danışdıqlarını, adət-ənənələrinin eyni olduğunu və qaoqyüylərin də telelərin, o cümlədən də uyğurların ulu babaları olduqlarını göstərir [1, s.11]. Bütün bu adı çəkilən tayfaların türk olduqlarını söyləməmişdən əvvəl onu da qeyd edək ki, L.Kızlasov hunların türk olduqlarını

qəbul etmir və yazır: «hunlar müasir elmə məlum olmayan, indi artıq ölmüş dil ailəsinə aid bir dildə danışırdılar» [2, s.29-30].

L.Potapovun da qeyd etdiyi kimi, əgər hunların şimal qrupu olan yuebanların dili və adət-ənənəsi türk olduqları şübhə doğurmayan tele və uyğurların ulu babaları saydığı qaoqyüylərlə eynidirsə, deməli, hunlar da həm dilləri, həm də adət-ənənələri ilə türkdürlər. Belə olduğu halda L.Kızlasovun hunların dilini «ölmüş dil ailəsi»nə aid etməsi tamamilə məntiqdən uzaqdır.

L.Potapov qədim türklərin Böyük Türk Kağanlığını qurduğunu (551-744) və uyğurlar başda olmaqla tele tayfasının türklər üzərindəki qələbəsindən sonra Uyğur xaqanlığını (745-840) yaratdığını qeyd edərkən [1, s.3] də onun «türk» (Çin salnamələrində «tukyu») kəlməsinin aid olduğu tayfalarla digərləri arasında türk və türkdilli deyərək bir sərhəd qoyduğunu görürük. Onun hunları, yuebanları, qaoqyüyləri türkdilli saymasının əsas səbəbi də "türk" kəlməsini tayfa adı olaraq ayırmasıdır. Sovet dövrünün bir çox alimlərinin türklərin bir xalq kimi tarix səhnəsinə Miladdan sonra çıxdıqlarını söyləmələrinin səbəbini də bunda görürük. Biz isə bu araşdırmamızda tukyuları, hunları, syanbiləri, tele və uyğurları, uxuanları, qaoqyüyləri tayfa adlarını göstərmək şərtilə, türklər olaraq qeyd edəcək, L.Potapovun «qədim türklər» adlandırdığı tukyuları da türk tayfalarından biri kimi verəcək, türk kəlməsini isə «türkdilli» sayılan bütün türk qövmlərinə aid edəcəyik.

«Dini-mifoloji sistem» terminini doğru görməyən, xristianlığın da, İslamın da dini-mifoloji sistemi olduğunu vurğulayan L.Potapov israrla «qədim türklərin» (tukyuların - G.Y.) dinini araşdırır, onun adının söylənilməməsindən narahat olduğunu göstərir [3, s.5] və bu dinin məhz şamanizm olduğunu təsdiqləmək yönündə faktlara müraciət edir.

Türklərin buddizmin, yəhudiliyin, xristianlığın, İslamın qəbuluna qədər hansı dinə tapınmaları tək L.Potapovu deyil, bir çox alimləri düşündürmüş və bu gün də düşündürür [4, 5, 6]. Fransız alimi Jan Pol Ru «VII - VIII əsrlərdə Orxon türklərinin dini» kitabında araşdırılan dövr türklərinin dinindən «dövlət» və «xalq» dini deyərək bəhs etsə də, bu dinin adını göstərmir [3, s.4]. M.Eliade isə bir tərəfdən şamanizmi bir din kimi qəbul etmir, digər tərəfdən də yazır ki, «Mərkəzi və Şimali Asiyanın dininin hər tərəfindən şamanizm çıxır» [3, s.3-4]. Mehmet Naci Önal qədim adət və ayinlərdən, onların bugünkü izlərindən danışarkən həmin törənləri «qədim Türk dininin qalıntısı» adlandırır [7, s.99]. «Qədim Türk inancına görə, ruhlar və ya yiyələr üç yerə ayrılırlar. Bunlar göy üzündə, yer üzündə və yer altındadırlar. Göy üzünün, yəni işıq aləminin böyük tanrısı «Xan Ülgen» və ya «Kayra Xan»dır… Yer altının sahibi «Erlik Xan»dır». Yer üzünün yiyələri «yer-su» ilahiləridir» [7, s.100-101] yazan M.N.Önal türk

inancının şamanizm olduğunu qəbul edir və məqaləsinin sonrakı qismində türk şamanlardan və Türkiyə ərazisində, konret olaraq Muğla yaxınlığındakı əhali arasında yaşayan dağ kultundan danışır [7, s.99-122].

L.Potapova görə, şamanizm dindir və «qədim türklərin» (burada tukyular anlaşılmalıdır - G.Y.) həyatında bu dinin önəmli rolu olmuşdur. Bütün bunları nəzərə alaraq biz də «türk şamanizmi nədir?» sualına cavab axtaracağıq.

Əslində şamanizmdə əsas yeri tutan, ayinləri icra edən şəxsə tarixin ayrı-ayrı dövrlərində müxtəlif xalqlar tərəfindən müxtəlif adlar verilmişdir: wu, kam, böqü, yelbiçi, oyun, xam, baksı (türklər), çam (gilyaklar), senin (ketlər), bö (buryatlar), saman, şaman (evenk- tunquslar) və s. Bu da onu göstərir ki, şamanizm dünya xalqlarının, demək olar ki, hər birinin ilkin inkişaf dövründə yaranan, özündə təbiət kultunun bütün inam formalarını - animizmi, totemizmi, zoomorfizmi, antropomorfizmi, fetişizmi və s. birləşdirən bir dindir. Uzun muddət Ə.Cəfəroğlu, Ə.İnan, Q.Ksenofontov, P.Çixaçyov, Q.Potanin, N.Katanov, Y.Yakovlev, S.Vaynşteyn, M.Kenin-Lopsan [8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15] və digər alimlər şamanizmi araşdırmışlar. Son illər ərzində şamanizmlə bağlı ədəbiyyat siyahısına çoxlu sayda yeni və maraqlı əsərlər əlavə edilmişdir. Xüsusilə də Sovetlər Birliyi dağıldıqdan, ateizm siyasəti ortadan qalxdıqdan sonra əski dinə artan marağın nəticəsi olaraq bir çox kitablar çap olunmuşdur.

Sovet dövrü etnoqrafik ədəbiyyatda «şaman», «saman» sözünün tunqus (evenk) sözü olaraq «vəcdə gələn, hərəkət edən, yuxarı qalxan» demək olduğu qeyd edilirdi. Bu kəlməni XVII əsrdə Sibirdə xidmət edən və daim mərkəzə yerli xalqlar haqqında məlumat göndərən kazaklar qeydə almışlar. Avropaya bu termin I Pyotr tərəfindən rus elçiliyinin tərkibində Çinə göndərilən İzbrant İdes və Adam Brandın vasitəsilə daxil olmuşdur [3, s.7]. Amerikalı alim R.Uolşa görə, bu söz qədim hinduların dilində «özünü döymək və ya asketik təcrübədən keçirmək» mənasını verir. Alim eyni zamanda onun tunqus dilindəki «bilmək» felindən olduğu fikrini də istisna etmir [16, s.18].

Prof. Y.Nemet hələ 1913-1914-cü illərdə sübut edir ki, «saman» sözü qədim türk və monqollara aid kəlmədir, yəni tunqus dilindəki şam, sam sözü türk dilindəki «kam»ın fonetik ekvivalentidir [3, s.8]. Doğrudan da «kam», «xam», «çam», «qam», «ğam», kəlmələrinə baxarkən, şəkil olaraq da, «saman», «şaman» sözünün kökünün «sam», «şam» olduğunu təsəvvür etmək çətin deyil. Beləliklə, Y.Nemetə əsaslansaq, elə «şaman» kəlməsinin kökündə də türklərin «kam»ının dayandığını, bu sözün də türk dilinə aid olduğunu söyləyə bilərik.

Maraqlı burasıdır ki, macar tədqiqatçısı Y.Nemetin bu nəzəriyyəsini Nyu-Yorkda şamanlarla bağlı ensiklopediya hazırlayan tədqiqatçı B.Laufer 1917-ci ildə yoxlamış və yeni dəlillərlə zənginləşdirərək müdafiə etmişdir [3, s.7-8].

Beləliklə, biz də məqaləmizdə zaman-zaman yerinə görə, digər adlar çəksək də, dünya elmində özünə daha geniş yer elədiyindən, ümumiləşdirici termin kimi, «şaman» kəlməsindən istifadə edirik.

Gilyaklardan bəhs edən L.Şternberqə görə, əgər ali dinlərdə peyğəmbərlər Allahın sevimlisi idilərsə, şamanizmdə şaman olacaq şəxs ruhların sevimlisi, bəzən də sevgilisi olur [17, s.143]. Şamanlığın ilkin əlamətlərindən biri cezv olma, göz alacalanması, huş itirmə ilə müşayiət olunan «şaman xəstəliyi»dir. Ruhlar öz sevdiklərini şamanlığı qəbul etməyə məcbur edirlər. Əgər seçilmiş şəxs razı olarsa, ona köməkçi ruhlar - heyvanlar, quşlar, həşəratlar verilir. Düngürlərin (dəf - G.Y.) üzərinə rəsmi çəkilmiş bu heyvan və quşların vasitəsilə şaman Göyə «çıxır», Erlikin (İrlikin, Yerlikin) yaşadığı Yeraltı aləmə «səyahət edir», xəstələri sağaldır, gələcəkdən xəbər verir, ölənin ruhunu Tanrının dərgahına yola salır və s. Hətta şaman öldükdən sonra məzarının yerləşdiyi yer də qeyri-adi özəlliklərə malik olur. İnsanlar belə yerləri pirə, ocağa çevirir, ziyarət edir, qurbanlar verir, dilək diləyir, müəyyən problemlərinin həll olunacağına inanırlar. Çox vaxt seçilmiş şəxs şaman olmaqdan, yəni ona verilən «vergi»ni qəbul etməkdən imtina edir. Çünki ruhlara tabe olmaq, onlar üçün yemək, onlar üçün içmək, trans zamanı insanlıqdan çıxmaq deməkdir. Ancaq bu proses müvəqqəti xarakter daşıyır. Transdan çıxan şaman hər birimiz kimi adi insan olur.

Ruhlara müqavimət göstərmək ölümə bərabərdir. Adətən, qadınlara kişi, kişilərə isə qadın ruhlar gəlir. Yuxuda gedən bu proses çox vaxt real həyatda şamanın ailəsi olmasına mane olmur. Lakin bəzən elə hallar da olur ki, kişi şamanın hamisi onun həmcinsi olur və onu cinsini «dəyişməyə» məcbur edir. Əvvəllər belə şamanlar sinələrində gəzdirdikləri metal döşlüklərlə, hörülmüş saçları və s. seçilərdilər. L.Şternberq yazır ki, Sibirin bir çox xalqlarında bu adi şey olsa da, türklər arasında əxlaq normalarına uyğun gəlmədiyinə görə gizli saxlanılırdı [17, s.143].

Şamanlar güclərinə görə üç yerə ayrılırlar: 1) xəstəlikləri sağaldan, yəni müalicə edən; 2) kiçik dəfn mərasimlərini keçirən; 3) ölülərin ruhunu Tanrının dərgahına, yəni o dünyaya yola sala bilən ulu şamanlar. Altay türkləri belə şamanlara «oxlu kam» («utku kam») deyirlər [19, s.135].

Alimlər müəyyənləşdirmişlər ki, bəzi psixotrop maddələri qəbul etməklə də transa girmək, şamanların görə bildikləri bəzi şeyləri görə bilmək və hiss etmək mümkündür. Afrikada, cənubi Amerikada, Avstraliyada bir çoxları bu vasitələrdən istifadə edərək özlərini şaman adlandırırlar. Məsələn, Latın Amerikası ölkələrinin bir çox «şamanları» yaqe və peyot adlı iki maddəyə daha çox üstünlük verirlər. Peyot murdar dadı ilə ürək bulandıran kaktusdan hazırlanır. Hindular ondan istifadəni «ağır yol» adlandırırlar. Yaqe və ya ayaxuasko (ayaxuaska) Amazonkada bitən və Banisferiopsis adlanan bitkidən hazırlanır. Sibirdə Amanita muscaria (qırmızı muxomor (milçək öldürən) göbələyi) da bu işdə istifadə olunur. Ancaq bunun əsl şamanizm olmadığını bir çox vergili və soylu şamanlar da söyləyirlər. Bu cür «şamanlıq» həm də illərlə şamanlığın qüdrət zirvəsinə çatmaq üçün çalışan, əziyyətli yol keçən, onlara verilən vergini daha da təkmilləşdirən həqiqi şamanlara qarşı haqsızlıqdır. Belələri qəbul etdikləri maddənin təsirilə bir neçə saat «şaman» ola bilərlər, ancaq əsl şamanlar bunu yaşayırlar. Rus dilində hər hansı bir maddənin vasitəsilə nələrəsə qadir olanlara istehza ilə «psixodelik»lər deyilir [16, s.166-170]. Əsl şamanizm isə dərin bir fəlsəfədir, kitabı olmasa da, ibtidai bir dindir. Bir də onu qeyd edək ki, Tanrı ilk gündən insanı yaradıb onu taleyin hökmünə, axarına buraxmamışdır. Yaratdığı insanın inkişaf səviyyəsinə uyğun olaraq onunla təmas qurmuş, aralarından vasitəçilər seçmişdir. Şamanlar da Tanrı və tayfadaşları arasında bir vasitəçi, əlaqə yaradandırlar. Tanrı sevdiyi insanları, tayfaları onların vasitəsilə qorumuş, göstərişlər vermişdir. İnsanların ilkin inkişaf dövründə, yazının olmadığı, insanların oxuma-yazma bilmədikləri bir zamanda kitab göndərilməsi heç də məntiqə uyğun deyil. Bununla belə, Yaradan yaratdıqları ilə əlaqə saxlamalı, onları darda qoymamalı, elmin, həkimlərin, astroloqların, astronomların, sinoptiklərin və s. olmadığı bir vaxtda onlara yardım etməli, yaxın gələcəkdə baş verə biləcək təbii fəlakətlərdən, xəstəliklərdən onları xəbərdar etməli və bəzən də qorumalı idi. Bu məqsədlə də o, şaman olacaq şəxsləri seçir, onlara özəl qabiliyyət (vergi), hami ruhlar verir və öz köməkçiləri vasitəsilə onlarla əlaqə saxlayır.

Şamanizmin əsas rəmzlərindən biri ağacdır. Ağacın zirvəsi, gövdəsi və kökü şamanizmdəki üç qat - Göy, Yer və Yeraltı aləmlə bağlıdır. Şamanlara görə, əgər Göydə Ulu Tanrı (Ülgen, Uluu Toyon, Allah, Kuday, Boq...) otursa, ali dinlərdə cəhənnəm, ad kimi tanıdığımız Yeraltı aləmdə Erlik (İrlik, Yerlik) hökmranlıq edir. İnsanlar isə Yerdə, orta qatda, Yeraltı aləmlə Göyün arasında yaşayırlar. Şamanlar bu üç aləmin hər birində «gəzə bilirlər». Bizcə, qədimdə şamanlar başqa planetlərdəki sivilizasiyadan da xəbərdar ola bilirdilər. Türk mifologiyasının, eyni zamanda da kosmoqonik miflərin yaranmasında şamanların rolunu xüsusi qeyd etmək

lazımdır. Məhz şamanların Göyə, kosmosa səyahətləri zamanı gördüklərindən ibarət olan kosmoqonik miflərin bir çoxu bu gün müasir elm tərəfindən qəbul və təsdiq olunur.

Günümüzdə qədim türklərin dininin tanrıçılıq olduğunu söyləyənlər şamanizmi yanlış olaraq gözbağlayıcılıq, cadugərlik adlandırırlar. Onu da qeyd edək ki, İslam övliyalarından bir çoxu günümüzdə gözbağlayıcıların oyunları kimi baxdığımız bəzi kəramətlərə sahib idilər. Qışın oğlan çağında qoynundan gül çıxaran Şəms Tərizi, Misali (Gül) Baba, dünyanın uzaq yerlərində baş verən hadisələrdən xəbər verə bilən Əbülhəsən Xarkani, Bəyazid-i Bistami və başqalarının kəramətləri onlar haqqında bir çox rəvayətlərin yaranmasına, xalq arasında daha çox sayılmalarına səbəb olmuşdur [18, s.34-35].

Deməli, bir çoxlarının şamanizmi günümüzün müsəlman türklərinə yaxın buraxmaq istəməməsinin, tanrıçılığı şamanizmə qarşı qoymasının əsas səbəbi qədim türklərin dinini İslam dininə yaxınlaşdırmaq cəhdidir. Əslində, şaman fəlsəfəsinin özündə də islam, yəni ulu Yaradana təslim, ali varlığa, Ulu Tanrıya, Ülgenə, Ulu Toyona, Kudaya inam var. Türklərin həyatında şamanizmin olduğunu qeyd edən Əbdülkadir İnan yazırdı: «Ural-Altay irqinin qərb şöbəsinə mənsub olan Şimali Asiya qövmləri - türklər, monqollar, tunquslar əski zamanlarda ibtidai şamanizm dinində idilər» [9, s.389]. Tanrıçılıq termininin tərəfdarlarının əsas rəmz kimi ağacı göstərdiklərini söyləmişdik. Lakin yuxarıda qeyd etdik ki, ağac şamanizmdəki üç aləm təsəvvürünə görə, bu qədim dinin əsas rəmzidir. Onun zirvəsi Göyü, gövdəsi insanların və əksər canlıların yaşadığı Yeri, işıqlı dünyanı, kökləri isə Yeraltı aləmi, qaranlıq dünyanı göstərir. Göy qübbəsi qədim dövrlərdən müqəddəs sayılaraq ilahiləşdirilmişdir. Hunlarla bağlı M.Ö. III əsrə aid mənbələrdən Tanrının ona yalvarış və xahişlərlə üz tutan türk xaqanlarına öz iradəsini diqtə etdiyi məlumdur [19, s.92]. Yəni Tanrı ilə əlaqə yaratmaq, ona arzu və diləklərini yetirə bilmək üçün heç bir qata çıxmaq, heç bir qatdan keçmək lazım gəlmirdi (burada Göyün və yerin altının müxtəlif qatları nəzərdə tutulur). Bunu «Kitab-i Dədə Qorqud» dastanlarında da görmək mümkündür.

Tədqiqatçılara görə, cənubi Sibirin sonrakı türk əhalisinin təsəvvüründə Göy «qat-qat piroqu» xatırladır [19, s.92]. Bu qatların hər birində də müxtəlif ruhlar, ulduzlar və digər səma cismləri var. Tanrıçılıq termini digər terminlər kimi sonradan və süni yaradılmış bir termindir. Tanrı haqqında qədim təsəvvürlərdən çıxış edən fransız tədqiqatçısı, dinlərin araşdırıcısı can Pol Ru XX əsrin ortalarından bu təsəvvürləri «tenqrizm» termini altında ümumiləşdirmişdir. Rus dilində bu termin «tenqrianstvo» kimi işlədilməyə başladı. Türk dillərinə isə o «tanrıçılıq»

şəklində çevrilərək son zamanlar türkçülüklə İslamın paralel təbliğinin nəticəsində yayılmağa başlamışdır…

Türk dillərinə isə o «tanrıçılıq» şəklində çevrilərək son zamanlar türkçülüklə İslamın paralel təbliğinin nəticəsində yayılmağa başlamışdır. Təsadüfi deyil ki, tatar tədqiqatçısı R.Bezertinov yazır: «Qədim türklərin öz dinlərini necə adlandırdıqları məlum deyil» [5, s.6]. Deməli, dilimizə «tanrıçılıq» kimi tərcümə etdiyimiz termin heç də qədim türklərin öz dinlərinə verdikləri ad deyil, bir fransız tədqiqatçısının son zamanlar elmə daxil etdiyi yeni bir söz, yeni bir termindir. R.Bezertinov termin yanlışlığı barədə yazır: ««şamanstvo» ilə «şamanizm»: Görünür, bu formullar o qədər də doğru seçilməyib. Belə ki, dünyəvi dinləri popizm, mollaizm və s. adlandırmaq olmaz» [5, s.9]. Lakin qeyd etmək lazımdır ki, elmdə lamaizm termini işlədilir. Əgər məsələyə R.Bezertinovun yanaşdığı kimi yanaşsaq, onda deyə bilərik ki, yaradanın adı ilə də dini adlandırmaq olmaz (allahizm, boqizm, kudaizm, ülgenizm, tenqrizm və s.), hərçənd ki, burada da istisnalara örnək olaraq buddizmi göstərə bilərik. Ancaq Buddanın özünün də yaradan olmadığı məlumdur. Deməli, istənilən halda termin məsələsində yanlışlıq qalır. Belə olduğu halda, bizcə, terminləri dartışmaq yerinə məfhumun mahiyyətini açmağa çalışmaq daha məqsədəuyğun olardı.

Bütün dinlərdə yaradanla yaradılanlar arasında vasitəçilər, dini ayinlərin icraçıları var (kamlar, şamanlar, peyğəmbərlər, mollalar, keşişlər, lamalar və s.). Bəs tanrıçılıqda bu funksiyanı kim yerinə yetirir? Tatar gənclərinin Naberecnıye-Çelnı şəhərində çıxan «Beznen yul» qəzetinin redaktoru Dəmir Şəyxetdin tanrıçılığın ən qatı müdafiəçilərindəndir. O, tanrıçılıqda bu funk-siyanı kamların yerinə yetirdiyini söyləyir. Onda belə bir sual ortaya çıxır: bəs kam kimdir? Bizcə, dediklərimizin açarı da elə bu sualın cavabındadır. «Kam» tatar, xakas və Altay türklərinin dilində şaman deməkdir, yəni bu kəlmələr elmi ədəbiyyatda, xüsusilə də ümumiləşdirici yazılarda «şaman» kimi veri-lirlər. Tıva türkləri şamana «xam», gilyaklar «çam» deyirlər. Azərbaycana gəldikdə isə, bu, «Kitab-i Dədə Qorqud» dastanlarından da göründüyü kimi, «qam», «ğam» şəklində bilinir. Ancaq tıva türklərində olduğu kimi, Azərbaycanda da şaman məvhumu xam şəklində uzun müddət mövcud olmuşdur. Bu söz bu gün də müxtəlif anlamlarda dilimizdə yaşayır. Bildiyimiz kimi, kam kamlayır (rus dilindəki «kamlaniye» sözü də türkcənin təsirindən yaranmışdır), xam xamlayır. «Xamlamaq» kəlməsi bu gün dilimizdə aşa-ğı-dakı mənalarda işlədilir:

a) yorulmaq, süstləşmək, əzginlik anlamında. Çoxdan bəri ağır iş görməyən bir adam yorğunluğunu ifadə edərək deyir: «elə bil xamlamışam», yəni elə bil «xam kimi xamlamışam, ayin icra etmişəm».

Bildiyimiz kimi, xamlar, kamlar, şamanlar ayin icra edərkən transa girir, böyük enerci sərf edir, transdan çıxdıqdan sonra isə süst qalır, halsızlaşırlar. Bu baxımdan yorğun adamın özünü xamla müqayisə etməsi, «elə bil xamlamışam» deməsi təbiidir və bu, həm də Azərbaycan ərazisində şamanizmin olduğundan və dilimizdə «xamlamaq», «xam» şəklində də olsa, hələ də yaşadığından xəbər verir [20, s.68].

b) hərifləmək, aldatmaq, baş yozmaq anlamında. Bu daha yeni anlamdır. İslam dini yayıldıqdan sonra din xadimləri xamları gözdən salmaq, onların icra etdikləri ayinlərə, göstərdikləri kəramətlərə inamsızlıq yaratmaq məqsədilə xamlamaq sözünün bu cür mənfi mənada işlədilməsinə və yayılmasına, qismən də olsa, nail ola bildilər. Rus dilindəki «xam» (xamet, xamit, xamka, xamov (xamovo otrodye (plemya)), xamovıy, xamskiy, xamyo) sözünün mənfi anlamı da (1.qanmaz, qanacaqsız, ədəbsiz, tərbiyəsiz, alçaq (söyüş); 2. köhn. gəda, nökər) xristianlığı Sibirdə yayan keşişlərdən qaynaqlanır. «Xam» sözünü «Tövrat»dakı Xamla bağlamaq cəhdləri isə nə faktla, nə də məntiqlə sübut olmur. Belə ki, «Tövrat»da Xam Nuh peyğəmbərin oğullarından (Sim, Xam və İafet) birinin adıdır. Buradakı rəvayətə görə, üzüm şərabı içib sərxoş olan Nuh peyğəmbər çadırda lüt uzanıb yatır. Xam bunu görür və qardaşlarına danışır. Simlə İafet isə paltar götürür və arxaları atalarına tərəf ona yaxınlaşaraq üstünü örtürlər. Yuxudan oyanan Nuh məsələni anlayır və onu çılpaq gördüyünü qardaşlarına danışdığı üçün Xamı lənətləyir [21, s.12].

Göründüyü kimi, «Tövrat»dakı Xamla ayin icra edərək Tanrı ilə tayfadaşları arasında əlaqə yaradan tıva xamının və yaxud Azərbaycan dilindəki xam, xamlamaq, xam torpaq, xammal kəlmələrinin heç bir əlaqəsi yoxdur.

Məlumdur ki, xristianlığın yayılmasına qarşı çıxan xamlar, kamlar keşişlərin əsas rəqibləri və düşmənləri idilər. Keşişlər silahlı kazakların yardımından istifadə edərək yerli xamları, kamları təqib edir, düngürlərini və paltarlarını cırır, yandırırdılar. Xakas alimi N.Katanovun da qeyd etdiyi kimi, missionerlər şamanizmin mahiyyətini öyrənmək, onun bütün sahələri ilə yaxından tanış olmaq əvəzinə, açıq-açığına şamanların əllərindən paltar və düngürlərini alır, xristianlığı tərif edərək şamanizmi pisləyirdilər [22, s.58].

Xam kəlməsi «xam at», «xammal» (emal olunmamış) və s. şəklində də işlədilir. Burada biz «xam at» deyərkən, qansız qurban olan at haqqında danışırıq. Xatırladaq ki, qansız qurban zamanı heyvanı qurban veriləcək ruha və ya yiyəyə «adak», yəni ad edərək, adaxlayaraq, nişanlayaraq, əgər atdırsa, ilxıya, qoyun, keçidirsə, sürüyə, inək, buğadırsa, naxıra qataraq çölə bura-xırlar. Belə heyvanları - qoyunu, keçini, buğanı, atı heç kəs minməməli, sağmamalı, kəsməməli, öldürməməlidir. Belə atlar minilmədiyindən dəlisov olurlar və birisini ondan qorumaq məqsədilə deyirlər: «Ehtiyatlı ol, at xamdır, vurar». Sonralar xam kəlməsi istehsal, emal olunmamış, işlədilməmiş bir çox şeylərə də aid edildi. Məsələn, xam torpaq, xammal və s.

Beləliklə, türk dillərində şamana kam, xam, qam, oyun, baksı və s. deyilməsi, tanrıçılıqda, D.Şəyxetdinin dediyi kimi, Tanrı ilə tayfadaşları arasında vasitəçilik edən, müxtəlif ayinlərin keçirilməsində əsas rol oynayan, gələcəkdən xəbər verən, xəstə sağaldan adamın da kam olduğunu nəzərə alsaq, haqqında danışdığımız şamanizmin elə tanrıçılıq olduğunu söyləyə bilərik. Xalq uzun əsrlər bu gün müxtəlif adlar verilən məfhumlarla yaşamış, keçirilən ayinlər əsrlərdən bəri sınaqdan çıxmış, müxtəlif təzyiq və təsirlərə məruz qalmış, lakin, çətinliklə də olsa, bu günümüzə qədər yaşaya bilmişlər. Terminlər isə tək-tək alimlər tərəfindən çox-çox sonralar yaranmış və zaman-zaman mübahisələrə səbəb olmuşlar. «Şamanizm», «şamanstvo», «tenqrizm», «tenqrianstvo» da belə terminlərdəndir. Göy Tanrı haqqında təsəvvürlər, wu, kam Ata kimi adlar M.Ö. V-IV əsrlərə aid olsa da, «tenqrizm» termini, artıq qeyd etdiyimiz kimi, çox-çox sonralar, yəni XX əsrdə fransız din tədqiqatçısı can Pol Ru tərəfindən elmə gətirilmişdir. Rus dilindəki «tenqrianstvo» sözü ilə «tenqrizm» arasında da heç bir fərq yoxdur. O ki, qaldı şamanizmin cadugərlik, gözbağlayıcılıq olması məsələsinə, qeyd etmək lazımdır ki, şamanizmdə Yeraltı, şər qüvvələrdən güc alan şamanlar şər işlərlə - cindərliklə, cadugərliklə, bəxt bağlamaqla, ölüm, xəstəlik gətirməklə məşğul olurlar. Onlara qara şamanlar deyirlər. Azərbaycanda belə şamanlar «cindər» adı ilə tanınırlar. Gücünü yer və su yiyələrindən alan şamanlar isə, adətən, xeyir işlərlə məşğul olur, ağ şaman adlanırlar. Azərbaycan dilindəki «ağzını qara molla yumsun» qarğışı da qara şamanların sonradan dil-ağız bağlayan mollalar şəklində peyda olmasından və xalqın mollaları da ağ və qara olaraq, yəni xeyir və şər işlər görən mollalar kimi iki yerə böldüyündən xəbər verir. Bu da şamanizmin İslamın yayıldığı bölgələrdə qılıq dəyişərək, zamana, şəraitə, şərtlərə uyğunlaşaraq yaşamasına daha bir sübutdur.

Şamanların bir çoxu ritmdən geniş istifadə edirlər. Ritm şamanı ətrafdakı səsdən təcrid etmək, onun fikir və nəzərlərini içinə yönəltmək, diqqətini cəmləşdirmək üçün ən yaxşı vasitədir. Bunun üçün bir sıra musiqi alətlərindən (kobız, dombra, dutar, şakşaka, çatxan, xomıs, kamça

(kam + ça) (qamçı), dəf (düngür) istifadə edirlər. İslam dininin daha çox yayıldığı yerlədə şaman dəfindən adi musiqi aləti kimi istifadə edilir. Üç tərəfdən kənarlarına dəmir halqalar düzülmüş dəf öz möhtəşəm səsi ilə dinləyici ilə təkbətək qalır, onu hipnoz edəcək dərəcəyə gətirir. İran İslam Respublikasının Məşhəd şəhərində dinlədiyim dəf səsi, Əhməd Azadbəygi adlı türk dəfçinin çaldığı yürüş və ariflik musiqisi bir daha deyilənləri təsdiqləyir (çalğı müəllif tərəfindən diktofona yazılaraq şəxsi arxivdə saxlanılır). Dəfin üzərindəki yazılar da diqqət çəkicidir.

Məlumdur ki, Sibir ərazisindəki bir çox şamanların dəflərinin üzərində dünyanın üç qatını, hami ruhları və s. əks etdirən təsvirlər var. İslam dini yayıldığı yerlərdə, Əhməd Azadbəyginin dəfindən də göründüyü kimi, bu şəkillər dini yazılarla əvəz olunmuşdur.

Şamanların düngürlərlə və ya digər musiqi alətlərilə çıxartdıqları ritmik səs yalnız özünün diqqətinin cəmlənməsi üçün deyil, eyni zamanda da ətrafdakıların bütün diqqətini özünə çəkməkdən və ritmə qoşmaqdan ibarətdir. Bununla şaman nəinki özünü, həm də ətrafdakıları əsas prosesə hazırlayır. Digər tərəfdən musiqinin həm də müalicəvi əhəmiyyəti var və ilk olaraq şamanlar bu üsuldan istifadə etmişlər. Müəyyən səs tonunda ifa olunan bu musiqi və mahnılar eyni zamanda ətrafdakıların da ümumi transa girməsinə kömək edir [16, s.186]. Azərbaycanın Tovuz rayonundakı baxıcılardan biri xalq arasında «saz çalan» adı ilə tanınır. Göründüyü kimi, baxıcı Fazil də ruhlarla əlaqəsi zamanı sazdan istifadə edir. Qədim Yunanıstanda Apollonun eyni vaxtda həm təbabət, həm də musiqi allahı olması bu iki məfhumun sıx bağlılığından xəbər verir.

1996-cı ildə Moskvanın Transpersonal İnstitutu Los-Ancelesdəki əla-qə-dar təşkilatlarla xüsusi razılaşma əsasında tanınmış alim Rocer Uolşun «Şamanizm ruhu» (1990) kitabını rus dilinə tərcümə edərək nəşr etmişdir [279]. Altı hissədən ibarət olan bu kitabda şamanizm, şamanlar, yiyələr, ruhlar, günümüzdə şamanizmin öyrənilmə vəziyyəti və s. bağlı maraqlı elmi material və məlumatlar var. Ruscaya tərcüməyə ön sözü tanınmış alim Y.Faydış yazmışdır [16, s.7-8]. Çağdaş dünyamızın məşhur transpersonal psixoloqlarından olan Rocer Uolş şamanizmi yoqa, buddizm, xristian misti-sizmi ilə paralel, müqayisəli öyrənir. Bu da şamanizmin ən qədim və dəqiq sərhədlərinin müəyyənləşdirilməsinə kömək edir. Araşdırmalar zamanı maraqlı bir suala cavab axtarılır: necə olur ki, şamanizm hətta bəzən bir-biri ilə əlaqəsi olmayan bölgələrdə, zamanlarda, mədəniyyətlərdə meydana gəlmiş, sonrakı dinlərin təsirinə, təzyiqinə baxmayaraq bu günümüzə qədər bakirəliyini qoruyub saxlaya bilmişdir? Ruhlar aləminin reallığı problemi, yuxarı, orta və yeraltı dünyaların olması da bu suala açarlar sırasındadır. Y.Faydış ön sözdə

yazır ki, sovet ateizmində şamanlar ya ruhi xəstə, ya da şarlatan kimi qələmə verilirlər. Bəs əslində onlar kimdir? Rocer Uolş bu suala da cavab verir. Burada eyni zamanda şamanların ətraf mühitə mənfi, öldürücü, tükədici münasibətin aradan qaldırılmasındakı rolundan da danışılır. Y.Faydış şamanizmi qədim «protodin, prototexnologiya, prototibb» adlandırır [16, s.7-8]. Kitabın «Niyə şamanizm və niyə indi?» adlandırılan birinci bölümündə müəllif İncildən, Buddadan və Lao-Tszıdan da çox-çox əvvəl yaranan şamanizmin on min illər yaşayaraq bu günümüzə gəlməsinin və qərb elmində bu qədər məşhur olmasının səbəblərini araşdırmağa cəhd göstərir. Şamanlar uzun zaman psixoanalizlərə məruz qalmış, Freyd və onun tərəfdarları tərəfindən psixi cəhətdən problemli adamlar kimi qələmə verilmişlər. Şamanlara yalnız cadugər, gözbağlayıcı, sehrbaz, falabaxan kimi ya-naş-maq şamanizmin əsas mahiyyətini açmağa mane olur. Nəhayət, son dövrlərdə bir qism psixoloq və psixiatrlar özləri bacardıqları qədər şamanizmi öyrənir, transa, ruhlarla əlaqəyə girməyə cəhd göstərir, öz üzərlərində təcrübə keçməklə bu qədim dinin əsas mahiyyətini dərk etməyə çalışırlar. Lakin, artıq qeyd etdiyimiz kimi, şamanlıq oxumaqla, öyrənməklə deyil, vergi ilə gəlir. O, Şəms Təbrizinin də dediyi kimi, «möcüzə deyil, hal və zövq işidir», hər adam onu bilməz [18, s.34-35]. Buna baxmayaraq, Rocer Uolş da öz həmkarları və Plotin kimi inanır ki, həqiqəti dərk etmək, görmək qabiliyyəti bütün insanlara verilmişdir. Lakin hamımız bu dünyaya kor gəlir, kor kimi də yaşayır, görmək iqtidarında olduğumuz bir çox şeyləri görmürük [16, s. 143].

Əzizim axar, keçər,

Çay gələr, axar, keçər.

Dünya bir pəncərədir,

Hər gələn baxar, keçər.

Mənəvi mədəniyyət nümunələrinin bir çoxunda olduğu kimi, Azərbaycanda geniş yayılmış bu bayatıda da xalqımızın dərin fəlsəfi fikirləri, düşüncələri öz əksini tapır. Ululərımız dünya adlı bir pəncərədən çoxlarının baxıb keçdiyini, lakin görülməsi vacib olan bir çox şeyləri görmədiyini, yəni baxmaqla görməyin fərqli şeylər olduğunu dərk edir, bilirdilər. Yalnız bir qism insanlar var ki, onlar təbiətin onlara verdiyi bir çox imkanlardan istifadə edə bilirlər. Belələrinə şaman, gözüaçıq, kam, xam, baksı, İslamın yayıldığı yerlərdə vəli, övliya, pir, günümüzdə isə ekstrasens deyirlər.

Bütün bu və digər araşdırmalarımızdan gəldiyimiz nəticə budur ki, türklər təbiətlə sıx bağlı olan, insanlara rahatlıq və sərbəstlik verən dinlərinə heç bir ad verməmiş, sadəcə onunla yaşamış və bu gün də digər dinlərin pərdəsi altında yaşayırlar.

QAYNAQLAR

1.Потапов Л.П. К вопросу о древнетюркской основе и датировке алтайского шаманства // Этнография народов Алтая и Западной Сибири. Новосибирск, 1978, с. 3-36.

2. Кызласов Л. Р. Древняя и средневековая история Южной Сибири. Абакан: Хакасское отделение Красноярского Книжного изд-ва, 1991, 58 с.

3.Богданов Е.С., Кузнецов Д.В. Ордосские художественные бронзы // Археология, этнография и антропология Евразии, Новосибирск, 2001, №2 (6), с. 104-111.

4. Roux J.-P. La religion des Turcs de l'Orkhon des VII-eme et VIII-eme siecles, RHR, CLXI, Paris, 1962, № 1-2.

5. Безертинов Р.Н. Тенгрианство – религия тюрков и монголов. Набережные Челны, 2000, 455 с.

6. Элиаде Мирча. От Залмоксиса до Чингисхана // Кодры, Кишинев, №7, 1991, с. 104-135.

7. Покровскайа Л.А. Нередан «гагауз» ады эелди //Сабаа йылдызы, №1, 1996, с. 60 (qaqauz dilində).

8.Caferoğlu A. Azerbaycan ve Anadolu folklorunda saklanan iki şamaan tanrısı //Folklor və Etnoqrafiya, №2, 2004, s. 5-21.

9.İnan A. Makaleler ve İncelemeler. Anakara: Terk Tarih Kurumu Basımevi, 1987, 712 s.

10. Ксенофонтов Г. В. Шаманизм. Избраннные труды. Публикации 1928-1929 гг. Якутск: Север-Юг, 1992, 315 с.

11.Чихачев П.А. Путешествие в Восточный Алтай. М.: Наука, 1974, 360 с.

12. Потанин Г.Н. Тунгутско-тибетская окраина Китая и Центральная Монголия. М.: Географгиз, 1950, 652 с.

13. Катанов Н. Ф. Наречия урянхайцев (сойотов, абаканских татар и карагасов) / Образцы народной литературы тюркских племен, изданные В. В. Радловым, т. 9. СПб., 1907, 683 с.

14. Вайнштейн С.И. Тувинцы-тоджинцы. Историко-этнографические очерки. М.: Изд. Вост.лит., 1961, 218 с.

15.Кенин-Лопсан М. Обрядовая практика и фольклор тувинского шаманства. Новосибирск: Наука, 1987, 158 с.

16. Уолш Роджер. Дух шаманизма / Пер. с англ. С.Каноненко. М.: Изд-во Трансперсонального инст-та, 1996, 288 с.

17..Л.Я.Штернберг. Первобытная религия в свете этнографии (исследования, статьи, лекции) под. ред. и с предисл. Я.П.Алькора. Л.: Изд-во Инст-та народов Севера, Материалы по этнографии, т.4, 1936, 571 с.

18. Yoloölu G. «Qıpçaq qələndərlərinin şahı" – Şəms-i Təbrizi// Spektr, 2003, №1, s. 34-35.

19. Традиционное мировоззрение тюрков Южной Сибири. Пространство и время. Вещный мир /Львова Э.Л., Октябрьская И.В., Сагалаева А.М., Усманова М.С. Новосибирск: Наука, 1988, 224 с.

20.Yoloğlu G. Dədə Qorqud yaşı. Bakı, "Yeni nəşrlər Evi", 1999, 134 s.

21. Библия (книги священного писания Ветхого и Нового Завета). Первая книга Моисея. Бытие. М.: Издание Московской патриархии, 1983, 1371 с.

22. Кокова И.Ф. Н.Ф.Катанов: Документально-публицистическое эссе. Абакан: Хакасск. кн. изд-во, 1993, 128 с.

DİJİTAL MEDYADA BİR GARİP AŞK: HİBROSTİFİLİ *"HANNIBAL", "BİR KATİLİN İFADELERİ: TED BUNDY"* VE "*CANAVAR: JEFFREY DAHMER'İN HİKÂYESİ*" DİZİLERİNE DAİR ELEŞTİREL BİR İNCELEME

Dr. Öğr. Üyesi M. Özer ÖZKANTAR

Gaziantep Üniversitesi, / ORCID:0000-0001-9364-5606

ÖZET

Günümüz yeni medya çağında, dijital içerikler birçok mecrada kendine farklı bağlamlar ve konular üzerinden yer edinmektedir. Özellikle yakın dönemde ortaya çıkan yapımlarda psikolojik rahatsızlıklar, seri katiller ve onlara dair birçok hikâyeye rastlamak mümkündür. Bu öyküler kimi zaman sıradan insanların olağan davranışlarına odaklanırken, bazen de sıra dışı suçlara, seri katillere ve bu katillere yönelik farklı tasarımlara ve parafililere rastlamak olası görünmektedir. Bu rahatsızlıklardan biri de, seri katillere kadınlar ya da erkekler tarafından duyulan ilgi ya da özel sempati olarak da adlandırılması mümkün olan Hibrostifili'dir. Bu bağlamda bu çalışma, Hibrostifili kavramını sinema, dizi ve yeni medya üçgeninde ele almakta ve dijital medya içerikleri içerisinde üretilen yapımlarda ortaya konulan katil tasvirlerinin Hibrostifili'ye neden olabileceği ihtimali üzerinde durmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı Hibrostifili ve dizi/sinema çıktıları arasındaki bağlantıyı analiz etmektir. Örneklem olarak seçilen *Hannibal*, *Ted Bundy* ve *Dahmer* dizileri kasti örneklem yoluyla belirlenmiş olup, ilgili yapımlar eleştirel bir bağlamla tematik açıdan analiz edilmiştir. Sonuç olarak, belirlenen örneklemler, ilgili argüman ile uyumlu görünmüş ve dijital içeriklerin yarattığı bazı imajların, belirli ölçülerde katil imajlarına dair empati kurulmasına hatta onlara ilgi duyulmasına dolaylı da olsa bir etkisi olabileceği düşüncesine ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Dijital Medya, Hibrostifili, Hannibal, Ted Bundy, Dahmer

A STRANGE LOVE IN DIGITAL MEDIA: HYBRISTOPHILIA

A CRITICAL ANALYSIS ON "*HANNIBAL*", "*CONVERSATIONS WITH A KILLER: THE TED BUNDY TAPES*" AND *MONSTER: THE JEFFREY DAHMER'S STORY SERIES*

ABSTRACT:

In today's new media era, digital content takes its place in many media through different contexts and topics. It is possible to encounter psychological disorders, serial killers and many stories about them, especially in recent productions. While these stories sometimes focus on the ordinary behavior of ordinary people, sometimes it seems possible to come across extraordinary crimes, serial killers and different designs and paraphilias for these killers. One of these disorders is Hybrostyphilia, which can also be called female or male attention or special sympathy for serial killers. In this context, this study deals with the concept of Hybrostifia in the triangle of cinema, TV series and new media, and focuses on the possibility that the

depictions of the murderer in the productions produced within the digital media contents may cause Hybrostifia. Therefore, the aim of this study is to analyze the link between Hybrotifia and television series/cinema outputs. *The Hannibal*, *Ted Bundy* and *Dahmer* series chosen as samples have been determined through deliberate sampling, and the related productions have been analyzed thematically in a critical context. As a result, the determined samples have seemed compatible with the relevant argument and it has been concluded that some images created by digital content may have an indirect effect on the empathy and even interest in the images of the murderer to a certain extent.

Keywords : Digital Media, Hybristophilia, Hannibal, Ted Bundy, Dahmer

1. GİRİŞ

Günümüzde dijital medya araçlarının hayatlarımıza doğrudan ya da dolaylı olarak birçok açıdan etkisi olduğunu iddia etmek mümkündür. Geçmiş alışkanlıklarımızın geleneksel medya araçları olarak adlandırılabilecek kitle iletişim araçları ile şekillendiği, değiştiği dönemden sonra, artık dijital evrenin çıktıları ile somutlaşan bir dünyada yaşamaktayız. Bu durum sosyal medya aracılığıyla iletişim biçimlerimizi, bilgiyi alımlama ve paylaşma yöntemlerimizi, hatta flörtleşme ve tanışma geleneklerimizi dahi etkisi altına almış şekilde hareket etmektedir. Bu durum kendi içerisinde bazı avantajlar taşımakla beraber, birçok olumsuzluğu da yanında getirmektedir. Geleneksel imajların dijitalle beraber sönümlendiği ve eskiye olan inancın zayıfladığı süreçler görülebileceği gibi, geçmişteki sorunlu ritüeller romantize edilerek tekrardan dijitalle entegre şekilde ortaya çıkma ihtimali taşımaktadır. Bu noktada dijitalleşen sadece iletişim ritüellerimiz ve onların uzantıları olmamış, aynı zamanda sinema ve dizi izleme alışkanlarımız ve bu sinematik yapıların anlatıları da bu süreçten etkilenmiştir.

Dijital medya özellikle sinema ve dizi platformları vasıtasıyla daha özgür, daha cesur, daha az sansüre maruz kalan yapımların inşasını mümkün kılmıştır. Bu durum avant-garde çalışmaların önünü açması nedeniyle aslında olumlu bir gelişme olarak ifade edilebilir. Ancak kar amaçlı yapımların da benzer özgürlüklere sahip olması, özellikle dizi sektöründe reyting kaygısı ile hareket edilerek oluşturulan yapımların artmasını olanaklı hale getirmektedir. Bu durum son dönem dizilerin belli ilgi alanlarına yönlenmesi ile sonuçlanmaktadır. Özellikle son dönem dijital dizilerin birçoğunda akıl hastalıklarına dair hadiseler, ilgili yapımların temel temasını oluştururken bu duruma katkıda bulunan bir başka unsur ise seri katiller, onların hayatları ve bu durumun izleyici ile inorganik ilişkisi şeklinde özetlenebilir.

Dijital dizilerin birçoğunun son dönemlerde seri katillerin hayatlarını kendilerine konu almaları bir yandan seri katillik kavramına yönelik akademik ve eleştirel ilgiyi arttırırken, öte yandan da toplumsal ve kişisel sorgulamaları da beraberinde getirmektedir. Özellikle dijital platformlarda yayınlanan bazı dizilerde seri katil tasvirlerine olumlu anlamlar yüklenmesi, onların cinayetlerinin altında yatan nedenleri çocukluk travmaları ile ilişkilendirilmeleri hatta bazı bölümlerde eğlenceli, sempatik ya da yakışıklı ya da çekici şekilde sunulmaları, Hibrostifili kavramının ortaya çıkmasını mümkün kılabilmektedir. Bir başka deyişle, çoğu kurbanı kadın olan bu seri katillerin ilginç bir şekilde kadın hayranlarının olması günümüz dijital platformları sayesinde başka bir seviyeye ilerleme sürecine erişebilmektedir.

Bu doğrultuda, bu çalışma yeni medyadaki yer alan dijital platformlarda yayınlanan dizilerin, Hibrostfili olarak bilinen seri katillere duyulan ilgi, sevgi ya da aşk kavramı ile olan ilişkisini sorgulamayı amaçlamaktadır. Hibrostfili kavramına dair literatür taraması yapıldığında Türkçe akademik çalışmanın çok sınırlı olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma ilgili konu ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalara dair dolaylı da olsa bir kapı açmayı da kendine hedef olarak belirlemiştir. Bu nedenle seçilen Hannibal, Ted Bundy ve Dahmer karakterleri kasti örneklem yöntemiyle belirlenmiş olup, ilgili temaya uyumları nedeniyle analizlere dâhil edilmişlerdir. İsmi geçen dizilerin her üçünün de dijital platformlarda yer alması, seri katil hikâyelerine odaklanmaları, cinayet süreçlerinin hikayeleştirilmesinde benzer magazinsel unsurların kullanılması gibi faktörler de bu dizilerin örneklem olarak seçilmesinde diğer etkenler olmuştur. Dizilerde Hibrostifili konusunu çağrıştıran bölümlere odaklanılmış, bu nedenle Hannibal dizisinin ilk sezonunun beşinci Bölümü, Ted Bundy dizisinin birinci ve ikinci bölümleri, Dahmer dizisinin sekizinci ve dokuzuncu bölümleri analizlere dâhil edilmiştir. Analizlerin tamamı Hibrostifili kavramıyla ilişkilendirilerek tematik bir çerçevede ele alınmıştır. Bu incelemelerin öncesinde ise dijital medya, sinema ve akıl hastalıkları ilişkisi ve Hibrostifili kavramı konu ile ilgili anlamlı bir perspektif oluşturulabilmesi adına kavramsal çerçeve doğrultusunda kısaca açıklanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde yeni medyanın günlük pratiklere etkisini ortaya koymak, sosyo-kültürel değişimlerin dijital mecralarda ne gibi yansımalara sahip olduğunu anlamak adına dijital medya içerisinde konumlanan dijital platformların genel yapısına, anlatılarına, bu anlatıların sinema endüstrisi ile olan organik bağlarına değinilecektir. Ayrıca bu çalışmanın ana teması olarak belirlenen Hibrostifili, akıl hastalıkları ve sinema ile olan bağlantısı açısından ele alınacak ve ilgili kavrama dair genel bir perspektif ortaya konulacak, böylelikle belirlenen dizi örneklemlerinin daha anlaşılır bir çerçevede analiz edilmesi mümkün hale gelebilecektir.

2.1. Dijital Medya ve Dizi Endüstrisi

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin geçirdiği büyük değişim, internetin ortaya çıkışı ve ardından yarattığı alan, dijital medyanın oluşumunu mümkün kılmış, küreselleşmenin yarattığı çok kültürlülük ve kültürlerarası geçişkenlik, dijitalleşen iletişim ağları ile beraber bu platformları hayatımızın merkezine yerleştirmiştir (Tanyer, 2018, s. 48). Dolayısıyla dijital medya, teknolojik uygulamaların, platformların, iletişim ağlarının oluşturduğu kapsamlı bir network sahasıdır. Sosyal medya, medyadaki verinin işleniş, aktarım ve sunum şeklini önemli ölçüde değiştirmiş, sinema ve dizi endüstrisine ev sahipliği yapan dijital platformlar ise eskiyle yeniyi bir araya getiren hibrit yapımlara öncülük etmeye başlamıştır.

Dijital platformlar kişiselleştirilme, bireyin beğenilerine yönelik içerik oluşturma, çeşitlilik, alternatif yapımlara ulaşma gibi avantajlar sunmasıyla geleneksel izleme alışkanlıklarının reddedilebilmesine olanak sağlamıştır (Özel, 2011, s. 55). Dijital medyanın etkileşimci yapısı, anındalık özelliği, merkezi bir yapıdan yönetilmemesi, multimedya özelliği, geleneksel medya araçlarına kıyasla daha ekonomik oluşu ve kolay kullanımı onun hızla yayılmasını mümkün kılmıştır (Güngör, 2018, s. 398-400). Dolayısıyla bu faktörler dijital platformlara ve sosyal medyaya olan ilgiyi oldukça arttırmış, doğal olarak bu platformlarda yer alan çıktılar da kişilerin yeni trendleri haline dönüşmeye başlamıştır.

Yeni medya içerisinde filizlenen dijital dizi ve sinema platformları geleneksel izleme deneyimlerini de ciddi ölçüde değiştirmiştir. Yurt dışında Netflix, NBC, Amazon Prime, Apple TV, ülkemizde ise Blu Tv, Exxen, Gain gibi yeni nesil dijital mecralar düzenli aralıklarla yeni film ya da dizi üretmekte, izleyiciler ise yüzlerce alternatife kavuşmaktadır. Ancak bu çeşitlilik içerisinde bazı temaların daha yoğun kullanıldığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Örneğin seri katillerin başı çektiği polisiye gerilim hikâyeler, yapay zekâya dair alternatif olasılıkları barındıran bilim kurgu öyküler ve paranormal meseleleri ele alan korku yapımları, dijital mecralarda oldukça fazla görülebilmektedir. Bu durum doğal olarak izleyicilerin bu konuları alımlamasına daha fazla olanak sağlamaktadır. Dolayısıyla seyircilerin kafasında seri katil imajları, korku tasvirleri ya da sinir bilim ya da yapay zekâya dair göndermeler daha fazla yer edinmektedir. Bu nedenle dijital mecralar doğrudan olmasa bile dolaylı olarak kişilerin düşünme, bilgiyi edinme ve yorumlama ve ardından da buna dair sonuçlar çıkarma deneyimlerini yönlendirmektedir iddiası yanlış olmayacaktır.

2.2. Sinema/Dizi Anlatıları ve Akıl Hastalıkları Bağıntısı

Sinema izleyicilere kendi iç dünyalarına dair yeni anlamlar bulabilmelerine olanak sağlayan bir sanattır. Psikoloji de benzer şekilde kişilerin mental evrenlerine eklemlenerek onları anlama ve bireylerin anlam bulma arayışlarına ayna tutma gayesinde hareket eden bir bilim olarak ifade edilebilir. Bu açıdan bakıldığında sinema da psikoloji de kişilerin benliklerini keşfetmesi noktasında önemli işlevler görmektedir (Bloom, 1993, s. 33-34).

Sinema bir anlatı aracı olarak birçok temadan beslenebilme yetisine sahip bir sanattır. Dolayısıyla hayata dair hemen her kavram bir şekilde beyaz perdede kendine yer edinebilmektedir. Keza sinemanın bir alt anlatım aracı olarak görülebilecek dizi anlatıları da benzer bir yapı ile işlev görmekte, topluma, kültüre ya da değişime dair birçok kavram, dizi endüstrisinde de kendine alan bulabilmektedir. Savaşların yarattığı sosyo-kültürel tahribatlardan kıyamet senaryolarına, ölüm ve melankoliden beslenen sanat yapımlarından müzikal unsurlara kadar birçok farklı konu ya da tema beyaz perdede kendine yer bulmakta, ancak tüm bu çıktılar dönemin olanakları, talepleri veya ticari kaygılarıyla şekillenmektedir.

Bu noktada günümüz dijital medya platformları hesaba katıldığında, en fazla ele alınan konulardan birinin ruh hastalıkları olduğunu iddia etmek yanlış olmayacaktır. Kimi zaman şizofreni kimi zaman paranoya kimi zaman ise Borderline kişilik bozukluğu filmlerin merkezinde görülebilmektedir. Bu hastalıklara konu alan bazı filmler şunlardır: *Psycho* (1960), *The Shining* (1980), *As Good As It Gets* (1997), *Girl Interrupted* (1999), *Fight Club* (1999), *American Psycho* (2000), *Shutter Island* (2010) ve *Black Swan* (2010). Dijital dizi platformların da benzer şekilde akıl hastalıklarını, parafilileri ya da seri katillerin hayatlarını konu alan yapımlara ağırlık vermekte olduğunu ifade etmek mümkündür.

2.3. Hibrostifili Kavramına Dair

Hibrostifili ilk defa 1986 yılında seksolog John Money tarafından tanımlanmış ve nadir görülen bir cinsel parafili olarak nitelendirilmiştir (Pettigrev, 2019, s. 419). Daha yaygın tanımı ise seri katillere, şiddetle güçlü bağlar kuran kişiliklere duyulan cinsel arzu ve ilgi olarak ifade edilebilir (Vitello, 2006, s.197). Burada belirtilmesi gereken en önemli detay ise şiddet unsurunun da ya tecavüz ya cinayet ya da soygun ile ilişkilendirilmiş olması gerekliliğidir. (Vitello, 2006, s.200).

Birçok akademik çalışma, bu parafiliyi sıklıkla kadınlarla bağdaştırmış, çoğu bilinen vaka kadınlar üzerinden değerlendirilmeye alınmıştır. Her ne kadar Hibrostfili her iki cinsiyette de görülebilen bir durum olsa da, medyaya yansıyan vakaların büyük bölümü kadınlarla ilişkilendirilmiştir (Pettigrev, 2019, s. 419). Hibrostfili, Bonnie ve Clyde Sendromu olarak da bilinmektedir.

Agresif ve pasif olarak iki grupta sınıflandırılan Hibrostifili'de, pasif olan grup genelde seri katillere aşk mektupları gönderen ve düşsel bir bağ kuran kadınları temsil etmektedir Isenberg (2000, s. 11). Agresif grupta yer alan bireyler ise âşık oldukları ya da hayranlık duydukları kişilere suç işlemelerinde yardım etmek ve onların amaçlarına ulaşmaları için destek olmak gibi dürtülerle hareket edebilmektedir (Sarteschi, 2016, s. 2-4). Çoğu Hibrostifilik birey, ilginç şekilde pasif grupta yer almaktadır. Bu grupta yer alan kişilerin büyük kısmı arzulama ve hayal etme dürtüsüyle hareket etmektedir. Dolayısıyla, fiziksel temas ya da cinsel birliktelik bir öncelik değildir (Pettigrev, 2019, s. 420).

Hibrostfili ile ilgili yapılan çoğu çalışmada bu parafilinin nedenlerine dair net cevaplar bulunmadığı görünmekte, çoğu akademik yazın bu durumda olan kadınların ortak özelliklerine odaklanmayı tercih etmektedir. Dolayısıyla Hibrostfili ile ilgili dizilerin de odak noktası erkek seri katiller ve onlara ilgi duyan kadınlar olarak yer almaktadır. Seri katillere duyulan bu romantik ve fiziksel çekim her ne kadar muğlaklığını korusa da, bazı gazete başlıkları, magazinler hatta çizgi romanlar, Ted Bundy ya da Dahmer ile ilgili çizim ya da yazılarında bu kimliklere dair ilginç espriler, cinsel göndermeler hatta iltifatlar geliştirmiştir (Strutz, 2022, s. 29-34). Bu nedenle geçmişte geleneksel medyanın seri katillere yönelik dolaylı da olsa pozitif göndermelere sahip olduğu görülebilmektedir. Bu durumun ise fallus merkezli bir medya yapısından kaynaklandığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Erilliğin yüceltildiği ve kadınlığın farkı bir biçimle ikincilleştirildiği bu tarz göndermeler yeni medyada da kendine dizilerde yer bulabilmektedir.

3. ANALİZ

Bu bölümde *Hannibal*, *Bir Katilin İfadeleri: Ted Bundy* ve *Canavar: Jeffrey Dahmer* dizileri Hibrostifili ile olan bağlantıları bağlamında ele alınmaktadır. Seri katillere yönelik pozitif göndermelerin ele alındığı analiz kısmında, Hannibal, Ted Bundy ve Jeffrey Dahmer'in tasvirleri eleştirel bir tavırla incelenmiş ve kadınların bu karakterle nasıl bir bağ kurduğu irdelenmiş ve bu bağın olası nedenleri günümüz dijital platformlarına atıfta bulunarak açıklanmaya çalışılmıştır.

3.1. *Hannibal* (Birinci Sezon-Dördüncü ve Beşinci Bölüm) Dizisinde Hibrostifili Kavramı



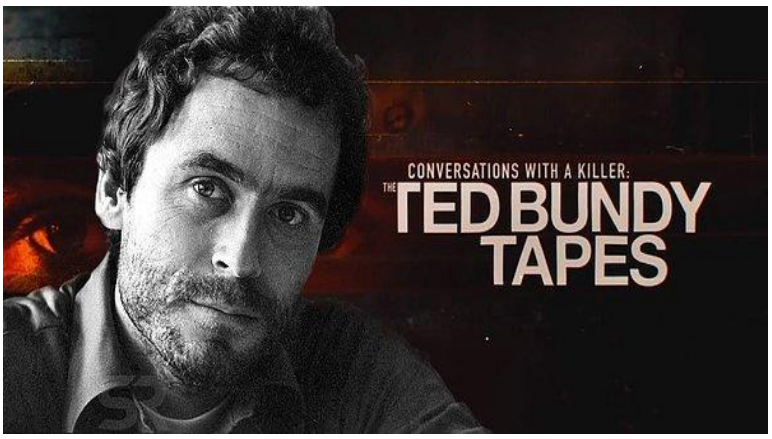
Görsel 1:

Polisiye ve gerilim türünde olan ve 2013-2015 yılları arasında Amerikan menşeli bir dijital platform olan NBC'de yayınlanan *Hannibal* dizisi, Thomas Harris'e ait *Red Dragon* isimli kitaptan esinlenerek oluşturulmuş bir seri katil ve yamyam hikâyesidir. Filmin başrollerinde Hannibal Lecter karakteriyle Mads Mikkelsen ve Will Graham karakteriyle Hugh Dancy yer almaktadır. Graham altıncı hisleri güçlü, seri katillerin yakalanmasında uzman bir özel ajandır ve FBI ile ortaklaşa soruşturmalar yürütmektedir. Dizinin ilk sezonunda itibaren ortaya çıkan bir seri katil ise Graham için oldukça gizemli ve yakalanması zor bir süreci başlatır. Bu noktada psikiyatrist ve yemek uzmanı Dr. Hannibal Lecter'dan yardım isteyen Graham, katilin aslında Hannibal olduğundan habersizdir.

Her bölümde farklı cinayetlerin işlendiği dizide, Hannibal tipik bir seri katilden ziyade, estetik zevkleri yüksek, kibar, bakımlı, karizmatik, etkileyici, müzik zevki yüksek bir yemek gurmesi olarak dizide tasvir edilmektedir. Etrafındaki hemen herkesi cazibesi ile etkisi altına alan Hannibal'ın katil olabileceği neredeyse hiç akla gelmemektedir. Özellikle dizinin birinci sezon üçüncü ve dördüncü bölümlerindeki tasvirler, Hannibal'a adeta saygı duruşu niteliğindedir. Her iki bölümde de Hannibal kadınların kendilerini kaptırdığı, yakın olmak istedikleri bir kişi olarak sunulmaktadır. Evine gelen tüm misafirlerine özenli sofralar kuran Hannibal, öte yandan gizemli ve çekici sunumuyla izleyicilere de sempatik ve özel bir karakter olarak lanse edilmektedir. Hannibal'ın cani şekilde işlediği cinayetlere kattığı derinlik, çok katmanlı sanatsal bakış açısı ve felsefik göndermeleri de dizi de kendine yer bulmakta, Hannibal bir katil gibi değil bir deha gibi dizinin içerisine eklemlenmektedir.

Modern bir vampir hikâyesi olarak da yorumlanabilmesi olası olan Hannibal, yarattığı imajla kadınların hayranlık duyduğu bir eril tasvire dönüşmektedir. Hatta Mads Mikkelsen'in bu dizi sonrası birçok kere dünyanın en çekici erkeği seçilmesi tesadüf olarak görülmemelidir. Dolayısıyla dizi içerisinde yaratılan bu dominant ve güçlü maskülen imajlar bazı izleyicilerin bu kurgu karaktere dolaylı da olsa hayranlık beslemesi ile sonuçlanabilmektedir. Bu noktada ise dijital platformlarda yer alan dizilerin yarattığı güçlü tasarımların etkisi olduğunu bu dizi özelinde belirtmek mümkün görünmektedir.

3.2. *Bir Katilin İfadeleri: Ted Bundy* (Birinci ve İkinci Bölüm) Dizisinde Hibrostifili Kavramı



Görsel 2:

Netflix'de 2019'da yayınlanan ve Ted Bundy'nin idamının 60. yılı için belgesel niteliğinde çekilen *Bir Katilin İfadeleri: Ted Bundy*, ses kayıtları, tanıkların ifadeleri, arşiv görüntüleri, Bundy'nin ailesi, dostları ve yakınlarının açıklamaları ve son olarak kurbanların ailelerinin ifadelerinden oluşan 4 bölümlük bir yapım olarak ifade edilebilir. Dört bölümden oluşan ve her bir bölümün yaklaşık bir saat sürdüğü Ted Bundy belgeseli, Bundy'nin soğukkanlılığı, hukuk ile olan ilişkisi, kıvrak zekâsı, kadınlarla olan flörtöz ilişkilerine de değinen bir yapım olarak görülmektedir. İdamından önce yaklaşık otuz kadının ölümünden sorumlu olduğu öğrenilen Ted Bundy'nin, ilgili belgeselin bazı bölümlerinde şeytani yönüyle tasvir edilirken kimi kısımlarda ise kadınların kolayca etkilenebileceği çapkın bir erkek olarak betimlendiği görülmektedir. Ted hem psikoloji mezunu bir yetişkindir, hem de hukuk fakültesine devam eden bir hukuk öğrencisi olarak bilinmektedir. Bazı kaynaklarda Amerika'nın Karındeşen Jack'i olarak anılan Ted Bundy'e dair en ilginç durumlardan biri ise ona hapishanedeyken gönderilen yüzlerce aşk mektubudur. Çoğu mektubun içerisinde kadınların kendilerine dair çıplak fotoğrafları da bulunmaktadır. Bu fotoğrafları gönderen kadınların ortak yönleri ise Ted'in daha önce canice öldürdüğü kadınlara benzemeleridir.

Netflix'de yer alan *Bir Katilin İfadeleri: Ted Bundy* belgeseli ise Bundy'i keskin sınırlarla bir seri katil olarak sunmamakta, onun bu derece rağbet gören bir erkek olmasının nedenlerine de değinmektedir. Özellikle ona gönderilen mektuplar dizi belgesel yapımın da konusunu oluşturmakta ve bu durumun altı çizilmektedir. Arşiv görüntüleri ve ses kayıtlarından da yararlanılan kısımlarda Ted Bundy'nin soğukkanlılığı ve zeki cevapları ilgili yapımda birden çok kez vurgulanmaktadır. Bir dijital platform olarak Netflix bir yanıyla Ted Bundy'nin büyük bir seri katil olduğunu vurgularken, öte yandan Ted'in karakterine dolaylı da olsa olumlu anlamlar yüklemektedir.

Ted Bundy'nin gerçek hayat hikâyesinde Hibrostifili'ye dair net örnekler görülebilmektedir. Dizinin günümüzde bu duruma dair bir farkındalık yarattığını söylemek mümkündür. Ancak genel anlamda değerlendirildiğinde, bu tarz bir seri katile yönelik olumlanmaların bir şekilde belgeselde bulunması, dolaylı da olsa bazı kişilerin bu tarz kişilikler ile bağ kurabilme ihtimalini doğurabilmektedir. Bu noktada bu bağ kimi zaman geçici bir merak ile sonuçlanabilecekken, kimi zaman ise karşı tarafa yönelik bir hayranlıkla da sonuçlanabilecektir iddiası bu yapım özelinde mümkün görünmektedir.

3.3. *Canavar: Jeffrey Dahmer'in Hikâyesi* (Sekizinci ve Dokuzuncu Bölüm) Dizisinde Hibrostifili Kavramı



Görsel 3:

2022 yılında Netflix platformunda yayınlanan *Canavar: Jeffrey Dahmer'in Hikâyesi* isimli yapım, 10 bölümden oluşan ve seri katil Dahmer'in çocukluğundan ölümüne kadarki sürecini bölümler halinde anlatan bir dizidir. Evan Peters tarafından canlandırılan Jeffrey Dahmer karakteri dizide sadece bir seri katil olarak değil, öteki konumuna itilmiş bir çocuğun dramı olarak da izleyiciye sunulmuştur. Jeffrey Dahmer küçük yaşta annesi tarafından terkedilmiş, babası ile de güçlü ilişkiler kuramayan farklı bir adamdır. Ergenlik döneminde eşcinsel olduğunu keşfeden Jeffrey, zaman içerisinde beraber olduğu insanları öldürmeye başlayan ve onların etlerini yiyen bir caniye, bir seri katile dönüşmektedir.

Dizi her ne kadar Dahmer'in katil yönünü ön plana çıkarsa da, birçok sekansta Dahmer'in kötü bir çocukluk geçirdiği, eşcinsel olması sebebiyle dışlandığı dolayısıyla bu cinayetleri işlemesinin ardından yatan nedenlerin sorgulanması gerektiğine dair göndermelerin yer aldığı iddia edilebilir. Dizide, Dahmer polisler tarafından yakalandıktan sonra hapishaneye girer. Ancak medyada Dahmer'e dair büyük bir ilgi oluşmuştur. Dahmer'in gay olduğu bilindiği halde birçok kadının ona ilgisinin olması, hatta ona aşk mektupları ve mektupların içinde para gönderilmesi dizide sekizinci ve dokuzuncu bölümlerde yer almaktadır. Bu bölümlerde Dahmer hiç olmadığı kadar sempatik gösterilmiştir. Acımasız cinayetler ile vurgulanmak yerine, Dahmer'in çocukluk travmaları ve sorunlu ebeveyn ilişkileri sıklıkla tekrarlanmakta, onun aslında sevgiye, şefkate aç bir kişi olduğunun altı çizilmektedir. Bu noktada Netflix yapımı *Canavar: Jeffrey Dahmer'in Hikâyesi* ilk bakışta Dahmer'in biyografik hikâyesini oldukça objektif şekilde ele alıyor gibi görünse de, öykünün içine serpiştirilen bu duygusal göndermelerin kadınlarda bu karakterle dolaylı da olsa bağ kurulabilmesinin önünü açmaktadır. Bir başka deyişle, Netflix bir dijital medya platformu olarak cani bir seri katilin pozitif yönlerini ortaya koyma dürtüsüyle de hareket etmektedir.

4. SONUÇ

Yeni dönem iletişim çağında maruz kaldığımız dinamikler, hayatlarımıza doğrudan etki eden süreçlere dönüşmekte, izlediğimiz diziler, yediğimiz yemekler, giydiğimiz kıyafetler hatta gittiğimiz mekânlar dahi bir şekilde yeni medya etrafında şekillenmektedir. Dolayısıyla dijital medya ve yarattığı etki oldukça geniş bir spektrumda değerlendirilebilir. Bu çalışma özelinde dijital medyanın yarattığı etki farklı bir bakış açısıyla ele alınmaya çalışılmış ve multidisipliner

bir yöntem izlenerek dizi endüstrisi, sinema bağlantısı ve psikoloji üçgeninden beslenilerek bir argüman geliştirilmiştir. Argümanın ortaya konulmasındaki çıkış noktası ise seri katillere yönelik cinsel ya da duygusal ilgi olarak tanımlanan Hibrostifili kavramıdır. Dijital platformların son yıllarda seri katillerin hayatlarını biyografik olarak ele aldığı birçok yapım olduğu gibi kurgusal seri katil öyküleri de Netflix, NBC ya da Amazon Prime gibi uluslararası mecralarda görülebilmektedir.

Bu noktada bu çalışma, dijital platformlarda yayınlanan seri katil hikâyelerinin ve bu hikâyelerde yer alan betimlemelerin belirli ölçüde Hibrostifli ile olan ilişkisini ortaya koymaya çalışmıştır. Bu noktada belirlenen her üç örneklemde de benzer özellikler söz konusudur. Hannibal kurgusal bir karakter olmasına karşın yarattığı etki o derece güçlü olmuştur ki günümüzde bu karakteri canlandıran Mads Mikkelsen hala bu karakter ile anılmaktadır. Dahası dizi içerisinde Hannibal'ın bir seri katilden ziyade estetik merakları olan, karizmatik ve ince ruhlu bir erkek olarak tasvir edilmesi ilginç bir detay olarak görülmektedir. Bu parafilinin daha çok kadınlarda görüldüğü savı üzerinden ilerlendiğinde, Hannibal'a dair bu betimlemelerin yeni medyanın ataerkil uzantılarıyla ilgisinin olduğu iddia edilebilir. Buna ek olarak, dijital platformların yarattığı güçlü etkinin bu tarz kimliklerle empati kurulmasına da dolaylı olarak bir etkisi olduğunu belirtmek yanlış bir argüman olmayacaktır.

Ted Bundy ve Dahmer ise gerçek hayattan alınan öykülerdir. Ted Buny, hapishanedeyken hayranlarından biriyle evlenmiştir. Dahmer ise hapishanede öldürülene kadar onlarca kadından hayran mektupları almış ve bu kadınlar onunla tanışmak için en mahrem fotoğraflarını göndermiştir. Dolayısıyla her iki dizi de Hibrostfili konusuna kendi içlerinde değinmektedir. Ancak Ted Bundy'nin belgesel niteliğindeki yapımda oldukça zeki, cesur ve heyecan verici bir erkek olarak sunulması, Dahmer'in ise çocukluk travmaları nedeniyle bir tür seri katile dönüştüğünü ima eden sekanslar oldukça sorunlu görünmektedir. Bir başka ifadeyle, seri katillerin öldürme içgüdülerini besleyen faktörler ön plana çıkarılarak bu kişilerin aslında kötü kişiler olmadıkları, hayat şartlarının bu kişileri canileştirdiği ima edilmektedir. Öte yandan dizilerin belirlenen ve incelenen bölümleri içerisinde ismi geçen seri katillerin sempatik ve sevgiye aç şekilde sunumu Hibrostfili kavramının olası bir nedeni olarak görülebilmektedir. Sonuç olarak, bu çalışma dijital platformlar içerisinde kendine yer bulan seri katil dizilerine Hibrostfili kavramı bağlamında odaklanmış, bu mecralar içerisinde yayınlanan dizilerin ele alınış biçiminin ise adı geçen parafili ile dolaylı da olsa bir bağı olduğu düşüncesine varılmıştır. Buna ek olarak, dizilerde yer alan erkek karakterlerin pozitif şekilde ele alınması ve akademik yazında Hibrostfili'nin çoğunlukla kadınlarda görülen bir rahatsızlık olarak görülmesi de patriyarkal toplumun izdüşümleri ile açıklanabilir.

5. KAYNAKLAR

Bloom, V. (1993). The darker forces: Freud on the movies. *Journal of American Psychoanalysis,* 21(1), 33-34.

Güngör, N. (2018). *İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitapevi.

Isenberg, S. (2000). *Women who love men who kill*. Bloomington, IN: iuniverse.

https://paintedblindpublishing.com/2015/06/24/modern-vampires-hannibal-sparkly-vampires-and-hybristophilia/ (Erişim Tarihi: 23.08.2023).

Pettigrew, M. (2019). Aggressive Hybristophilia in men and the effect of a female serial killer. *The Journal of Forensic Psychiatric & Psychology*, 3083), 419-428.

Özel, S. (2011). Yakınsama: Yeni medyanın itici gücü. *Erciyes İletişim Dergisi*, 2(2), 119-134.

Sarteschi, C.M. (2016). *Mass and serial murder in America*, springerbriefs in behavioral criminology.

Strutz, K. (2022). *Extremely insensitive, shockingly misleading anddangerous: Exploring the implications of romanticizing serial killers in film* (Unpublished thesis). Texas State University, San Marcos, Texas.

Tanyer, T. (2018). Dijital medyanın pazarlama teknikleri üzerindeki etkisi. *Yeni Medya Elektronik Dergi-eJNM*, 2(1), 46-52.

Vitello, C. (2006). Hybristophilia: The love of criminals. In E. W. Hickey (Ed.). *Sex crimes and paraphilia.* Pp. 197–206, Upper Saddle River, NJ: Pearson.

SİNEMADA BİR TEMA OLARAK YAPAY ZEKÂ: MELEK Mİ ŞEYTAN MI?

Dr. Öğr. Üyesi M. Özer ÖZKANTAR

Gaziantep Üniversitesi, / ORCID:0000-0001-9364-5606

ÖZET

Sinema birçok yeniliği kısa süre içerisinde kendi bünyesine kazandırabilme potansiyeli nedeniyle diğer sanatlardan ayrışma yetisine sahiptir. Kimi zaman geçmiş hikâyelerden beslenen sinematik anlatı, kimi zaman ise geleceğe dair olasılıkları gündemine almayı tercih eder. Özellikle beyaz perdede bilim kurgu türü ile teknolojik gelişmelerin çok daha detaylı bir bağlam ile ele alındığını iddia etmek de yanlış olmayacaktır. Bu noktada teknolojik gelişmelerin ışığında akla gelen en güçlü temalardan biri de yapay zekânın sinemada ele alınış seklidir. Yapay zekâ kavramı her ne kadar hayatımıza dair büyük kolaylıklar sağlama potansiyeli ile birçok mecrada olumlansa da, sinema düzleminde bu durum 1960'li yallardan 2010'lu yıllara kadar birçok kez şüpheyle ele alınmıştır. Bu noktada bu çalışmanın amacı yapay zekânın sinemada işleniş şekline dair tematik bir çerçeve ortaya koymaktır. Bu nedenle Stanley Kubrick'e ait *2001: A Space Odyssey* (1968) ve Ridley Scott'a ait *Prometheus* (2012) filmleri kasti örneklem yöntemiyle seçilmiş ve betimsel analiz yardımıyla kategorilere ayrılarak analiz edilmiştir. Sonuç olarak, bu örneklemler özelinde sinema çerçevesinde insanoğlunun yapay zekânın potansiyelinin farkında olduğu ancak bu potansiyelin insanlığın faydasına olduğu kadar zararına da olabileceği düşüncesine kanalize olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yapay zekâ, Tema, Sinema, *2001: A Space Odyssey*, *Promethues*

ARTIFICIAL INTELLIGENCE AS A THEME IN CINEMA: ANGEL OR DEVIL?

ABSTRACT

Cinema has the ability to distinguish itself from other arts due to its potential to incorporate many innovations in a short time. Sometimes the cinematic narrative, which is fed by the past stories, sometimes prefers to put the possibilities of the future on its agenda. It would not be wrong to claim that the science fiction genre and technological developments are handled in a much more detailed context, especially on the movie screen. At this point, one of the strongest themes that comes to mind in the light of technological developments is the way artificial intelligence is discussed in cinema. Although the concept of artificial intelligence has been affirmed in many media with its potential to provide great convenience to our lives, this situation has been handled with suspicion many times from the 1960s to the 2010s in the field of cinema. At this point, the aim of this study is to present a thematic framework about the way artificial intelligence is handled in cinema. For this reason, the films *2001: A Space Odyssey* (1968) by Stanley Kubrick and *Prometheus* (2012) by Ridley Scott were selected by deliberate sampling method and analyzed by categorizing with the help of descriptive analysis. As a result,

it has been concluded that human beings are aware of the potential of artificial intelligence within the framework of cinema in these examples, but they are channeled into the idea that this potential can be to the detriment as well as to the benefit of humanity.

Keywords: Artificial intelligence, Theme, Cinema, *A Space Odyssey*, *Promethues*

1. GİRİŞ:

Sinema, günümüz teknolojileri ile entegre ve sürekli olarak gelişime açık bir sanattır. Gerek sinematografi gerekse mekân ve ses tasarımları açısından teknoloji sinema alanında başat etkiye sahiptir. Bu noktada üretim ve çekim aşamalarında, görsel efektler, kostüm, makyaj ve dekor oluşumlarının hemen hepsinde günümüzün imkânlarından maksimum seviyede yararlanıldığını belirtmek yanlış olmayacaktır. Bu noktada sinema ve yapay zekâ etkileşimi de kaçınılmaz görünmektedir. Film üretiminde birçok alanda yapay zekânın nimetlerinden faydalanan sinema, öte yandan özellikle bilim kurgu janrında yapay zekâya birçok anlam atfetmiş, robotların ve yüksek teknolojinin gelecekte ne gibi artıları ve eksileri olabileceğine dair korkular ve paranoyalar beyaz perdede kendine yer edinmiştir.

Yapay zekâ her ne kadar insanlık adına çok önemli bir gelişme olarak görülse de, bu kavrama dair belirgin şüphelerin olduğunu da iddia etmek yanlış olmayacaktır. Yapay zekâ tabanlı robotların ileri seviyede kullanımı ile endüstriyel üretim ve tüketim pratiklerinin değiştiği bir dönemde yani teknoloji çağında yaşamaktayız. Bu durum istihdam süreçlerini ciddi ölçüde değiştirmeye başlamış ve insanların işsizlik endişelerine neden olmuştur. Dahası yapay zekâ ve robot kullanımının düşünülenden çok daha hızlı şekilde günlük hayat rutinlerine eklemlenmesi yine bazı paranoyalar yaratmaktadır. Bu korkular temelde robotların zaman içerisinde insanlığı avuçlarının içine alarak köleleştirebileceği üzerinedir. Dahası robotların savaş amaçlı kullanılabilme ihtimali de öngörüler içerisinde yer almaktadır.

Ancak söz konusu sinema endüstrisi olduğunda iki yönlü bir yaklaşımın varlığından bahsetmek yanlış olmayacaktır. Sinema filmlerinin üretim aşamasında senaryo yazabilen akıllı robotlar, robot kameramanlar, yapay zekâ ile oluşturulmuş oyuncular, robot kurgucular ve kişiselleştirilebilen akış yapıları, günümüzde yapay zekânın ilgili endüstriye kazandırdığı bazı kazanımlar olarak ifade edilebilir (Zengin, 2020, s. 160-165). Fakat bu teknik gelişmeler haricinde tema açısından bakıldığında, sinemada yapay zekâya yönelik paranoyaları merkezine alan birçok film çekilmiş ve bu süreç yapay zekânın ilk filizlendiği dönemlerden günümüze kadar ulaşmıştır.

Bu çalışmanın amacı günümüzde oldukça revaçta olan yapay zekânın sinema evreninde nasıl ele alındığını tematik bir çerçeve oluşturarak incelemektir. Konu ile ilgili literatür taraması yapıldığında, yapılan tez ve makale çalışmalarının büyük bölümünün yapay zekanın sinemaya entegrasyonu üzerine olduğu görülmüştür. Tematik açıdan yapılan incelemelerin ise karşıtlıklardan beslenmek yerine tek yönlü şekilde ele alındığı gözlemlenmiştir. Bu çalışma ise yapay zekânın avantajları ve oluşturduğu paranoyaları filmler üzerinden çift yönlü incelemeye çalışmaktadır. Bu sebeple filmlerin analizi yapay zekâya dair olumlu ve olumsuz göndermeler şeklinde iki grup oluşturularak gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda seçilen örneklemler kasti örneklem yoluyla belirlenmiş, ilgili yapımların tercihinde özellikle geçmiş dönem ve yakın

dönem iki film seçilmiştir. Böylelikle yapay zekâ-sinema ilişkisinin geçmişten günümüze olan değişimine dair bir cevap aranmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde, yapay zekânın yarattığı olumlu ve olumsuz etkenlerin anlaşılabilmesi ve bu durumun tematik açıdan sinemaya olan yansımasının analiz edilebilmesi adına, önce yapay zekâ kavramı tanımlanmış, sonrasında sinema ve yapay zekânın teknolojik ve organik bağı ortaya konulmaya çalışılmış, ardından ise bir tema olarak yapay zekânın filmlerle olan bağının analizini ortaya koymak adına sinema filmlerinde yapay zekânın ne gibi açılardan ele alındığına dair bir başlık oluşturulmuştur.

2.1. Yapay Zekâ Nedir?

Yapay zekâ tarihi 1940'lı yıllara uzanan, 1960'a kadar zeki makine üretme, 1970-2000 arası zeki program üretme, 2010 sonrası ise zeki sistem üretme mantığına dayalı bir mekanizmadır. Ercan Öztemel (2020, s. 101), *Yapay Zekâ ve İnsanlığın Geleceği* isimli makalesinde yapay zekâyı şu cümlelerle tanımlamaktadır: "Gerçekçi ve bilimsel bir bakış açısı ile yapay zekâ, tecrübelerden öğrenebilen, öğrendiklerini muhakeme edebilen; şekilleri, görüntü ve örüntüleri tanıyabilen, karmaşık problemlere çözümler üretebilen, lisanı anlayarak kelimeler ile işlem yapabilen ve bilişim dünyasına farklı bir bakış açısı kazandıran bir bilim dalıdır". Yapay zekâ öte yandan insan zekâsını taklit ederek çok yönlü hareket edebilme mekanizmasına verilen ad olarak da isimlendirilebilir (Pirimi, 2006, s. 84).

Yapay zekâ sistemleri temel olarak makine tabanlı sistemlerin akıllı hale getirilmesi, bilişsel problemlerin çözümü, öğrenme ve öğretme tabanlı sistemlerin geliştirilmesi gibi amaçlar için kullanılmaktadır (Ülgen ve Yavuz, 2021, s. 11). Yapay zekâ birden çok disiplin tarafından çok yönlü geliştirilmiştir. Birçok farklı alanda ve farklı amaçlarla kullanabilmektedir. Örneğin yazılım, tıp, mühendisliğin üretim süreçleri, sinema, ağır silah ve otomobil endüstrisi gibi birçok alanda yapay zekânın teknik imkânlarından faydalanılmaktadır (Aksakal ve Ülgen, 2021, s. 836). Bilgisayar ve internet teknolojilerinin bu derece hızlı gelişmesi doğal olarak yapay zekâya olan ilgiyi de günden güne arttırmakta ve bu kavrama dair araştırmalar ve sorgulamalar da fazlalaşmaktadır. Yapay zekâ, insanların düşünce ve zekâ formlarını teknolojik makinelerle birleştirmekte, böylece akıllı cihazlar birçok alanda insanların vazifelerini yerine getirmektedir. Bu durum birçok açıdan olumlu sonuçlar doğursa da, makineleşen bir dünyanın gelecekte insanlık adına ne gibi sonuçlar doğuracağı noktasında bazı şüpheler olduğunu belirtmek mümkündür.

2.2. Sinema ve Yapay Zekâ İlişkisi

Sinema birçok endüstriden beslenen bir sanattır. Kostüm, makyaj ve dekor tasarımından, film ve ses tasarımına, özel efektlerden kurgu ve çekim sürecine kadar bir filmin beyaz perdeye ulaşmasında oldukça uzun ve çok yönlü süreçler bulunmaktadır. Gerek çekim aşaması gerekse post prodüksiyon süreçleri ciddi anlamda insan gücü gerektirmekte, bu nedenle sinema da birçok alanda olduğu gibi daha az zaman ve daha az insan gücü kullanarak daha hızlı çıktılar elde etmenin peşinden gitmektedir (Zengin, 2020). Bu noktada yapay zekâ, sinemanın önemli yardım araçlarından biridir.

Giriş bölümünde de ifade edildiği üzere, sinema, televizyon ve habercilik endüstrisi birçok yapay zekâ aracı kullanmaktadır. Dolayısıyla iletişim aygıtları açısından yapay zekâya ile bütünleşme oldukça güçlü şekilde gerçekleşmiş görünmektedir. Ancak sinema anlatı itibarı ile eleştirel ve düşünsel yönü güçlü bir sanattır. Bu nedenle yapay zekâ kavramı sinema özelinde olduğu gibi kabul gören bir kavramdan ziyade çok yönlü ve eleştirel bir şekilde ele alınmıştır. Bu noktada tema olarak yapay zekâ özellikle bilim kurgu filmlerinin vazgeçilmezlerinden biri olmuştur. Kendine yapay zekâyı konu edinen filmlerden bazıları şu şekilde sıralanabilir: *2001: A Space Odyssey* (1968), *The Matrix* (1999), *Prometheus* (2012), *Ex Machina* (2014), *Covenant* (2017), *M3gan* (2022).

3. ANALİZ

3.1. *2001: A Space Odyssey* (1968) Filminin Yapay Zekâ Teması Çerçevesinde Eleştirel Analizi



Görsel 1:

Bu bölümde ilgili filmde yapay zekânın tematik açıdan nasıl konumlandırıldığı iki yönlü şekilde ele alınmakta ve *2001: A Space Odyssey* (1968) filminin yapay zekâya dair ne gibi bakış açıları barındırdığına dair bir perspektif ortaya konulmaya çalışılmaktadır.

Filmin Künyesi ve Özeti: Yönetmenliğini, senaristliğini ve yapımcılığını Stanley Kubrick'in üstlendiği film her ne kadar 1968 yılında yapılmış olsa da, döneminin çok ötesinde bir prodüksiyona ve sinematografik yapıya sahiptir. Filmin başrollerinde Keir Dullea, Gary Lackwood ve William Sylvester oynamaktadır. Alışılmış Hollywood anlatısından oldukça uzak olan bu film, insanoğlunun evrim sürecine, teknolojik gelişmelere, yapay zekânın olasılıklarına sıra dışı şekilde değinmektedir. Filmin kulaklardan çıkmayan jenerik müziği, diyalog kullanımını minimum seviyede tutan yapısı ve görsel efektleri, bu yapımın kült statüsünde görülmesine neden olmuştur. Olay örgüsünün çeşitli bölümlere ayrıldığı yapımda önce insanlığın şafağı bölümünde evrim konusuna değinilir. İkinci bölümün adı ay yolcuğudur. Bir grup astronotunun aydan gelen sinyaller nedeniyle aya yolculuğu bu bölümde konu edilir. Üçüncü bölümün adı Jüpiter'e yolculuktur ve HAL 9000 isimli yapay zekâ bilgisayarının ortaya çıktığı kısım bu bölümdür. Filmde, Ay'dan gelen sinyallerin benzeri Jüpiter'den de gelmektedir. Bu nedenle Discovery One isimli bir uzay mekiği ile Dave Bowman ve Frank

Poole isimli iki astronot Jüpiter'e yolculuk etmekte ve evrenin gizemli sırlarına yanıt aramaktadır.

Bu süreçte Discovery One'a yardım etmek için tasarlanmış üstün teknoloji ürünü HAL 9000 tüm testlerden geçmiş ve mükemmel bir yapay zekâ ürünü olarak Bowman ve Poole'un isteklerine yerine getirmiştir. Fakat Bowman ve Poole'un ona güvenmediğini anlayan HAL 9000 birdenbire değişik bir mekanizma ile hareket etmeye başlar. Bu nedenle, HAL 9000 birdenbire bir donanım arızası uyarısı verir ve astronotların bu sorunu çözmesi için mekikten ayrılmasını sağlar. Bu esnada uykuda olan diğer astronotların ise oksijen kaynağını çeken yapay zekâ, keşif için dışarı çıkan astronotları içeri almaz ve onların da ölümüne neden olur. Ancak son anda içeri girmeyi başaran Dave, yapay zekâyı deaktif eder ve film Jüpiter sonrası bölümü ile son bulur. Bu noktada yapay zekâ ve insanlık filmde gerçek bir çatışma yaşamış ve bu süreç insanlığın zararına olmuştur.

3.1.1. Film İçerisinde Yapay Zekâya Dair Olumlu Göndermeler

2001: A Space Odyssey (2001: Bir Uzay Destanı), filminde yapay zekâ olarak yer alan sistem, HAL 9000 isimli çok işlevli bir bilgisayardır. Uzay mekiğinin neredeyse tüm çalışma mekanizması HAL 9000 tarafından yönetilmekte ve bu sistem mükemmel şekilde çalışmaktadır. Astronotlar neredeyse tüm verileri HAL üzerinden takip etmekte ve yapay zekâ arayüzü talep edilen tüm bilgileri hızlı ve hatasız şekilde Dave ve Frank'e iletmektedir. Filmde Discovery One uzay gemisinin tüm riskli ve tahmine dayalı süreçleri bir yapay zekâ sistemi tarafından yürütülmektedir. HAL 9000 kendisine tanımlanan görevleri kusursuz şekilde yerine getirmek için her olasılığı değerlendiren bir yapıda işlev göstermektedir.

HAL 9000 film içerisindeki görseller üzerinden analiz edildiğinde de çok işlevli çalışma prensibi açıkça vurgulanmakta ve Kubrick'in yapay zekâya dair 1968 yılında yüklediği anlam oldukça güçlü görünmektedir. Belki onlarca insanın bir araya gelerek yapabileceği çoğu aksiyon, HAL 9000 sayesinde çok kısa sürede ve hatasız şekilde yürümektedir. Bu açıdan bakıldığında *2001: A Space Odyssey* (1968) yapay zekânın potansiyelini ortaya koymak adına pozitif açılımlar barındırmaktadır. Ancak filmin geneli hesaba katıldığında, HAL 9000 şeytani nitelikler gösteren bir canavara dönüşmektedir.

3.1.2. Film İçerisinde Yapay Zekâya Dair Şüpheler ve Korkular

İlgili film yapay zekânın potansiyelini ortaya koymak noktasında yönetmen Stanley Kubrick'in korkularını açıkça ortaya koymaktadır. Her ne kadar Stanley Kubrick, robotların insanlık adına çok önemli işlevlere sahip olabileceğine dair değerli ön görüler barındıran bir film çekmiş olsa da, yönetmenin HAL 9000 üzerinden verdiği mesajlar net şekilde yapay zekânın insanlık adına büyük bir tehdit olduğunu düşündürtmektedir. Hatta Kubrick, yapay zekânın işlevinin dışına çıkarak kontrolsüz bir güce dönüşebileceği üzerinde durmakta ve HAL 9000'i kendi sürdürülebilir yapısına tehdit olarak gördüğü her şeyi kolaylıkla manipüle edebilen şeytani bir güç olarak tasvir etmektedir. Yapay zekânın henüz yeni geliştirilmeye başlanmış bir sistem olduğu süreçte çekilmiş bir film olan *2001: A Space Odyssey* (1968), insanlığın kendi dışında bir kontrol mekanizması ile alakalı ilişkisini net şekilde sorgulamakta ve bu yönden yapay zekânın varlığına felsefi bir bakış açısı da getirmektedir.

HAL 9000, özellikle filmin ikinci yarısından itibaren Dave ve Frank'i kendisi için tehdit görmeye başlamakta ve onları yok etmek ve kendi varlığını devam ettirmek için oldukça tehlikeli bir plan kurgulamaktadır. Bu plan belirli ölçüde işe yarayacaktır. Ancak filmin finalinde Dave insanlığı temsilen yapay zekâyı bir şekilde alt etmeyi başarmaktadır. Bu aşamaya kadar yapay zekânın salt bir kazanım ve insanlığın yararına çalışan bir bilgisayar sistemi olduğu düşünülürken, birdenbire insanın kendi yarattığı robotların insanlığı yok edebilecek bir potansiyele sahip olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Dolayısıyla sinema anlatısı içerisinde yapay zekâ tematik açıdan bu film özelinde çift yönlü olarak betimlense de, geleceğe dair endişeler filmin merkezinde konumlanmakta ve yapay zekâ bir tehdit unsuru olarak filme eklemlenmektedir.

3.2. *Prometheus* (2012) Filminin Yapay Zekâ Teması Çerçevesinde Eleştirel Analizi



Görsel 2:

Bu bölümde *Prometheus* (2012) filmi içerisinde konumlanan yapay zekâ teması olumlu ve olumsuz göndermeler çerçevesinde iki yönlü ele alınmış ve buna göre bir çözümleme gerçekleştirilmiştir.

Filmin Künyesi ve Özeti: Başrollerinde Noomi Rapace, Michael Fassbender ve Charlize Theron'un oynadığı, Ridley Scott'un yönetmen koltuğunda oturduğu *Prometheus* (2012) ismini Yunan Mitolojisinde insanın yaradılışına ön ayak olan yarı Titan yarı Tanrı Prometheus'dan almaktadır. Filmin başlangıç kısmında da mitolojik göndermeler söz konusudur. Bilim kurgu türünde olan ilgili film, insanlığın yaratılışının kaynağını anlama üzerine kurulu ve uzaylıların ya da dünya dışı varlıkların bizim evrenimiz ve varoluşumuzla olan bağına dair sorgulamalarda bulunan bir filmdir. 2089 yılında bir grup bilim insanının zengin bir iş adamı sponsorluğunda oluşturulan ekip aracılığıyla ve Prometheus isimli bir uzay mekiği ile dünya dışında araştırmalar yapmak adına yer küreden ayrılır. Ekibin başında Elizabeth Show ve Charlie Holloway isimli iki arkeolog bulunmaktadır ve bu iki bilim insanının İskoçya'da buldukları bir harita, onları dünya dışı yaşamın varlığına dair büyük araştırmalara yöneltmiştir. Ekipte yarı insan yarı robot olan ve yapay zekânın tüm özelliklerini barındıran android David'de yer almakta ve mekiğin kontrolünden diğer araştırma aşamalarına kadar birçok süreçte ekibe liderlik yapmaktadır.

Film uzay mekiğinin dünyamızdaki atmosfere benzeyen bir coğrafyaya inmesiyle yön değiştirir. Mürettebat ilgili coğrafyayı taramak için keşif gezisine çıkar ve ilginç tapınaklara, garip yaratıklara ve uzaylılara rastlar. Ancak bu keşif bir yandan da tehlikeleri beraberinde getirir ve uzaylı saldırısı sonrasında ekipten bazı kişiler hayatını kaybeder ya da hastalanır. Bu süreç içerisinde neredeyse tüm olayların içinde yapay zekâ robotu olan Dave yer almakta ve tüm ekibi manipüle ederek onları kendi çıkarları doğrultusunda hareket etmeye yönlendirmektedir. Filmin finalinde Elizabeth ve Dave tüm bu saldırılardan bir şekilde kurtulur ve Prometheus dünyaya dönmek için tekrar yola koyulur. Film insanlığın varlığını anlama girişiminde bulunurken öte yandan da yapay zekânın gelecekteki konumuna dair kendince bir fikir ortaya koymaktadır.

3.2.1. Film İçerisinde Yapay Zekâya Dair Olumlu Göndermeler

Prometheus (2012) bir bilim kurgu yapım olmasının de etkisiyle yapay zekâ robotlarına dair oldukça belirgin betimlemelere sahip bir filmdir. Film içerisinde insan görünümlü bir robot olan David, yapay zekâyı temsil etmektedir. Bu noktada David'in yapay zekâ algoritmasının farklı dilleri anlama, analiz etme ve hızlı şekilde çevirebilme yeteneği bulunmaktadır. Bu sayede, David dünya dışı varlıklarla iletişime geçebilmektedir. Ayrıca David, korkusuz, her türlü riski alabilen, öte yandan kimyasal ve biyolojik sıvıları hızlı şekilde analiz edebilen, üst düzey bir androiddir. Tamamen insan görünümüne sahip olmasına karşın, duygularının olmayışı, dönem dönem onun kendini yalnız hissetmesine neden olmakta ve uzay mekiğindeki mürettebatla sürekli olarak dostça bir iletişim kurmaya çalışmaktadır.

Uzay mekiğinde David dışında yine yapay zeka ile entegre çalışan insansız ameliyat robotları ve akıllı uyku kapsülleri bulunmaktadır. Ameliyat robotu bir kişiyi çok hızlı şekilde opere edebilmekte ve riskleri minimumda tutabilmektedir. Uyku kapsülleri ise kişinin uzay yolculuğu esnasında hayatta kalmasını sağlamakta ve kişinin atmosfer dışı iklim koşullarında zarar görmemesini mümkün kılmaktadır. Görüldüğü üzere, *Prometheus* (2012) yapay zekânın işlevleri ve insanlık için faydaları noktasında birçok pozitif gönderme barındıran bir filmdir.

3.2.2. Film İçerisinde Yapay Zekâya Dair Şüpheler ve Korkular

Prometheus (2012), Ridley Scott'un yapay zekâ, insanlığın kökeni ve dünya dışı varlıklar üçgeninde oluşturulmuş bir bilim kurgu yapımı olarak bazı sorulara cevap aramaktadır. Özellikle evrende yalnız mıyız sorusunun ve insanın yaratılış ve inanç anlayışlarının detaylıca ele alındığı yapımda, yapay zekânın negatif olasılıkları da göz önünde bulundurulmaktadır. Bu doğrultuda ilgili film, yapay zekânın şeytani bir yapıya bürünebileceği düşüncesine sahip imalar barındırmaktadır. Bu noktada insan görünümlü ancak tamamen robot olan ve yapay zekânın tüm olanaklarına sahip David, yönetmen tarafından bir tehlike unsuru olarak da değerlendirilmiş ve beyaz perdeye yansıtılmıştır. David'in yalnızlığı, duygusuz oluşu ve diğer insanlardan noksan kalan duygusal zekâsı onu mutsuz etmekte ve bu durum onun emir alma mekanizmasından çıkıp emir verme mekanizmasına dönüşmesine neden olmaktadır.

Uzay mekiğinin en önemli parçalarından biri olan David, bu durumu kendi lehine kullanmakta ve mürettebattaki diğer üyeleri sırasıyla saf dışı bırakmak istemektedir. Bu durumun temelde iki nedeni olduğunu iddia etmek mümkündür. İlki, dünya dışı bu araştırmanın insanlara bırakılmayacak kadar önemli bir iş olduğunu düşünmesi, ikincisi ise insanların onla

iletişime geçerken onu değersiz hissettirmesidir. Her ne kadar bir android olsa da, David yapay zekânın zaman içerisinde insanlara özgü tutku ve kıskançlık duygularını barındırmaktadır. Dolayısıyla mekanik bir zekâ formu gibi hareket etmektense meraklarına yenilen ve kendine rakip olarak gördüğü herkesi, her şeyi yok etmeye hazır bir şekilde davranış göstermektedir. Bu perspektiften bakıldığında, yapay zekâ ve bu yapının uzantısı olarak David, insanlığa faydadan çok zarar veren bir yapıya dönüşmüştür. Filmin finalinde yönetmen yapay zekânın bir şekilde insanlığa yenildiğine ve tekrardan insanoğlunun kontrolüne geçtiğine dair bir sonuçla filmi tamamlamaktadır. Buna karşın, yapay zekâ formu olarak David'in son saniyeye kadar bilim insanlarını manipüle etme çabaları devam etmiş ve onları menfaatleri doğrultusunda yönetmeye çalışmıştır.

4. SONUÇ

Günümüz teknoloji çağının hayatımıza birçok getirisi olduğunu ve günlük yaşam pratiklerimizin farklı etkenler nedeniyle büyük ölçüde değişime uğradığını iddia etmek yanlış olmayacaktır. Bu noktada yapay zekâ kavramı da bu değişim ve dönüşüm süreci içerisinde birçok açıdan önemli yer tutan etkenlerden biri olarak ifade edilebilir. Yapay zekâ hayatımıza ilk girdiği dönemlerden bu yana sürekli gelişen, farklı amaçlar için birden fazla alanda kullanılan bir mekanizma, yapı ya da bilişim sistemi olarak nitelendirilebilir. Birçok görevi aynı anda ve insanlara oranla daha hızlı, hatasız ve de ekonomik şekilde gerçekleştirebilen yapay zekâ, günümüzde neredeyse her alanın vazgeçilmezi olmuş, hatta yakın dönemde çıkan yapay zeka uygulamaları ve online motorlar sayesinde, neredeyse merak edilen tüm soruların cevaplarına tek bir tık ile ulaşabilir duruma gelinmiştir. Bu bağlamda, yapay zekânın günlük pratiklere dair etkisinin gayet olumlu olduğu, hatta tıp, mühendislik ve akademik alanlarda vazgeçilmez hale geldiğini belirtmek mümkündür. Fakat bu sisteme dair birçok şüphenin ve de korkunun da olduğunu ifade etmek olası görünmektedir.

Yapay zekâ kavramına şüphe ile yaklaşan birçok sanat söz konusudur ancak teknolojik gelişmelerden çok yönlü faydalanabilme yetisi nedeniyle sinemanın bir adım önde olduğu ifade edilebilir. Sinema teknik açıdan yapay zekâ ile gayet etkileşimli şekilde ilerlemekte ve bu kavramın nimetlerinden sonuna kadar faydalanmaktadır. Fakat yapay zekânın sinema filmleri içerisindeki konumu tematik açıdan oldukça eleştirel ve çift yönlü şekilde ele alınmaktadır. Birçok film yapay zekâyı insanlığın yararına olduğu kadar insanlığın sonunu getirebilecek bir tehlike kaynağı olarak resmetmektedir. Bu argüman doğrultusunda bu çalışma, yapay zekanın tematik açıdan filmlere nasıl yansıdığına dair bir açılım ortaya koymayı amaçlamış ve bu doğrultuda belirlenen *2001: A Space Odyssey* (1968) ve *Prometheus* (2012) filmleri eleştirel bir şekilde ve betimsel analizden beslenerek ele alınmıştır.

Belirlenen örneklemler yapay zekânın olumlanan ve korkulan yanlarına yönelik olarak incelenmiştir. *2001: A Space Odyssey* (1968) filminde Kubrick'in olağanüstü ses ve film tasarım, çağının çok ötesinde özellikler barındırmaktadır. Keza yapay zekâ ve robot teknolojisinin geleceğine dair yapılan göndermeler de, gelecekteki yapımlar için adeta ilham kaynağı olmuştur. Dolayısıyla Kubrick, yapay zekâyı HAL 9000 üzerinden resmederken bu kavramın gücünü ön plana çıkardığı görülebilmektedir. Fakat Kubrick, tüm bu ihtişamın yanında, yapay zekâ sistemine kocaman bir soru işareti de koyarak bu teknolojinin gelecekte insanlık için ciddi bir risk barındırdığını da filmine eklemlemektedir.

2012 yılında çekilmiş olan *Prometheus* da, *2001: A Space Odyssey*'den yaklaşık 44 sene sonra vizyona girmiş olmasına karşın, yapay zekâ ile ilintili olarak benzer endişeler barındırmaktadır. Yapay zekâya tanımlanan gücün kontrol dışına çıkma ihtimaline değinen yönetmen Ridley Scott, David üzerinden olumlu bir kategoriye yerleştirdiği yapay zekâ robotlarını, yine de insanlık adına bir risk olarak görmektedir. Sonuç olarak, sinema endüstrisi, her ne kadar teknik açıdan yapay zekânın öneminin farkında olsa da, insanlığın geleceğine yönelik korkular, tematik açıdan olarak yapay zekaya genelde şüphe ile bakılmasına neden olmuştur.

5. KAYNAKLAR

Aksakal, N. Y. & Ülgen, B. (2021). Yapay zekâ ve geleceğin meslekleri. *TRT Akademi,* 6 (13),834-853. doi: 10.37679/trta.969285

Pirim, H. (2006). Yapay zekâ. *Journal of Yaşar University*, 1(1), 81-93.

Öztemel, E. (2020). Yapay zekâ ve insanlığın geleceği. M. Şeker, Y. Bulduklu, C. Korkut, M. Doğrul (Ed.) *Bilim Teknolojileri ve İletişim: Birey ve Toplum Güvenliği*, 95-112.

The Guardian (Ağustos 2014). Artifical intelligence. Erişim adresi: https://www.theguardian.com/technology/2014/aug/10/artificial-intelligence-will-not-become-a-frankensteins-monster-ian-winfield

Ülgen, B., Yavuz, N. (2021). Yapay zekâ ile liderliğin dönüşümü, (*içinde Yapay zekâ: güncel yaklaşımlar ve uygulamalar*. Ö. İyigün M. K. Yılmaz (Ed), Beta Yayınları: İstanbul.

Zengin, F. (2020). Akıllı makine çağı sinemasına giriş: sinema sanatında yapay zekâ teknolojilerinin kullanımı. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 6(2), 151-177. doi: 10.37679/trta.959576

HUSUSİ MEKTUPLARINA GÖRE BEHÇET NECATİGİL

Öğr. Gör. Dr. Salih Koralp GÜREŞİR
Trakya Üniversitesi, Türk Dili Bölümü, ORCID: 0000-0003-4821-4991

ÖZET

Yayımlanmak için yazılmaması, kurgusal niteliğinin olmaması, temelinde haberleşme işlevi bulunması gibi gerekçelerle edebî olup olmadığı tartışma konusu edilen mektup, günümüzde neredeyse yok olmuş bir yazılı anlatım türüdür. Bununla birlikte bir sanatçının kaleminden çıkan küçük bir hatırlatma notunun dahi sahibini ve eserini aydınlatıcı mahiyeti açısından önemsenmesi gerektiği şüphesizdir. Cumhuriyet dönemi Türk edebiyatında; şair, oyun yazarı, araştırmacı, mütercim, denemeci gibi kimlikleriyle eser veren Necatigil, mektup türünde de oldukça velût bir isimdir.

Necatigil'in mektupları ilk olarak Ali Tanyeri ve Hilmi Yavuz tarafından *Behçet Necatigil Mektuplar* (1989) adıyla kitaplaştırılmıştır. Çalışmada şairin; Tahir Alangu, Oktay Akbal, Salâh Birsel, Kâmuran Şipal ve Yüksel Pazarkaya ile yayıncıları, edebiyatçı dostları ve şairliğe hevesli öğrencileri başta olmak üzere birçok kişiye yazdığı mektuplar bulunmaktadır. İlk baskısı 1999 yılında yapılan *Serin Mavi* ise Necatigil'in, eşi Huriye Hanım'la olan mektuplaşmalarını içermektedir. Türk edebiyatı ile ilgili çalışmaları bulunan Alman akademisyenler Otto Spies, Annemarie Schimmel, Horst Wilfrid Brands ile Avusturyalı Türkolog Andreas Tietze'yle olan mektuplaşmaları ise son dönemde *Tercümemi Nasıl Buldunuz?* (2022) adıyla bir araya getirilmiştir.

Söz konusu metinler, meraklılarına Behçet Necatigil'le ilgili birçok bilinmeyen hususu vermektedir. Necatigil'in sanatını oluşturan amiller olarak genelleyebileceğimiz söz konusu hususlar şöyle sıralanabilir: beslendiği kaynaklar, mizacı, ev, aile ve iş yaşamı, çalışma metodu, çeviri çalışmaları sırasında karşılaştığı güçlükler ve bilhassa şiiri her şeyden önde tutan sanat anlayışı. Çalışmamızın da iskeletini oluşturan söz konusu hususlar, hem bir şairi hususi tarafıyla ifşa etmiş hem de bir sanatkârın elinden çıkan her türlü metnin değerini Necatigil özelinde kanıtlamıştır.

Anahtar Kelimeler: Cumhuriyet Dönemi Türk edebiyatı, Behçet Necatigil, mektup

GİRİŞ

Genel manasıyla bir haberleşme vasıtası olan mektup; sahibi, muhatabı ve yazılma amacına göre çeşitli türlere ayrılmaktadır: İş mektubu, edebî mektup, resmî mektup, açık mektup gibi. Mektubun; yazılı bir metin oluşu, edebî olan türü, bir anlatım biçimi olarak kullanılması ve bir edebiyatçının kaleminden çıkması gibi hususlar doğrultusunda edebiyatla temas ettiğini söylemek yanlış olmayacaktır. Tanzimat sonrası Türk edebiyatı söz konusu olduğunda mektup türünün şiir, roman, deneme ve tenkit türlerinde bir anlatım tekniği olarak sıkça kullanıldığı

görülmektedir.[1] Halide Edip Adıvar'ın tamamıyla mektuplardan oluşan romanı *Handan*, Nurullah Ataç'ın deneme türündeki eseri *Okuruma Mektuplar*, Necip Fazıl Kısakürek'in *Zindandan Mehmet'e Mektup* şiiri, Nâzım Hikmet'in *Karıma Mektup* şiiri gibi (Okay, 2004: 17).

Hususi mektupların kitap hâlinde bir araya getirilmesi ya da dergilerde yer bulması, Tanzimat sonrası Türk edebiyatı ile başlar.[2] Orhan Okay, Namık Kemal'in mektuplarının yayımlanmasını bu sürecin miladı olarak işaret etmiştir. Abdülhak Hâmid'in, iki ciltte toplanan mektupları ise dönemde, edebiyatçı mektuplarına yöneltilen bir diğer önemli dikkattir. (Okay, 2004: 18).

Edebiyatçılara dair monografilerin yayımlandığı, tez çalışmalarının yapıldığı cumhuriyet yılları, hususi mektupların asıl rağbet gördüğü dönem olarak öne çıkar. Gerek akademik gerekse de aktüel edebiyat/tarih dergilerinde öncelikle birkaçı yayımlanan mektupların sonradan kitaplaştırıldığı bilinmektedir. Bu türlü çalışmaların belki de en bilineni, Rıza Tevfik'in hususi mektuplarının Abdullah Uçman tarafından bir dizi hâlinde yayımlanmasıdır.[3] Belki de hususi hayata merakın artmasının etkisiyle 1980 sonrası yayımlanan mektup kitaplarının sayısında muazzam bir artış yaşanır. Burada birkaçının ismini vermekle yetinmek durumundayız:

Ahmet Arif'ten Leyla Erbil'e Mektuplar, Tanpınar'ın Mektupları, Memet Baydur-Adalet Ağaoğlu Mektuplaşmalar, Arif Nihat Asya, *Sevgi Mektupları*, *Şiirin Kanadında Mektuplar Ataol Behramoğlu-Metin Demirtaş (1970-1995), Atsız'ın Mektupları*, Attila İlhan, *Kardeşime Mektuplar (1951-1953), Aziz Nesin-Ali Nesin Mektuplaşmaları*, Cahit Sıtkı Tarancı, *Ziya'ya Mektuplar*, Cahit Zarifoğlu, *Mektuplar*, Nâzım Hikmet, *Piraye'ye Mektuplar,* Orhan Veli, *Yalnız Seni Arıyorum Nahit Hanım'a Mektuplar, Yüksel Arslan-Ferit Edgü Mektuplar (1957-2008).*

Aşk, evlilik, aile, geçim sıkıntısı, ihtiras, dedikodu, gerçekleştirilememiş projeler, yayınlan(a)mamış şiirler, romanlar, edebiyat, sanat ve kültür, yaşlılık dertleri, hastalık ve ölüm korkusu, sürgün, gurbet ya da mahpusluk psikolojisi gibi birçok duygu, mesele veya durumu bildiren edebiyatçı mektupları her dönemde ilgi çekici olmuştur. Yayımlanmasının etik olup olmadığı tartışmaları, özel hayata meraklı toplum psikolojimiz ve bir edebiyatçı ile eserini aydınlatıcı işlevi gibi nedenlerle bu ilginin her yayımlanacak metinle tazeleneceğini düşünüyoruz.

1. BEHÇET NECATİGİL'İN MEKTUPLARI ÜZERİNE

Behçet Necatigil, *Edebiyatımızda İsimler Sözlüğü*'nde kendisini şöyle tanımlar:

[1] Mektup türünün Türk roman ve hikâyesinde kullanılmasına dair geniş kapsamlı bir araştırma için bkz. Emel Kefeli, *Anlatım Tekniği Olarak Mektup*, Kitabevi Yayınları, İstanbul: 2007.
[2] Tanzimat'tan 2000'li yıllara kadar yayımlanan hususi mektupların bibliyografyasını içeren kapsamlı bir çalışma için bkz. Emin Eroğlu, "Türk Edebiyatın Özel Mektuplar Bibliyografyası", Yüksek Lisans Tezi, Fatih Üniversitesi, İstanbul: 2000.
[3] bkz. *Rıza Tevfik'ten Kızı Mûnise Hanım'a Mektuplar* (2015), *Rıza Tevfik'in Mektupları*, (2016), *Sevgili Vefakâr Kadınım* (2020), *Rıza Tevfik'e Mektuplar* (2023).

"Şiirde kırk yılını, doğumundan ölümüne, orta halli bir vatandaşın, birey olarak başından geçecek durumları hatırlatmaya; ev-aile-yakın çevre üçgeninde, gerçek ve hayal yaşantılarını iletmeye, duyurmaya harcadı. Arada biçim yenileştirmelerinden ötürü, yadırgandığı da oldu ama genellikle eleştirmenler onun için, tutarlı ve özel dünyası olan bir şair dediler." (Necatigil, 2016: 224)

Kendisine yöneltilen "ev ve aile şairi" (Çetin, 1997: 154) yakıştırmasına uygunluk gösteren bu tanımlama, şairin mektuplarına da tam anlamıyla yansımıştır. Bu bakımdan onu, hayatı ile eseri at başı giden şairlerden saymamız yanlış olmayacaktır. Bu durumu kızları da doğrular: *"Necatigil'in bir eş ve baba olarak sergilediği tavır, şiirlerine yansıyanlardan farklı değildi."* (Necatigil, 2017: 9) Kızlarının söz konusu tespiti, şairin mektuplarıyla birlikte okunduğunda Necatigil'in çevresine de aynı duyarlılık ve nezaketle davrandığı anlaşılmaktadır. Kimseyi kırmamak için hususi bir itina gösterdiği anlaşılan şair, yayımlanan mektuplarında yalnızca birkaç yerde üçüncü şahıslar hakkında konuşur. Bu tercihini, Yüksel Pazarkaya'ya yazdığı 8 Ocak 1975 tarihli mektubunda şöyle açıklamıştır: *"Dedikoduya kayan mektuplar bana göre değil. Hayat kısa, sanat uzun."* (Necatigil, 2012: 173)

1. 1. Ev, aile ortamı, geçim dertleri

Necatigil'in, kendisi gibi öğretmen olan eşi Huriye Hanım'a yazdığı mektuplar, *Serin Mavi* adıyla bir araya getirilmiştir.[4] Kitapta, Necatigil'in yazdıkları çoğunlukta olmasına rağmen Huriye Hanım'ın 1955 yazında bulunduğu Erbaa'dan gönderdiği mektuplar da bulunmaktadır. Kızları Ayşe Sarısayın ve Selma Necatigil'in kaleminden çıkan "Önsöz"de mektupların, annelerinin ölümünün ardından boşaltılan evinde, "Necatigil arşivinin kuytularında" bulunduğu yazılıdır (Necatigil, 2017: s. 9).

Mektuplardan yansıyan eş ve baba kimliklerinde Necatigil, ziyadesiyle ilgili, duyarlı ve sevecendir. Eşine yazdığı birçok mektupta ona "Eskimo" diye hitap eden şair, birkaç mektubunun cevabında aynı hitapla selamlanır. Kızlarının da *Serin Mavi*'nin önsözde değinmediği bu lakabın nereden kaynaklandığını bilemiyoruz. Erbaa'da bulunan Huriye Hanım'a 2 Temmuz 1955'te yazdığı ilk mektubunda Necatigil, ona dinlenmesini tavsiye eder: "*Fırsat bu fırsat; orda bol bol sükûn, huzur, enerji toplamaya bak; zira hayat dayanıklı insan istiyor*." (Necatigil, 2017: 23) Kendisi ise birçok mektubunda geçen çalışma odasında "şiirin peşinde"dir.[5] Evdeki zamanının büyük bir kısmını geçirdiği anlaşılan çalışma odasını aynı mektupta şöyle tanımlar: "*Her şey gibi bu mektubu da sana -belirtmeye pek lüzum yok ya- o Çıfıt çarşısından farksız, eşyalar mezarlığı, geniş, rezil ve muhterem odanın, üstü tornavidalar, paslı çiviler, bileği taşları ve bin bir şey dolu ezelî masanın başında yazıyorum."* (Necatigil, 2017: 23)

[4] *Serin Mavi*, YKY., İstanbul: 2017.

[5] Kızı Selma Necatigil, babasının biri müstakil evlerinde diğeri ise apartman dairesinde bulunan çalışma odalarını şöyle tasvir eder: "Beşiktaş Camgöz sokağında ufak, ahşap bir ev. Bütün duvarları kitaplarla çevirili tavan arası odası. Pencere önünde bir masa, üzerinde kâğıtlar. Birinci paketleri, dibinde telvesi kalmış bir kahve fincanı… O çok zor alıştığı apartman dairesindeki uzun koridorun bitiminde yer alan çalışma odası. Yine kitaplar, raflara iliştirilmiş kâğıtlarda notlar, kitaplarının önünde ufak şişeler, içlerinde raptiyeler, çiviler, düğmeler." (Nurullah Çetin, *Behçet Necatigil Hayatı, Sanat ve Eserleri.* T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara: 1997, s. 13.)

11 Temmuz 1955 tarihli bir diğer mektubunda ise evliliklerinin üzerinden beş yıl geçmesine rağmen maddi sıkıntılar nedeniyle gerçekleştiremedikleri planlarına yanar. Beykoz'daki kıyı parkından yazılan mektupta Necatigil, belki de içilen "iki şişe bira, bir kadehçik votka"nın tesiriyle yoğun bir karamsarlık içerisindedir. Bu ruh hâlinin tesiriyle yaşadığı hayal kırıklığı ona her şeyi bırakıp Erbaa'da bir bakkal dükkânı açmayı dahi düşündürür:

"Ve seneler geçti ve yaz ayları geçti ve gençlik geçti. Ve kızgın sabahlarda, kızgın öğlelerde, ikindilerde, gece bazan saat 9'lara kadar ter içinde tercümelerle geçti, bir şeyler umarak; birikecekti paralar... Ve seneler sonra rahata kavuşulacaktı. Ellerde kalan? Hiç! Ve aptallıktır harcamamız kendimizi delicesine. Çünkü hiçbir şey birikemeyecektir elimizde? Beş sene oldu evleneli, belki altı, belki yedi (sayıları boşver, zamansız!) Kalan ne? Evler alınamayacaktır, çünkü ikimiz çıplak doğmuşuz dünyalara. Ve bir kızcağızımız vardır, hepsi onun olsun, toplanmışsa, ninelerden, dedelerden kalmışsa beş on para… Ve sıhhat, her şeyin başı, anladım, gerisini boş ver. Ama kurtulmak da kabil değil dünya hırslarından. (Benim hırsım ne mi? İhtiyarlıkta sürünmemek, ismimin ayaklar altında rezil, çiğnenmemesi!) Bul Erbaa'da bir dükkân, bakkallık edelim, boşver, bıktım bu şehirden. Gidelim, Giresun'daki uçurumlara." (Necatigil, 2017: 29)

19 Temmuz 1955'te yazdığı bir diğer mektupta bu kez, evinde olmaktan mutluluk duyan şairi buluruz. Şiirlerinde de karamsar tablolar çizen Necatigil, bu ruh hâlini küçük şeylerden mutlu olarak aşmaya çalışır: *"Şikâyet Tanrıya isyandır ve saadet küçük şeylerde."* (Necatigil, 2017: 38) Eşinin yokluğunda kendi yemeğini pişirip çamaşırını yıkayan şair, gündelik mesaini tamamlamış olmaktan mesuttur.[6] Tek üzüntüsü, "Tombul" dediği büyük kızı Selma ve odalarda kokusunu duyduğu eşiyle geçirdiği zamanları layıkıyla değerlendirememiş olmasıdır. Ev içlerini anlattığı onlarca şiirini andıran satırları şöyledir:

"Ve yemek pişirmek iyidir, dinlendirir kafayı… Ve yemekler pişirdim birçok günler, kendime ve iki kere Gül Hanım'a. Tek kişilik, bir öğünlük pilâv bile pişirdim ve oturdum ve yedim ve Tanrıma şükrettim. Ve çamaşır yıkamak iyidir, cuma ve salı günleri (sabah veya gece) çamaşır yıkarım; iki gömleğim vardır, biri yeşil, biri bej. Salı günü birini, cuma günü ötekini yıkarım, daima temiz gömleğim bulunur… Ve kavanozda reçelin duruyor, gardıropta ütüleyip bıraktığın gömlekler duruyor, odalarda, yataklarda kokun duruyor. Ve hayaline sarılarak yattığım geceler olmuştur ve Tombul'un resmine bakarak düşündüğüm olmuştur. Ve günler bu minval üzre geçerken şiir yazdığım olmuştur. Ve bizim en büyük suçumuz zamanlardan faydalanmamak olmuştur." (Necatigil, 2017: 31)

Türk Dil Kurumu toplantılarına katılmak için birçok kez Ankara'ya giden Necatigil, buradan da eşine mektuplar yazar. Evinden uzak olmayı âdeta bir işkence gibi gören şair, alışkanlıklarından ayrılmayı zorlukla göze alan adamdır. Tarihsiz bir mektubunda, "daracık odası"nı Ankara'da bulunduğu otel odasına yeğler: *"Daracık odamda otursaydım, sobacığımı yaksaydım, takır takır öksürseydim daha iyiydi. Ziftin peki var burda… Şimdi karşısı çarşaf*

[6] Selim İleri'ye göre Necatigil, söz konusu yaşam tarzını hayatının tek erdemi olarak belirlemiştir: "Beşiktaş'ta, alçakgönüllü bir apartman dairesinde, küçücük odasında tanıdığım Necatigil, şimdi büsbütün acıya anlıyorum ki milyonların katlanılmaz hayatını tek erdem bilmişti. (Selim İleri, *Kırık İnceliklerin Şairi*, Everest Yayınları, İstanbul: 2015, s. 123.)

gerili yatacığıma yatmış olacaktım… Ben razıyım hasta olmayım da hiç evden çıkmayayım." (Necatigil, 2017: 39)

Ankara'dan yazdığı bir başka tarihsiz mektubunda ise geride bıraktığı evinin eşyalarının kullanımı konusunda eşine uyarılarda bulunur. Evde kendine mahsus olduğu anlaşılan bazı eşyalar, Necatigil için evin sakinlerinden farksızdır: *"Minyon saat her gece kurulmaya alışmıştır, durmaması lâzımdır, her gece yatmadan önce benim yerime kurmayı unutma, yokluğumu hissederse içlenir. Sonra kahve kutusunu hor tutma, nazik muameleye alışıktır, dâr-ı dünyada bir Behçet'in bir sevgili eşyasıdır, sırçadan narindir, kırılabilir."* (Necatigil, 2017: 42) Eşyalarının ardından eşine öğünlerini atlamamasını söyleyen şair, onu evin temel direği olarak gördüğünü yazar. Ve mektubunu kızı Selma'ya yazdığı şu satırlarla bitirir:

"SELMA

ÖĞLEN AKŞAM YE

BOL MEYVA!" (Necatigil, 2017: 43)

Eve âdeta tutkun olan Necatigil, hüzünlü mizacını da bununla açıklar. Bir süreliğine Almanya'da bulunan eşine yazdığı 20 Ağustos 1957 tarihli mektubunda ona eve kapanmamasını öğütler. Çünkü kendisi, *"Erkek miyim kadın mıyım belli değil"* (Necatigil, 2017: 60) diyecek derecede evlere kapanmış, nihayetinde melankolik olmuştur. Bu şikâyetine rağmen evlerden elde ettiği kazanımlar daha fazladır: *"Pek çok kazançlarım da oldu, evlerde. Bilirsin, hayatı küçümsemeyi öğrendim, yalnız kendime saygım arttı, sonra kapak gibi kapanmayı öğrendim."* (Necatigil, 2017: 60)

"Deutscher Akademischer Austauschdients" organizasyonunun davetlisi olarak üç aylığına bulunduğu Almanya'da da evinden ayrı olduğu için mutsuz hatta huzursuzdur. 1 Temmuz 1972 tarihli mektubuna bu sıkıntısı açıkça yansır: *"Şimdiden sıkılmaya başladım. Bana göre değil bu işler. Yâd ellerde ne tat var anlayamadım ben."* (Necatigil, 2017: 106)

Almanya'da dostu Yüksel Pazarkaya'nın evinde kalan şair, ev sahiplerinin kendisini rahat ettirme çabalarından rahatsız olur. Yalnız kalamamaktan şikâyet eder. Aslında onlara yük olmaktan çekinir. Bu durumu Stuttgart'tan yazdığı 27 Temmuz 1972 tarihli mektubunda şu satırlarla dile getirmiştir: *"Üzülüyorum onlara da yük oluyorum diye, her gidişimde bir şeyler götürmeye çalışıyorum, hiç olmazsa çocuklara çikolata."* (Necatigil, 2017: 115)

1.2. Şiire, edebiyata ve sanata dair

Birçok alanda eser veren Behçet Necatigil'in âdeta bir tutku hâlinde bağlı kaldığı tek tür şiirdir. Mektuplarında, birçok kez şiir hâricindeki çalışmalarını yalnızca para kazanmak için yapılan zoraki işler olarak gördüğünü ifade eder. Denilebilir ki tedirgin mizacı yalnızca şiirin peşinde olduğu zamanlarda sükûn bulur. Mektuplarının birçok yerinde kendisinden ya da sevdiği şairlerden alıntılar yapan Necatigil, bu sayede anlattıklarını şiirle destekler. Divan şiirinden, yaşadığı döneme uzanan çizgide geniş bir şiir hafızası olduğu anlaşılmaktadır. Nedim, Fuzuli, Şeyh Galip, Ziya Paşa, Orhan Veli ve Ziya Osman Saba, alıntıladığı şairler arasındadır. En çok, Ziya Osman Saba'nın, "Bu Vakitsiz Giden Yaz" şiirinde geçen *"İşte bir kerre daha harâb oldu bahçeler."* (Saba, 2014: 72) mısraını hatırlar. Şair dostunu *"aziz şairim"* olarak anan Necatigil, en ziyade sonbahar ve kış aylarında onunla olduğunu söyler. (Necatigil, 2012: 148)

Âdeta şiirle düşünüp şiirle iş gören şair, şiir yazamadığı anlarda çevirileri, radyo oyunları, ve sözlüğünün yeni baskıları ile cebelleşir. Dolayısıyla hemen her anında bir şekilde edebiyatla meşguldür. Boş kaldığında huzursuz olduğunu, tedirginliklerinin ona rahat vermediğini birçok kez dile getirmiştir. Bu bakımdan o, gerek sorumlulukları gerekse de mizacının etkisiyle aslında boş kal(a)mayan adamdır.

Şiirlerini ilk olarak eşi Huriye Hanım'a okuyan ya da mektuplarıyla bildiren şairin, kendisi gibi edebiyat tahsili görmüş olan eşinin görüşlerini önemsediği söylenebilir: *"Eğer gülüyorsa şiir bitmiştir derdim ve çoğunlukla bana okurdu. Benim beğenmemi çok isterdi. Sadece beni memnun etmek için okurdu."* (Çetin, 1997: 14) Huriye Hanım'ın 12 Temmuz 1955 yılında Erbaa'dan yazdığı mektubunda, şairin eşine yeni şiirlerini gönderdiğini okuruz. Söz konusu şiirleri beğendiği anlaşılan Huriye Hanım'ın satırları, onun Necatigil'in sanatçı kimliğine büyük bir saygı duyduğunu göstermektedir. *"Şiirler bana çok dokundu. Hatta okurken ağladım da etrafıma da rezil oldum. Siz sanatkârlar var olun ve Allah size bol ilhamlar ihsan etsin."* (Necatigil, 2017: 26)

Eşinin Almanya'da bulunduğu günlerde ona kızları Selma ve evin durumunu bildiren şair, sözü bir şekilde yine şiire getirir: *"Ama şiirin yavaş yavaş yaklaştığını hissediyorum. Yazılacaktır. Hissediyorum. Gece saatlerinde duyuyorum. Henüz uzakta ama yakındır. İş onda. Gerisi kolay."* (Necatigil, 2017: 55)

Huriye Hanım'ın 1975 yılında yaptığı ikinci Almanya ziyareti sırasında yazdığı diğer mektupta Necatigil, Doğan Hızlan'la olan telefon görüşmesini radyo oyunlarını andıran bir yapıda anlatır. Burada da şiir, yegâne uğraşı olarak öne çıkar:

"— İş dolu, iş!

— Ben de iş için geleceğim.

— Bırak Allah aşkına! İş için geleceksen gelme!

— Bu iş özel bir iş, hocam!

— Ne işi? Benim tek işim var: Şiir.

— Ben de şiir için geleceğim.

— Şiirle arama kimse giremez.

— Yani gelmemi istemiyor musunuz?" (Necatigil, 2017: 152)

Şairliğe hevesli öğrencisi Necdet Tezcan'a yazdığı iki mektubunda Necatigil'in şiire dair dikkat çekici tespitlerini okuruz. Öğrencisinin şiirlerini gelişmeye elverişli bulan şair, şiirde asıl meselenin konudan ziyade anlatış biçiminde olduğunu söyler. Şiirlerinin yerel gazetede yayımlanmasını da önemser. Zira ona göre *"Şiir iyi olunca kendini nasıl olsa belli eder."* (Necatigil, 2012: 252) Şiirlerinde "özgürlük, barış, bağımsızlık, devrim" gibi sözcükleri kullanmamasının nedenini soran öğrencisine verdiği cevap, Necatigil'in ömrü boyunca peşinde olduğu öz şiirin tanımıdır:

"Bu gibi güncel ve moda ve politik kavramların öz şiire bir şey ekleyeceğini sanmıyorum. Şiir ne nutuktur, ne protesto, ne politika. Çağdan, çevreden yakınmayı şiir, başka yollardan, sessizce hatırlatır. Elbette şair yaşadığı ortamı inkâr etmez ama o ortama başkaldırması

yaygarasız, dolayısıyla daha derinden ve düşündürücü olabilir. Sen katlanmalara bak! Hayat bizi, hacimleri daraltmaya zorluyor. Dağınıklık, disiplinsizliktir, kargaşadır. Yani demek istiyorum ki: Şiir, yoğunlaştırmadır, biçim titizliğidir. Eski şairler (Yunus, Nedim, Yahya Kemal, Haşim vb.) bunu biliyorlardı. (Necatigil, 2012: 262)

Onu şiirden alıkoyan başlıca uğraşları, birer angarya olarak gördüğü öğretmenliği, tercüme çalışmaları ve "gömüldüğü mezar" olarak nitelendirdiği *Edebiyatımızda İsimler Sözlüğü*'dür. Oktay Akbal'a yazdığı 17 Aralık 1951 tarihli mektubunda şiire bu yüzden vakit ayıramadığından dert yanmıştır: *"Ah elimde imkân olsa da para kazanmak hırsını bırakıp boş zamanlarımı şiire versem de iyi eserler yazabilsem. Nerede bizde o talih. Bizimkisi ayaküstü uğraş."* (Necatigil, 2012: 83)

Öğretmenliğinin getirdiği sorumluluklardan sürekli şikâyet eden Necatigil, 7 Kasım 1950 tarihinde Oktay Akbal'a yazdığı mektubunda bu durumu şöyle anlatır: *"Çok yoruluyor, çok sıkılıyorum. Muallimlikten bezdiğim zamanlar oluyor. Talebelerim uysal, çalışkan olsalar gam yemem. İçlerinde öyleleri var ki sınıfı ifsat ediyorlar.* (Necatigil, 2012: 69) Stuttgart'tan eşine 27 Ağustos 1972 tarihinde yazdığı mektupta, şiirinin önündeki bu engeli tereddüt etmeden kaldıracaktır: *"Eylül aylığımı almaya Eğitim Enstitüsü'ne giderken emeklilik dilekçemi de götürmeyi sakın unutma!.. Gözde beş on kitap, kâğıtlar, öteberi vardır, hepsini al. Okulla bütün ilişkim kesilsin istiyorum, dönünce artık uğramak istemiyorum."* (Necatigil, 2012: 126)

Tercüme faaliyetleri, Necatigil'le şiiri arasına giren diğer engeldir. Yalnızca Alman edebiyatından değil, Norveççe, İspanyolca, Farsça gibi dillerde yazılmış eserleri Almancadan dilimize kazandıran şairin, (Çetin, 1997: 383) Türk edebiyatının Almanya'da tanınmasında büyük bir hizmeti olduğu, hakkında yapılan araştırmalarda değinilen bir husustur. Bununla birlikte o, öncelikle şiirin, hiç olmazsa telif eserin peşindedir. 29 Eylül 1965 tarihinde yazdığı mektupta, kendisinden *Türk Dili* tiyatro özel sayısı için çeviri isteyen Salâh Birsel'e çeviriden soğuduğunu söyleyen Necatigil, tercümenin mütercime katkısı konusunda çarpıcı bir değerlendirmede bulunur:

"Neyse 17 Eylül tarihli mektubunu aldım Türk Dili tiyatro özel sayısı için çeviri istiyorsun benden. Teşekkür. Şipal yollayacak ama Necatigil şüpheli. Çünkü sevgili Salâh, soğudum artık çeviriden, yıllarımı yedi bu iş, evet çok şey öğretti bana, ana dilimi öğretti ama pek çok güzelim vakitlerin de üstüne oturdu. O zamanlar içinde kendimiz iyi kötü daha da bir şeyler ekleyebilirdik kendi yazdıklarımıza." (Necatigil, 2012: 109)

Necatigil, çeviri çalışmaları hakkında en çok Alman akademisyenler Otto Spies, Annemarie Schimmel, Horst Wilfrid Brands ile yakın arkadaşı Avusturyalı Türkolog Andreas Tietze'yle yazışır. Onlara Almancaya çevirebilecekleri eserler önerir, hem güncel hem de tarihi Türk edebiyatı hakkında bilgiler verir, yeni çıkan şiir kitaplarını, *Edebiyatımızda İsimler Sözlüğü*'nü gönderir, okuduğu şiir çevirilerinde gördüğü dil yanlışlarını düzeltir. Buna karşılık o da muhataplarından Türkçeye çevirebileceği radyo oyunlarını sorar, bazı Almanca kaynakları talep eder.

Söz konusu isimlerden en çok *İnce Memed*'in Almanca mütercimi olarak bilinen Brands'la mektuplaşan Necatigil, eserin yayımlanmasını Türk edebiyatının yurtdışında tanınması yolunda

büyük bir hizmet olarak görür ve dostunu, *"Türk hikâye ve romanından yeni tercümeler yapılmasına inşallah bir zemin hazırlar."* (Necatigil, 2022: 223) ifadeleriyle tebrik eder.

Necatigil, yazıştığı yabancı isimler içerisinde en samimi ifadelerle Andreas Tietze'ye hitap eder. Uzun süre İstanbul'da bulunan muhatabının, şairin birçok çevirisine yardım ettiği anlaşılmaktadır. Ayşe Sarısayın, babası ile Tietze'nin dostluğunun birbirlerinin evlerine teklifsizce gidecek derecede sıcak olduğunu işaret eder. (Necatigil, 2022: 8) Mektupların büyük çoğunlukla Tietze'nin Türkiye'den ayrıldığı yıllarda yazılması, söz konusu dostluğun yurtdışında da sürdüğünü göstermektedir.

20 Ağustos 1952 tarihli mektubunda, dostuna Wolfgang Borchert'in, *Draussen vor der Tür*[7] adlı oyununu çevirdiğini yazan Necatigil, ondan *"müktesebatını aşan bazı güçlükler"* konusunda yardım ister. Dostunun bu türlü yardımları karşısında bir kez daha mahcup olmuştur: *"Görüyorsun ya, deniz aşırı ülkelerde bile benim gibi bir sırnaşıktan kurtulamayacaksın."* (Necatigil, 2022: 50) 7 Şubat 1961 mektubunda ise Necatigil'in, Tietze'ye minnet hisleriyle bağlı olduğunu okuruz: *"Yeri gelmişken burada yıllar öncesine ait yardım ve iyiliklerine teşekkürlerimi bir kere daha belirtmek isterim. Bana çok emeğin ve hakkın geçti, aziz dostum. Bunu hiçbir zaman unutamam, ödeyemem."* (Necatigil, 2022: 62)

SONUÇ

Cumhuriyet devri Türk edebiyatında birçok türde eser veren Behçet Necatigil, kendisini yalnızca şair olarak görür ve sanatını bu doğrultuda inşa eder. Şiirinin temel dikkatleri olan olan ev içi hâlleri, ayrıntılarda yoğunlaşıp derinliğe inme çabaları, şairin aslında hususi hayatını da şekillendiren hususlardır. Onu özel hayatından yakaladığımız mektuplarında, söz konusu hayat-eser birlikteliği tüm açıklığıyla belirir. Denilebilir ki şiir tutkusu, çalışma ahlakı, mizacına mahsus tedirginlikleri büyük ölçüde ev, aile ve meslek hayatının manzaralarıyla birlikte yürür. Diğer bir deyişle yaşadığı gibi yazmış, yazdığı gibi yaşamıştır. Bu sıradan yaşamı sanatının da mihveri yapan şair, teselliyi daima küçük mutluluklarda aramış ve görüldüğü kadarıyla bundan rahatsızlık duymamıştır. Mektuplarında bize sanatının temel kaynağı olan yaşamının kuytularını açan Necatigil, bunu çoğu kez mısralarını andıran bir üslûpla yapmış ve mektup türünün bir sanatkârı anlamlandırmaktaki önemini işaret etmiştir.

[7] Söz konusu eser, *Kapıların Dışında* adıyla 1962 yılında De Yayınevi tarafından basılır. (bkz. *Kapıların Dışında,* 13. b.s. Can Yayınları, İstanbul: 2023)

KAYNAKÇA

Çetin, N., *Behçet Necatigil Hayatı, Sanat ve Eserleri*, T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1997.

Eroğlu, E., Türk Edebiyatında Özel Mektuplar Bibliyografyası, Yüksek Lisans Tezi, Fatih Üniversitesi, İstanbul, 2000.

İleri, S., *Kırık İnceliklerin Şairi*, Everest Yayınları, İstanbul, 2015.

Kefeli, E., *Anlatım Tekniği Olarak Mektup*, Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2007.

Necatigil, B., *Edebiyatımızda İsimler Sözlüğü*, YKY, İstanbul, 2016.

Necatigil, B., *Kapıların Dışında*, Can Yayınları, İstanbul, 2023.

Necatigil, B., *Mektuplar*, YKY, İstanbul, 2012.

Necatigil, B., *Serin Mavi*, YKY, İstanbul, 2017.

Necatigil, B., *Tercümemi Nasıl Buldunuz*, YKY, İstanbul, 2022.

Okay, O., Mektup-Türk Edebiyatı, *TDV İslam Ansiklopedisi*, 29, 17-18, 2004.

Saba, Z. O., *Cümlemiz*, Can Yayınları, İstanbul, 2003.

FERİDUN CEMAL ERKİN'İN ABD BÜYÜKELÇİLİĞİ DÖNEMİ (1948-1955)

Arş. Gör. Muhammed Cihad Kubat

İnönü Üniversitesi - ORCID: 0000-0003-3530-4840

ÖZET

II. Dünya Savaşı sonrası dönemde Sovyetler Birliği'nin Türkiye'ye karşı saldırgan tutumu dolayısıyla Türkiye'nin Batı ittifakına olan ilgisi artmıştır. Dolayısıyla, Batı ittifakının öncülerinden ABD ile ilişkileri hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. 1948-1955 yılları arasında Türkiye'nin ABD Büyükelçisi olarak görev yapan Feridun Cemal Erkin, Türkiye-ABD ilişkilerinde önemli dönüm noktalarından sayılabilecek Türkiye'nin NATO'ya girişi konusundaki üst düzey diplomasiyi ABD'deki muhataplarıyla başarılı bir şekilde yürütmüştür. Bununla birlikte, 1954 yılında Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın ABD resmi ziyaretinin tertiplenmesi ve başarılı bir şekilde sonuçlanması ile ilgili de önemli rol üstlenmiştir. Amerikan ve Türk arşiv belgeleri ile Feridun Cemal Erkin'in anılarının temel alındığı bu çalışmada, özellikle Feridun Cemal Erkin'in Türkiye-ABD ilişkilerinin gelişmesindeki rolüne dikkat çekilecek ve bu hususta yapmış olduğu çalışmalar ele alınacaktır. Feridun Cemal Erkin'in tecrübeli bir hariciye mensubu olması hasebiyle iktidar değişikliği sonrasında bile Demokrat Parti'nin önde gelen liderlerinin güvenini kazandığını ve bundan dolayı Türkiye'nin ABD Büyükelçisi olarak görevini sürdürdüğü savı işlenecektir.

Anahtar kelimeler: Feridun Cemal Erkin, Türkiye- ABD ilişkileri, NATO.

Feridun Cemal Erkin's U.S. Ambassadorship (1948-1955)

ABSTRACT

In the post-World War II period, Turkey's interest in the Western alliance increased due to the aggressive attitude of the Soviet Union towards Turkey. Therefore, Turkey's relations with the U.S., one of the pioneers of the Western alliance, became more important than ever before. Feridun Cemal Erkin, who served as Turkey's Ambassador to the U.S. between 1948 and 1955, successfully conducted high-level diplomacy with his U.S. counterparts, resulted in Turkey's successful entry into NATO. Moreover, he played a substantial part in both orchestrating and effectively concluding President Celal Bayar's official visit to the U.S. in 1954. Based on Turkish and American declassified archival documents as well as Feridun Cemal Erkin's memoirs, this study suggests that Feridun Cemal Erkin played a pivotal role in developing Turkey-U.S. relations during his tenure as an Ambassador. It is argued that due to Erkin's substantial diplomatic experience, he earned the trust of leading figures within the Democratic Party and, consequently, was able to continue his role as Turkey's Ambassador to the U.S.

Keywords: Feridun Cemal Erkin, Turkey-U.S. relations, NATO.

GİRİŞ

Feridun Cemal Erkin 1988 yılında İstanbul'da doğmuştur. 1920 yılında Galatasaray Lisesi'nden mezun olmuştur. Yüksek eğitimine Fransa'da devam eden Erkin, 1925'te Paris Üniversitesi Hukuk Fakültesi'nden mezun olmuştur. 1928 yılında Dışişleri Bakanlığı'ndaki görevine başlayan Erkin, kariyeri boyunca Londra, Berlin, Beyrut ve Roma'da çeşitli pozisyonlarda görev ifa ettikten sonra 1948 yılında Türkiye'nin ABD Büyükelçiliği görevine atanmıştır.[1] Erkin'in Washington'a büyükelçi sıfatıyla atanması aslında dönemin Cumhuriyet Halk Partisi iktidarının ve Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'nün kendisine duydukları güvenin bir nişanesidir. Çünkü, 1948 yılına gelindiğinde II. Dünya Savaşı bitmiş, Türkiye aktif tarafsızlık politikası gereğince ne Müttefik Devletlerin ne de Mihver Devletlerinin yanında yer almıştır.[2] Ancak, daha II. Dünya Savaşı bitmeden Müttefik Devletler arasında yer alan Sovyetler Birliği, Türkiye'nin doğu sınırları ve boğazlar üzerindeki hakları konularını tartışmaya açmış ve Türkiye'ye çok açık bir şekilde düşman tutum sergilemeye başlamıştır.[3] Hal böyle iken Türkiye'nin özellikle ABD öncülüğündeki demokrasi ile yönetilen Batı ülkelerine yakınlaşmaktan başka bir çaresi kalmamıştır. Dolayısıyla, Türkiye'nin ABD Büyükelçiliği çok kritik bir pozisyon haline gelmiştir.

Feridun Cemal Erkin'in Türkiye'nin ABD nezdindeki Büyükelçiliğine atanmasının çeşitli sebepleri bulunmaktadır. Öncelikle hem yurtiçi hem de yurtdışında çok iyi bir eğitim almıştır. Fransızca ve İngilizceye hakimdir. Bununla birlikte, Dışişleri Bakanlığı'nda o döneme kadar üstlendiği görevler sayesinde rüştünü ispat etmiştir. Son olarak dönemin iktidar partisi olan Cumhuriyet Halk Partisine ve Cumhurbaşkanı İsmet İnönü'ye olan yakınlığı çeşitli kesimlerce bilinmektedir. Bundan dolayı, 1950 yılında Demokrat Parti iktidara geldiği zaman görevden alınma ihtimalinin yüksek olduğunu düşünülmüştür. Bu sunumda öncelikle Feridun Cemal Erkin'in ABD'deki faaliyetlerine yer verilecek, daha sonra Erkin'in Türkiye'nin NATO'ya girişindeki rolü ve ABD Büyükelçiliği süresince edindiği kazanımlar aktarılmaya çalışılacaktır.

Feridun Cemal Erkin'in ABD'deki İzlenimleri

Feridun Cemal Erkin Washington'daki görevine başladıktan sonra ilk olarak tespit ettiği sorun nitelikli personel eksikliği idi. Zaman zaman Büyükelçi olarak kendisinin bile diplomatik şifrelerin açılıp kapanmasına yardım etmek durumunda kaldığını anılarında belirtmiştir. Aynı zamanda, Ankara'dan Büyükelçiliğe yeni bir memur atandığını, fakat bu memurun İngilizce bilmediğini de Erkin aktarmaktadır. Buradan görüleceği üzere, Türkiye'nin Washington'daki Büyükelçiliğinde genel bir personel noksanlığı ve İngilizce dilini bilme konusunda genel bir sıkıntı olduğu anlaşılmaktadır. Feridun Cemal Erkin aynı zamanda Dışişleri Bakanlığının genel işleyişi konusunda da eleştiri yapmaktan geri kalmamıştır. Anılarında kendisine gerekli bilgilerin ulaşmadığı konusunu şu şekilde aktarmıştır:

Bakanlığın çalışma usulü de çok sakim. Bakan, Ankara'da Batı Devletleri Büyükelçileriyle görüşüyor, ne söylediği hakkında bana bilgi verilmiyor. Nitekim, Paris'te General Marshall ile

[1] "Roma Büyükelçisi Feridun Cemal Erkin'in Washington Büyükelçiliği'ne tayini.", 05 Haziran 1948, Devlet Arşivleri Başkanlığı Cumhuriyet Arşivi (BCA), 30-18-1-2. 116-38-10.
[2] Selim Deringil, *Turkish foreign policy during the Second World War: An'active' Neutrality* (Cambridge: Cambridge University Press, 2004).
[3] Deringil, 178-84.

konuşmuş. Bunu tesadüfen Vaşington'da Dışişleri Bakanlığında duydum. Ne görüşüldüğünü, nasıl neticeye varıldığını bilmiyorum. Bu şartlar altında benim durumum oyundaki körebe durumunu andırıyor.[4]

Bakanlıkla Büyükelçilik arasındaki bağlantı kopukluğuna dikkat çeken Erkin, aslında çok önemli ve yapıcı bir eleştiri yapmıştır. Bakanın çeşitli oturumlarda ne söylediğinden bihaber olan bir Büyükelçi düşünülemez. Nitekim, Dışişleri Bakanlığı ilerleyen yıllarda bu konuda ciddi ilerleme kaydetmiş ve bu sorunlar ortadan kalkmıştır.

Yurtdışında görev yapan bir Büyükelçinin en önemli görevlerinden birisi de ülkenin halihazırdaki dostlarını taltif etmek ve ülke çıkarlarını her alanda korumak için yeni dostlar edinmektir. Feridun Cemal Erkin'de Washington'daki görevi süresince hemen her akşam çeşitli davetlere eşiyle beraber katılarak yeni kişileri tanıyor ve bunları peyderpey Büyükelçiliğe davet ederek dostluklarını pekiştiriyordu. Washington Türkiye Büyükelçiliğinde verilen her yemekte Kongre veyahut Senato'nun birkaç güçlü üyesi davet ediliyor ve Washington'daki Türkiye imajı güçlendiriliyordu.[5] Feridun Cemal Erkin'in anılarında çok detaylı bir şekilde aktarılan bu sosyal faaliyetler sayesinde Senato ve Kongre'de Türkiye taraftarlarının sayıları artmıştır. Özellikle Cumhuriyetçi Parti ile çok iyi ilişkiler kuran Erkin'e kulis bilgileri önceden geliyor, bu bilgiler ışığında Ankara ile birlikte dış politika alanında atılacak adımlar karara bağlanıyordu.[6]

Türkiye'nin NATO'ya Girişi ve Celal Bayar'ın ABD Ziyareti

14 Mayıs 1950 yılında yapılan seçimlerin sonucunda Demokrat Parti iktidarı Cumhuriyet Halk Partisi'nden devralmıştır. Bu iktidar değişikliği, devletin çeşitli kademelerine Demokrat Parti'ye yakınlığıyla bilinen kişilerin atanacağı beklentisini doğurmuştur. Cumhuriyet Halk Partisine ve İsmet İnönü'ye yakınlığı ile bilinen Feridun Cemal Erkin de yeni kurulan hükümetle temaslarda bulunmak için Ankara'ya gelmiştir. Ankara'daki dostları tarafından İnönü ile temastan kaçınması konusunda uyarılar almış olmasında karşın İnönü ile görüşmüştür. Başbakan Adnan Menderes ile görüşmesinde Menderes kendisini iltifatlarla karşılamış, İnönü ile arasındaki münasebetin kendilerince herhangi bir sakıncası olmadığını şöyle ifade etmiştir:

Feridun Bey, sizin şahsiyetiniz bizce malumdur. İnönü ile münasebetlerinizi dilediğiniz şekilde muhafazada serbestsiniz. Biliyorum ki, aynı dürüstlük ve gayret şiarınızla bizimle de çalışacak ve yararlı iş birliği yapacaksınız.[7]

Erkin, Cumhurbaşkanı Celal Bayar ve Galatasaray Lisesinden hocası olan Dışişleri Bakanı Fuad Köprülü ile de ikili görüşmeler yapmış, kendisini çeşitli konularda sınayan Demokrat Parti'nin ileri gelenlerinin güvenini kazanarak NATO'ya giriş hedeflerinde birlikte çalışmak konusunda anlaşmışlardır. Feridun Cemal Erkin'in görüşlerini de aldıktan sonra Türkiye'nin Kore Savaşına asker göndermesini karara bağlayan Demokrat Parti hükümeti Erkin'e görevinde tam destek vermiştir.

[4] Feridun Cemal Erkin, *Dışişlerinde 34 Yıl Vaşington Büyükelçiliği II. Cilt, I. Kısım* (Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1986), 35.
[5] Erkin, 53.
[6] Erkin, 55.
[7] Erkin, 150.

Feridun Cemal Erkin, ABD'deki görevi sırasında daha sonra ABD'nin Türkiye Büyükelçisi olarak atanacak olan ve dönemin Dışişleri Yakındoğu Bakan Yardımcısı George McGhee ile yakın olarak çalışmıştır.[8] Türkiye'nin NATO'ya girişi konusunda ABD'deki hemen hemen her kademedeki yetkili kişilerle birebir görüşmüş ve Türkiye'nin NATO'ya giriş konusundaki arzusunu iletmiştir. Özellikle ABD Senatosunda çıkan sorunları bertaraf etme konusunda yaptığı girişimler sayesinde Türkiye'nin NATO'ya girişi konusunda ABD'de kamuoyu oluşturmuştur.[9] Nihayetinde Türkiye 1952 yılında NATO'ya girmiştir.

Feridun Cemal Erkin'in ABD Büyükelçiliği dönemindeki diğer bir önemli olay ise Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın 28 Ocak- 27 Şubat 1954 tarihleri arasında yapmış olduğu resmi ABD ziyaretidir. Bu ziyarette Cumhurbaşkanı Celal Bayar, başta ABD Başkanı Eisenhower olmak üzere birçok üst düzey yetkili ile görüşmeler yapmış ve ABD'nin birçok şehrini gezmiştir. Bu derece zor bir programın hemen hemen sorunsuz bir şekilde tamamlanması konusunda Feridun Cemal Erkin'in çabaları yadsınamaz. Ancak, yine Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın bu ziyareti sırasında Erkin ile Türkiye'nin Birleşmiş Milletler temsilcisi Büyükelçi Selim Sarper ve Türkiye'nin NATO daimi temsilcisi Büyükelçi Fatin Rüştü Zorlu arasında dış politika konusunda çeşitli ihtilaflar ortaya çıkmıştır.[10] Feridun Cemal Erkin 1955 yılında ABD Büyükelçiliği görevinden alınarak Madrid Büyükelçisi olarak atanmıştır. Yedi yıl gibi uzun bir süre Türkiye'nin ABD nezdindeki Büyükelçisi olarak görevini sürdüren Feridun Cemal Erkin, özellikle Türkiye'nin NATO'ya girişi sürecinde ABD'deki kamuoyu oluşturma çabaları sebebiyle övülmeye layıktır. Bu sunumda yüzeysel bir şekilde anlatılmaya çalışılan Erkin'in ABD Büyükelçiliği süreci ile ilgili hem ABD hem de Türkiye arşivlerinin kullanıldığı derinlemesine araştırmalara ihtiyaç bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

Deringil, Selim. *Turkish foreign policy during the Second World War: An'active' Neutrality*. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

Erkin, Feridun Cemal. *Dışişlerinde 34 Yıl Vaşington Büyükelçiliği II. Cilt, I. Kısım*. Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1986.

———. *Dışişlerinde 34 Yıl Vaşington Büyükelçiliği II. Cilt, II. Kısım*. Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999.

McGhee, George. *The US-Turkish-NATO middle east connection: How the Truman doctrine and Turkey's NATO entry contained the soviets*. New York: Palgrave Macmillan, 1990.

"Roma Büyükelçisi Feridun Cemal Erkin'in Washington Büyükelçiliği'ne tayini.", 05 Haziran 1948. Devlet Arşivleri Başkanlığı Cumhuriyet Arşivi.

[8] George McGhee, *The US-Turkish-NATO middle east connection: How the Truman doctrine and Turkey's NATO entry contained the soviets* (New York: Palgrave Macmillan, 1990).

[9] Feridun Cemal Erkin, *Dışişlerinde 34 Yıl Vaşington Büyükelçiliği II. Cilt, II. Kısım* (Ankara: Türk Tarih Kurumu, 1999), 333-37.

[10] Erkin, 447-64.

KORE'NİN BAĞIMSIZLIĞI MESELESİ VE ATATÜRK

Arş. Gör. Muhammed Cihad Kubat

İnönü Üniversitesi - ORCID: 0000-0003-3530-4840

ÖZET

ABD Başkanı Woodrow Wilson, 8 Ocak 1918 tarihinde ABD Kongresi'nde 14 madde olarak Wilson İlkelerini açıkladı. I. Dünya Savaşı sonrası dünyayı şekillendirmesi planlanan ilkelerden biri de "self determinasyon" olarak bilinen, tahakküm altında bulunan halkların kendi geleceklerini diğer devletlerden bağımsız olarak belirlemesi ilkesiydi. Japon İmparatorluğu tarafından 1910 yılında ilhak edilen Kore'de Başkan Wilson'un self determinasyon ilkesi büyük yankı uyandırdı. 1 Mart Hareketi olarak adlandırılan bağımsızlık hareketi Seul ve çevre illerde başlayarak hızla yayıldı. Bu hareketin temel amacı, Başkan Wilson'un self determinasyon ilkesi çerçevesinde Kore'nin bağımsızlığını tekrar kazanmaktı. Her ne kadar 1 Mart Hareketi Japon İmparatorluğu tarafından sert bir biçimde bastırılmış olsa da bağımsızlık hareketi hem Kore'nin içinde hem de dışında sürekli olarak devam etti. Kore'nin bağımsızlığı davasına destek arayışları da sürdü. Bu çerçevede, Kore'nin en eski gazetelerinden Dong-a Ilbo'nun genel müdürü C. W. Song, 1928 yılında Atatürk'e bir mektup gönderdi. Bu sunumda, Cumhurbaşkanlığı Arşivleri'nde bulunan ve daha önce yayınlanmamış mektup üzerinden Kore bağımsızlık hareketinin amaçları ve Atatürk'ten beklentileri ele alınacak. Aynı zamanda, Atatürk ve Türkiye'nin Kurtuluş Savaşı sonrası tahakküm altındaki halklar için bir model olduğu ve bu nedenle Kore bağımsızlık hareketinin dikkatini çektiği savı işlenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kore'nin bağımsızlığı, Atatürk, Kore-Türkiye ilişkileri.

Korea's Independence and Atatürk

ABSTRACT

On January 8, 1918, U.S. President Woodrow Wilson presented the Fourteen Points to the U.S. Congress. One of the principles intended to shape the post-World War I order was the principle of self-determination, which allowed oppressed peoples to determine their own futures independently from other states. This principle captured notable interest within Korea, a nation that had been annexed by the Japanese Empire in the year 1910. The March 1st Movement, an independence movement that sought self-determination, rapidly spread from Seoul to surrounding provinces. The main objective of this movement was to regain Korea's independence in line with President Wilson's principle of self-determination. Although the March 1st Movement was forcefully suppressed by the Japanese Empire, the pursuit of independence persisted both within and outside Korea. Efforts to seek support for Korea's independence cause also continued. In this context, C. W. Song, the president of Dong-a Ilbo, one of Korea's oldest newspapers, sent a letter to Atatürk in 1928. Based on the previously unpublished letter found in the Presidential Archives, this presentation will examine the aims of the Korean independence movement and its expectations from Atatürk. Additionally, it will

argue that Atatürk and Turkey served as a model for oppressed peoples after the Turkish War of Independence, capturing the attention of the Korean independence movement.

Keywords: Korea's independence, Atatürk, Korea-Turkey relations.

GİRİŞ

Sanayi Devrimiyle birlikte Avrupa devletleri arasında sömürgecilik yarışı başladı. Özellikle yer kaynakları bakımından zengin olan bölgeler özenle seçilerek bu bölgelerin halkları zapturapt altına alınıyor, daha sonra da kolonyal güçler tarafından tasarlanan ekonomik plan uyarınca bölgenin zenginliklerinden edilen kar Avrupa ana kıtasına aktarılıyordu. Bu şekilde Avrupa ana kıtası diğer kıtalara nazaran çok orantısız bir şekilde zenginleşmeye başladı. Öyle ki, yüzlerce asırlık kayıtlı tarihi olan ve çok uzun bir dönem kendisini medeniyetin beşiği addeden Çin dahi Afyon Savaşları sonrası Batılı güçlere boyun eğerek ciddi anlamda dezavantajlı bırakıldığı ticaret antlaşmalarını imzalamak zorunda bırakılmıştır. I. Dünya Savaşı dönemine geldiğimizde sömürgeleri dünyanın birçok yanına yayılan Birleşik Krallık için "üzerinde güneş batmayan imparatorluk" nitelemesi çokça kullanılır olmuştur.

28 Temmuz 1918 yılında çıkan I. Dünya Savaşı çok ciddi soruları da beraberinde getirdi. Monroe Doktrini (1823) ile birlikte içine kapanan Amerika Birleşik Devletleri (ABD), I. Dünya Savaşına İtilaf Devletleri tarafında katılarak çok ciddi bir rol üstlenmiştir. Dönemin ABD Başkanı Woodrow Wilson, savaş sonrası dünyayı şekillendirmesini umut ettiği 14 maddeyi 8 Ocak 1918 tarihinde ABD Kongresi'nde açıkladı. Türkçe literatüre "Wilson İlkeleri" olarak girecek olan 14 maddenin içinde kendi kaderini tayin hakkı (self determinasyon) tahakküm altında bulunan halklar içinde ciddi bir beklenti oluşturmuştur. Japon İmparatorluğu tarafından 29 Ağustos 1910 tarihinde resmen ilhak edilen Kore'de de kendi kaderini tayin hakkı ciddi etki yaratmış olup, Koreli halk ve entelektüellerin bir bölümü bu prensibe dayanarak Kore'nin bağımsızlığını kazanma yolunda ciddi çaba sarf etmişlerdir. Başkan Wilson'un sağlık sorunları ve muzaffer İtilaf devletlerinin büyük çoğunluğunun isteksizliği gibi sebeplerden ötürü kendi kaderini tayin hakkı gerektiği gibi uygulanamamış, Kore Japon İmparatorluğu tahakkümü altında kalmaya devam etmiştir. Kendisine bağımsızlık için model arayan Kore halkı için Kurtuluş Savaşı ciddi bir örnek teşkil etmiştir. Korelilerin Türkiye'ye olan ilgisini dönemin matbuatında çok açık bir şekilde görmekteyiz. Bu ilgi öyle bir hal almıştır ki, Kore'nin en eski gazetelerinden Dong-a Ilbo (동아일보 東亞日報)'nun müdürü C. W. Song 1928 yılında Atatürk'e bir mektup yazarak Kore ve Kore halkının geleceği ile ilgili fikirlerini sormayı uygun bulmuştur. Bu sunumda Atatürk'e gönderilen mektuptan yola çıkılarak Kore'nin sorunları ve Korelilerin Atatürk'ten beklentileri ele alınacaktır.

Wilson Prensipleri ve 1 Mart Hareketi

2 Aralık 1823 tarihinde yayınlanan Monroe Doktrinine göre ABD, Avrupa devletlerinin iç işlerine veya bu devletler arasında çıkabilecek herhangi bir savaşa müdahil olmayacaktı.[11]

[11] "Message of President James Monroe at the commencement of the first session of the 18th Congress (The Monroe Doctrine)", 12 Şubat 1823, Record Group 46; Records of the United States Senate, 1789-1990, ABD Ulusal Arşivleri.

Ancak I. Dünya Savaşına İtilaf Devletleri tarafında katılan ABD, Monroe Doktrinini açıkça çiğnemiş ve Avrupa ülkeleri arasında çıkan bir savaşa müdahil olmuştu. Başkan Wilson Amerikan halkına I. Dünya Savaşının ABD'nin müdahil olduğu son uluslararası savaş olduğu konusunda teminat vermişti. ABD'nin bir daha başka bir uluslararası savaşa girmesine gerek kalmaması için de Wilson İlkeleri olarak bilinen 14 maddelik ilkeleri savaş sonrası dünyayı dizayn edeceği düşüncesiyle ABD Kongresi'nde açıklamıştı. Bu maddelerden kendi kaderini tayin hakkıyla ilgili olan 5. madde Başkan Wilson tarafından şu şekilde açıklanmıştır:

Sömürgelerin bütün talepleri serbest, açık görüşlü ve tümüyle tarafsız bir yaklaşımla ele alınmalı, bu tür egemenlik sorunlarının çözümünde ilgili halkların çıkarlarıyla egemenliği tartışılan devletin adil taleplerinin eşit ağırlık taşıması ilkesine kesinlikle uyulmalıdır.[12]

Tahakküm altında bulunan sömürge halklara direkt olarak bağımsızlık yolunu açtığı izlenimi veren bu madde dünya üzerinde geniş bir yankı uyandırmıştır. Japon İmparatorluğu tarafından 1910'da ilhak edilen Kore'de de Başkan Wilson'un bu açıklaması çok büyük bir yankı uyandırmıştır. 1 Mart Hareketi olarak bilinen Japon İmparatorluğu tahakkümüne karşı Kore'nin bağımsızlığını savunan örgütlenme de Wilson İlkelerinden etkilenmiştir.[13]

1 Mart 1919 tarihinde 33 bağımsızlık eylemcisi bugün Seul'de bulunan Taehwagan Restoranında buluştular ve Koreli tarihçi Choe Nam-seon tarafından kaleme alınan "Kore Bağımsızlık Bildirisi"ni okudular. Bir kopyası Kore'de bulunan Japon İmparatorluğu Valisine de gönderilen bildiride açıkça Kore'nin bağımsızlığı ilan ediliyordu:

Burada, Kore'nin bağımsızlığını ilan ediyor ve Kore halkının özgürlüğünü tüm dünyaya duyuruyoruz. Bu ilanımızı tüm dünya milletlerine insan eşitliğinin bir göstergesi olarak sunuyoruz. Torunlarımıza, böylece onların devamlı bir ulus olma içindeki doğuştan gelen haklarının tadını çıkarmaları için bu ilanı yapıyoruz. Bu ilan, beş bin yıllık tarihimizden kaynaklandığı gibi, yirmi milyon insanın bağlılığından doğmuş ve sonsuz özgürlük için ilerleyiş arzumuzu ifade etmektedir. Aynı zamanda, insan vicdanına dayalı küresel reformlara katılma arzumuzu da ifade ediyoruz. Bu bildiri, gökyüzünün iradesi, çağımızın büyük akımı ve tüm insanlığın bir arada var olması için gereken adil bir eylemdir. Bu nedenle, bu dünyadaki hiçbir güç bunu engelleyemez veya bastıramaz![14]

Alıntılanan bildiriden de anlaşılacağı gibi, 1 Mart Hareketi mensupları ölümü dahi göze alarak Kore'nin bağımsızlık arzusunu tüm dünyaya ilan etmek istemişlerdir. Bu bildiriyi izleyen günlerde Kore'nin hemen hemen tüm illerinde 1000'i aşkın gösteri yürüyüşü yapılmış, bu yürüyüşler Japon İmparatorluğu tarafından sert bir biçimde bastırılmıştır. Tarihçi Park Eun-Sik'in araştırmalarına göre 7.505 kişi ölmüş, 15.849 kişi yaralanmış ve 46.303 kişi tutuklanmıştır. Kendi kaderlerini tayin etme konusunda muzaffer İtilaf devletlerinden yardım

[12] "President Wilson's Message to Congress", 08 Ocak 1918, Record Group 46; Records of the United States Senate, ABD Ulusal Arşivleri.

[13] Erez Manela, *The Wilsonian moment: self-determination and the international origins of anticolonial nationalism* (Oxford: Oxford University Press, 2007), 119-37.

[14] "3·1독립선언서(三一獨立宣言書)", Erişim 31 Ağustos 2023, https://encykorea.aks.ac.kr/.

bekleyen Kore halkı ne yazıktır ki hiçbir destek bulamadığı gibi 1 Mart Hareketi sonrası Japon İmparatorluğu'nun tutumunun sertleşmesi sonucunda ciddi zorluklarla karşı karşıya kalmıştır.[15]

Kore'nin Bağımsızlığı Meselesi ve Atatürk

1 Mart Hareketi'nin sert bir şekilde bastırılması sonucunda bağımsızlık hareketi sekteye uğrayan Kore halkı sömürgeci güçler karşısında Kurtuluş Savaşı mücadelesi verip başarıya ulaşan Türkiye'yi yakından takip etmeye başlamıştır. Dönemin matbuatında Türkiye ve Türkiye'nin kurucusu Gazi Mustafa Kemal Atatürk ile ilgili çokça neşriyat yapılmıştır. Koreliler Türkiye ile ilgili yalnızca neşriyat yapmakla yetinmemiş, ayrıca Atatürk'e direkt olarak ulaşmak için çaba göstermişlerdir. Bu çabalardan en önemlisi Kore'nin en eski gazetelerinden Dong-a Ilbo'nun müdürü C. W. Song'un Atatürk'e gönderdiği mektuptur. Cumhurbaşkanlığı Arşivlerinde bulunan ve daha önce neşredilmemiş bu mektup 4 Ekim 1928 tarihinde kaleme alınmıştır. Mektupta C. W. Song I. Dünya Savaşı sonrası imzalanan ateşkes antlaşmasını ve sonraki dönemi ezilen milletlerin siyasi hareketi için muhtemelen en önemli dönemlerden biri olarak nitelendirmektedir. Bununla birlikte, Atatürk'e üç soru sormaktadır. İlk olarak güçlü devletler tarafından uygulanan barış politikaları ile ilgili herhangi bir eleştirisinin olup olmadığını ve gelecekte bu güçlü ülkelerin uygulayacağı barış politikalarından bir umudunun olup olmadığını sormaktadır. Son olarak, Kore gibi küçük ve ezilen toplumların ne yapması gerektiği konusundaki Atatürk'ün fikirlerini sormaktadır. C. W. Song, mektubunun sonunda mektuba cevap gelmesi halinde Atatürk'ün fikirlerini Dong-a Ilbo gazetesi aracılığıyla ivedilikle Kore halkına ileteceğine söz veriyor, ve Atatürk'ün cevabını bekleyeceğini not ederek mektubu bitiriyor. [16]

C. W. Song tarafından yazılan bu mektubun yazılış amacı Kurtuluş Savaşı gibi bir savaş vasıtasıyla Batılı sömürgeci güçleri yenen Türkiye'nin lideri Atatürk'ten tahakküm altındaki halklar ve özellikle Kore için bir yol haritası istemektir. Yukarıda bahsedildiği gibi, Atatürk'ten Batılı güçlerin gelecekte atmaları muhtemel adımlarla ilgili bilgi istenmekte, aynı zamanda tahakküm altındaki halkların yapmaları gereken şeylerle ilgili görüşlerine başvurulmak istenmektedir. Yalnızca bu mektup bile Kurtuluş Savaşının dünya sathında ne kadar büyük yankılar uyandırdığını göstermektedir. Aynı zamanda, Atatürk'ün özellikle tahakküm altında bulunan halklar için rol model olduğunu da bu mektup vasıtasıyla anlayabiliriz. Ne yazık ki bu mektuba Atatürk tarafından cevap verilip verilmediği konusunda net bir cevap verilememektedir. Cumhurbaşkanlığı Arşivinde yapılan araştırmada cevap mektubuna rastlanmamıştır. Ancak, gönderilen mektubun bir kopyasının Cumhurbaşkanlığı Arşivinde bulunmaması veya henüz araştırmacılara açılmamış olması da ihtimal dahilindedir. Her halükarda, Kore Devlet Arşivlerinde ve Dong-a Ilbo gazetesi arşivinde gönderilmiş olması muhtemel mektupla ilgili bir çalışma yapılması gereği hasıl olmuştur.

KAYNAKÇA

[15] "3·1운동(三一運動)", Erişim 31 Ağustos 2023, https://encykorea.aks.ac.kr/.

[16] "Kore'den C. W. Song'un Mustafa Kemal Paşa'ya Yazdığı Mektup", 04 Ekim 1928, Cumhurbaşkanlığı Arşivi (CBA) 01016512-571-613365.

"3·1독립선언서(三一獨立宣言書)". Kore Tarihi Ansiklopedisi, Erişim 31 Ağustos 2023. https://encykorea.aks.ac.kr/.

"3·1운동(三一運動)". Kore Tarihi Ansiklopedisi, Erişim 31 Ağustos 2023. https://encykorea.aks.ac.kr/.

"Kore'den C. W. Song'un Mustafa Kemal Paşa'ya Yazdığı Mektup", 04 Ekim 1928. Cumhurbaşkanlığı Arşivi.

Manela, Erez. *The Wilsonian moment: self-determination and the international origins of anticolonial nationalism*. Oxford: Oxford University Press, 2007.

"Message of President James Monroe at the commencement of the first session of the 18th Congress (The Monroe Doctrine)", 12 Şubat 1823. Record Group 46; Records of the United States Senate, 1789-1990. ABD Ulusal Arşivleri.

"President Wilson's Message to Congress", 08 Ocak 1918. Record Group 46; Records of the United States Senate. ABD Ulusal Arşivleri.

DOĞU –BATI KENTLERİNE İKİ ÖRNEK: SEMERKANT-VENEDİK

Prof.Dr. Mehmet ÖZMENLİ
Giresun Üniversitesi 0000-0002-8616-0712
Öğr.gör. Gökhan HAMZAÇEBİ
Giresun Üniversitesi 00 00000323800759

ÖZET

Çalışmamız kent- medeniyet ilişkisi bağlamında Doğu-Batı kent anlayışlarını bildiri ölçütlerinde sınırlılıklar korunmak suretiyle inceleyerek İpek yolunun bu iki kentinin hem Türk dünyasındaki yerini hem de dünya tarihi üzerindeki yerlerini görmeye çalışmaktır.

Kent olgusunun ilk önce doğuda mı yoksa batıda mı ortaya çıktığını vurgulayarak uygarlık âlemine katkılarını görmeye çalışacağız. Uygarlık kentte başlamıştır iddiasının gerekçeleri üzerinde durulmaya çalışılacaktır.

Doğal olarak doğudan ve batıdan örnek kentler dikkate alınacaktır. Batıdan kent yaşamının olduğu bugünkü İtalya'da ki kent olan Venedik, doğuda ise bugünkü Özbekistan'ın kentlerinden olan Semerkant'tır. Nedeni ise XI. yüzyılın en aktif ticaret kentlerinden olan Venedik ile aynı çağlarda ticaret yolları üzerindeki Semerkant kentinin özellikleri üzerinden değerlendirmeler yapılacaktır. Bu kentlerin dünya uygarlığına katkıları karşılaştırmalı olarak vurgulanacaktır.

Anahtar Kelime: Uygarlık, Semerkant, Venedik, Kent (Şehir).

Giriş

Medeniyet (uygarlık), bir memleketin, bir toplumun, maddi ve manevi varlıklarının, fikri, sanatsal çalışmalarıyla alakalı niteliklerinin bütünüdür. Batının uygarlık anlayışı, insanlar vahşi iken "toplum halinde" yaşamak demektir. Yani vahşi-barbar insan, toplum haline gelince uygar olmaktadır (Bergen, 2020: 7) . Yani batıya göre insanlık vahşilikten uygarlığa geçiş yapmıştır. Doğuda ise özellikle Türklerde yaratılmış olan insan zaten uygardır. Uygarlık akıl ile ilgili ise Tanrı'nın yarattığı insan uygardır. İslam dininin uygarlık anlayışı da Hz. Âdem ile başlatılır. Müslümanların anlayışına göre Âdem'in tövbesi kabul edildikten sonra kent inşa etmiştir. Çünkü oğulları ile kurduğu toplumun nikâh akdine dayanan bir toplum olması gerekmektedir. Bu da hukuk kavramının varlığıdır. Hukukta şehirde olur.

Weber, şehir akıldır demektedir. Şehirler[1], insanlık tarihinin uygarlık beşikleridir. Kent ve kentleşme, insanın gelişimini olumlu yönde etkileyen en mühim faktörlerden biridir. Doğu ile batı şehirlerinin ortaya çıkış dönemlerine baktığımızda, batıda 11. Yüzyıla kadar kentler karanlık çağ itibari ile yok denebilir. Ancak sadece İtalyan kentleri batıyı simgelemektedir. Bu yüzyıla kadar batıda kentler kırsaldır. Önceleri tarıma dayalı ekonomi egemen iken bu yüzyıldan sonra tarıma endeksli sanayi oluşmuştur. Avrupa'da bilinen en büyük şehir Roma'dır. Onun dışında ortaçağın büyük bir bölümünde batıda ciddi bir kentleşme yok denecek

[1] Şehir ve kent kelimelerinin kullanılışı ile ilgili birçok yazarın farklı değerlendirmeleri bulunmaktadır. Biz iki kelimeyi de metin içinde kullanmayı tercih ettik.

düzeydedir. 11. Yüzyıldan itibaren Venedik başta olmak üzere ticari, sanayi ve kültürel özellikleri olan kentler meydana gelmiştir. Doğu şehirlerinin oluşumu ise Ortaçağ'da dini, ticari ve askeri özellik taşımaktaydı. Doğu şehirleri batıdaki gibi bağımsız siyasi gücü olan, kendi yasalarını çıkaran ve özel mahkemeleri olan bir birim değildir. Yani merkezi bir devlete bağlı ve onun hukuki sistemine tabidir.

Batının doğudan etkilenerek kurmuş olduğu şehirler, dini bir yerleşkeye ya da bir kaleye yakınlığına göre kurulmuş ve bazı şehirler tarihte hep siyasi kanaatlerle konumlandırılmışsa da kentlerin konumundaki ana nedenlerden en önemlisi ulaşımın diğer yerleşim alanlarının birbirleri ile bağlantılarının olmasında aramak gerekmektedir (Weber, 2010: 18). Zamanla kentli akıl, insan üzerinde baskıcı olan dini öğretileri reformize ederek soyluların ve papazların eski dini yerine liberal bilimi koymuştur. Şehir, toprağın kontrolünü ele almış, her yerde köylülerin hayat ve düşüncelerinin ayrılmaz parçaları olan topraktaki primitif değerleri yani ürettikleri malları artık para ile değiştirmeye başlamıştır (Weber, 2010: 49).

Weber'in bahsetmiş olduğu şehir anlayışı batıdaki değişim ile gerçekleşmiştir. Bu değişimin başlangıcı da 11. Yüzyılda yaşananların etkisidir. 11. Yüzyıl batının sancılı yüzyılıdır. Bu sancı Haçlı seferlerinin doğmasına neden olmuştur. Veba salgını ve durağanlık batıyı daha çok düşünmeye ve çözüm üretmeye yöneltmiştir. Doğuya giden seyyahların batıya taşıdıkları ya da İslam dünyasının fetih hareketleri ile doğudaki birçok bilginin batıda kullanılmasına neden olmuştur. Batının düşünme ve çözüm üretme arayışlarına katkıda bulunmuştur.

Weber'e göre, şehrin ortaya çıkışı ve gelişimi ile ilgili bir tek etken ileri sürerek açıklama yapmanın doğru olamayacağını "Şehir" (2010) adlı eserinde ayrıntılarıyla açıklamaktadır. Kalabalık, canlı ve hareketli bir bütün olan kent, Weber'e göre şehir, ne yanlızca tarımsal ürünlerin satışının yapıldığı bir pazar yerinin gelişmesi, ne de sadece saldırılardan korunmaya yarayan sur ve kalelerle güvenlikli yerleşim yeri veya askeri bir birimdir. Ya da sadece akde dayalı bir yargılama düzenindeki gelişmenin meydana getirdiği bir birim değildir. Ona göre kent (ki Avrupa kentleriyle sınırlı),

1) Surları sağlam kale,

2) Ticaretin döndüğü Pazar yeri,

3) Kendine ait bir mahkeme ve hiç değilse özerk bir hukuk,

4) İlgili bir birlik/örgüt biçimi,

5) En azından kısmi bir özerklik ve kendi kendini yönetebilme ve sonuçta seçilmelerinde kent üyelerinin yönetime katılımının olduğu özellikler taşımalıdır (Weber, 2010: 109).

Batıdaki kentleşmenin özelliğini vurgulayan doğulu düşünürlerden Nas ise; Kentleşme, sanayileşmenin ve sanayileşme süreci ile alakalı iktisadi gelişmelerin bir sonucu olarak, kırsal alanlarda yaşayan insanların yaşamlarını devam ettirebilmek için tarım dışı ihtiyaç fazlası ürünlerin üretimini yaptığı veya sanayi üretimine dayalı yeni yerleşim yerlerinin ortaya çıkış süreci olarak belirtir (Nas, 2021: 73).

Batıda kentler, zamanla belli alanlarda ihtisaslaşan büyük yerleşim yerleri haline gelmişlerdir. Kentler, eski kırsal görüntüsünden kurtulmak için ister tarımla geçinen küçük bir iç bölgeye

bağlı; isterse Venedik gibi tamamıyla bağımsız olan hem Avrupa kıtası hem de dünyada birbirleri ile yarış içinde olan ticari, sanayi ve kültürel açılardan daha büyük bir alan ile bağlantı kuran birimler haline gelmiştir (Bakır-Ülgen, 2009:136).

Venedik kenti, diğer şehirlerden ayrı bir yapıya sahiptir. Bu kentin klasik döneme ait bir geçmişi yoktur. Kuzeyden gelen istilacılar sayesinde doğmuş bir Ortaçağ ürünüdür. Haçlı seferleri sayesinde de Venedikliler, daha çok zenginleşmişler ve kentin adı "Altın Venedik" haline gelmiştir. Venedik, Avrupa'nın kuzey, orta ve kuzey batı sınırlarından hammadde ve köle toplayan, buralara Doğu ve Bizans mallarının alışverişini yaptıran ve ek olarak balık, tuz, cam ve kendi ürünü olan diğer çeşitli ürünleri satan bir liman kenti haline gelmiştir (Bakır-Ülgen, 2009:130). Kentlerdeki ticaretin canlanmasında Yahudi unsurunu da ihmal etmemek gerekir. Yahudilerin XIV. yüzyıldan itibaren Afrika'nın batısı ve Sicilya ile başlayan ticarette etkin olma yolculukları, XV. yüzyılda deniz ticaretinde etkin katılmalarıyla sürmüştür. Bununla beraber Geç Ortaçağlarda ise Yahudiler, artık Avrupa'nın en önemli ticaret şehirlerinden olan Cenova ve Venedik'te canlı bir şekilde deniz ticaretine başlamışlardır (Ashtor, 2008:837). Eski gelenekler nedeniyle kentsel gelişme ile beraber, ticari sömürge politikalarının belirlendiği yerlerden biri de Venedik olmuştur (Weber, 2010: 169).

XI.-XIII. yüzyıllarda Ortaçağ Avrupa'sındaki bazı şehirlerde eski politikaların bir benzerini uygulanmaya devam etmişlerdir. İtalya yarımadası kentlerinden olan Venedik ve Floransa halkın ihtiyaçlarını karşılamak için tahıl ve diğer yiyecek maddelerini depolayarak kentsel bir yapı oluşturmuşlardır. Yani bugün lojistik denilen sistemlerin temelleri batıda atılmaya başlamıştır. Bunun yanı sıra ürünlerin kaliteleri konusunda hileye karşı çeşitli önlemler alınmıştır. Kentlerde, kent kanunları, lonca yasaları ya da hükümet kararnamelerinde hilelere karşı korunma tedbirleri bulunmaktadır (Bakır-Ülgen, 2011:23). Sömürü düzeninin özelliği olan ve batının üretim-lojistik-pazar anlayışının en iyi uygulandığı kent, Venedik olmuştur. 960 yılından sonra, kilisenin uyguladığı yasaklara rağmen köle ticaretini de tekellerine almışlardır.

Venedik'te okyanus ötesi siyasi ve iktisadi etkinliklere katılan ailelerin açık üstünlüğü, iktidarın aristokratik ellerde tekelleşmesini kolaylaştırmıştır. Venedik'in anayasal ve idari teknikleri kullanmak suretiyle asiller önemli bir güce sahip olmuşlardır. Çünkü asil ailelerin katı kontrolü altında, aristokratik yönetim hem kara hem de deniz alanını kapsayan bir patrimonyal devlet tiranlığı kurmuşlardır (Weber, 2010: 175). Venedik kent mimarisinde Gotik tarzı uygularken, üreticiden tüketiciye pazar ekonomisi oluşturarak tüccar sınıfı yani burjuva sınıfı oluşturmuşlardır.

Doğudan aldığımız örnek kent ise; Mâverâünnehir bölgesinin en önemli yerleşim merkezlerinden, Türklerin kadim şehri Semerkant, bugün Özbekistan'ın ortasında yer almaktadır. Semerkant şehri her dönemde önemini korumuştur. Eski Türklerde yerleşim düzeni "yaylak-kışlak" arasında hayvan gıdasını tedarik amacına bağlanmıştır. Bu nedenle kent teşkilatlanması Bahaeddin Ögel'in kavramlaştırmasıyla "Devlet ve ordu düzeni ile yapılan hayvancılık düzenidir (Ögel, 1978: 47-48), yani çadır şehir özelliği taşımaktadır. Bu sistemin gelişmiş hali bahsettiğimiz Semerkant kentinde modernize olmuştur.

Arkeolojik bulgular Semerkant'ın, Persler döneminde Orta Asya'nın hatta Dünya'nın en büyük şehirlerinden biri olduğunu gösterir. Şehir 676 yılında Emeviler tarafından ilk kez fethedilinceye kadar sırasıyla; Pers, Büyük İskender, Soğd-Baktria Satraplığı, Grek-Baktria Krallığı, Yüeh-chih Türkleri, K'ang-chü Türkleri, Hsiung-nular, Kuşanlar, Himyerîler, Eftalitler, Göktürkler ve Çinliler'in hâkimiyeti altında kalmıştır (Şimşek, 2015: 1).

Türkler Semizkent demişlerdir. Farslar ise Semerkand demektedirler (Ögel, 1978: 235). Semerkant'ın, Ögel'in ifadesine göre Hunlar zamanında var olduğu ve bu kent Hunların vassalı durumunda idi (Ögel, 1978: 151), Göktürkler çağında da vassal durumları devam ederken Kağanlar yerli hanedanlara dokunmuyorlardı (Ögel, 1978: 213).

Semerkant'ta çok sayıda büyük âlim yetişmiştir. Meşhur muhaddis Abdullah b. Abdurrahman ed-Dârimî, Şâfiî fıkhının öncülerinden İbn Hibbân, yine meşhur fakihlerden Ebü'l-Leys es-Semerkandî ve adını doğup büyüdüğü Semerkant'ın Mâtürid mahallesinden alan kelâmcı İmam Mâtürîdî, meşhur mutasavvıf Ubeydullah bin Mahmûd bin Şihâbüddîn ve büyük hadis alimi Muhammed ibn İsmail el Buharî bu alimlerin başında gelmektedir. Târîhu Semerḳand yazarı Abdurrahman b. Muhammed el-İdrîsî, Alâeddin es-Semerkandî, Çehâr Maḳāle müellifi Nizâmî-i Arûzî, Rükneddin el-Âmidî, Nakşibendî şeyhi Nizâmeddin Hâmûş, Uluğ Bey, Şehâbeddin İbn Arabşah ve Ali Kuşçu çeşitli dönemlerde Semerkant'ta yaşamış meşhurlardan bazılarıdır (Şimşek, 2015: 2).

Bilim tarihinde rasathanelerin ilk kurumsallaşması halinin Türk-İslam dünyasında görüldüğü belirtilir. Babürname'de bina hakkında bazı tarifler mevcuttur. Uluğ Bey (Muhammed Turgay, 1393-1449) Timur'un torunudur. Timurlu Devletinin dördüncü imparatorudur fakat daha çok matematikçi ve gök bilimci olarak bilim adamı kimliği ile ün kazanmıştır. Rasathane Semerkant'ta Uluğ Bey'in öğrencisi Ali Kuşcu tarafından yaptırılmıştır.

Rasathane yere gömülü üstü kubbe ile örtülü bir galeri gibi dar ve uzun bir koridoru andırır. 45 m. çapındaki yarı oyulmuş yarım daire rasat çukuru üzerindeki kubbede rasad delikleri vardır. Yapı üç katlıdır ve 30.4 m. yüksekliğindedir ancak bugün iki taç kapı arasında beton sıvalı tonozdan ibarettir. Çevresi çok düzgün daire biçiminde temel kalıntılarıyla sarılıdır. Arka kapının köşeleri tonoz örtülü kuleciklerle süslüdür. Ön kapı ise çini bezemelidir.

Uluğ Bey, yılın 365 gün 6 saat 10 dakika 8 saniyede döndüğünü hesap etmiştir. Günümüzdeki ölçüm ise 365 gün 6 saat 9 dakika 9.6 saniyedir. Ayrıca Avrupa'da ilk rasathanenin 1674'te açıldığı düşünüldüğünde İslam tarihinde bilimin ne kadar ileride olduğunun bir göstergesidir (Şimşek, 2015: 4).

Burada oturanların Soğd adı verilen topluluklar olduğu belirtilmektedir (Ögel, 1978: 215). Semerkant ve Soğd topraklarında ilk para basımı ve kullanımı muhtemelen Pers Hükümdarı Darius (M.Ö. 522-486) tarafından basılmıştır. Daha sonra basılan paralara onun adına Dâri paraları adı verilmiştir. Bu paralar genelde altın ve gümüşten darp edilmiştir (Aydınlı, 2018: 366-367).Ortaçağ'da Semerkand'ın paralarına gelince, bunlar "ismâîliyye" dirhemleri, geniş mükessera (kırık) dirhemleri ve dinarlardır. İsmâîliyye dirhemleri yerine onların Buhârâ paralarından olan "muhammediyye" dirhemleri de vardır. Muhammediyye dirhemleri demir, bakır ve gümüş gibi çeşitli cevherlerin alaşımından kesilmişlerdir (İstahrî, 1927: 323; İbn Havkal, 1967: 500; Şeşen, 1998: 232). Mâverâünnehir bölgesi ile ilgili para endüstrisini ele alırken Uygurlar döneminde Semerkant'ta basılan paraları da unutmamak gerekir. Çinli seyyah Ch'ang-ch'ün Semerkant şehrini tanıtırken, Uygurlar tarafından basılan paralar hakkında şunları söylemiştir: Bunlar altından yapılan parayı kullanıyorlar. Ortasında delik yoktur. İki tarafında Uygur yazısı ile yazılmış yazı vardır." (Bakır, 2002: 225). Çinli seyyah Ch'ang-ch'ün Semerkant ile yazmış olduğu bir şiirinde Uygurların paraları ile ilgili bilgiler bulunmaktadır. Ch'ang-ch'ün şiirinde şöyle diyor: "Uygur toprağı sınırsızdır. Yedisu'nun en büyük ve kuvvetli şehridir. Şehirde bakır ve altın eşyalar doludur. Altını para olarak kullanırlar. Pamuk kumaştan

kıyafet giyiyorlar. Kavun ve dutlar kıymetlidir. Çinliler bunu nasıl alıp yiyebilirler." (Bakır, 2002: 226).

Çinli seyyah z-ts'ain'in ise Semerkant şehrini tanıtırken burada basılan paralar ile ilgili olarak şunları söylemiştir: "Hua-ta-la'nın 1000'den fazla li (uzunluk ölçüsü; 1 li 500 m) batısında Hsün-sih-kan (Semerkant) adlı büyük bir şehir vardır. Hsün-sih-kan batı halklarınca "semiz" demektir. Çünkü arazi semiz ve bereketlidir. Bunun için böyle adlanmıştır. Çok zengindirler. Altın ve gümüş paraları deliksiz ve kenarsızdır. Şehir hendekli, çeşmeli, dört köşe havuzlu ve yuvarlak göllü bahçe ve ormanlarla çevrilmiştir." (Eberhard, 1940-42: 140; Bakır, 2002: 226).

Büyük İpek Yolu, kuzeybatı Çin'den başlayıp Gobi Çölü sınırınca uzanır, Semerkand, İran ve Suriye'de sona ererdi (Schafer, 2020: 39). Akdeniz'in o çağdaki ticari etkinlikleri açısından önemli şehir olan Venedik'tir. Semerkand, bu yol kanalıyla uluslararası ticaretin özellikle Göktürk ve Uygurlar zamanında merkezi haline gelmiştir. Yani 7. 8. Ve 9. Yüzyıllarda uluslararası ticaret merkezi konumundadır. Sonraki yüzyıllarda da bu konumunu korumaya çalışsa da İpek, Baharat yollarının okyanuslara kayması nedeniyle önemini yitirmeye başlamıştır.

Semerkant kentinde servi ağacından çok şahâne fil, deve, inek ve onları kovalayan aslan ve kaplan gibi, yırtıcı hayvanların av sahnelerini gösteren hediyelik eşyalar imal edilmekteydi (İbn Havkal, 1967: 492). Semerkant halkı kâğıt kullanma sanatını Çinlilerden öğrendiler ve daha sonra da bu maddenin ticaretini yapmaya başladılar. Semerkant'ın Ortaçağda çok kaliteli kâğıt ürettiğini birçok kaynak belirtmektedir (İbnu'l-Fakih, 1302: 251; el-ıstahri, 1927: 288).

M. S. IX ve X. yüzyıllarda artık kâğıt tüm İslam dünyasına yayılmıştı. Bu tarihlerde Semerkant kâğıtları Mısır'dan gelen papirüsü ve yazı sanatında kullanılan derileri piyasadan kaldırdı. Zira bu yeni yazı malzemesi (kâğıt), diğer iki maddeden daha güzel, daha sağlam ve daha da yumuşak idi. Semerkant'tan Çin'e birçok ürün ihraç edilmekte idi 724 tarihinde köpek gönderildiği görülmektedir (Schafer, 2020: 135). Semerkant'ın ismini meşhur eden sebeplerden biri de buradan sevk edilen gürbüz ve sağlıklı köleler olmuştur. Genellikle Türklerin yaşadığı bölgelerden toplanan bu köleler, buradan diğer şehirlere gönderilirdi. İstahrî bunların tanınan en makbul ve hayırlı köleler olduklarını belirtmektedir (İstahrî, 1927: 318; Kitapçı, 1983: 116).

Semerkant sosyal yapıların çok olduğu bir kent özelliği taşımaktaydı. Yani şehrin her mahallesinde veya sokağında mutlaka çeşmeler vardır. Bu çeşme kültürü ortaçağın sonlarına doğru Avrupa kıtasına taşınmaya başlamış ve Venedik'te de örnekleri görülmeye başlamıştır. Semerkant, batının akıl ve aydınlanma çağına girmesine katkı sağlayarak Venedik gibi kentlerin doğmasına neden olmuştur. Ancak farkı ikisinde de önemli ticari etkinlikler olmasına rağmen birisinde yani Venedik'te sömürme anlayışı ortaya çıkmıştır Semerkant'a ise daha insani ticari etkinlikler gerçekleştirilmiştir. Ancak orta doğunun bir geleneği olan köle ticareti zamanla Semerkant'ta da görülmüş ve özellikle Türk gençleri Arap yarımadasına ve Mısır'a köle ticaretinin malzemesi olmaya başlamışlardır.

Venedik başta olmak üzere batıda sanat olarak birçok mimari tarz alınmış gotik tarz ile zirve eserler meydana getirilmiştir. Semerkant'taki eserlerde sade ve tevazu var iken Venedik'te yüksek yapılar ve yüksek oranda süslemeler devasa heykeller ile Hristiyanlığın gücü algısını ortaya koymuşlardır. Bilimde çok ileri iken Semerkant Ortaçağın sonuna doğru gerilemeye Venedik ise geç ortaçağda başlayan hamleler ile çağının güçlü kentlerinden biri haline gelmiştir. Ayrıca kent meydanları anlayışının var olduğu bir kent özelliği taşmaktadır Venedik.

KAYNAKÇA

Aydınlı, Osman (2018), Semerkant Tarihi, İkinci Basım, TDV Yayın, Ankara.

Ashtor, Eliyahu (2008), "Geç Ortaçağlarda Akdeniz Ticaretinde Yahudiler", (Çev. Abdulhalik Bakır-Pınar Ülgen), Ortaçağ Tarih ve Medeniyetine Dair Çeviriler I, Ankara.

BAKIR, Abdulhalik (2002), Ortaçağ Ġslam Dünyasında Madencilik ve Maden Sanayi, Bizim Büro Basımevi, Ankara.

Bakır, Abdulhalik- Ülgen, Pınar, (2009), "Geç Ortaçağlarda Avrupa'da Kent Ve Kentsel Yaşam Hakkında Bir Değerlendirme", Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler, Cilt: 7 Sayı: 2, S. 127-142.

Bakır, Abdulhalik- Ülgen, Pınar, (2011), "Geç Ortaçağ Avrupası'nın Meşhur Ve Gizemli Şehri Paris", Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 12, Sayı: 4, S. 19-47
Bergen, Lütfi, (2009), Şehir Sünnettir. YAZGEN yayıncılık, İstanbul.

Eberhard, Wolfram (1940-42), "Çin Kaynaklarına Göre Orta ve Garbi Asya Halklarının Medeniyeti", Türkiyat Mecmuası, C. VII-VIII, S. 1, İstanbul, s. 125-189.

el-İstahri, (1927). Ebu İshak İbrahim b. Muhammed el-Fârisi, el-Mesâlik vel-Memâlik, Leiden.

İbn Havkal, (1967), Ebu'l-Kisim Muhammed el-Havkati el-Bağdadi, Suretül-Arz, Leiden,

İbnü'l-Fakih, (1302), Ebu Bekr Ahmed b. Muhammed b. el-Hemedâni, Muhtasaru Kitabi'l Buldan, Leiden.

Kitapçı, Zekeriya (1983), "İslâmiyet'in Asya Türk Medeniyetinin Beşiği Semerkant ve Havalisinde İlk Yayılışı", Türk Dünyası Araştırmaları, 25, s. 109-135.

Nas, Fethi, (2021), Kent Sosyolojisi, Ed: Ünal Şentürk, Paradigma Akademi Basım Yayım, Çanakkale.

Ögel, Bahaeddin, (1978), Türk Kültür Tarihine Giriş (Göktürklerden Osmanlılara) I, Milli Eğitim Yayınları, İstanbul.

Schafer, Edward Hetzel, (2020), Semerkand'ın Altın Şeftalileri, Çev. Serkan Acar, Selenge Yayınları, İstanbul.

Şeşen, Ramazan (1998), İslâm Coğrafyacılarına Göre Türkler ve Türk Ülkeleri, Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü Yayınları, Ankara.

Şimşek, Fatih, (2015), Timur'un Şehri Semerkant, Marmara Üniversitesi Sanat Tarihi Bölümü, İstanbul.

Weber, Max, (2010), Şehir (Modern Kentin Oluşumu), Çev. Musa Ceylan, Yarın, İstanbul.

CUMHURİYETİN İKİNCİ YÜZYILINDA DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ HALK OYUNLARI VE MÜZİKLERİNİN GELİŞİMİ

Prof.Dr. Mehmet ÖZMENLİ

Giresun Üniversitesi - 0000-0002-8616-0712

Öğr.gör. Gökhan HAMZAÇEBİ

Giresun Üniversitesi - 00 00000323800759

ÖZET

Müzik ve dans arasındaki uyumlu birliktelik, folklorun tanımı içerisinde yer alan ve geleneksel kültürümüzün bir parçası olan halk oyunları icralarında görülmektedir. Türklerin bilinen tarihinden bu yana bu iki sanat birbirlerini beslemiş ve geliştirmiştir. Geleneksel kültürün birçok türünde, halk oyunlarıyla bağ kurmak mümkündür. Ancak bu birlikteliğin yoğun göründüğü unsur geleneksel müziklerdir. Orta Asya'dan Anadolu'ya uzanan Türk tarihi, kültürel anlamda Dünya tarihine yön vermiştir. Ancak Osmanlı döneminde bilhassa Tanzimat ile birlikte kültürel değişimlerde Batılılaşma hareketi başlamış, birçok alanda olduğu gibi kültürel alanda da gelişmeler varlık göstermiştir. Yirmi birinci yüzyılda Dünya toplumlarında kültürel farkındalığın oluşmasında, geleneksel oyunlar önemli bir figür olarak Türkiye Cumhuriyeti devletlerin kültür politikaları içerisinde yer bulmuştur. Çalışmanın Karadeniz bölgesi geleneksel oyun ve müzikleri düzeyde tarihsel bir bakış getirerek kültürel politika geliştirilmesi ve bu yapının kültür ve eğitim alanlarının önceliklerinden biri hâline getirilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Türk halk oyunları üretilmiş danslar gibi değil sözlü kültüre dayandığından kurulu bir metot oluşturmak mümkün değildir. Çalışmanın Karadeniz bölgesi geleneksel oyun ve müzikleri düzeyde tarihsel bir bakış getirerek kültürel politika geliştirilmesi ve bu yapının kültür ve eğitim alanlarının önceliklerinden biri hâline getirilmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Literatür tarama modeli ile yapılan bu çalışmamızda Cumhuriyetin ilk yıllarından ikinci yüzyılına giren süre içinde folklorumuzun bir kolu olan halk oyunları ve müzikleri belirlenmiştir. Özellikle Karadeniz bölgesinde kültürel unsurlar belirlenerek gelişimler incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, yerel tarih, halk oyunları, müzik.

Giriş

Türkler, bilinen tarihten buyana toplumsal yaşantılarının birikimi sonucu müzik ve dans konusunda köklü bir birikim yaptıkları bilinmektedir. Müzik ve dansların ortaya çıkışından bugüne bu iki sanatın gelişimine bakıldığında, toplumların ayakta kalmasına ve insanların içtimai hayatında ne denli önemli yer tuttuğu bilinmektedir. İnsanların gönül dünyasına nüfus ederek bu günümüze gelen geleneksel müzik ve danslar; birlikteliği artırarak, coşkuyu, acıyı ve doğal olayları bedensel ve ezgisel ifade aracı haline getirmiş, kimi zamanda inançsal eksen içinde ibadet gibi görülmüş, günümüze kadar çeşitli şekillerde gelişerek folklor sanatımızın

içinde yer alıp, sanat dünyasına hizmet etmektedir. Her bilimin kendi içerisinde var olan belirli kadrolar olduğu gibi folklor bilimini de oluşturan birçok kadro vardır. Folkloru oluşturan kadroların içinde şüphe yok ki halk müziği ve halk oyunları en önemli kadroları arasındadır. Sözlü geleneğe sahip folklor kadrosu olan müzik ve oyun yaşayan toplumların sosyal ve kültürel yaşam biçimini en iyi ifade eden iki sanattır.

Bir toplumun yüzyıllar içeresinde ait olduğu o toplumla ilgili geleneksel kültürü oluşturan tüm unsurların zaman içerisinde değişerek geliştiği yadsınamaz bir gerçektir. Kültürel etkileşimler çeşitli değişimler sonucu oluştuğu bilinmektedir. Bütünü ve kaynağı oluşturan toplumsal yapılarda kültürel etkileşimler, kökeni itibarı ile insanın doğayla etkileşimleri sonucunu ortaya çıkarır. Bu kapsamda; bireyden topluma, duygu ve düşünceden inanca etkileşimlerden söz edilebilir. Kültürü oluşturan gelenekler, aktörlerle ürünler göç ederler ve rastlantısal etkileşimlerle olgunlaşırlar ve özgünleşirler (Özdemir, 2019: 126). Zaman içerisinde yavaş yavaş değişen ve günümüzde hızlı değişimlere uğrayan bu folklorik kadrolar; yaşayan insanlar tarafında gelecek nesillere aktarılmasında önemli rol oynayacaktır. Türklerin folklorik anlamda değişimleri çağlar boyunca süregelmektedir. Günümüzde müzik ve dans değişimlerinde Osmanlı'nın son dönemi ve Cumhuriyet döneminde bu değişim hızlı olmuştur. Türkiye'nin değişimini iki dönem olarak Cumhuriyet öncesi ve sonrası diye düşünebiliriz. Osmanlı'nın son döneminde Islahat hareketiyle modernleşme başlamış ve bu döneme özgü özellikler hakkında tespitler yapılmaktadır. Şüphesiz Atatürk dönemi Türkiye Cumhuriyetinde kültürel ve folklorik değişim ivme kazandığı bir dönem olmuştur. Eski Türker'den biriktirerek getirdiğimiz kültürel ögelerin Osmanlı döneminde gelişmesi ve gelişerek değişmesi yerini birleştirici yapının gerektirdiği millî ögelere bırakması Türk tarihi açısından önemli bir değişimi göstermektedir (Doğaner, 2007: 236). Bu konuda günümüz Türkiye'sinde görülen folklorik ve kültürel değişimi gözlemlemek, özelde müzik ve dans gelişimlerine bakarak Doğu Karadeniz bölgesi halk oyunları ve müziklerinin gelişimi ve değişimi konusunda çalışmıştır.

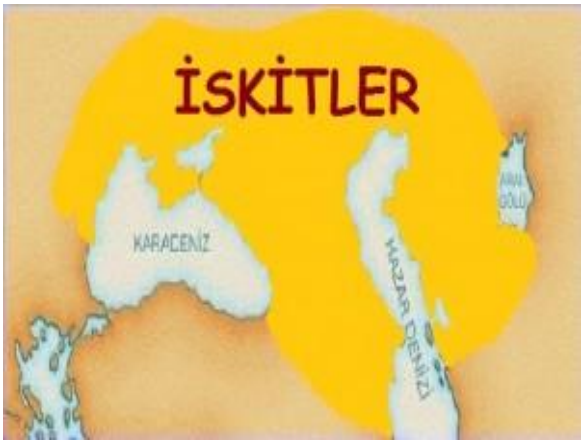
Orta Asya'dan Anadolu'ya Türk Folklorunun Türklerle Birlikte Karadeniz'e gelişi

Halk oyunları kelimesi kökeninde dinsel ayinle ilgili özellikler taşıdığı gibi terim olarak Türkçe bir sözcük olduğu bilinmektedir. Ayrıca oyun, Eski Uygur metinlerinde 'dans', ama daha ziyade 'müzik, melodi, şarkı' anlamında kullanılmıştır (Ertural, 2012: 101). Halk oyunları toplum hayatının hafızasında yeri olan ve ihmal edilemeyecek kadar önemli bir yere sahiptir. Bu hafıza bugünkü oyun ve oyun müzikleri çeşitliliği ve zenginliğinde görülmektedir. Toplumun yaratıcılık hafızasında yeteneği olan kültürel dans ve müziğin kadim yıllarda, inanç hayatında, eğlence ortamlarında görülmekte disipliner yapısıyla da ordu teşkilatlanmasında görmek mümkündür. Dans ve müziklerin birçoğunun kaynağı araştırıldığında tesadüf olmadığı ve birçok sebebe dayandığı görülecektir. Sosyal ve kültürel unsur olan ve durağan olmayan halk oyunları, bağlı olduğu toplumun yaşam tarzına göre biçimlenen kültürel ve geleneksel bir olaydır.

Geleneksel öğeler bir toplumun zaman içerisinde geliştirdiği ve mekân da kalıcı olan özelliklerdir. Geleneğin terim olarak iki anlamı vardır. İlki aktarılış sürecidir ki, toplumu ilgilendiren herhangi bir kültürel öğenin yıllar içerisinde zamandan zamana aktarılışı anlamındadır. İkincisi ise süreç içinde aktarılan kültürel öğenin kendisidir. Bu düşünceden

hareketle, halk oyunları hem aktarılış süreci hem de süreç sonunda oluşan bir gelenektir diyebiliriz (Sümbül, 2005:3). Eski Türker'in sosyal yaşantılarıyla oluşturduğu folklorik faaliyetler coğrafik şartlarla ayrı düşünülmemelidir. Kadim yıllardan beri Türklerin Anadolu'ya yerleşmesiyle coğrafik şartlar dans, müzik ve inanç kültürünü şekillendirmiştir. Ayrıca eski Türklerin yaşamış olduğu coğrafya sosyoekonomik şartları, folklorik ve kültürel yapıya da yansımış ve çeşitli inanç motiflerini oluşturmuştur. Eski Türklerin özünde dinî yapılanmadan daha çok toplumsal yapılanmanın öncelikli olduğunu göz önüne alırsak, folklorik ve kültürel yapıya ait çeşitli inanç motiflerinin ait olduğu döneme göre şekillenerek daha da önem kazanır ve anlamlı hâle gelir (Gürsoy, 2012: 44).

Türkler yüzyıllar boyu içerisinde biriktirerek yanlarında taşıdıkları folklorik yapıları Orta Asya'dan Anadolu'ya taşımışlardır. Türk unsurları Anadolu'ya Hazar'ın Kuzeyinden ve Güneyinden geçerek geldikleri bilinmektedir. Bu gelişler sırasında birçok yerel kültürle karşılaşıp, kültürel etkileşim sağlanmış, bu durum sonucunda da Anadolu'da köklü bir folklorik ve kültürel zenginlik oluşturmuşlardır. Birçok Türk unsurları Karadeniz Bölgesinde ve özelde Doğu Karadeniz Bölgesinde hâkimiyetler kurmuş, bugünkü folklorik zenginliğimizi bu unsurlara borçluyuz diyebiliriz. Karadeniz'e ulaşan unsurlar dar bir kıyı şeridinde bulunan sahillere, dere içlerine yerleşmiş ve ticaret merkezleri kurmuşlardır. Çin ve Hint yarım adasından yola çıkan bir kervan Karadeniz vasıtasıyla ürünlerini deniz yolunu kullanarak Avrupa'ya ulaştırmışlardır. Kervanlar sayesinde kullanılan bu geçitler aynı zamanda sahil ve iç kesimler arasında iki farklı yapı oluşmasına da sebep olmuşlardır. Geçitlerin denize bakan kuzey sahillerinde genel itibariyle ticari faaliyetle uğraşan insanların kozmopolit bir yapı yaygınken, iç kesimler yani güney bölgesindeki yerleşim yerleri daha tekdüze nüfusa sahip, halkın daha çok tarım ve hayvancılıkla uğraştığı yerlerdi (Tellioğlu, 2016: 164). Bu durum aynı bölgede folklorun çeşitlenmesine neden olmaktadır diyebiliriz. Türklerin milat öncesinden beri Karadeniz'e geldikleri bilinmektedir. Bilim insanları tarafından yapılan birçok çalışmalarda görülüyor ki; Türk ya da Türklerle akraba olarak kabul edilen Türkistanlı toplulukların M.Ö. VIII. yüzyılda bu sahaya göç etmesiyle, Doğu Karadeniz bölgesindeki Türk varlığı ortaya çıkmıştır (Tellioğlu, 2007: 655).



Resim 1. İskitler



Resim 2. Çepniler

Kimmerler'den İskitler'e, Kıpçak Türklerinden Çepni Türklerine birçok unsur Karadeniz'e yerleşmiş zaman içinde hâkimiyetlerini yitirseler de kültürel ve folklorik bellekleri bugünkü Karadeniz folklorunun yapısını oluşturmaktadır diyebiliriz. Doğu Karadeniz Bölgesi; İskit, Kimmer, Kıpçak ve özellikle Çepni Türklerinin oluşturduğu kültürel belleğin Anadolu'da ki ilk göründüğü yerleşim yerleridir. Geleneksel danslara bakıldığında, Ordu-Giresun bölgesinde karşılama ve fingil-metelik oyunları, Giresun-Trabzon bölgesinde horon oyunları, Rize bölgesinde hemşin oyunları kültürel zenginliğin aynı coğrafyada ne denli zengin olduğunun ifadesidir denilebilir. Aslında dansı, kişinin öz duygu ve düşüncelerini yansıtabilmesi ve yaşadığı toplumla etkili bir iletişim kurabilmesi için o toplumun öz değerlerinde anlam bulan hareketler topluluğunun, meydana getirdiği müzikal, estetik ve ritmik özelliğe sahip bir yaratıcılığın sonucu olan fiziksel ve duygusal davranıştır diye tanımlayabiliriz (Akman, 2008, 12). Oyunlarda (danslarda) fiziksele dönen duygusal davranışların temelinde toplumun yapısı, coğrafi yapı, dini yapı, sosyolojik ve birçok etken rol almaktadır. Bu özellikler oyunlarda yörenin karakteristik davranışını öne çıkartmaktadır.

Oyun kelimesinin çeşitli anlamları düşünüldüğünde pek çoğunun şamanların törenlerindeki çeşitli ögeleri içerdiği görülür. Bu dinsel törenlerde şamanlar, ses ve çalgı müziğini yapıyor, dans ediyor, vücutlarıyla çeşitli sesler çıkarıp dramatik öğelere başvuruyorlardı. Böylelikle oyun sözcüğü ile dans ve türlü seyirlik oyunların kökeninin şamanda ve onun eyleminde toplanmış olduğunu görmekteyiz (Gerek, 1997: 4). Tarih öncesinden günümüze Doğu Karadeniz'e yerleşen ve kültürel bakımdan çokça hizmet eden Türk toplumlarının dans ve müzik izleri, Osmanlı döneminde sarayın baskısına maruz kalsa da halk tarafından Cumhuriyet'e ve günümüze kadar yaşatılmıştır.

Birçok kültürel ve etnik dans türleri zamanla kültürleşme sonucu özünü değiştirirken, ezgisel icralarında biçimsel olarak temellerine sadık kalmıştır. Bu biçimsel kültür Anadolu'ya ilk giriş yıllarında özellikle Selçuklu döneminde başlayıp, Osmanlı döneminde üst safhaya çıkmış, saray ile halk arasındaki kültür farklılığı oluşturmuştur. Bu saray ile halk arasındaki ayrım, müzik kadar dansta da kendisini göstermiştir. Özellikle Türk kültürüne ait olan kültürel değerler, saray tarafından kabul görmemiştir. Arap ve Fars kültürü ile etkilenen Osmanlı, halk arasında saraylı diye tabir edilen kültürel birikimlerle Osmanlıya özel bir kültür yaratmaya çalışmıştır. Özellikle din adamları ve saray erkânı tarafından yapılan baskılar, müzik ve dansın halk tarafından özel alanlarda yapılmasına neden olmuştur. Ayrıca dinsel törenlerde sergilenen Semah ve Mevlevi ayinlerinin gizli bir şekilde devam etmesine de neden olmuştur (Akıncı, 2022: 16). Osmanlı imparatorluğunun son dönemlerine kadar devam eden bu uygulamalar, Osmanlının son dönemi itibari ile başlayan yenilik hareketlerine kadar devam eder. Aslında bu olay yenilik hareketleriyle Cumhuriyetin ilk yıllarına taşınan folklorik ve kültürel politikalarının bir devamı olarak yorumlanmaktadır (Yılmaz, Elyağutu, 2022: 45). Lale devri adıyla bilinen III. Ahmed döneminde kültür, sanat ve mimaride görülen batılı üslup hareketleri geçiş evresini yaşamıştır. Aslında bu dönemdeki dönüşüm altında dahaçok mecburiyet olgusu yatmaktadır. Sonraları 1740 lı yıllarda I. Mahmut'un uygulamalarıyla bu hareketlilik hız kazanmıştır. Bundan doyayıdır ki, özellikle mimari yapılarda barok gibi üsluplar ön plana çıktığı bilinmektedir (Halıcı,020:577). Osmanlı kendi içinde bir değişim düzenlemesine gitmiş olsa da Anadolu'da yaşayan geleneksel kökenlerine bağlı halk arasında kültürel etkinliklerinde de bu zenginlik hız

kanmıştır. Mehmet Karagöz bir makalesinde *"Kültür değişmesinin hangi içtimai, ruhi zeminler ve zaruretlerde olabileceğini tarihi vesikalar ve o ülkenin hürriyet imkanları dahilinde düşünmek gerekir* (Karagöz, 1995: 176)*"* . Diyerek dönemin kültürel yapısının durumuna ışık tutmuştur. Doğu Karadeniz folkloru ve kültürü eski Türk uygarlıklarının izin taşımış, Osmanlı'da bu yugulamalar halk içinde, dini törenlerinde, şenlik ve eğlencelerinde devam etmiş olup, Osmanlı'nın resmi ve devlet ile ilgili uygulamarında uygun görülmemiştir. Bunun sebebi her ne kadar saray olsa da, ekonomik durumlar, siyasi uygulamalar ve savaş gibi nedenlerdir.

Geçiş Döneminden Günümüze Müzik ve Oyun Gelişimi

Cumhuriyet öncesi dönemin düzen uygulamaları yaşatılırsa, parçalanmanın ve dağılmanın kaçınılmaz olduğunu iyi bilen Atatürk; Cumhuriyet'in ilanı ile birlikte her alanda olduğu gibi Kültür ve Türk folkloru alanında büyük çalışmalar yapmıştır. O dönemin dar ve güçsüz kadrolarının yetiştirdiği yeni kuşaklar, bu öğretilerle büyüyüp her alanda parçalanmanın önüne geçilmesi ve Türk kültürüne dayalı, modern bir milli devlet modeli oluşturmak istenmiştir (Aytüre, 2017: 10-11). 1840'lı yıllar folklorun bilim dalı olduğunu belirten tarihtir. Bu bilimin Türkiye'de her ne kadar Halkiyat olarak Türkçeleştirilse de, bugün folklor ya da Halk Bilimi olarak tanımlanır. Cumhuriyetin ilanından hemen sonra takip eden yıllarda folklorun önemi kendisini hissettirmiş ve bu konuda Folklor Derneği kurulmuştur.

Cumhuriyet'in ilanından sonra folklor ile uğraşan Anadolu'nun her köşesi bilinçli yapılarla amacı az çok belirlenmiş faaliyetlerde bulunduğu bilinmektedir. Daha sonraki yıllarda derlenen oyunlar festivallerde sergilenmiş, birçok ilde bu oyunlar filme aktarılmıştır. 1935 yılında ilk defa düzenlenen uluslararası halk oyunları festivali olan Balkan festivali gerçekleştirilmiştir. Türk Halk Oyunlarını Yaşatma ve Yayma Tesisinin ardından, çeşitli üniversitelerde halk oyunları ile ilgili bölümler açılmış, devlet halk dansları topluluğu kurulmuş ve çeşitli yarışmalar yapılmıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan bu yana uzun yıllar geçmesine rağmen 90'lı yıllardan sonra kulüp ve derneklerin kurulmasıyla halk oyunları sektörleşmeye başlamıştır (Kılıç, Ulusoy ve Avcıkurt, 2021: 526). Doğu Karadeniz'de kültürel gelişmeler tarihsel süreçte sekteye uğrasa da Cumhuriyet'in kazanımları kültürel anlamda aynı paralellikte devam etmiştir. Doğal ortamından alınıp sahneye taşınan halk oyunlarımız, çeşitli kurallar konularak oyunların biçimlerini etkilemiştir. Karadeniz Bölgesinde oyun ve müzik geleneklerindi farklı değişimler göze çarpmaktadır. Folklor sözlü geleneğe bağlı bir yapıya sahip olmasına karşın canlı yaşam özelliği taşmaktadır. Bu nedenle tarih içinde folklorik unsurlar değişim ve gelişime açıktır. Günümüzde bu değişimlerin olması kabul edilebilr. Son yıllarda hızlı gelişen bu değişimler yozlaşmaya da sebebiyet vermektedir. Müzik ve halk oyunları geleneksel kurallardan uzaklaştırıldıkça, zaman ve mekân ilişkisinden uzaklaşıp gelenekselliği kaybolmaktadır. Modern danslarda bulunan metotlar, halk oyunlarında kısmen olsa da bütünsel olarak bulunamazlar zira halkın kendi üretimi olduğundan dolayı farklılıklar olacaktır diyebiliriz.

Yarışma düzenleyen kurumların uygulanan kural, kategori ve kriterleri kendi içlerinde tarihsel olarak değişiklik göstermiş ayrıca değişik kurumların uygulamaları arasında farklılıklar da oluşturmuştur (Kurt Kemaloğlu, 2012: 113). Yarışmalardaki zaman ve süre azlığından dolayı figürlerde ve müziklerde kısıtlama yoluna gidilerek belirli kültürel eksikliklerin doğmasına neden olmaktadır. Bundan dolayıdır ki uygunsuz düzenlemeler, gelecek nesillerce olması

gereken budur alışkanlıklarını kazandırarak kültürel gelişimin yozlaşmasına sebebiyet verecektir.

Sonuç

Folklorun konusu ve kadrosu ve kültürel öğelerden biride, araştırma konuları içerisinde yer alan kültürel dans ve müziklerimizdir. Türk kültür coğrafyası içerisinde geniş bir anlama sahip olan tarihi geçmişe dayanan geleneksel danslarımız kimi zaman dinsel yapıya bürünmekte kimi zaman da sosyolojik yapıya bürünmüştür. Osmanlı döneminde Anadolu'da ve Anadolu'nun bir parçası olan Doğu Karadeniz'de dans ve müzik alanında yenilikçi hareketler, saray çevresinde tam olmasa da halkın içinde tinsel ve inançsal alanda devam etmiştir. Cumhuriyet Döneminden sonra hızla değişen kültürel faaliyetler kültürleşmeden ziyade yozlaşmaya dönmüştür. Dansların sahneleme çalışmalarındaki kriterler bu değişimi olumsuz etkilemektedir. Bütün bunlara rağmen yeni derlemeler halk var oldukça devam etmektedir.

Kaynak

Akman, M. (2008). *Karadeniz Halk Dansları İcracılarının Diz Eklemlerinde Gelişmiş Olan Propriyosepsiyon ve Eklem Pozisyon Duyusunun İncelenmesi*, basılmamış Doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Akıncı, A. Y. (2022). Halk Oyunlarının Tarihsel Süreci. *Sportif Yönleriyle Türk Halk Oyunları*, 5.

Aytüre, G. G. (2017). *Cumhuriyet dönemi müzik modernleşmesinin türk beşleri'nin keman konçertolarına yansımaları,* basılmamış Yüksek Lisan tezi, Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Doğaner, Y. (2007). Atatürk Dönemi Türkiye'sinde Sosyo-Kültürel Değişim. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi ICANAS, 38,* 235-260.

Ertural, N. (2012). Şamandan Oyuncuya Giden Yolda Türk Halk Oyunlarının Yapısı Ve İşlevleri. Gazi Türkiyat, 1(11), 101-111.

Gerek, Z. (1997).*Türk Halk Oyunlarının Tarihsel Gelişimi*, basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, İstanbul.

Gürsoy, Ü. (2012). Türk Kültüründe Ağaç Kültü Ve Dut Ağacı. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, (61), 43-54.

HALICI, E. (2020). XVIII-XX. Yüzyılda Osmanlı Sanat Ortamı. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (69), 577-628.

Karagöz, M. (1995). Osmanlı Devletinde Islahat Hareketleri Ve Batı Medeniyetine Giriş Gayretleri (1700-1839). *OTAM Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi*, *6*(6), 173-194.

Kılıç, S. N., Ulusoy, H., & Avcıkurt, C. (2021). Somut olmayan kültürel miras unsuru olarak Pamukçu Beldesi oyunları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, *5*(1), 524-541.

Kurt Kemaloğlu, B. (2012). Türkiye'de halk danslarını sahneleme politikaları: Söylemler ve estetik yaklaşımlar.

Özdemir, N. (2019). Kuşaklararasılık ve kültürel değişme. *Çocuk ve Medeniyet*, *4*(7), 125-149.
Halıcı, E. (2020). XVIII-XX. Yüzyılda Osmanlı Sanat Ortamı. *Atatürk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi*, (69), 577-628.

Sümbül, M. (2005). Kültürel Değişim Bağlamında Halk Oyunları Geleneği ve Bir Örnek Uygulama Olarak Adana-Osmaniye Halk Oyunları. *Halk Kültüründe Değişim Uluslararası Sempozyumu Bildirileri. Kültür ve Turizm Bakanlığı–Kocaeli Üniversitesi-Motif Halk Oyunları Eğitim ve Öğretim Vakfı*, 17-18.

Tellioğlu, İ. (2007). Doğu Karadenoiz Bölgesoinin Türk Yurdu Haline Gelmesi Hakkında Bir Değerlendirme. *Electronic Turkish Studies*, *2*(2).

Tellioğlu, İ. (2016). Türklerin Karadeniz'e Çıkışında Zigana Vadisi'nin Önemi. *Karadeniz İncelemeleri Dergisi*, *11*(21), 163-172.

Yılmaz, K. C., & Elyağutu, D. C. (2022). Türkiye'de Kültür Politikaları Ekseninde Türk Halk Oyunları Uygulama Ve Yayma Pratikleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Avrasya Çalışmaları Dergisi*, 42-51.

İnternet Kaynak

https://www.merakname.com erişim tarihi: 15.08.2023

MESLEK YÜKSEKOKULLARINDA ÖĞRENCİLERİN İNGİLİZCEYİ YABANCI DİL OLARAK ÖĞRENME SORUNLARI VE BAZI ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Öğr. Gör. Ali Telli

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, Orcid: 0000-0002-2285-351X

ÖZET

Tarih boyunca çeşitli görevler üstlenmiş olan Meslek Yüksekokulları, ticaret, sanayi ve hizmet sektörlerinin gereklerine uygun olarak kendi alanlarında yeterli bilgi ve beceriye sahip ara elemanlar yetiştirmek amacıyla kurulmuş olup, mesleki ve teknik eğitimin en önemli bileşenleridir. Eğitim ve öğretim sistemi bugün. Meslek yüksekokullarında verilen eğitimin ulusal ve uluslararası gereksinimler, gelişen teknolojiler ve iş dünyasının ihtiyaçları doğrultusunda analiz edilmesi ve bunlar doğrultusunda gerekli düzenlemelerin yapılması, bu okullardan mezun olanların verimli bir şekilde istihdam edilebilirliklerine ve tercih edilebilirliklerine katkı sağlayacaktır. Ülkemizdeki birçok sanayici/işadamı, nitelikli eleman temininde ciddi sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmektedirler. Sektörlerde ihtiyaç duyulan yeterli bilgi, yabancı dil ve beceridir. Bu konuda çok ilerleme kaydedilmiş olsa da, daha yapılacak çok iş olduğu da bir gerçektir. Öğrencilerin İngilizce seviyelerinin yetersiz oluşu Erasmus+ öğrenci hareketliliğinden faydalanma oranlarını da azaltmıştır. Bu çalışmada, 1975 yılında Kütahya'da kurulan ve ilk üniversiteler arasında yer alan Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu'nda, meslek yüksekokulu öğrencilerine yabancı dil olarak İngilizce öğretimi ve karşılaştıkları temel sorunlar ele alınmaktadır. Kütahya Teknik bilimler meslek yüksekokulunda geliştirilen, bazı çözümler dile getirilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulları, Yabancı Dil, İngilizce

PROBLEMS OF ENGLİSH AS A FOREİGN LANGUAGE İN VOCATİONAL SCHOOLS AND SOME SOLUTİON SUGGESTİONS

SUMMURY

The School, which has undertaken various tasks in history, has been completed to train vehicle personnel with sufficient knowledge and equipment in their own services in accordance with the requirements of trade and industry, and is the most vocational school of vocational and technical education. The education and training system today. Those who can benefit from the education and training program given in higher education in education can be designed in such a way that education should be made in technologies and business planning. It is shown that they are expressed as thought/businessman in the industrialist. Sufficient knowledge, foreign language and skills needed in the sectors. It's about being a lot of work. The inadequacy of students to benefit from English education has decreased the rate of Erasmus+ student enrollment. In this study, it is among the systems and first universities in 1975 in Kütahya. In Kütahya Technical Sciences Vocational School, some solutions are tried to be expressed.

Keywords: Vocational Schools of Technical Sciences, Foreign Language, English

GİRİŞ

Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu:

Gelişen sanayi ve hizmet sektörlerinin kapsam değiştiren insan gücü ihtiyaçlarını karşılamak üzere alınan kararlar doğrultusunda Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu 1975-76 eğitim-öğretim yılında Milli Eğitim Bakanlığı YAYKUR yükseköğretim kurumuna bağlı olarak kurulmuş; 1982 yılında Anadolu Üniversitesi bünyesinde olan Meslek Yüksekokulumuz, 1992 yılında Dumlupınar Üniversitesi bünyesine alınmıştır.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı'nın 30.11.2011 tarihli Genel Kurul toplantısında incelenen ve 2547 Sayılı Kanun'la değişik 7/d-2 ve 7/h maddeleri uyarınca Kütahya Meslek Yüksekokulunun adı Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu olarak değiştirilmiştir. Aynı kararda Kütahya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu da Kütahya Meslek Yüksekokulundan ayrılmıştır. 2016 yılında Kütahya Güzel Sanatlar Meslek Yüksekokulu, Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu'ndan ayrılmıştır.[

Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu, Türkiye' deki üniversiteler bünyesinde yer alan meslek yüksekokullarının içinde en seçkin, bölgesine en büyük katkıyı sağlayan fiziksel ve teknolojik donanımlarının yanında, 36 akademik, 12 idari personel, 8 bölüm, 10 program ve 2173 öğrencisiyle eğitim - öğretim hizmeti veren kurumların başında gelmektedir. Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu bünyesinde 8 bölüm, 10 program bulunmaktadır. Daha önceden MYO bölümlerinde yer alan Doğal Yapı Taşları Teknolojisi, Lastik ve Plastik Teknolojisi ve Mobilya ve Dekorasyon programları daha sonra MYO bünyesinden çıkarılmıştır.

Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu'nun içinde olduğu Kütahya merkez ilçesindeki Germiyan Yerleşkesinde futbol, basketbol, voleybol gibi spor faaliyetlerinin yapıldığı spor tesisi, sosyal tesisler ve misafirhane bulunmaktadır. Yüksekokulumuz programlarında öğrenim süresi 2 yıldır. Teknik programlardan mezun olan öğrenciler "Tekniker" unvanını kazanmaktadır Resim 1.

BÖLÜM	PROGRAM
Bilgisayar Kullanımı	Bilgisayar Operatörlüğü (NÖ ve İÖ)
Bilgisayar Teknolojileri	Bilgisayar Programcılığı (NÖ ve İÖ)
Elektrik ve Enerji	Elektrik (NÖ ve İÖ)
Elektronik ve Otomasyon	Elektronik Teknolojisi (Sadece NÖ) Mekatronik (NÖ ve İÖ)
İnşaat	İnşaat Teknolojisi (NÖ ve İÖ) Yapı Denetimi (Sadece NÖ)
Kimya ve Kimyasal İşleme Teknolojileri	Kimya Teknolojisi (NÖ ve İÖ)
Makine ve Metal Teknolojileri	Makine (NÖ ve İÖ)
Mülkiyet Koruma ve Güvenlik	Sivil Savunma ve İtfaiyecilik (NÖ ve İÖ)

RESİM 1: Kütahya Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu bünyesinde 8 bölüm, 10 program bulunmaktadır.

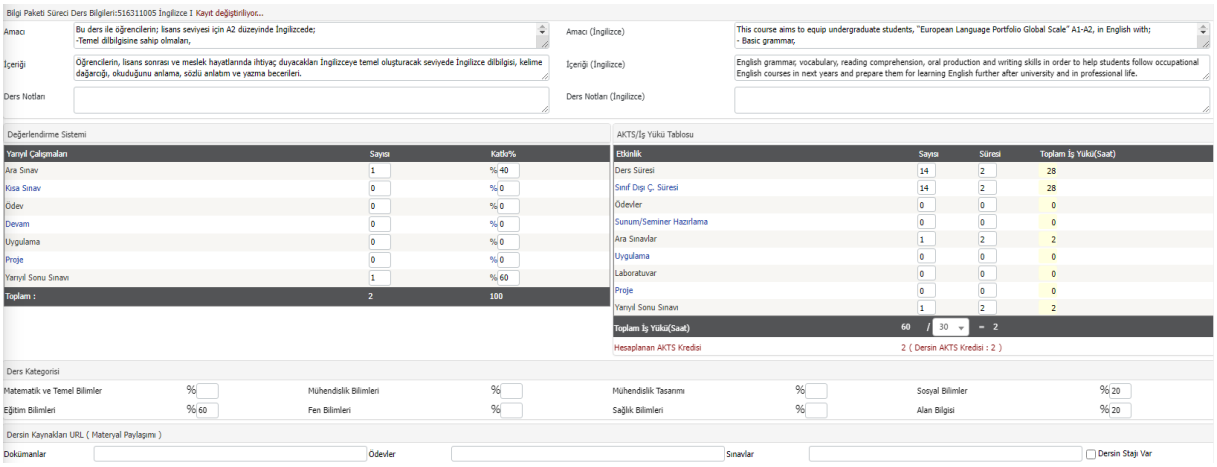
METOD:

Yabancı dil öğretimi beşeri sermayenin geliştirilmesinde stratejik bir öneme sahiptir. Bu yönüyle doğudan batıya dünyanın pek çok ülkesinde yabancı dil öğretimi farklı yöntem ve araçlarla eğitim müfredatlarında hatırı sayılır bir ağırlığa sahiptir. İngilizce daha çok Birinci Dünya Savaşı sonrasında küresel bir önem kazanmaya başlamıştır ve halen dünyada ve Türkiye'de en çok öğretilen yabancı dillerin başında gelmektedir. Türkiye'de yabancı dil öğretimi Osmanlı modernleşmesi ile güçlü bir şekilde Fransızca üzerinden sürdürülse de İkinci Dünya Savaşı sonrasında İngilizce öğretimine ağırlık verilmiştir. Bu açıdan dünya örneklerine paralel bir yabancı dil öğretim tarihimiz olduğunu söyleyebiliriz. Yabancı dil ağırlıklı liseler Türkiye eğitim tarihinde önemli bir rol oynamış, pek çok üniversitede eğitim dili İngilizce olarak belirlenmiştir. Son düzenlemelerle yabancı dil öğretimi ilkokul 2. sınıfa kadar inmiştir. Tüm bu iyileştirmeler ve politikalar sonucunda Türkiye'de neden yabancı dil öğrenilemediği ya da öğretilemediği, dahası, mevcut sistemle 2. sınıftan, lise hatta üniversite bitene kadar yabancı dil eğitimi alındığı halde neden hedef dilde konuşulamadığı ya da yazılamadığı önemli bir soru olarak öne çıkmaktadır.

Bu çalışma yukarıda ifade edilen soruları cevaplamayı ve sorunların kaynağını analiz etmeyi hedefleyerek İngilizce öğretimi özelinde hazırlanmıştır. Analizde bu doğrultuda öncelikle Türkiye'nin İngilizce öğretim tarihi ele alınmış, ardından ulusal ve uluslararası ölçeklerde Türkiye'nin İngilizce karnesi ortaya konmuştur. Ardından mevcut durumda Türkiye'de İngilizce öğretiminin gelişmesindeki engeller öğretmen yetiştirme sistemi, materyal geliştirme,

kullanılan ders kitapları ve müfredat gibi konular özelinde değerlendirilmiştir. Bununla birlikte Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) tarafından son dönemlerde geliştirilen stratejilere de yer verilmiş, bu stratejilerin okullarda uygulanabilirliği tartışılmıştır. Son olarak, yabancı dil öğretiminde özellikle öğretmen yetiştirme, program ve materyal geliştirme hususlarında birtakım politika önerileri sunulmuştur. TÜRKİYE'DE YABANCI DİL ÖĞRETİMİ Türkiye'de dil öğretiminin uzun bir geçmişi vardır. Kur'an dilinin Arapça olması ve Osmanlı topraklarının çok geniş bir alana yayılması yabancı dil öğrenmeyi bir gereklilik haline getirmiştir. Batılılaşma hareketlerinin etkisiyle de önce Fransızca daha sonra Almanca öğrenimi önem kazanmıştır (Boyacıoğlu, 2015). Özellikle NATO'ya üye olduktan ve Avrupa Birliği ile müzakerelere başladıktan sonra Türkiye'de İngilizce öğrenimi büyük önem kazanmıştır. 1955'te İngilizce bilen insan yetiştirmek amacıyla daha sonra "Anadolu Lisesi" ismini alacak olan Maarif Okulları açılmıştır. Bilindiği üzere Anadolu Liseleri beş yıllık ilkokuldan sonra "hazırlık" adı altında bir yıllık yoğun İngilizce müfredatı olan okullardı. Hazırlık eğitimi verilen Anadolu Liselerinde İngilizce öğretimindeki amaç, öğrencileri İngilizce işlenecek olan matematik ve fen bilgisi gibi dersleri anlayabilecek bir kapasiteye ulaştırmaktı. Bu okullarda fen bilimleri ve matematik derslerinin İngilizce okutulması tartışma konusu olmuştur, çünkü bu dersleri İngilizce olarak alan öğrenciler sınav sorularını Türkçe çözmek durumunda kalmışlardır. Bu durum yüzünden derslerin İngilizce okutulması zorunluluğu 1999 ve 2004 yılında yapılan düzenlemelerle büyük oranda kaldırılmıştır (Şahin, 2013). 1997-1998 eğitim-öğretim yılında, sekiz yıllık zorunlu ve kesintisiz ilköğretim reformuyla, Anadolu Liselerinin ortaokul bölümleri kapatılmış ve doğal olarak hazırlık sınıfı uygulaması lise düzeyine kaydırılmıştır. Hazırlık sınıflarının ortaokul düzeyinden kaldırılmasıyla birlikte ilkokul düzeyinde de İngilizce öğretiminde çeşitli değişikliklere gidilmiştir. 1997 yılında yapılan düzenleme ile beraber yabancı dil dersi ilköğretim okullarının dördüncü sınıfından başlamak üzere zorunlu hale getirilmiştir.

Yabancı dil eğitimiyle ilgili en önemli değişikliği getiren reformlardan bir diğeri, kamuoyunda 4+4+4 olarak bilinen ve zorunlu eğitimi 12 yıla çıkaran kanundur. Bu kanunda yabancı dil eğitimiyle ilgili en önemli değişiklik, bu derslerin 2. sınıftan itibaren okutulmaya başlamasıdır. Bu değişiklikle öğrencilerin daha erken bir yaşta yabancı dille tanışmaları amaçlanmıştır Resim 2.


Bilgi Paketi Süreci Ders Bilgileri:516311005 İngilizce I Kayıt değiştiriliyor...

Amacı: Bu ders ile öğrencilerin; İsans seviyesi için A2 düzeyinde İngilizcede; -Temel dilbilgisine sahip olmaları,

İçeriği: Öğrencilerin, lisans sonrası ve meslek hayatlarında ihtiyaç duyacakları İngilizceye temel oluşturacak seviyede İngilizce dilbilgisi, kelime dağarcığı, okuduğunu anlama, sözlü anlatım ve yazma becerileri.

Ders Notları:

Amacı (İngilizce): This course aims to equip undergraduate students, "European Language Portfolio Global Scale" A1-A2, in English with; - Basic grammar,

İçeriği (İngilizce): English grammar, vocabulary, reading comprehension, oral production and writing skills in order to help students follow occupational English courses in next years and prepare them for learning English further after university and in professional life.

Ders Notları (İngilizce):

Değerlendirme Sistemi

Yarıyıl Çalışmaları	Sayısı	Katkı%
Ara Sınav	1	% 40
Kısa Sınav	0	% 0
Ödev	0	% 0
Devam	0	% 0
Uygulama	0	% 0
Proje	0	% 0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	% 60
Toplam :	2	100

AKTS/İş Yükü Tablosu

Etkinlik	Sayısı	Süresi	Toplam İş Yükü(Saat)
Ders Süresi	14	2	28
Sınıf Dışı Ç. Süresi	14	2	28
Ödevler	0	0	0
Sunum/Seminer Hazırlama	0	0	0
Ara Sınavlar	1	2	2
Uygulama	0	0	0
Laboratuvar	0	0	0
Proje	0	0	0
Yarıyıl Sonu Sınavı	1	2	2
Toplam İş Yükü(Saat)	60	/ 30	= 2
Hesaplanan AKTS Kredisi	2 (Dersin AKTS Kredisi : 2)		

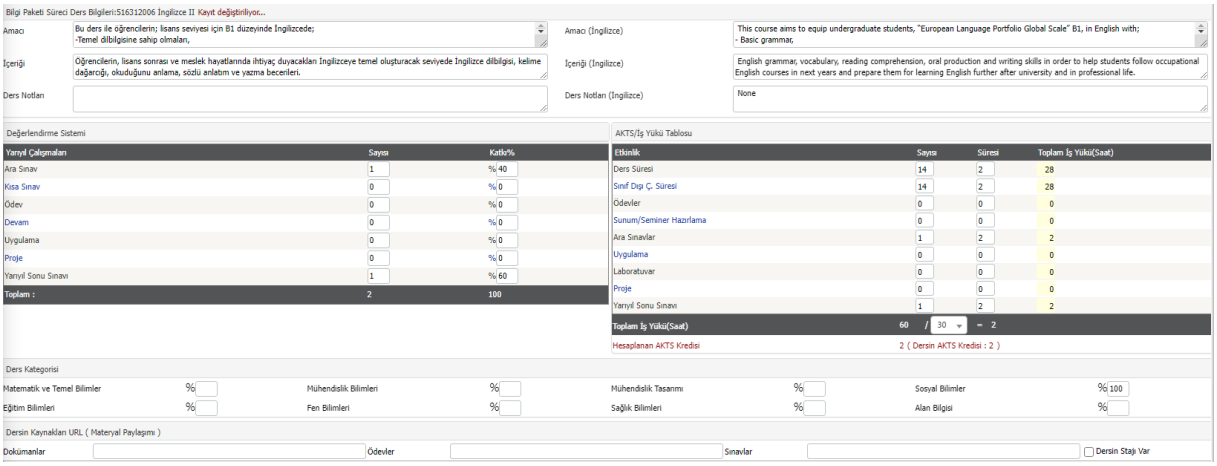
Ders Kategorisi

Matematik ve Temel Bilimler	%	Mühendislik Bilimleri	%	Mühendislik Tasarımı	%	Sosyal Bilimler	% 20
Eğitim Bilimleri	% 60	Fen Bilimleri	%	Sağlık Bilimleri	%	Alan Bilgisi	% 20

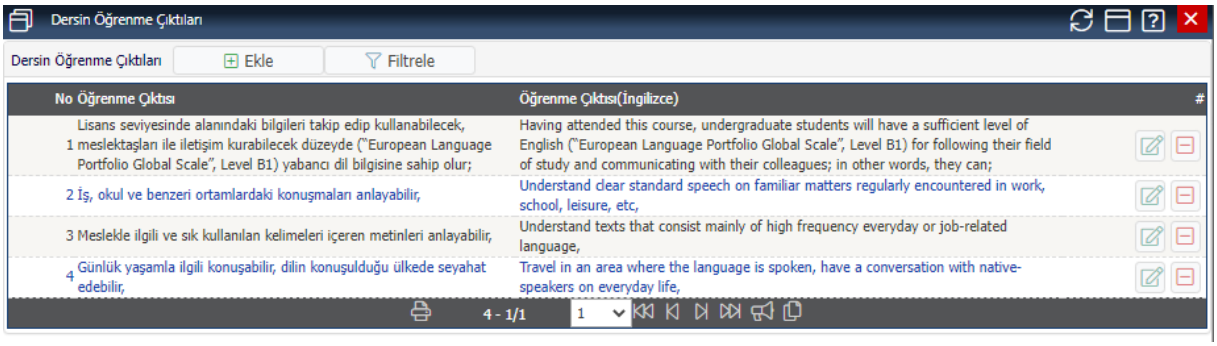
Dersin Kaynakları URL (Materyal Paylaşımı)

Dokümanlar | Ödevler | Sınavlar | Dersin Stajı Var

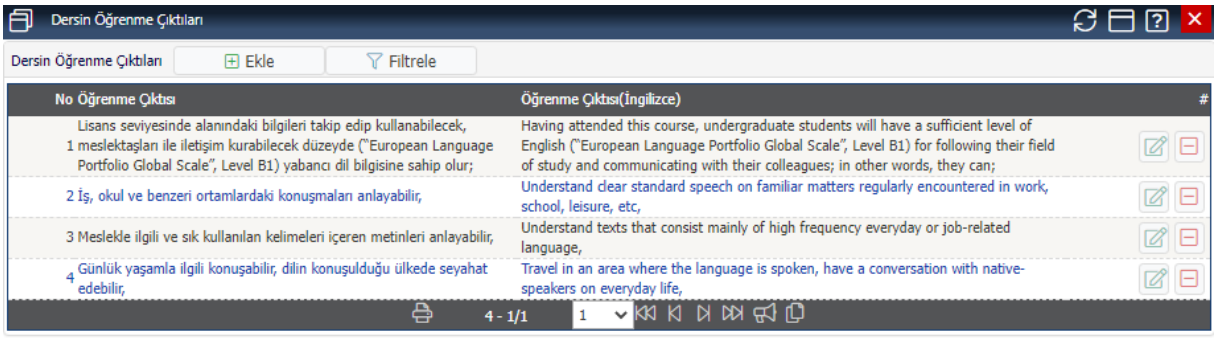
RESİM2: Bilgi Paketi Süreci Ders Bilgileri:516311005 İngilizce I



RESİM3: Bilgi Paketi Süreci Ders Bilgileri:516312006 İngilizce II



RESİM4: Bilgi Paketi Süreci Ders Bilgileri:516311005 İngilizce I Ders Öğrenim Çıktıları



RESİM 5: Bilgi Paketi Süreci Ders Bilgileri:516312006 İngilizce II Ders Öğrenim Çıktıları

YABANCI DİL ÖĞRETİMİNDEKİ SORUNLAR

Türkiye'de yabancı dil öğretiminin arzu edilen başarıyı sağladığını söylemek güçtür. Yapılan çalışmalarda, 15-29 yaş aralığındaki gençlerin çoğunun yabancı dil bilmediği görülmüştür (Başat, 2014). Türkiye'nin İngilizce Yeterlik İndeksi (EPI) puanına bakıldığında 47,80 ile çok düşük yeterlik aralığında olduğu tespit edilmiştir. Türkiye EPI verilerine göre, indekste yer alan 24 Avrupa ülkesi içinde 24. sırada; toplamda ise 63 ülke arasından 47. sıradadır (EF EPI, 2014). Türkiye ile birlikte birçok ülke, İngilizce öğretimi konusunda sorun yaşamaktadır. Bazı ülkelerin EPI verilerine göre orta düzey başarı sergilemesine rağmen ülkelerinin İngilizce eğitimi sorunlu olarak tanımlanmaktadır. Örneğin, Japonya, öğrencilerin konuşma pratiklerinin çok zayıf olduğunu tespit etmiş ve bu sorunu aşmak için yeni politikalar geliştirmişlerdir (Miller, 2014). Uluslararası karneyi teyit eder nitelikte, Türkiye'de ulusal düzeyde yapılan

sınavlardaki dil puanı ortalamaları da yabancı dilde arzu edilen düzeyde eğitim almadığımızı göstermektedir. Buna bir örnek olarak Tablo 6'da KPSS Özel Alan Bilgisi Testinde 2013 ve 2014 yabancı dil ortalamaları görülmektedir Resim2,3,4.

Uluslararası ve ulusal veriler göz önünde tutulduğunda "Neden yabancı dil öğrenemiyoruz?" sorusuna halen yanıt aranmaktadır. Bu yanıtı ararken genelde tartışmalar yabancı dil öğretmenlerinin nitelikleri üzerine yapılmaktadır: İngilizce öğretmenlerinin birçoğunun kalabalık sınıflarda yeni yöntemleri uygulamanın zorluğu arkasına saklanarak geleneksel yöntemlerle öğretim yaptıkları ve hatta öğrenciler gibi onların da konuşma ya da yazma becerilerinin yeterli olmadığı sık sık dillendirilmektedir (British Council ve TEPAV, 2013; Soner, 2007). Bu saptamaların kısmen doğruluk payı vardır. Ancak bu konuda öğretmenleri doğrudan suçlamak yanlış ve kolaycılık olacaktır. Haznedar'a (2010) göre, alınan kararlardan doğrudan etkilenen ancak yabancı dil eğitimi konusunda karar alma süreçlerine dâhil edilmeyen öğretmen kitlesi sistemde kendine yer bulmakta zorlanan bir grubu temsil etmektedir. Yabancı dil öğretimi sorunu konusunda bir diğer tartışma ise, başka ülkelerdeki yabancı dil öğretimi sistemleri başarılı olurken, aynı sistemlerin Türkiye'de neden işe yaramadığı üzerinden sürdürülmektedir. Ancak Türkiye'deki yabancı dil öğretimiyle başka ülkelerin yabancı dil öğretim sistemlerini karşılaştırılırken, bu ülkelerin ulusal dillerinin öğretilen yabancı dille aynı dil ailesinden geldiği, Avrupa Birliği üye ülkeleri arasında serbest dolaşım sayesinde öğretilen yabancı dilin konuşulduğu ülkelere seyahat edebilme ya da bu ülkelerde çalışma gibi fırsatların olduğu unutulmamalıdır. Türkiye'de yabancı dil öğretimiyle ilgili sorunlar kendi bağlamı içinde değerlendirilmeli ve çözümler bu bağlama uygun olarak üretilmelidir. Türkiye'de yabancı dil eğitimi konusunda yaşanan zorluklar, kalabalık sınıflar ve fiziksel koşulların yetersizliği ile nitelikli öğretmen eğitimi konusundaki açmazların yanı sıra, dil politikaları ve dil öğretimine yaklaşımlar gibi çok daha temel etkenlerden de kaynaklanmaktadır. Yabancı dil öğretimindeki başarısızlıkların kaynağı çeşitli boyutlarda ele alınabilir. Bu boyutlar birbirini etkileyen ve birbirinden etkilenen iç içe geçmiş sorunlardır. Dolayısıyla çözümleri de bütüncül bir yaklaşım gerektirmektedir. İfade edilen bazı sorunlar da küçük ve ayrıntı sorunlar gibi görünebilir, ancak bu küçük sorunlar birçok okulda yaşandığı için öğrenme sürecini engelleyen büyük bir sorun haline dönüşmektedirler.

Yabancı dil Öğretmenlerinin Hizmet Öncesi Eğitimleriyle ilgili Sorunlar

Hem alan dışından yabancı dil öğretmeni olarak atanmış hem de eğitim fakültelerinden mezun olan öğretmenlerin yeterlikleri tartışmaya açıktır. Özoğlu'na (2010) göre nitelikli öğretmen yetiştirme noktasında eğitim fakülteleri gerek insan kaynağı gerekse fiziksel ve teknolojik altyapı bakımından yetersizdir. Genel anlamda yetersizliğin yanı sıra üniversitelerde verilen hizmet öncesi eğitimde oldukça büyük farklılıklar bulunmaktadır. Eğitim fakültelerinde İngilizce öğretmenliği alanında okuyan öğrenciler çok farklı öğretim felsefeleri ve yeterliklerle mezun olmaktadırlar. Bu da aynı okul içinde bile farklı yöntem ve teknikler kullanan öğretmenlerin olmasına sebep olmuştur. Örneğin sınıfın birinde konuşma ağırlıklı, hedef dili kullanarak yabancı dil öğretilirken bir diğerinde geleneksel dilbilgisi-çeviri yöntemleri kullanılmaktadır. Yabancı dil öğretiminde ortak bir felsefe benimsenememiştir. Bir başka sorunsa İngilizce öğretmeni adaylarının öğretmeleri gereken dili kendilerinin de gerçek bir ortamda kullanamadan mezun olmalarıdır. Bazı büyük üniversitelerde native speaker (anadilini konuşan) akademisyenlerden eğitim alma şansını yakalasalar da, birçok üniversitede öğretmen adayları ana dili İngilizce olan hocadan eğitim almamaktadırlar. Örneğin Erciyes Üniversitesi İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı akademik kadrosunda anadili İngilizce olan bir hoca

bulunmamaktadır (Erciyes Üniversitesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, 2015). Yurt dışına çıkma şansı da bulunmayan öğrenciler öğrendikleri dili konuşan biriyle gerçek bir ortamda iletişim kurmadan mezun olmaktadırlar.

2. Yabancı dil Öğretmenlerinin istihdam Edilme biçimleriyle ilgili Sorunlar

Hizmet öncesi eğitimdeki sorunların yanı sıra, öğretmenlerin istihdam edilme süreçleriyle ilgili de çeşitli sorunlar dil öğretiminde başarısız olma nedenlerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde uzun yıllar boyunca farklı alanlarda lisans eğitimi almış kişiler İngilizce öğretmeni olarak atanmışlardır. Kimi iktisat, kimi kamu yönetimi mezunu olan bu kişilerin yabancı dil öğretimi konusunda yeterlikleri tartışılır. Bugün sadece eğitim fakültesi mezunları öğretmen olarak atansalar da, hâlihazırda görev yapan öğretmenlerin önemli bir kısmının öğretmenlik eğitimi alamadıkları halde öğretmenlik yapmaları önemli bir sorun teşkil etmektedir (Çınkır ve Kurum, 2015).

Günümüzde, MEB'e bağlı okullarda yabancı dil öğretmeni olabilmek için KPSS sınavında başarılı olmak gerekmektedir. Bu sınavda uzun yıllar alan bilgisine dair bir ölçme yapılmamıştır. 2013'te KPSS sınavında özel alan bilgisi de test edilmeye başlanmıştır. Bu olumlu bir gelişme sayılabilir ancak öğretmen yeterliklerinin test usulü bir ölçme yöntemiyle belirlenemeyeceği aşikârdır. Hele ki, yabancı dil öğretmenliği gibi hedef dili kullanabilme ve iletişime dönük yöntemleri uygulama becerilerinin oldukça önemli olduğu bir alanda maalesef öğretmenlik becerileri yüksek olanlar değil test tekniği iyi olanlar öğretmen olarak atanmaktadır. Bayraktaroğlu'nun da (2012) vurguladığı gibi yabancı dilin öğrenimi ve öğretimi, diğer alan derslerinin eğitiminden öz ve nitelik olarak farklı bir eğitim sürecidir. Yabancı dil eğitimi tarih, sosyoloji, fizik vb. alan derslerinin eğitiminde olduğu üzere bilgi yüklemesi yapılmasının tersine, okuma, yazma, dinleme ve konuşma gibi dil becerilerini özümseyerek bunların kullanımını geliştirmeyi gerektiren adeta bir meslek eğitimi türüdür. Yabancı dil öğretmenlerinin okuma, yazma, dinleme ve konuşma becerileri ölçülmediği gibi bu becerileri öğretebilme yeterlikleri de ölçülmeden istihdam edilmektedirler.

Yabancı dil Öğretiminde Fiziksel şartlarla ilgili Sorunlar

Öğretmenler, öğrenmeyi etkileyen en önemli unsurlardan biridir. Ancak belli şartlar sağlanmadıkça öğretmenlerin yeterlikleri öğrencilerin öğrenme düzeylerini ancak belli bir ölçüde etkileyebilmektedir. Yabancı dil öğretiminde fiziki imkânlar oldukça önemlidir. Yetenek öğretimi yapılan bu alanda sınıf mevcudu çok önemlidir ve öğrenci sayısının 20'yi geçmemesi tavsiye edilmektedir. Sınıfta yabancı dilde dinleme ve izleme etkinliklerini yapabilecek teknolojik alt yapılar olmalıdır. Ancak mevcut şartlar altında Türkiye'de sınıf mevcutlarının 20'nin altında olması mümkün değildir. Dil öğretiminde iletişimi geliştirmek için kullanılan ikili ve grup çalışmalarını yapmak, kalabalık sınıflarda öğretmenler açısından oldukça zorlayıcıdır. Konuşma etkinlikleri yaptırılsa dahi bir ders saatinde söz alıp hedef dilde konuşabilen öğrenci sayısı azdır. Yani sınıflar kalabalıklaştıkça öğrencilerin İngilizce konuşabilecekleri hemen hemen tek yer olan sınıf ortamında konuşma süreleri azalmaktadır (Büyükduman, 2005). Birçok sınıf dinleme ve izleme etkinlikleri yapmak için gereken fiziki imkânlardan yoksundur. Bu durum hedef dile maruz kalma ile ilgili sorun yaratmaktadır. Dinleme ve telaffuz becerileri açısından hedef dile mümkün olduğu kadar çok maruz kalmak önerilmektedir. İlkokul ikinci sınıfların derslerine giren İngilizce öğretmenleriyle yapılan bir çalışmada, okullarının teknolojik alt yapısının yetersiz olmasında ötürü (bilgisayar, yansıtım, akıllı tahta vb.) öğretmenlerin derslerini işlerken sıkıntı yaşadıkları tespit edilmiştir. Teknolojik

alt yapısı yeterli olan okullarda görev yapan İngilizce öğretmenleri ise derslerinde verimin yüksek olduğunu ifade etmiştir (Merter, Şekerci ve Bozkurt, 2014). Bazı okullarda teknolojik alt yapı kurulduğu halde düzenli bakımı yapılmadığı için sadece belli bir süre kullanılmaktadır. Bazı okulların, özellikle sosyal-ekonomik düzeyleri düşük vatandaşların yaşadığı çevrelerde olanların, maddi imkânları bakım-onarım hizmeti almaya yeterli değildir.

Yabancı dil Eğitim materyalleriyle ilgili Sorunlar

Diğer görsel ve işitsel materyaller dil öğretiminde büyük önem taşısa da günümüzde dil öğretimini hala ders kitapları desteklemektedir. İngilizce öğretmeni adayları materyal hazırlama, geliştirme ve uyarlama konularında hizmet öncesinde eğitim almaktadırlar. Ancak üniversiteler arasında belli bir standart olmadığı için tek dönemde verilen bu dersin yeterliğine dair yorum yapmak mümkün değildir. Okullarda öğrenciler için yardımcı materyalleri çoğaltmanın ekonomik olmamasının, yeni materyaller geliştirmenin zaman almasının ve öğretmenlerin materyal geliştirme ve uyarlama konusunda yetersizliklerinin tek bir materyale-ders kitabına bağlılığı devam ettirdiği söylenebilir. Ders kitapları da yabancı dil öğretiminde başka bir sorun kaynağıdır. Nitekim 2008 yılında MEB Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığınca, ilköğretim kurumlarında öğrenimini sürdüren öğrencilerin ve görev yapan öğretmenlerin ders kitapları hakkındaki görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan bir çalışmada, öğretmenler kitapların ölçme ve değerlendirme bölümlerini, konu işlenişlerinde pekiştirenlere yer verilmemesini, ara disiplinlerle ilişkilendirme ve diğer derslerle ilişkilendirme boyutlarında yetersizliğini eleştirmişlerdir. Çalışmada özellikle İngilizce ve sosyal bilgiler ders kitaplarının sorunlu görüldüğü belirtilmiştir (EARGED, 2008). MEB'in ücretsiz olarak sağladığı İngilizce ders kitaplarıyla ilgili sorunlar şöyle sıralanabilir: • İngilizce kitaplarında basitten karmaşığa doğru aşamalı bir yaklaşım yoktur. Sınıf seviyelerinde kullanılan okuma ve dinleme parçaları aniden zorlaşmaktadır. Seviyelerine uygun olmayan içeriklerle öğrencilerin yabancı dil dersine yönelik önyargıları artmaktadırlar. • İngilizce kitaplarında dil yanlışları ya da günlük kullanımda pek de yeri olmayan ifadeler bulunmaktadır. İngilizce kitaplarının acele bir biçimde ya da kitap yazımında uzmanlık sahibi olmayan kişilerce yazıldığı açık bir biçimde görülmektedir. • Kullanılan okuma ve dinleme metinleri otantik İngilizce metinler değildir. Yabancı dil öğretiminde yapay olarak oluşturulmuş metinlerden kaçınılması gerekmektedir. Bazı okullarda yardımcı kaynak adı altında başka kitaplar aldırılsa da, bu velilere mali yük anlamına gelmektedir. Okullardaki öğrencilerin ekonomik durumları yeterli olmadığında da kalite sorunu olan bu kitaplarla İngilizce öğretilmeye çalışılmaktadır.

Yabancı dil Öğretim yöntemleriyle ilgili Sorunlar

Daha önce de değinildiği gibi öğretmen yetiştirme konusunda üniversiteler arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bunun sonucu olarak da yabancı dil öğretimi yöntem ve teknikleriyle ilgili farklı kabullere ve donanımlara sahip öğretmenler yetiştirilmektedir. Buna ek olarak, öğretmenler hizmet öncesinde aldıkları ideal yöntemlerin mesleğe başladıktan sonra çok da uygulanabilir olmadığından yakınmaktadırlar (Uysal, 2012). Bu doğrultuda öğretmenlerin, hizmet öncesinde yöntem konusunda yeterli donanıma sahip olsalar bile iletişime dönük öğretim yöntemine her zaman çok sıcak bakmadıkları ve eğitim sahnesinde önerilen materyalleri, bu çerçevede tasarlanmış bağlamlarda bile, yeterince kullanmadıkları; dil bilgisi öğretimine dayalı geleneksel yöntemle İngilizce dil öğretimi uygulamaya devam ettikleri ifade edilmektedir (Peker, 2012). Hizmet öncesi dönemde iletişime dönük yöntemlerin kalabalık sınıflarda nasıl uygulanacağına dair eğitim de verilmemektedir. Öğretmenlerin iletişime dönük yöntemlerden kaçınmalarının bir sebebi de ülkemizdeki sınav sistemidir. Çoktan seçmeli test

soruları İngilizce öğretmenlerini sınava yönelik dilbilgisi kuralı anlatmaya ve kelime ezberletmeye, yani test tekniği öğretmeye sevk etmektedir. Hatta sınavlarda sorulan sorular iletişim becerileriyle ilgili olsa dahi sınav algısı öğrencileri yabancı dili test çözerek öğrenmeye itmektedir. Liselerde ise bazı okullarda sınav senesi olduğu için 12. sınıflarda yabancı dil dersleri hemen hemen hiç işlenmemektedir. Bu o kadar kanıksanmış bir uygulamadır ki bazı okullarda öğretmenlere derslerin işlenmemesi ya da kolaylaştırılması konusunda veliler ve okul idarecileri tarafından baskı yapılmaktadır. Yani bazı okullarda öğrencilerin dil öğreniminde neredeyse bir yılı boş geçebilmektedir.

Yabancı dil Öğretimi yönetimi ve denetimiyle ilgili Sorunlar

Ülkemizde öğretmenlerin atandıktan sonra yalnız başına bırakıldıkları bilinmektedir. Okul müdürlerinin özellikle yabancı dil öğretmenlerine rehberlik edebilecek yeterlikte olup olmadıkları sorgulanmalıdır. Üniversiteden daha yeni mezun olmuş bir öğretmen yeterli düzeyde mesleki rehberlik ve destekleyici denetimden yoksundur. Hatta bilakis öğretmenler kalabalık sınıflarda oyun oynattıklarında, iletişimsel aktiviteler yapıldığında çıkan gürültü nedeniyle müdürün ya da diğer öğretmenlerin "ders boş mu?" diye sınıflarına geldiklerini ve bunun utanç verici olduğunu ifade etmektedirler (Uysal, 2012). Oysa yönetici, öğretmen, öğrenci, izlence, fiziksel ortam ve kullanılan ders materyalleri birbiri ni tamamlayan faktörlerdir ve eşgüdümle öğrenme başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilir (Şenel, 2012). Ülkemizde denetim boşluğu da sorunlara sebep olmaktadır. Yabancı dil öğretmenlerine bir hafta gibi kısa bir sürede sınıflarında iletişime dönük yöntemler konusunda hizmet içi eğitim verilse de sonrasında süreç takipsiz bırakılmıştır. Okul müdürlerinin ya da denetmenlerin birçoğunun yabancı dil bilmemesi de yanlış uygulamalara müdahale edebilmelerini engellemektedir. Bunlar dışında, öğretmenlerin hizmet içi eğitimlere yönlendirilmemeleri, hizmet içi eğitimlerin belli şekillerde ödüllendirilmemesi, öğretmenlerin kendileri gönüllü olarak, öz gelişimleri için hizmet içi eğitim faaliyetlerine katılmamaları da dil öğretimi sorunu yaratan etmenler arasındadır. Yakın tarihlerde yapılan araştırmalar öğretmenlerimizin kendilerini yeterli gördüklerini ve kendilerini geliştirme ihtiyacı duymadıklarını göstermektedir (Özoğlu, 2010). Kısacası yönetim ve denetim boşlukları yüzünden yabancı dil öğretmenleri kendilerini geliştirmeye teşvik edilmemektedirler. Yabancı dilde seviye sınıflarının oluşturulmaması da öğretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin liseye başlayan öğrenciler çok farklı seviyelere sahiptirler ancak seviye sınıfları oluşturulmamaktadır, çok farklı düzeylerde olan bu öğrencileri aynı seviyeye ulaştırmaya çalışmak öğretmenler açısından oldukça zorlu bir iştir. Öğrenciler açısından ise çok ileri düzeyde yabancı dil bilen öğrencilerle aynı sınıfta dil öğrenmeye çalışmak korkutucu olmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'de farklı uygulamalara gidildiği halde yabancı dil öğretiminde halen yeterince başarılı olunmadığı görülmektedir. Bu gerçeği değiştirmek adına bir dizi çözüm yolunu aynı anda uygulamak gerekmektedir, çünkü sorunlardan tek bir tanesine odaklanarak bu çok taraflı sorunu çözmek mümkün değildir. Bu sorundan belli bir grubu sorumlu tutma yaklaşımı da doğru değildir, eğitim sistemindeki tüm elemanların sorumluluk payları vardır. Bu doğrultuda yabancı dil öğretimindeki sorunları çözmeye yönelik şu çözüm önerileri getirilmiştir:

Yabancı dil Öğretmenlerinin Hizmet Öncesi Eğitimi Sorunlarına çözüm Önerileri

• Üniversitelerde yabancı dil öğretmenliği alanlarına belli kalite standartları getirilmelidir.

• Yabancı dil öğretmeni yetiştiren yükseköğretim kurumlarında İngilizce dili orijinal olan akademisyenlerin istihdam edilmesi gerekmektedir.

• Yabancı dil öğretmeni adaylarının hizmete başlamadan önce öğretmenliğini yapacağı yabancı dilin konuşulduğu ülkeye gitmesi (değişim öğrencisi olarak dönem içinde ya da yaz tatillerinde olabilir) sağlanmalıdır. Bunun gerçekleştirilmesi için çeşitli projeler geliştirilmelidir.

Yabancı dil Öğretmenlerinin istihdam Edilme biçimleriyle ilgili çözüm Önerileri

• Alan dışından yabancı dil öğretmeni olarak atanmış öğretmenlerin tespit edilip kendi alanlarına geçiş yapmaları sağlanmalı ya da hizmet içi eğitim bu öğretmenler için zorunlu hale getirilmelidir.

• Yabancı dil öğretmenleri mesleğe atanırken çoktan seçmeli test yöntemiyle değil, mülakat, örnek ders anlatımı gibi yeteneklerini ortaya koyacakları bir yöntemle seçilmelidirler. Böylece adayların hedef dildeki yeterlikleri ve öğretmenlik becerileri gözlenebilecektir.

Yabancı dil Öğretiminde Fiziksel şartlarla ilgili çözüm Önerileri

• Yabancı dil sınıflarında sınıf mevcudu çok önemlidir.

Kalabalık okullarda sınıf mevcutlarının azalması için çözümler getirilmelidir.

• Sınıflardaki teknolojik alt yapılar yabancı dil öğretimi için yeterli hale getirilmelidir. Dinleme ve izleme etkinliklerini verimli bir biçimde yapacak teknolojik altyapı bütün okullara aynı standartlarda sunulmalıdır.

• Teknolojik araçların bakımı için de yerel yetkililer belli hizmet alımları için anlaşmalar yapmalıdır. Örneğin bir okul bölgesinin teknoloji bakım-onarımını yapacak bir aracı bir firmaya anlaşılabilir. Bu firmanın ödemeleri okul bütçesinden değil, yerel yönetimlerin bütçesinden karşılanabilir.

Yabancı dil Öğretim materyalleriyle ilgili çözüm Önerileri

• Öğretmenlerin materyal hazırlama ve geliştirme konusunda hizmet öncesinde aldıkları eğitimler kalabalık sınıflarda, ya da maddi imkânları sınırlı olan şartlarda da geliştirip kullanabilecekleri materyallere de yönelik olmalıdır.

• Ders kitaplarının içerik bakımından kolaydan zora ya da basitten karmaşığa yapılanmaları geliştirilmelidir.

• Ders kitapları hazırlama süreçleri iyi planlamalı, yazarlara gereken zaman verilmelidir.

• Kitapları hazırlayan komisyonda muhakkak anadili hedef dil olan bir yazar bulunmalıdır

. • Yabancı dil kitaplarında kullanılan içerikler otantik olmalıdır. Örneğin öğrencinin okuyacağı parça İngilizce bir dergi ya da gazeten alınmış, öğrenci seviyesine göre basitleştirilmiş ve kültüre uyarlanmış olmalıdır. Gerçek içerikler öğrenmenin daha anlamlı olmasını sağlamaktadır. Aynı durum dinleme metinleri için de geçerlidir. Diyalogların ve metinlerin gerçek hayatı yansıtması gerekmektedir.

• Kaliteli, öğrencilerin seviyelerine uygun ve ücretsiz materyaller için öğrencilerin sürekli erişimine açık yabancı dil kütüphaneleri oluşturulmalıdır.

• Yabancı dil ders kitaplarıyla ilgili sıralanan bu önerileri gerçekleştirmek için MEB yabancı yayınevleriyle işbirliği anlaşmaları yapabilir, böylece içerik bakımından kaliteli, aynı zamanda Türkiye sosyo-kültürel bağlamına uygun yayınlar hazırlanabilir.

Yabancı dil Öğretim yöntemleriyle ilgili çözüm Önerileri

• İletişime dönük teknikler sınavlar uğruna feda edilmemelidir. İletişime dönük tekniklerin kullanılması konusunda öğretmen, yönetici ve velilerin olumsuz algıları değiştirilmelidir. Bu konuda okullarda uygulama birliği oluşturulmalıdır.

• Yabancı dil öğretiminin sürekli olursa başarıya olacağı unutulmamalıdır. Yöneticilerin bilinçlendirilmesiyle, sınav senesi bahanesiyle derslerin işlenmemesi gibi bir eğilim önlenebilir.

Yabancı dil Öğretimi yönetimi ve denetimiyle ilgili çözüm Önerileri

• Okul müdürleri yabancı dil öğretimiyle ilgili yöntem ve teknikler konusunda eğitim almalıdırlar. Böylece iletişime dönük yöntemleri kullanan öğretmenlerin sınıflarına müdahale etmeyi bırakabilir, özellikle göreve yeni başlayan öğretmenlerin ihtiyaç duydukları rehberliği sağlayabilirler.

• Yabancı dil öğretmenlerine okul müdürleri ya da denetmenlerce destekleyici bir yaklaşımla denetim yapılmalıdır. Okul müdürlerinin ve denetmenlerin yabancı dil öğretimiyle ilgili donanımlı olmaları sağlanmalıdır. Okul müdürleri ve denetmenlerin de yabancı dil öğrenmeleri sağlanmalıdır. Hatta yabancı dil bilmek okul müdürü olmak için belirlenen yeterliklerden biri haline getirilmelidir.

• Yabancı dil öğretmenlerine yönelik hizmet içi eğitimler arttırılmalı ve öğretmenlerin katılımları çeşitli yaptırımlar ve ödüller aracılığıyla sağlanmalıdır.

• Yabancı dil için seviye sınıfı oluşturulmalıdır. Bu çözüm önerileri, başka ülkelerdeki yabancı dil öğretim sistemleri tek ölçüt olarak alınmadan, bütüncül bir biçimde, uzun vadeli politikalarla, sonuçların da uzun vadede ortaya çıkacağı bilinerek uygulanırsa yabancı dil öğretiminde başarı yakalanacaktır.

KAYNAKÇA

Başat, G. (2014). Neden yabancı dil öğrenemiyoruz? Aljazeera Türk Dergi. 24 Nisan 2015 tarihinde http://dergi.aljazeera.com. tr/2014/09/01/neden-yabancı-dil öğrenemiyoruz/ adresinden erişilmiştir.

Bayraktaroğlu, S. (2012). Neden yabancı dil eğitiminde başaralı olamıyoruz?. Türkiye‘de yabancı dil eğitiminde eğilim ne olmalı? 12 – 13 Kasım 2012. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı 1. Yabancı Dil Eğitimi Çalıstayı Bildirileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Boyacıoğlu, F. (2015). The historical development of the foreign language education in Ottoman Empire. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 174, 651 – 657.

British Council ve TEPAV (2013). Türkiye’deki devlet okullarında İngilizce dilinin öğretimine ilişkin ulusal ihtiyaç analizi. 30 Nisan 2015 tarihinde http://www.tepav.org.tr/upload/files/1399388519-

1.Turkiyedeki_Devlet_Okullarinda_Ingilizce_Dilinin_Ogrenimine_Iliskin_Ulusal_Ihtiyac_Analizi.pdf adresinden erişilmiştir.

Büyükduman, F. İ. (2005). İlköğretim okulları İngilizce öğretmenlerinin birinci kademe İngilizce öğretim programına ilişkin görüşleri. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 28, 55-64.

Çınkır, Ş. ve Kurum, G. (2015). Discrepancy in teacher employment: The problem of out-of-field teacher employment. Educational Planning, 22(1), 29-47.

EARGED. (2008). İlköğretim okulu ders kitaplarının değerlendirilmesi. 22 Nisan 2015 tarihinde http://www.meb.gov.tr/earged/earged/Son_Ders_Kitaplari.pdf adresinden erişilmiştir.

EF English Proficiency Index. (2014). EF EPI Index 2014. 22 Nisan 2015 tarihinde http://media.ef.com/__/~/media/centralefcom/epi/v4/downloads/full-reports/ef-epi-2014-english.pdf adresinden erişilmiştir.

Erciyes Üniversitesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü. (2015). Yabancı diller eğitimi bölümü. 23 Nisan 2015 tarihinde http://egitim.erciyes.edu.tr/bolumler/yde/personel.php adresinden erişilmiştir.

Genç, A. (2004). Türkiye'de ilk ve ortaöğretim okullarında yabancı dil öğretimi. Kırgızistan-Manas Sosyal Bilimler Dergisi, 10, 107-111.

Haznedar, B. (2010). Türkiye'de yabancı dil Eğitimi: Reformlar, yönelimler ve öğretmenlerimiz. International Conference on New Trends in Education and Their Implications, 11-13 November. Antalya-Türkiye.

Koçak, S. ve Kavak, Y. (2014). Milli Eğitim Bakanlığı'nın öğretmen atama esasları ve kaynak yükseköğretim programlarıyla ilgili gelişmeler. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 29(4), 157-170.

MEB (2014a). İlköğretim kurumları (ilkokul ve ortaokul) haftalık ders çizelgesi. 22 Nisan 2015 tarihinde http://ikgm.meb.gov. tr/upload/TTK%C3%A7izelge.pdf adresinden erişilmiştir.

MEB. (2014b). 2014- 2015 öğretim yılı ortaokul, genel lise, fen lisesi, resmi-özel kolej ve Anadolu liseleri haftalık ders dağılımı. 22 Nisan 2015 tarihinde http://talimterbiye.mebnet.net/Ogretim%20Programlari/dersdaglimcizelgeleri/2014-2015/2014-2015 Haftalık%20Ders%20Dagilim%20Cizelgesi.pdf adresinden erişilmiştir.

MEB. (2006). Genel Liselerde, Kolejlerde, Anadolu Liselerinde ve Fen Lisesinde 2006-07 Öğretim Yılından İtibaren Uygulanacak Haftalık Ders Dağılım Çizelgesi. 22 Nisan 2015 tarihinde http://talimterbiye.mebnet.net/Ogretim%20Programlari/dersdaglimcizelgeleri/liselerdedersdagilimi.pdf adresinden erişilmiştir.

Merter, F., Şekerci, H. ve Bozkurt, E. (2014). İngilizce öğretmenlerinin ikinci sınıf İngilizce dersine ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi. Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5, 199-210.

Miller, K.K. (2014). What's wrong with English education in Japan? Pull up a chair. Japan Today. 23 Nisan 2015 tarihinde http://www.japantoday.com/category/lifestyle/view/whats-wrong-with-english-education-in-japan-pullup-a-chair adresinden erişilmiştir.

ÖSYM. (2014a). 2014-Kamu personeli seçme sınavı öğretmenlik alan bilgisi testi (ÖABT) Sonuçları. 23 Nisan 2015 tarihinde http://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2014/KPSS/OABT-SORUYANIT/KPSS-2014-OABTsayisal25072014. pdf adresinden erişilmiştir.

ÖSYM (2014b). 2014-Lisans yerleştirme sınavları (2014-LYS) sonuçları. 24 Nisan 2015 tarihinde dokuman.osym.gov.tr/ pdfdokuman/2014/LYS/2014_LYS_SB.pdf adresinden erişilmiştir. ÖSYM. (2013a). 2013-Kamu personeli seçme sınavı A grubu ve öğretmenlik sonuçları. 23 Nisan 2015 tarihinde http://dokuman.osym.gov.tr/pdfdokuman/2013/KPSS1/2013-KPSS%20A%20GRUBU%20ve%20%C3%96%C4%9 ERETMENL%C4%B0K.pdf adresinden erişilmiştir.

ÖSYM (2013b). 2013-Lisans yerleştirme sınavları (2013-LYS) sonuçları. 24 Nisan 2015 tarihinde http://www.osym.gov.tr/ belge/1-19192/2013-lys-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html adresinden erişilmiştir.

ÖSYM (2012). 2012-Lisans yerleştirme sınavları (2012-LYS) sonuçları. 24 Nisan 2015 tarihinde http://www.osym.gov.tr/ belge/1-13603/2012-lys-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html adresinden erişilmiştir.

ÖSYM (2011). 2011-lisans yerleştirme sınavları (2011-LYS) Sonuçları. 25 Nisan 2015 tarihinde www.osym.gov.tr/dosya/157958/.../2011-lyssayisalbilgiler21072011.pdf adresinden erişilmiştir.

ÖSYM (2010). 2010-Lisans yerleştirme sınavları (2010-LYS) sonuçları. 25 Nisan 2015 tarihinde osym.gov.tr/ belge/1-12075/2010-osys-lys-basin-bulteni-15072010.html adresinden erişilmiştir.

Özoğlu, M. (2010). Türkiye'de öğretmen yetiştirme sisteminin sorunları. Ankara: SETA. Peker, B.G. (2012). Materyal değerlendirmede prensipler ve kriterler. Türkiye'de yabancı dil eğitiminde eğilim ne olmalı? 12 – 13 Kasım 2012. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı 1. Yabancı Dil Eğitimi Çalıstayı Bildirileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Soner, O. (2007). Türkiye'de yabancı dil eğitimin dünü bugünü. Öneri, 7 (28), 397-404.

Şahin, C.A. (2013). Türkiye'de yabancı dil eğitim politikasının İngilizce öğretimi bağlamında eleştirel değerlendirilmesi. (Yayınlanmamış doktora tezi). Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Şenel, M. (2012). Yabancı dil öğretiminde materyal geliştirme ve değerlendirme süreci. Türkiye'de yabancı dil eğitiminde eğilim ne olmalı? 12 – 13 Kasım 2012. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı 1. Yabancı Dil Eğitimi Çalıstayı Bildirileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Uysal, H.H. (2012). İngilizce eğitiminde denetim sorunları ve bir çözüm yolu olarak hizmetiçi eğitim ve bağlama duyarlı bireysel yönlendirme. Türkiye'de yabancı dil eğitiminde eğilim ne

olmalı? 12 – 13 Kasım 2012. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngiliz Dili Eğitimi Anabilim Dalı 1. Yabancı Dil Eğitimi Çalıstayı Bildirileri. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları.

Başak Coşkun Demirpolat, TÜRKİYE'NİN YABANCI DİL ÖĞRETİMİYLE İMTİHANI SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ Bu yayının tüm hakları SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik (fotokopi, kayıt ve bilgi depolama, vd.) yollarla basımı, yayını, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

https://ktbmyo.dpu.edu.tr/tr/index/sayfa/643/hakkimizda

KAHRAMANMARAŞ İKİZ DEPREMLERİ MÜDAHALE ÇALIŞMALARI RAPORU

Öğretim Görevlisi Ali Telli
Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, ORCID: 0000-0002-2285-351X

ÖZET

İHH İnsani Yardım Vakfı, yardım faaliyetlerine başladığı 1992 yılından bu yana dünyanın neresinde olursa olsun savaş ve doğal afet gibi sebeplerle mağdur olmuş, sıkıntıya düşmüş, zulme uğramış bütün insanlara gerekli insani yardımı ulaştırmak ve bu insanların temel hak ve hürriyetlerinin ihlal edilmesini önlemek için faaliyetler gerçekleştirir. İnsani yardım, insan hakları ve insani diplomasi alanlarındaki çalışmalarını yürütürken Türkiye ile birlikte dünyanın dört bir yanında yardımlaşma, dayanışma ve kardeşlik duygusunun gelişmesini önceler; buna yönelik birçok sosyal ve kültürel proje üretir. Mağduriyet yaşanan bölgelerde faaliyet gösteren sivil toplum kuruluşlarının geliştirilmesi adına öncü ve rol model olma vazifesini üstlenir; acil yardımların yanı sıra bölge halkına hizmet verecek, ülkelerin kalkınmasına destek olacak okul, yetimhane, cami, su kuyusu, kültür merkezi, sağlık ocağı, hastane gibi kalıcı eserler inşa eder. Devletlerarası diplomasinin yeterli olmadığı ve insanların mağdur olduğu her bölgede insani diplomasi çalışmaları yaparak sorunların çözülmesi adına arabuluculuk vazifesi yürütür. 2007 yılında Türkiye Büyük Millet Meclisi (TBMM) Üstün Hizmet Ödülü'ne layık görülen İHH İnsani Yardım Vakfı'na T.C. Bakanlar Kurulu'nun 04.04.2011 tarih ve 2011/1799 sayılı kararı ile vergi muafiyeti tanınmış, kamu yararına çalışan vakıf statüsü verilmiştir. İHH İnsani Yardım Vakfı; Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal Konseyi (ECO - SOC) ve İslam İşbirliği Teşkilatı'na (OIC) danışman statüsünde üye, İslam İşbirliği Teşkilatı İnsani Fonu'na (OICHF) meclis üyesi olmakla birlikte; Uluslararası Gönüllü Kuruluşlar Konseyi (ICVA), Türkiye Gönüllü Teşekküller Vakfı (TGTV), İslam Dünyası Sivil Toplum Kuruluşları Birliği'ne (İDSB) üyedir. İHH Afet Yönetimi Başkanlığı bünyesinde yürütülmekte olan çalışmalar neticesinde; ülkemiz genelinde 2 binin üzerinde arama kurtarma gönüllüsü, 1.500 kişilik operasyonel ekip ve 3 özel eğitimli arama kurtarma köpeği, Türkiye ve yurt dışındaki afetlere müdahale çalışmalarına destek vermek için hazırda beklemektedir. AFAD tarafından yapılan Kentsel Arama Kurtarma Akreditasyon Sistemi'nden akredite edilmiş 1 orta sınıf, 8 hafif sınıf ekibimiz bulunmaktadır. Beslenme Akreditasyonunda ise İHH, ağır sınıf olarak akredite edilen ilk STK'dır. Psikososyal Destek ve Ayni Bağış Depo Yönetimi ve Dağıtım akreditasyon süreçlerimiz devam etmektedir. Vakfımız, 2019'da Bursa'da ve 2020'de Bolu'da gerçekleştirdiği ulusal tatbikatlarla yetkinliğini ve kapasitesini test etmiş, ekiplerinin tecrübesini artırmıştır.
İHH Arama Kurtarma olarak, 6-23 Şubat 2023 tarihleri arasında Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya ve Şanlıurfa olmak üzere toplamda 8 ilde arama kurtarma operasyonlarını gerçekleştirdik. Çalışmanın sonunda daha verimli afet yönetimi için öneriler yer almıştır.

Anahtar Kelimeler: AFAD, Kütahya İHH, Kentsel Arama ve Kurtarma, Afet Yönetimi,

KAHRAMANMARAŞ TWIN EARTHQUAKES RESPONSE STUDIES REPORT

Abstract

Since 1992, when it started its aid activities, IHH Humanitarian Relief Foundation has been carrying out activities to deliver necessary humanitarian aid to all people who have been victims of war and natural disasters, and to prevent the violation of their fundamental rights and freedoms. performs. While carrying out its works in the fields of humanitarian aid, human rights and humanitarian diplomacy, it prioritizes the development of a sense of cooperation, solidarity and fraternity all over the world, together with Turkey; produces many social and cultural projects for this purpose. It undertakes the task of being a pioneer and a role model for the development of non-governmental organizations operating in regions where victims are experienced; In addition to emergency aid, it builds permanent works such as schools, orphans households, mosques, water wells, cultural centres, health centres and hospitals that will serve the people of the region and support the development of countries. It acts as a mediator in order to solve the problems by carrying out humanitarian diplomacy studies in every region where interstate diplomacy is not sufficient and people are victimized. IHH Humanitarian Relief Foundation, which was deemed worthy of the Turkish Grand National Assembly (TBMM) Distinguished Service Award in 2007, T.R. With the decision of the Council of Ministers dated 04.04.2011 and numbered 2011/1799, tax exemption was granted and the status of foundation working for public benefit was granted. IHH Humanitarian Relief Foundation; He is a member of the United Nations Economic and Social Council (ECO - SOC) and the Organization of Islamic Cooperation (OIC) with a consultant status, and a council member of the Organization of Islamic Cooperation Humanitarian Fund (OICHF); It is a member of the International Council of Voluntary Organizations (ICVA), the Turkish Voluntary Organizations Foundation (TGTV), and the Union of Non-Governmental Organizations of the Islamic World (IDSB). As a result of the studies carried out within the IHH Disaster Management Presidency; More than 2,000 search and rescue volunteers, an operational team of 1,500 people and 3 specially trained search and rescue dogs throughout our country are standing by to support disaster response efforts in Turkey and abroad. We have 1 middle class and 8 light class teams accredited by the Urban Search and Rescue Accreditation System made by AFAD. In Nutrition Accreditation, IHH is the first NGO to be accredited as heavy class. Our Psychosocial Support and In-kind Donation Warehouse Management and Distribution accreditation processes continue. Our foundation has tested its competence and capacity and increased the experience of its teams with the national exercises it held in Bursa in 2019 and Bolu in 2020.
As IHH Search and Rescue, we carried out search and rescue operations in 8 provinces in total, including Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya and Şanlıurfa between 6-23 February 2023. At the end of the study, suggestions for more efficient disaster management are included.

Keywords: AFAD, Kütahya IHH, Urban Search and Rescue, Disaster Management.

1.GİRİŞ

DEPREM HAKKINDA GENEL BİLGİ: 6 Şubat 2023 tarihinde, Türkiye saatiyle 04.17'de ve ardından 13.24'te merkez üssü Kahramanmaraş'ın Pazarcık ve Elbistan ilçeleri olan 7,7 ve 7,6 büyüklüğünde iki farklı deprem meydana geldi. İlki, yerin 8,6 kilometre, ikincisi ise 7 kilometre derinliğinde meydana gelen depremlerin dünya üzerinde bugüne kadar derinlik olarak yüzeye

en yakın ölçülen depremler olduğu açıklandı. Yüzeye yakın gerçekleştiği için "sığ deprem" olarak değerlendirilen bu iki depremin yol açtığı hasar da bu sebeple çok büyük oldu. Pazarcık depremi, sol yanal atımlı Doğu Anadolu Fay Zonu' nun Narlı Fay Parçası (Segmenti) üzerinde oluştu. Bu büyük deprem bölgedeki diğer fayları önemli oranda etkileyerek üzerine gerilme aktarılan (tetiklenen) ve Doğu Anadolu Fayı'ndan ayrılan bir kol olan Çardak Fayı üzerinde Elbistan depremini oluşturdu. Bu iki fayın merkez üsleri arasında yaklaşık 90 kilometre kuş uçuşu mesafe bulunuyor.* Pazarcık depremi ülkemizde afete yol açmış olduğu iller bakımından toplamda 108.812 km2lik bir alanı ve 13,5 milyon nüfusu kapsamaktadır. Depremin etki alanı ise 1.200.000 km²dir. Etkilenen bölge, alan olarak birçok ülkeden büyük, nüfusu da birçok ülkenin nüfusundan daha fazladır. Kırılan fay uzunluğu 450 km'dir.

2. AFET BÖLGESİNE İNTİKAL

Birinci depremin hemen ardından İHH Afet Yönetimi Başkanlığı, afete müdahale amacıyla illerdeki ekiplerin hazırlık ve intikal çalışmalarına başlanması için talimat verdi. Ancak depremin etkilediği illerdeki ekip üyelerimiz de afetzede durumuna düştüğü için operasyon gerçekleştirmeleri yahut yardım çalışmalarını başlatmaları mümkün olamadı. Aileleri ve yakınlarıyla birlikte afetten etkilenmiş, kayıplar vermiş oldukları için bu durumun şokunu yaşıyorlardı. Ancak durumu iyi olan personel ve gönüllülerimiz enkaz altında kalan yakınlarını kurtarmak için kısa sürede harekete geçti. Fakat afetin ilk saatlerinde enkazda çalışabilmek için gerekli donanım ve malzemeye ulaşmada da sorun yaşandığından etkili bir arama kurtarma çalışması yapılamamış, kazma, kürek vb. basit aletlerle mümkün olduğunca çok insana yardım edilmeye çalışılmıştır. Afet bölgesine komşu illerdeki ekiplerimiz vakit kaybetmeden hazırlıklarını tamamlayıp depremden etkilenen il ve ilçelere intikal ederek arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. Fakat bu süreç de depremin gece geç bir saatte meydana gelmesi, zorlu hava koşulları ve birçok köprünün yıkılıp yolların hasar görmesi sebebiyle bir hayli zor ilerlemiştir. Elverişsiz koşullar yüzünden ekiplerimizin çoğu yollarda mahsur kalmış, ciddi kazalar atlatmıştır. Hatta kurtarılmayı beklemek durumunda kalanlar dahi olmuştur. Bütün bu zorluklara rağmen Gaziantep, Malatya, Kayseri, Şanlıurfa, Hatay ve Çorum ekiplerimizden kimi depremin ilk saatlerinde kimi de sabahın erken saatlerinde deprem bölgesine ulaşarak arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. Uzak illerden yola çıkan ekiplerimiz ise hem hava hem de kara yoluyla afet bölgesindeki illerin geneline araç ve ekipmanlarıyla birlikte sevk edilmiştir

3. ARAMA KURTARMA ÇALIŞMALARI

İllerde Müdahale Çalışmaları: AFAD'ın açıklamalarına göre Türkiye çapında ulusal/uluslararası resmi kurum ve sivil toplum kuruluşlarının ekipleri tarafından toplamda 26.032 enkazda arama kurtarma çalışması yürütüldü. İHH Arama Kurtarma olarak, 6-23 Şubat 2023 tarihleri arasında Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya ve Şanlıurfa olmak üzere toplamda 8 ilde arama kurtarma operasyonlarını gerçekleştirdik.

ADANA Meydana gelen depremde Adana ilimizde 18 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirilen operasyon yönetim ekibi ilk gün sabah saat 05.10'da Adana İHH İnsani Yardım Derneği'nin binasında toplanarak enkazların yerini tespit etmek için alan tarama çalışmalarını başlatmıştır. Adana İHH dernek binası operasyon merkezi olarak kullanılmış, koordinasyon oradan sağlanmıştır. Adana ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Adana merkezli arama kurtarma çalışmalarında toplamda 3

enkazda çalışmış olup bu enkazlardan 20 vatandaşımızı yaralı, 80 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

ADIYAMAN Meydana gelen depremde Adıyaman ilimizde 2.349 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün saat 16.00'da Afet Koordinasyon Merkezinde Tunceli AFAD İl müdürü uhdesinde çalışmalara başlamıştır. Organize sanayi bölgesinde bulunan lojistik merkezi, operasyon merkezi olarak kullanılmış ve koordinasyon oradan sağlanmıştır. Adıyaman ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Adıyaman merkezli arama kurtarma çalışmalarında toplamda 80 bina enkazında çalışmış olup bu enkazlardan 77 vatandaşımızı yaralı, 226 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

DİYARBAKIR Meydana gelen depremde Diyarbakır ilimizde 175 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün sabah saat 07.00'da Siirt'ten yola çıkmış ve yine ilk gün saat 17.00'da AFAD'ın yönlendirmeleri ile arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. Muş ekibimiz de Diyarbakır'daki çalışmalara dahil olmuştur. Arama kurtarma ekiplerimiz yaptıkları arama kurtarma çalışmalarında toplamda 10 bina enkazında çalışmış olup bu enkazlardan 13 vatandaşımızı yaralı, 42 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

GAZİANTEP Meydana gelen depremde Gaziantep ilimizde 3.364 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün sabah saat 05.30'da AFAD tarafından bildirilen enkazlara müdahale etmeye başlamıştır. Çalışmalar, Gaziantep il AFAD binasında kurulan afet kriz masasından koordine ve takip edilmiştir. Gaziantep ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Gaziantep ve Nurdağı merkezli yaptıkları arama kurtarma çalışmalarında toplamda 92 enkazda çalışmış olup bu enkazlardan 190 vatandaşımızı yaralı, 468 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

HATAY Meydana gelen depremde Hatay ilimizde 5.696 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün sabah saat 9.30'da AFAD İl Müdürlüğü binasında, il müdürünün uhdesinde çalışmalarına başlamıştır. Operasyonlar, Reyhanlı'da bulunan İHH Afet Yönetimi merkezinden koordine ve takip edilmiştir. Hatay ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Antakya ve İskenderun merkezli arama kurtarma çalışmalarında 141 enkazda çalışmış olup bu enkazlardan 275 vatandaşımızı yaralı, 903 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

KAHRAMANMARAŞ Meydana gelen depremde Kahramanmaraş ilimizde 3.752 bina yıkıldı. İHH Arama Kurtarma olarak bölgedeki ilk müdahaleyi depremin hemen ardından kendileri de afetzede olan ekibimizden iki üye yapmıştır. Akabinde, Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz ekipler AFAD tarafından bildirilen enkazlara müdahale etmeye başlamıştır. Kahramanmaraş ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamış olup 113 enkazda çalışmıştır. Bu enkazlardan 205 vatandaşımızı yaralı, 546 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmişlerdir

MALATYA Meydana gelen depremde Malatya ilimizde 2.285 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün sabah saat 04.45'de AFAD İl Müdürlüğü binasında eğitim şube müdürümüzün uhdesinde çalışmalarına başlamıştır.

2. organize sanayi bölgesinde bulunan Malatya İl AFAD Müdürlüğü operasyon merkezi olarak kullanılmış ve çalışmalar oradan koordine ve takip edilmiştir. Malatya ilinde bulunan arama kurtarma personel ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamışlardır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Malatya ve Doğanşehir merkezli arama kurtarma çalışmalarında 40 enkazda çalışmış olup bu enkazlardan 39 vatandaşımızı yaralı, 111 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

ŞANLIURFA Meydana gelen depremde Şanlıurfa ilimizde 71 bina yıkıldı. Afet Yönetimi Başkanlığından yönlendirdiğimiz operasyon yönetimi ekibimiz ilk gün sabah saat 05.00'da AFAD koordinasyonu ile verilen koordinatlara müdahaleye başladı. Operasyon ve çalışmalar AFAD İl Müdürlüğü'ne bağlı bir şekilde koordine edilmiştir. Şanlıurfa ilinde bulunan arama kurtarma personeli ve gönüllülerimiz, depremin ilk saatlerinden itibaren arama kurtarma çalışmalarına başlamıştır. İHH Arama Kurtarma ekipleri Şanlıurfa merkez ve Birecik ilçesinde yaptıkları arama kurtarma çalışmalarında toplamda 6 enkazda çalışmış olup bu enkazlardan 22 vatandaşımızı yaralı, 61 vatandaşımızı da ölü olarak tahliye etmiştir.

Ekiplerimizin Çalışma Detayları: Depremden etkilenen illere intikal eden ekiplerimiz enkazlar da arama kurtarma faaliyetlerini AFAD 'ın illerdeki kriz yönetim merkezleri ile koordineli bir şekilde yürütmüştür. Teşkilatımızın yapılanmasının olduğu illerden 64 ekibimiz; 2.156 arama kurtarma görevlisi, 3 arama köpeği, 241 araç ve 38 ekibin ekipman ve malzemesi ile Adana, Adıyaman, Diyarbakır, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Malatya ve Şanlıurfa olmak üzere toplamda 8 ilde arama kurtarma operasyonları gerçekleştirmiştir. 6-23 Şubat 2023 tarihleri arasında ekiplerimiz enkazdan vefat etmiş veya yaralı olarak toplam 3.278 kişi çıkartmıştır.

4. SAHADA BERABER ÇALIŞTIĞIMIZ ULUSLARARASI EKİPLER

Gerek arama kurtarma gerekse insani yardım çalışmalarında bizlerle birlikte, yurt dışından gelen birçok ekip görev aldı. Bu ekiplerin içerisinde daha önce İHH olarak TİKA ile yürüttüğümüz ortak projeler aracılığıyla arama kurtarma eğitimleri verdiğimiz Bosna-Hersek, Endonezya, Lübnan ve Irak'taki partner kuruluşların ekipleri de vardı. Bosna-Herek 'ten gelen ekipleri Hatay'daki kriz yönetim merkezimizin uhdesinde illerden gelen ekiplerimize bütünleşmiş ederek yedi gün boyunca arama kurtarma çalışması yaptık. Endonezya'dan gelen ekiple hem arama kurtarma hem de insani yardım dağıtımı gerçekleştirdik. Irak'tan gelen ortak kuruluşumuzla Gaziantep ve Şanlıurfa'da insani yardım malzemesi dağıtımı yaptık. Bunların haricinde Arnavutluk, İspanya, Katar ve Malezya gibi ülkelerden gelen resmi kurum ve STK'larla da ortak çalışmalar yürüttük. Bu afetle birlikte, yurt dışındaki kurumlarla iletişim ve ilişki kurmanın öne - mini ve gerekliliğini bir kere daha görmüş olduk. Kendileriyle daha önce gerçekleştirmiş olduğumuz doğada arama kurtarma, kentsel arama kurtarma ve su altı/ su üstü arama kurtarma eğitimlerinden bütün insanlığın faydalanabilecek olmasını görmek, bu minvaldeki faaliyetlerimizi çoğaltıp devam ettirme konusunda bizleri daha da teşvik etti.



Tablo1: İNSANİ YARDIM ÇALIŞMALARI

5. İNSANİ YARDIM ÇALIŞMALARI

Yukarıda genel kapsamıyla bahsettiğimiz arama kurtarma çalışmaları vakfımızın "Afet Yönetimi" politikasının sadece bir parçası olup bu çalışmalarla eş güdümlü olarak insani yardım çalışmaları da benzer acili yet yaklaşımıyla başlatılmıştır. Bu kapsamada afetin gerçekleştiği ilk andan itibaren ülke genelindeki teşkilatlarımızdan yönlendirilen 925 adet tır ile insani yardım malzemelerinin afet bölgesinde bulunan vakfımıza ait 22 lojistik koordinasyon merkezine sevkini sağladık. Yine vakfımıza ve gönüllülerimize ait olup vakfımız tarafından koordine edilen ara transfer araçlarıyla (minibüs, midibüs, panelvan vb.) insani yardım malzemelerini lojistik depolarımızdan afet noktalarındaki dağıtım merkezlerimize taşıdık. Afetten etkilenen ailelerin talep ve ihtiyaçlarını bu merkezlerden karşıladık. İHH AFET YÖNETİMİ 2 6 2 7 KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ MÜDAHALE ÇALIŞMALARI RAPORU Beslenme Hizmet Grubu Çalışmaları Afetlerden sonra hem afetzedelerin mağduriyetinin giderilip ihtiyaçlarının karşılanması hem de müdahale ve iyileştirme çalışmalarında bulunan diğer insanların faydalanabilmesi için beslenme alanındaki hizmetler büyük bir öneme sahiptir. Bunun için Beslenme Hizmet Grubumuz 6 Şubat 2023 tarihinden itibaren on ilde çalışmalarını başlatmıştır. Bu çalışmalar kapsamında; dördü mobil olmak üze - re, 18 aşevi kurulmuştur ve bu aşevlerinde 114 kişi çalışmaktadır. Aşevlerindeki malzeme tedarik ve ekmek/yemek dağıtımı işlerinde 28 adet araç kullanılmaktadır. Halen devam etmekte olan bu çalışmalar neticesinde 5,6 milyon ekmek ve 2,9 milyon sıcak yemek üretimi ve dağıtımı

yapıldı. Ekmek ve yemek üretimleri için yerel tedarikçilerden ve gönüllülerden destek alındı. Bu kapsamda, depremzedeler de sürece dâhil ederek afetin etkilerinden en az zarar ile çıkmaları ve sosyal hayata devam etmeleri hedeflendi.

6. PSİKOSOSYAL DESTEK VE İYİLEŞTİRME ÇALIŞMALARI

Psikososyal Destek Psikososyal destek; afet durumunda duygudaşlık, anlama ve duyarlılık yoluyla afetzedelere psikolojik destek verilmesini ve gerekli psikolojik müdahalenin yapılmasını hedefler. Toplum katılımı ve gönüllülüğün desteklenmesi yoluyla; bireylerin, ailelerin ihtiyaçlarını belirlemesini, çözüm için harekete geçmesini ve kendi kendine yardım becerileri geliştirmesini sağlaması konusunda destek sağlar. Bu kapsamda İHH Afet Yönetimi Başkanlığı tarafından, afetzedelerle psikolojik anlamda çevrimiçi veya yüz yüze tedavi yapabilecek gönüllü psikologlar belirlenmiştir. Gelen tedavi taleplerine gönüllü psikologlar; sahada, çevrimiçi ve yüz yüze olacak şekilde cevap vermiştir ve hâlihazırda vermeye devam etmektedir. Çalışana Destek Çalışana destek, arama kurtarma gönüllülerinin afet ve acil durum sonrasında normal yaşamlarına döndüklerinde özel hayatları ve afet sahası arasındaki dengeyi kurabilmeleri açısından kritik bir öneme sahiptir. Arama kurtarmacıların stres düzeylerini kontrol altına almasının yanı sıra, onların verimliliğini, performansını ve gönüllüsü olduğu kuruma bağlılığını artırmaktadır. Ayrıca bu destek, gönüllülerimizi TSSB'den (Travma Sonrası Stres Bozukluğu) de korumaktadır. Bu kapsamda İHH Afet Yönetimi Başkanlığına bağlı gönüllü psikologlar, ulaşa - bildikleri 1.303 gönüllüye akut stres ve TSSB hakkında bilgiler verdi ve onları takibe aldı. Afet sonrasındaki süreçte travmaya bağlı psikolojik sorunlar yaşama ihtimali olan arama kurtarma gönüllülerimize, personelimize ve ailelerine ücretsiz psiko - terapi hizmeti verme amaçlı 75 kişilik ruh sağlığı alanında uzman gönüllülerden bir ekip oluşturulmuştur. Bu uzmanlar, depremlerden etkilenen veya söz konusu bölgede çalışma yapan vatandaşlarımıza yönelik psikoterapi hizmeti sunmuştur ve hâlihazırda çalışmalarına devam etmektedir. İyileştirme Afet sonrası iyileştirme çalışmaları, afete uğrayan toplumun yaşam koşullarını yeniden oluşturmak amacıyla, olası afet risklerini azaltmak için sistemli bir çalışma kapsamında yürütülen faaliyetlerin tümüdür. İyileştirme hizmet gruplarımız 10 ilde 396 kişiyle çalışma yürütüp iyileştirme faaliyetlerinde bulundular. Afetzedelerin yaşadıkları çadır kentleri ziyaret ettiler ve onlarla birebir görüşmeler yaparak ihtiyaçlarını belirlediler. Sonrasında da bu ihtiyaçlarına yönelik malzemelerin temin ve dağıtımını yaptılar. İyileştirme ekiplerimiz ayrıca çadır kentlerde çocuklar için de resim yapma, boyama ve oyun atölyeleri düzenlediler.



Resim: 1,2,3: Hatay/Antakya/Cebrail mahallesi



Resim4: Hatay/AFAD

7. DAHA VERİMLİ AFET YÖNETİMİ İÇİN ÖNERİLER

Hazırlık ve Yönetim:

• Fay hattı üzerinde olan illerin sektörlemesi yapılıp ulusal STK'larla paylaşım yapılmalı. Böylelikle afet durumunda her kuruluş nerede çalışacağını bilir ve büyük bir coğrafyaya bölünmeyeceğinden daha koordineli çalışa - bilir.

• Kamu kurumlarının akredite STK'lar ile bilgi paylaşımı hususunda KVKK'da düzenleme yapılması gerekir. Ancak bu şekilde çalışmaların sorunsuz ilerlemesine olanak sağlanabilir.

• İl merkezli yapılan ve afetzede operatörler tarafından yapılan yayınlarda yanlış yönlendirmeler olabiliyor. Afet esnasında kamuoyu radyo bilgilen - dirilmelerinin Ankara merkezden yapılması gerekmektedir.

• STK'lardan talep edilen raporların belli bir formatta, belli kriterlere göre hazırlanması ve AYDES veya yeni geliştirilecek bir sistem üzerinden toplanması, söz konusu sistemin çevrimdışı çalışma özelliğinin de olması gerekir.

• AFAD gönüllülük sistemine kayıtlı vatandaşlar aynı zamanda çeşitli STK'larda da üye veya gönüllü. Bu durum, bir afet zamanında karışıklığa sebebiyet vermektedir. AFAD gönüllülük sistemi tekrardan gözden geçirilmelidir. Gönüllülüğü takip edecek, afet sahasına girecek bireysel gönül - lüleri koordine edecek bir sistem kurulmalıdır.

• TAMP'ta STK'lara (ulusal) sorumluluk verilmeli. Afet çalışma grupların - da görev verilen STK'lar masa başı tatbikatlarında görev almalı.

• Arama kurtarma gönüllülerinin afet sahasında çalışmaları süresince çeşitli travmatik durumlarla karşılaştıkları bir gerçektir. Bu tarz olayları daha az zararla atlatabilmeleri için psikososyal destek ve psikolojik ilkyardım eğitimlerinin kamu kurumları tarafından alınması öncelenmelidir.

• Afet ve Göç Bakanlığı kurularak; Afet ve göç hareketliliğinin yoğun olduğu bu cografrafya da kurumların daha işlevsel hale getirilmesi sağlanabilir. İtfaiye teşkilatlarının da Afet ve Göç Bakanlığına bağlanması, afet durumlarında operasyonel kabiliyeti artıracaktır. Böylelikle AFAD, müdahale eden unsur olarak değil arama kurtarma müdahalelerinde de koordine eden kurum haline getirilebilir. Bu kadar büyük bir afette arama kurtarma çalışmalarına müdahaleden ziyade koordine eden kurum olma - sı gerekirdi.

• Afet strateji zihninin gelişmesi adına, yönetim ve müdahale süreçlerinde görev alan personellerin saha gözlemlerini sağlıklı bir şekilde raporlaması gerekir.

• Görüşümüze göre, Orman Yangınlarıyla Mücadele Daire Başkanlığının da Afet ve Göç Bakanlığına bağlanması gerekir.

• AFAD, PAK, JAK, CEKUT, MEKUB gibi diğer kamu kurum ve kuruluşlarında da (Cumhurbaşkanlığı Personeli, OGM, Çevre Şehircilik ve İklim değişikliği Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı) arama kurtarma ekipleri oluşturularak afete müdahale gücü artırılıp müdahale sürecinde AFAD yalnız bırakılmamalıdır. Kurulacak kamu kurum ekiplerinin müdahale süreçlerinde de öncelik kendi kurum binaları olarak belirlenebilir.

• Bu afet sürecinde MASAK ve Ticaret ve Gümrük bakanlığının getirdiği kolaylıkların afet sonrasında da genişletilerek devam ettirilmesi gerekir. Örneğin; KDV ve ÖTV muafiyeti ile araç ve arama kurtarma malzemesi alımı, yurt dışından araç bağışı alımı bu anlamda kolaylaştırılmalıdır.

• Milli Eğitim Bakanlığının ilkokul, ortaokul ve lise müfredatlarına Afet Bilgisi, Afetle Yaşam Kültürü ve Farkındalık, İlkyardım gibi eğitimlerin eklenmesi gerekmektedir.

• Birden fazla şehri etkileyecek afetlere STK'ların daha hızlı müdahalesini artırabilmek için, şehirlerde bulunan lojistik depo kapasiteleri belirlenerek afet anında STK'lar ile bilgi paylaşımı yapılabilir ve lojistik depo desteği sağlanabilir. Afet esnasında çalışma yapacak kurum ve kuruluşlar, lojistik depo aramak zorunda kalmamalıdır.

• Kamu kurumları çalışanlarına sağlanan izin kolaylığı, özel sektör çalışanlarına da sağlanması gerekmektedir. Zira birçok gönüllümüz afet bölgelerindeki çalışmalara katıldıkları için iş yerlerinde çeşitli sıkıntılarla karşı karşıya kalmaktadırlar.
• Depremin en büyük yıkıma uğrattığı ve tekrar kentleşmenin olmayacağı Nurdağı ilçesi afet eğitim alanı ve afet müzesi olarak değerlendirilme - si, hem arama kurtarma ekiplerinin kapasitelerinin güçlendirilmesinde, hem de vatandaşlarımızın afet bilinçlerinin oluşturulmasında büyük bir rol oynayabilir.
• Çocuklar için afet odaklı parkların yapılması gerekmektedir.
• Afet sonrası afetzedelerin yaşadıkları sokağı, mahalleyi terk etmek iste - memelerinden dolayı mahalle bazlı millet bahçelerinin sayılarının artırılması gerekmektedir.
• Birey bazlı aile afet planlarının hazırlanması için e-devlet üzerinden portal açılması gerekmektedir. • AFAD bağış toplama sistemi tekrardan gözden geçirilmeli ve iyileştirilmelidir.

Müdahale ve Arama Kurtarma:
• Arama kurtarma çalışmalarının yapıldığı bölgelere 2G düşük güçlü baz istasyonları yönlendirilerek enkaz altında kalanların sayı ve yer tespitinde kullanılabilir. Enkaz altında kalan vatandaşlar ile dışarıda kurtarılmış veya kurtarma çalışması yapan kişiler aynı baz istasyonunu kullanıyorlar. Enkaz özelinde baz istasyonu kurularak alınacak sinyallerden yaşam olasılığı değerlendirilebilir.
• Bulut altı drone'lar ile çekilecek görüntüler yıkımdan önce çekilen görüntüler ve bina sakin sayısı ile işlenerek yıkıma uğrayan bina ve enkaz altında kalmış tahmini insan sayısı ilk saatlerde belirlenebilir. • Sağlık bakanlığı tarafından akreditasyon sistemi başlatılarak; arama kurtarma çalışmaları esnasında canlı kurtarılan vatandaşlarımıza müdahale edebilecek medikal kurtarma ekiplerinin sayısının çoğaltılması gerekir. Afete müdahalede 112 acil sağlık ve UMKE ayrımı ortadan kaldırılmalıdır.
• Kamu kurum ve kuruluşlarında bulunan sivil savunma uzmanlarının, afet yönetimi ve müdahale süreçlerine etkin katılımı sağlanmalıdır.
• Afet haberleşmesi için STK'lara JEMUS sisteminde yer verilmelidir.
• Arama kurtarma çalışmalarında kullanılan teknik teçhizatların, yerli ve milli üretim olması için AR-GE çalışmaları ve üretim teşviki verilmelidir. Savunma Sanayii Başkanlığı bu alanda çalışmalar yürütmelidir. • Hafif seviye arama kurtarma eğitimi almış birey sayısını artırabilmek adına STK'lara eğitim arazisi desteği verilmelidir.
İyileştirme ve İnsani Yardım:
• Ayni yardım bağışlarının çıkış yaptığı şehirde, gideceği şehir ve depo planlaması yapıldıktan sonra araçların çıkış izni verilmelidir.
• Afetin ilk saatlerinde akredite kurumlar dışında yardım planlamalarını valilikler yapmalı ve bireysel yardımların önüne geçilmelidir.
• Bireysel çadır dağıtımının önüne geçilmesi gerekmektedir. Bireysel dağıtılan çadırlar insanların ihtiyacı olmasa dahi almaya teşvik etmektedir. Çadırlar sadece ilgili kuruluşlar tarafından kurularak belirlenen yönetimce aileler yerleştirilmelidir.
• İnsani yardım çalışmalarında, yerel derneklerin sektörlere ayrılması planlanarak afet sonrası kapasitenin doğru yönetilmesi sağlanabilir.
• STK'lar desteklenerek seyyar duş, çamaşır karavanları vb. imkânlar oluşturulmalı.
• Cami derneklerinde afetlerden önce beslenme kapasitesi oluşturularak afetin ilk anlarında beslenme alanında çalışma yapılması sağlanabilir.
• STK'ların barınma kapasitelerinin oluşturulması için teşvik edilmesi ve birtakım iyileştirmelerin (Örn: vergi indirimi) yapılması gerekmektedir. Elazığ ve İzmir depremlerinde STK'ların barınma kapasitelerinin kullanılmasına izin verilmemişti.

• Afetler sonrası sıkça görülen, travma sonrası stres bozukluğu (TSSB) ile etkin müdahale için Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından STK'lara daha etkin rol verilmelidir. Psikososyal destek (PSD) akreditasyon süreci tekrardan gözden geçirilmelidir.
• Afet sonrası köy ve mezralara yardım ulaştırmada anahtar görev alan muhtarların rolleri tekrardan gözden geçirilmelidir. Yardım dağıtım hususunda adaletli davranamayabilecekleri gözlemlenmiştir. Muhtarlar yerine, her köy ve mezraya yapılacak yardımlar kaymakamlıklar üzerinden organize edilmelidir.
• Mobil aşevlerine getirilen "beslenme aracı" statüsü, arama kurtarma araçlarına da "arama kurtarma aracı" olarak getirilmelidir.

KAYNAKÇA

AFAD.gov.tr

https://www.aa.com.tr/tr/analiz/3-soruda-kahramanmaras-depreminin-kendine-has-ozellikleri/2818919

VAN TARİHİNİN EN BÜYÜK ÇIĞ ARAMA KURTARMA ÇALIŞMASI VE BU ÇIĞ FELAKETİNDEN ÇIKARILABİLECEK DERSLER

Öğretim Görevlisi Ali TELLİ

Kütahya Dumlupınar Üniversitesi ORCID 0000-0002-2285-351X

ÖZET

Van/Bahçesaray İlçesi 576 km2 yüzölçümüne sahip, deniz seviyesinde 1670 m yüksekliğindedir. Çetin arazi ve çevre şartlarına sahip, etrafı sarp yüksek dağ ve tepelerle çevrilidir. Bundan dolayı Bahçesaray yolu rakımı yaklaşık 3000 m olup; ilçe yolunun büyük kısmı keskin dönemeç, uçurum ve dik açılı yamaçlardan oluşan bir yapıya sahiptir.

Van Bahçesaray yolundaki 3 bin rakımlı Karabet Geçidi'nde 2020 yılında ilki 4 Şubat, ikincisi ise 5 Şubat'ta meydana gelen çığ faciasında 11 jandarma, 9 güvenlik korucusu olmak üzere 42 kişi yaşamını yitirdi.

Genel olarak bu vahim olayda; yaptığımız bu çalışmada, birebir yöre halkıyla yapmış olduğumuz görüşmelerde elde ettiğimiz bilgilerden yola çıkarak çok ciddi ihmallerin olduğu kanısına varmış bulunmaktayız. Şöyle ki;

1. 1.Çığ oluştuktan sonra; böylesi durumlarda ilk elden oluşturulması gereken kriz masasının oluşturulmadan sürecin yönetilmeye çalışıldığı ve dolaysıyla krizin doğru yönetilemediği,

2. Kriz masası oluşturulmadığından, yol güvenlik önlemleri alınmamış olmasından kaynaklı 1.çığın gerçekleştiği alana, yetkili yetkisiz, donanımlı donanımsız herkesin gelişigüzel kurtarma faaliyetlerine katıldığı,

3. 1.çığdan sonra olay yerine giden kişilerin kimlik bilgilerinin kayıt altına alınmadığı, dolaysıyla çığ altında kalan kişilerin sayısına ve akıbetine sağlıklı ulaşılmasında sıkıntılar yaşandığı,

4.Arama ve kurtarma faaliyetlerini yürüten profesyonel ekiplerin yeterli sayıda olmadığı, yeni bir çığ felaketinin oluşmaması için önlemlerin alınmadığı, ağır iş makinelerinin çığ bölgesinde hareketli olduğu,

5- Henüz ilk çığ felaketinden sonra alınması gereken tedbirlerin 3. gün alındığı, öncesinde alınmayan tedbirler, profesyonel kişilerce yapılmayan arama kurtarma çalışmaları ve 2. çığdan sonra savrulan zırhlı araçların çarpmasıyla can kaybı ve yaralı sayısının arttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çığ, dağcılık, felaket

THE LARGEST AVALANCAL SEARCH AND RESCUE STUDY IN VAN HISTORY AND LESSONS TO BE LEARNED FROM THIS AVALANCHE DISASTER

SUMMARY

Van/Bahçesaray District has an area of 576 km2 and is 1670 m high at sea level. It is surrounded by steep high mountains and hills with harsh terrain and environmental conditions. Therefore, the altitude of Bahçesaray road is approximately 3000 m; Most of the county road has a structure consisting of sharp bends, cliffs and steep slopes.

In the avalanche disaster, the first of which occurred on February 4 and the second on February 5, in 2020 at the Karabet Pass at an altitude of 3 thousand on the Van Bahçesaray road, 42 people, including 11 gendarmes and 9 security guards, lost their lives.

In general, in this grave event; In this study we have done, we have come to the conclusion that there are very serious negligences based on the information we have obtained from the interviews we have made with the local people. Namely;

1. 1.After avalanche; In such cases, the process is tried to be managed without creating the crisis desk, which should be established at first hand, and therefore the crisis cannot be managed properly,

2. Since the crisis desk was not established and road safety measures were not taken, everyone in the area where the first avalanche occurred, without authorization, without equipment, participated in the rescue activities indiscriminately,

3. After the 1st avalanche, the identity information of the people who went to the scene is not recorded, so there are problems in reaching the number and fate of the people who fell under the avalanche,

4. There are not enough professional teams carrying out search and rescue activities, precautions are not taken to prevent a new avalanche disaster, heavy construction equipment is active in the avalanche region,

5- It has been determined that the measures to be taken after the first avalanche disaster were taken on the 3rd day, the measures not taken before, the search and rescue works not carried out by professional people, and the collision of the armored vehicles thrown after the 2nd avalanche, and the number of casualties and the number of injured increased.

Keywords: Avalanche, mountaineering, disaster

1.GİRİŞ

Türkiye'deki çığ faciaları listesi incelendiğinde tablo aşağıdadır.

Tablo 1: Sadece 1992-1993 kış mevsimi çığ kazalarında hayatını kaybedenlerin sayısı kişi 135'tir. Türkiye'de çığ facialarında can kayıplarının en çok olduğu yıllar 1991-1992 arasıdır.

Tarih	Yer	Can kaybı
3 Ocak 1992	Yüksekova, Hakkâri	21
21 Ocak 1992	Şirvan, Siirt	10
1 Şubat 1992	Görmeç, Şırnak	97
3 Şubat 1992	Siirt, Siirt	22
7 Şubat 1992	Boğazören, Şırnak	32
7 Şubat 1992	Dört, Batman	6
7 Şubat 1992	Erimli, Elazığ	5
21 Şubat 1992	Eruh, Siirt	32
25 Şubat 1992	Anaköy, Van	26
18 Ocak 1993	Özengili, Bayburt	56
27 Ocak 1993	Hakkari-Van Karayolu	6
25 Ocak 2009	Zigana, Gümüşhane	11
4-5 Şubat 2020	Bahçesaray, Van	42
04.03.2023	Kaçkar Dağları Yaylalar Köyü	2

2.İNCELEME

04.02.2020 tarihinde Bahçesaray/Van karayolunun 33.Km'de çığ düşmesi sonucu yolu temizleyen iş makinesi operatörü ile minibüs de bulunan yurttaşlarımız çığ altında kalmışlardır. İş makinası operatörü kendi imkânları ile iş makinesinden çıkıp yardım talebinde bulunmuş, vahim olayda çoğunluğu vatandaşlardan olmak üzere yapılan kurtarma çalışmalarında 7 yurttaşımız yaralı olarak kurtarılmış, 5 yurttaşımız hayatını kaybetmiş, 2 yurttaşımıza da ulaşılamamıştır.

05.02.2020 tarihinde çığ altında kalan 2 yurttaşımızın kurtarılmasına yönelik yapılan çalışmalarda ise 2.çığ felaketi gerçekleşmiş, bu felaketle birlikte 41 yurttaşımız hayatını kaybettmiş, ikisi ağır olmak üzere 75 vatandaşımız ise yaralı olarak kurtarılmış, yetkililer tarafından verilen bilgilerde ise bir itfaiye erine henüz ulaşılamadığı arama kurtarma

faaliyetlerinin devam ettiği bilgisi verilmiştir. İtfaiye eri Mehmet Can Daşdemir'in cansız bedenine 39 gün sonra ulaşıldı

06.02.2020 ve 07.02.2020 tarihlerinde Van ilimizin Bahçesaray ilçesinde yaşanan vahim olayı yerinde incelemek amacıyla içinde Türk Tabipler Birliği Merkez Konseyi üyesinin de yer aldığı, TMMOB Van İl Koordinasyon Kurulu, Van-Hakkâri Tabip Odası ve Van Barosu tarafından bir inceleme ve gözlem heyeti oluşturulmuş, her iki gün çığın düştüğü bölgeye gidilmesi amaçlanmış ise de çığın düştüğü bölgeye yaklaşık 4 km kala Yukarı Narlıca mevkiinde askeri kontrol noktasında hava muhalefeti ve çığ riskinin hala devam etmesi nedeni ile çığ bölgesine gidilmesine izin verilmemiş, çığın düştüğü ilk gün ve ikinci gün alınması gereken yüksek güvenlik önlemlerinin üçüncü gün Yukarı Narlıca köyünde alındığı, AFAD, UMKE ve Jandarma Kurtarma Ekiplerinin dahi kontrollü bir şekilde gönderildiği başkaca kişilere izin verilmediği gözlemlenmiştir. Yine çığ bölgesine AFAD ekiplerinin desteği ile ulaşımının sağlanması her gün için ayrı ayrı talep edilmiş ise de kar, tipi ve hava koşullarının uygun olmaması nedeniyle talepler geri çevrilmiştir. AFAD yetkilisi yapılan görüşmede ise çığ altında yalnızca bir itfaiye erinin kaldığı, kendilerine ulaşan başkaca bildirim veya kayıp başvurusunun olmadığı, itfaiye erinin de aranmasına devam edileceği belirtilmiştir. Heyet olarak gerek bu noktada bulunan itfaiye erinin yakınlarından gerekse aynı bölgede hayatını kaybeden vatandaşlar için kurulan taziye evindeki yöre halkından, ilk çığ ve sonrasındaki 2. Çığ sürecinde yaşananlara dair bilgi alınmıştır. Yine çığ felaketlerinde sonra yaralıların yoğun olarak Van Bölge Eğitim ve Araştırma Hastanesinde olması üzerine ilk günde olmak üzere farklı zamanlarda hasta hanelerde yatan yaralılar ziyaret edilmiş, yaşanan felakete ilişkin ayrıca bilgiler alınmıştır.

Yaralı olarak kurtarılan vatandaşların ve tanıkların aktarımı üzerinden;

1- 04.02.2020 günü akşam saatlerinde 17.00 gibi Bahçesaray'a giden yolcu minibüsü ve önündeki yol açma çalışması yapan iş makinesinin üzerine çığ düşmüştür. Minibüsün içinde ki 13 kişi ile birlikte minibüsün önünde yol açma çalışması yapan iş makinesin de bulunan bir kişide çığ altında kalmıştır. İlk çığ düşmesi sonrasında toplam 14 kişi çığ altında kalmıştır. Bunlardan iş makinesi operatörü kendi imkânları ile kurtulmuş ve ilgili kurumlara çığ düştüğü bilgisini vermiştir. Bu bilgi üzerine olay yerine AFAD ve UMKE araçları sevk edilmiş aynı zamanda yakın köyde bulunan çok sayıda vatandaş da bölgeye gelerek kurtarma çalışmasına katılmışlar. Aynı gece kurtarma çalışması sonrasında iş makinesi operatörü dâhil minibüsün içindeki 6 kişi yaralı olarak kurtarılmış 5 kişinin de cansız bedenlerine ulaşılmıştır. İlk günün sonunda minibüsün içindeki iki kişiye ulaşılamamış ve yoğun kar tipinin devam etmesi üzerine kurtarma çalışmasına gece saatlerinde ara verilmiştir.

2- 05.02.2020 tarihinde 2. Gün hava koşullarının uygun olması üzerine çığ altında kalan iki kişiyi kurtarma çalışmasına yeniden başlanmış, arama kurtarma ekibinde AFAD, UMKE ve İTFAİYE erleri ve çevre köylerden net sayısı bilinmeyen ancak çok sayıda sivil vatandaşların da bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. Arama kurtarma faaliyetlerine katılan çığdan etkilenmeyen vatandaşlar ile çığ düşmesi sonucu hasta hanelere kaldırılan yaralı vatandaşlarla yapılan görüşmelerde gerek ilk gün gerekse de 2. çığın düşmesinden önce arama kurtarma çalışmaları esnasında gerekli önlemlerin alınmadığı, yeni bir çığ felaketine ilişkin inceleme ve değerlendirilmelerin yapılmadığı, vatandaşların arama kurtarma çalışmalarına katılmasının engellenemediği, 2. çığ felaketinden önce ağır ve yüksek derecede ses çıkaran paletli iş

makinelerinin ve itfaiye araçlarının çığ bölgesine geldiği, iş makineleri ile yol açma çalışmasının devam ettiği sırada olay yerinde bulunan kişilerin zırhlı araçların bulunduğu noktada ısınmak için yaktıkları ateşin etrafında toplandıkları sırada ikinci çığın düştüğü, bu çığ ile birlikte ağır tonajlı askeri araçların, ateşin etrafında toplanan kişilerin üzerine devrilip savrulduğu ve bu savrulan araçlardan dolayı ölü sayısının artığı, çığ altında kalan kişilerin bir kısmının kendi imkânları ile çığ altından çıktığı, yine çığdan etkilenmeyen kişiler tarafından da çok sayıda vatandaşın da çıkarıldığı, arama kurtarma çalışmalarının çoğunlukla vatandaşlar üzerinden yapıldığı, yeterli sayıda AFAD ve UMKE görevlilerinin bulunmadığı bilgisine ulaşılmıştır.

YAPILAN GÖRÜŞMELER;

Gerek ilk çığ felaketi gerekse de ikinci yaşanan çığ felaketi sonrasında yaralı ve vefat edenlerin bulundukları hastanenler ziyaret edilerek yaralılar ile vefat edenlerin yakınlarıyla görüşülmüş, hasta hane başhekimliklerinden bilgiler alınmıştır. Yaşanan çığ felaketleri nedeniyle başlatılan soruşturma ve tüm süreçte alınan önlemlere, yapılan arama ve kurtarma çalışmalarına ilişkin Van Cumhuriyet Başsavcılığı, Çatak Cumhuriyet Başsavcılığı ve Çatak Kaymakamlığından bilgiler alınmış, soruşturmanın özellikle ihmal boyutlarıyla araştırılması ve yürütülmesi talep edilmiştir.

Bahçesaray ilçesine bağlı Karapet mevkiinde meydana gelen ilk çığ faciasında arama kurtarma faaliyetlerine katılarak çok sayıda kişiyi kurtaran 'Bozo' lakaplı kahraman Kepçe Operatörü Ömer Orhan, o gün yaşananları anlattı.

Orhan, “Yaşanan birinci çığdan önce yemekteydik. Beni arayarak çığın geldiğini ve bir minibüse ulaşamadıklarını söyledikleri gibi kepçelerimizi aldık ve gidip arama çalışmalarına başladık. Yaptığımız aramalarda transiti bulduk. Bulduğumuzda araçta hayatını kaybedenler de vardı" dedi.



Arama kurtarma çalışmalarında iki arkadaşlarının kaybolduğunu söyleyen Orhan, "Onlarda çığ gelmeden önce araca zincir takmak için inmişler, çığ onları da alıp götürmüştü. O gün gece

yarısına kadar aradık ama iki arkadaşı bulamadık. Soğuk ve tipiden dolayı herkes üşüdüğü için o gece arama çalışmalarını bıraktık" diye konuştu.



Sabah saat 10'da tekrar arama kurtarma çalışmalarının başladığını ve tekrar çığın yaşandığı alana gittiklerini aktaran Orhan, "İki arkadaşı arama çalışmalarına devam ettik. Bazı arkadaşlarımız ısınmak için teker yakmıştı ve bende ısınmak için onların yanına gittim. Bir süre sonra kepçeme doğru gittim, arkamdan gelen çalışma arkadaşım Veysi ile istişarelerde bulunduk. Biz konuşurken horultu sesi gelmeye başladı. Horultunun geldiği yöne baktığım gibi çığ beni ters çevirdi ve bir anda üzerime karlar yığıldı. O an şoka girdim" sözlerini kullandı.



Karların altından kepçenin kapısını tekmeleyerek çıktığını dile getiren Orhan, dışarı çıktığında ateş yakan arkadaşlarını bulamadığını anlattı. Orhan, "Arkadaşlarımızın hiçbiri yerinde yoktu, Aydın ağabeyimiz vardı. Ona baktım o da yoktu. Çığ kepçesini dereye doğru uçurmuş. Oraya doğru koştum. Belki içindedir diye ama camı kırılmış ve hiç kimse içinde yoktu" dedi.



Yaşanan çığ felaketinin bıraktığı acının halen tazeliğini koruduğunu belirten Orhan, “Hayatını kaybeden arkadaşlarımızın ailelerini gördüğümüzde, bu yoldan geçtiğimizde, çığ alanına geldiğimizde acımız hala taze kalıyor ve tazeliğini koruyacak. Öyle bir yol ki, kışın oradan geçen Kelime-i Şehadet getirip öyle geçiyor. Çok zorlu bir yol. Şu an çığ nedeniyle yolumuz kapalı ve kış boyunca yağışlar olduğu müddetçe bu şekilde olacak. Bu nedenle yetkililerden talebimiz, burada bir tünel yapılmasıdır” şeklinde konuştu.



BÖLGEDE 3'ÜNCÜ ÇIĞ UYARISI GELDİ

Van-Bahçesaray kara yolunda meydana gelen ve 38 kişinin hayatını kaybettiği çığ bölgesinde üçüncü çığ uyarısı yapıldı. Dün akşam saat 17.00 sıralarında üzerine çığ düşen minibüste bulunan 5 kişinin cansız bedenine ulaşılırken, 6 kişi ise sağ olarak kurtarılmıştı. Minibüste olduğu değerlendirilen ve sabah saatlerinden itibaren devam eden 2 kişiyi kurtarma çalışmaları sürdürülürken meydana gelen ikinci çığ felaketinde 8 jandarma personeli, 9 sivil, 3 korucu ve 1 itfaiyeciyle birlikte hayatını kaybedenlerin sayısı toplam 31’e yükselmişti. Bölgede zorlu hava koşulları altında arama kurtarma çalışmaları devam ederken, üçüncü bir çığ uyarısı daha yapıldı. Arama kurtarma çalışmalarına destek vermek için gelen vatandaşlar bölgede uzaklaştırılırken, kurtarma çalışmaları ise aralıksız sürdürüldü.



İÇİŞLERİ'NDEN AÇIKLAMA

İçişleri Bakanlığı, çığ felaketi hakkında açıklama yaptı. Açıklamada şu ifadelere yer verildi:

"Van-Bahçesaray kara yolunun 33. kilometresinde dün meydana gelen çığ düşmesi sonucu, 15 vatandaşımız çığdan etkilenmiş, çığdan etkilenen vatandaşlarımızı kurtarmak için bölgeye ekipler sevk edilmiştir. Bölgeye sevk edilen arama kurtarma ekipleri 13 vatandaşımızı (8 sağ, 5 ölü) çığ altından çıkarmış, kayıp olan 2 vatandaşımızı arama kurtarma çalışmalarına bölgedeki olumsuz hava koşulları nedeniyle saat 01.00 sularında ara verilmiştir.

Söz konusu arama kurtarma çalışmaları uzman personelin görüşü alınarak bugün saat 07.00 sıralarında tekrar başlamıştır. Devam eden arama kurtarma çalışmaları sırasında bölgede tekrar bir çığ düşme hadisesi yaşanmıştır. Yaşanan bu çığ düşmesi olayında şu ana kadar 30 kişiye ulaşılmış olup, çığ altında olanlar için arama kurtarma çalışmaları devam etmektedir. Olayın ardından bölgeye hemen Van, Hakkâri, Şırnak, Bitlis, Siirt, Erzurum ve Ankara illerinden JAK dâhil arama kurtarma ekipleri sevk edilmiştir.

Ayrıca arama kurtarma faaliyetlerini koordine ettiği sırada çığ altında kalan Van AFAD İl Müdürünün yerine Muş İl AFAD müdürü bölgeye sevk edilmiştir. Diğer iller teyakkuza geçirilmiş olup arama kurtarma çalışmaları için hazır bekletilmektedir. Ayrıca Ankara'dan yürütülen çalışmaları sevk etmek üzere AFAD Müdahale Daire Başkanı bölgeye gönderilmiştir. Gelişmelerle ilgili bilgi verilecektir."



Van'da dün meydana gelen 5 kişinin yaşamını yitirdiği, 8 kişinin yaralı kurtulduğu çığ felaketinde kayıp olduğu tahmin edilen 2 kişiyi kurtarmak için çalışma yaparken üzerlerine ikinci çığ düşen ekiptekilerden AFAD İl Müdürü Osman Uçar, yaralı halde kurtarıldı.



AFAD İl Müdürü Osman Uçar, o anları şöyle anlattı:

"Olay bölgesinde son 2 kalan vatandaşımıza ulaşmak için ekskavatörü aşağı indirmemiz gerekiyordu. Ekskavatör yol çalışması yapıyordu biz de bunlarla birlikte işi takip ediyorduk. Muhtemelen 2 kişinin minibüsün altında derenin dibinde olan minibüsün altında veya o civarlarda olduğunu tahmin ederek özellikle minibüsü çıkarmak istedik. Bu nedenle ekskavatörün aşağı inmesi gerekiyordu o çalışmalın sırasında büyük bir gürültüyle ekskavatör devrildi. Bizi de önüne alarak sürükledi, derenin dibine doğru götürdü. Biz derenin dibine vardığımızda ben yarıya kadar karla gömülüydüm, kendi imkânlarımla çıktım. Daha sonra

kendi imkânlarıyla çıkan bir iki arkadaşımla birlikte yakınımızda olanları çıkarmaya çalıştık, onlara yardım etmeye çalıştık. Akabinde yürüyerek kendi imkânlarımızla yukarı doğru çıktık."

HAVA DURUMU

Meteoroloji'den yapılan değerlendirmelere göre, Van'da kuvvetli kar ve tipi etkisini sürdürüyor. Meteoroloji'den alınan verilere göre, bölgede sıcaklık 2 derece olarak gösterilse de hissedilen sıcaklık sıfırın altında 3 derece olarak ölçülüyor. Meteoroloji Genel Müdürlüğü, çığ bölgesindeki hava durumuyla ilgili açıklama yayınladı.

Meteoroloji Genel Müdürlüğünden yapılan açıklamada, "Çığ bölgesinde bugün akşam saatlerine kadar orta ve zamanla hafif kuvvette kar yağışlarının devam edeceği tahmin ediliyor. Bugün (Perşembe) bölgede yağış beklenmiyor. Cuma günü başlayacak kar yağışlarının öğleden sonra etkisini arttırması ve pazar sabah saatlerine kadar kuvvetli rüzgârla birlikte tipi şeklinde yoğun olarak devam edeceği tahmin ediliyor. Bölgede çığ oluşma riskine karşı dikkatli ve tedbirli olunmalıdır" denildi.







3.KAZA NEDENLERİ

1- Organizasyon el eksiklikler;

- Faaliyet öncesi yapılması gerekenler.

- Faaliyet anında yapılması gerekenler.

- Faaliyet sonrası yapılması gerekenler.

2- Faaliyetlerde bildirim eksiklikleri;

- Yapılan faaliyetin resmi kurumlara bildirilmemiş olması.

3- Ekip uyumsuzluğu;

- Ekip olarak yapılan faaliyetlerde, ekibinin birbirini yeterince tanımaması.

4- Eğitim eksikliği;

- Faaliyetlerde, kullanılan ekipmanlar hakkında yeterli bilgi sahibi olmayan katılımcıların yer alması.

- Yapılacak faaliyetlerdeki rotalar hakkındaki bilgi yetersizliği.

5- Malzeme ve ekipman yetersizliği;

- Yapılan faaliyetlerdeki rotalara uygun yeterli malzeme kullanım eksikliği.

- Faaliyetlerde kullanılacak ekipmanların ihtiyaca göre dağıtımlarının uygun ve yeterli şekilde yapılmamış olması.

6- Faaliyetlerin planlamasında zamanlama eksiklikleri;

- Birçok faaliyette mevsim şartlarına uygun tırmanışların yapılmamış olması.

- Faaliyetlerin hızlı şekilde tamamlanmaya çalışılmış olması.

7- Yanlış rota seçimi;

- Faaliyetlerde tercih edilen rotaların ekibe uygun olmayışı.

- Rota hakkında mevsimsel bilgi alınmamış olması.

8- Psikolojik, sosyolojik sorunlar, uygun olmayan alışkanlıklar;

- Son dönelmelerde yaygınlaşan uygun olmayan alışkanlıkların faaliyetlerde kullanılması.

- Psikolojik sorunları olan ve antidepresan kullanan kişilerin faaliyetlere katılması ve yalnız kalması.

- Toplumda baskı altında kalan kişilerin bireysel veya ekiplerle faaliyetlere katılması ve faaliyet sorumlularının bunlardan habersiz olması.

– Motivasyon eksikliği, yükseklik korkusu, aşırı öz güven, madde bağımlılığı.

9- Fiziksel yetersizlikler;

- Faaliyetin yapılacağı rotaya göre yetkin ve yeterli olunmaması.

- Uykusuzluk, aşırı yorgunluk.

10- Acil eylem planın yapılmaması;

- Tırmanışlarda bir kaza olması durumunda nereye haber verileceğinin bilinmemesi.

- Kimler ile iletişime geçileceğinin belli olmayışı.

- Öneriler

1- Dağ rehberleri ve kitaplarının güncellenmesi, rota bilgileri, asgari malzeme gerekleri ve zorluk sınıflandırması yapılarak güncel envanterin oluşturulması ve bu bilgilerin kolay erişebilir olması.

2- a. Kolluk kuvvetleri, milli park görevlileri ve yerel yönetimlerin kontrollerinin ve iletişimin sıklaştırılması.

b. Zirve log-book uygulamasının zirve sonrası değil öncesinde de uygulanabilir olması, faaliyet öncesi ekip, rota vb. bilgiler girildikten sonra faaliyete başlanması.

3-

a. TDF ya da kulüp eğitimlerinde ekip uyumunun önemine değinilmesi.

b. Tırmanış maliyetini düşürmek için tanınmayan kişilerin faaliyete dahil edilmemesinin öneminde değinilmesi.

4- a. Eğitimlerin içeriklerinin ve eğitmenlerin yetkinliğinin değerlendirilmesi.

b. Eğitim kuruluşları ve eğiticilerin akredite olması.

5- Yerel kulüp bünyesinde ya da bireysel lisanslı sporcuların ihtiyaç duydukları malzemeleri TDF bünyesinde emaneten kullanabilecekleri malzeme stoku oluşturulması.

6- Tırmanış planlamasında;

- Ekip üyelerinin bilgi beceri ve tecrübesinin,

– Rota bilgisinin,

– Mevsim şartları ve hava durum raporlarının,

– Malzeme uygunluğunun,

– Mümkünse fazladan 1 gün opsiyon için planlanmasına dikkat edilmesi.

7- Ekip liderinin rota seçiminde; ekip kondisyonu, dağcılık bilgi ve tecrübesi, mevsim şartları ve malzeme durumu, rota bilgisi ve rehber kaynaklara göre tercihte bulunması.

8- Tırmanış liderinin ekip seçimine özen göstermesi. Liderin tanımadığı, tırmanış seviyesini bilmediği, kullandığı ilaç ya da rahatsızlığı hakkında bilgisi olmadığı üyeyi ekibe dâhil etmemesi ya da rotayı mevcut ekibe göre seçmesi.

9- "Dağ her zaman olduğu yerde duruyor, sen yeterli seviyede olduğunda ya da şartlar olgunlaştığında tırman" felsefesinin benimsenmesi.

10- a. Faaliyet öncesi yerel kolluk kuvvetlerinin iletişim bilgilerinin alınması ve ekip üyelerine ait temel bilgilerin onlarla paylaşılması.

b. Faaliyete başlanılan şehirde ya da kamp bölgesinde yer ekibinin olması ve düzenli aralıklarla tırmanış ekibi ile iletişim kurulması.

c. Faaliyet öncesi tırmanış rotası ve saat bazlı muhtemel olunacak bölge bilgisinin ilgili kişi ve mercilerle paylaşılması.

d. İlkyardım çantası ve mümkünse her ekipte ilkyardımcı belgesi olan ekip üyesi olması.

e. Acil durum iletişim ekipmanlarının tırmanıcılarda bulunması (gps, telefon, telsiz, ayna, bieps, fener vb.)

f. Faaliyet planlaması yapılırken, acil durum oluşursa ekip üyelerinin ne yapacaklarının planlanması ve ekip üyelerine görev dağılımının yapılması.

g. 1 Haziran 2020 tarihinden sonra yapılacak faaliyetlerde Kovid-19 ile ilgili federasyonun yayınladığı yönerge ve talimatlara uyulması.

4.SONUÇ BU ÇIĞDAN ÇIKARILABİLECEK DERSLER VAR MI?

DEĞERLENDİRME

Genel olarak bu vahim olayda; yaptığımız gözlemlerde, birebir yöre halkıyla yapmış olduğumuz görüşmelerde elde ettiğimiz bilgilerden yola çıkarak çok ciddi ihmallerin olduğu kanısına varmış bulunmaktayız. Şöyle ki;

1. 1.çığ oluştuktan sonra; böylesi durumlarda ilk elden oluşturulması gereken kriz masasının oluşturulmadan sürecin yönetilmeye çalışıldığı ve dolaysıyla krizin doğru yönetilemediği,

2. Kriz masası oluşturulmadığından, yol güvenlik önlemleri alınmamış olmasından kaynaklı 1.çığın gerçekleştiği alana, yetkili yetkisiz, donanımlı donanımsız herkesin gelişigüzel kurtarma faaliyetlerine katıldığı,

3. 1.çığdan sonra olay yerine giden kişilerin kimlik bilgilerinin kayıt altına alınmadığı, dolaysıyla çığ altında kalan kişilerin sayısına ve akıbetine sağlıklı ulaşılmasında sıkıntılar yaşandığı,

4.Arama ve kurtarma faaliyetlerini yürüten profesyonel ekiplerin yeterli sayıda olmadığı, yeni bir çığ felaketinin oluşmaması için önlemlerin alınmadığı, ağır iş makinelerinin çığ bölgesinde hareketli olduğu,

5- Henüz ilk çığ felaketinden sonra alınması gereken tedbirlerin 3. gün alındığı, öncesinde alınmayan tedbirler, profesyonel kişilerce yapılmayan arama kurtarma çalışmaları ve 2. çığdan sonra savrulan zırhlı araçların çarpmasıyla can kaybı ve yaralı sayısının arttığı tespit edilmiştir.

ÖNERİLER

Van/Bahçesaray İlçesi 576 km2 yüzölçümüne sahip, deniz seviyesinde 1670 m yüksekliğindedir. Çetin arazi ve çevre şartlarına sahip, etrafı sarp yüksek dağ ve tepelerle çevrilidir. Bundan dolayı Bahçesaray yolu rakımı yaklaşık 3000 m olup; ilçe yolunun büyük kısmı keskin dönemeç, uçurum ve dik açılı yamaçlardan oluşan bir yapıya sahiptir.

Genel olarak belirtilen faktörler ele alındığında;

1. Kalıcı ve kesin çözümler üretilinceye dek geçici olarak alınacak önlemler kapsamında; Van-Bahçesaray yolunda kış aylarında kar yağışının yoğun olduğu dönemlerde meteorolojiden alınacak bilgiye göre çığ riskinin olması durumuna karşın, kontrollü bir şekilde yol kapatılmalı, yol güzergâh boyunca dik yamaçlar tıraşlanarak teraslandırılmalı, iklim koşullarına uygun ağaçlandırma yapılmalı, kar yağışının yoğun olduğu dönemlerde bölgeye bırakılacak 'sismik ölçüm' cihazlarıyla kar yükünün tespiti yapılarak çığ riskinin olduğu yerlerde yol trafiğe kapatılarak, dinamitlerle suni çığ oluşturularak, çığ enkazı iş makinaları ile kontrollü bir şekilde alandan uzaklaştırılmalıdır.

2.Çığ riskinin olduğu bölgelerde betonarme perdelerin inşa edilmeli, Van-Bahçesaray yolu üzerinde yapılan karapet tünelinin mevcut riskleri tamamen ortadan kaldırmadığı gözetilerek çığ riskinin yüksek olduğu bu yerlerde yeni kar tünelleri muhakkak yapılmalıdır.

3.Karadeniz, Akdeniz bölgelerinde yapılan tüneller ile verilen değer Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerine de verilmeli, Bahçesaray - Van ulaşımının tamamen güvenli bir şekilde yapılması sağlanmalıdır.

4.Her iki çığ felaketi sonrasında yapılan arama kurtarma çalışmaları gözetilerek benzeri afetlerde yapılacak müdahale, alınacak tedbirler ve yapılacak arama kurtarma çalışmalarının daha profesyonel ve liyakatli kişilerce yürütülmesi sağlanmalıdır.

5. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Bu vahim olayda; yaptığımız gözlemlerde, birebir yöre halkıyla yapmış olduğumuz görüşmelerde elde ettiğimiz bilgilerden yola çıkarak çok ciddi ihmallerin olduğu kanısına varmış bulunmaktayız.

Tüm bilgiler üzerinden yapılan değerlendirme sonucunda; mevcut durumda biran önce, ilk çığdan sonra yaşanan ihmallerin ve 2. Çığın oluşmasına neden olabilecek ağır paletli iş makinelerinin çığ bölgesine getirilmesi gibi her türlü yanlış yaklaşımdan sorumlu olabilecek kişi ve kurumlar soruşturma sürecinde açığa çıkarılmalı ve kamuoyu aydınlatılmalıdır.

Tekrardan bu vahim olayda hayatını kaybeden yurttaşlarımıza rahmet, yaralılara acil şifalar, yakınlarına geçmiş olsun dileklerimizi iletiyor, doğal afetlerde can kayıplarının yaşanmaması için alınması gereken tedbirlerin acilen ülke olarak ele alınması gerektiğini hatırlatıyorum.

KAYNAKÇA

https://tr.wikipedia.org

TDF Dağ Kazaları Araştırma İnceleme Komisyonu (DKAİK)

https://www.ntv.com.tr/

http://www.vanbarosu.org.tr/

KAHRAMANMARAŞ DEPREMİ VE DEZENFORMATİK ARTÇILAR

Dr. Öğr. Üyesi Recep BAYRAKTAR
Atatürk Üniversitesi, - ORCID: 0000-0002-6285-8059

ÖZET

6 Şubat 2023 Kahramanmaraş merkezli deprem hem büyüklüğü hem de etki alanı bakımından büyük yıkıma sebep olmuş; 11 ilin etkilendiği deprem fiziki yıkımın yansıra sosyal alanda da birçok olumsuz durumu meydana getirmiştir. Afet dönemlerinde koordine ve doğru enformasyon akışına sahip olmak hayati derece önem arz etmekte; yeni medya ekosistemi içerisinde her bir kullanıcının bilgi akışında etkin hale gelmesi, bot, siborg gibi uygulamaların devreye girmesi var olan krizin daha da derinleşmesine sebep olabilmektedir. Geleneksel medyanın etki ve denetim alanının çok ötesine geçen yeni medya uygulamaları içerisinde doğru bilgiye ulaşmak ve onu anlamlı kılmak her bir kullanıcının medya okuryazarlığı becerisini oldukça üst seviyeye çıkarmasını gerektirmekte, bu beceriye sahip olmayan kullanıcılar paylaştıkları her bir içerikle de dezenformasyonun yaygınlığını arttırabilmektedirler. Yeni medya platformlarının bu olumsuz yönünü minimize etmek ve şüpheli enformasyonun doğrulamasını yapmak için tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de doğrulama platformları büyük bir öneme sahiptir. Belirli standartları karşılayan bu tür platformlar Poynter Enstitüsü bünyesinde bulunan ve 2015 yılında kurulan Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) tarafından tanınmakta ve bu kurumla işbirliği yapabilmektedirler.

Bu çalışmada 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminin ardından çeşitli sosyal medya platformları içerisinde yayılan, kimi zaman ana akım medyanın gündemine de gelen dezenformasyon niteliğindeki içerikler Türkiye'de faaliyette bulunan ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) tarafından tanınan teyit.org doğrulama platformu üzerinden incelenmektedir. Nitel araştırma yöntemine ait örnek olay/durum çalışması deseninin kullanıldığı bu çalışmada 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremiyle ilgili olan dezenformasyon niteliğindeki veriler toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle çözümlenerek 9 başlık altında serimlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kahramanmaraş Depremi, Dezenformasyon, Teyit

GİRİŞ

Dış dünyaya dair enformasyonu sağlaması açısından büyük öneme sahip olan kitle iletişim araçları dolaylı iletişim özelliğiyle içeriğe müdahil olunabilecek bir çok farklı unsuru içermektedir. Bu anlamda içeriğin gerçekle olan ilişkisi onu değerli ya da değersiz hale getirebilmiş, ilk kitle iletişim aracı olan gazetelerden bu yana içeriği manipüle edebilecek ve yanlış-yanlı bilgiyi içeren malenformasyon, mezenformasyon, dezenformasyon gibi düzensiz aktarım biçimleri ortaya çıkmıştır. Özellikle 2000'li yıllardan sonra insanların hayatına entegre

olan ve bilgisayar-internet teknolojisini bünyesinde taşıyan yeni medya platformları kullanıcılarına sağladıkları olanaklarının yanı sıra geleneksel medyadan gelen malenformasyon, mezenformasyon ve dezenformasyon gibi hatalı enformasyon akışının da çoğalmasına neden olmuştur. Bu anlamda içeriğe ve dezenformasyon akışına müdahil olabilecek aktörler çoğalmış her bir kullanıcının içerik üretebildiği bu ekosistem içerisinde geçmişe nazaran muazzam bir dezenformasyon patlaması yaşanmıştır. Bu yoğunluk dezenformasyonun önlenmesine yönelik çabaları arttırmış, dezenformatik özellik taşıyan içerikleri doğrulamak için mücadeleler ortaya çıkmıştır. Bu eğilimin bir sonucu olarak gelişme gösteren doğrulatma platformları yaygınlaşmakta, kanıta dayalı çıkarımlarıyla günden güne önem kazanmaktadırlar. Bu çalışmada bir doğrulatma platformu olan teyit.org düzlemi içerisinden 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminin ardından yayılım kazanan dezenformasyon niteliğindeki içeriklere yoğunlaşılmakta ve deprem ile ilişkili olan düzensiz bilgi akışının genel çerçevesi sunulmaktadır. Bu çerçevede ortaya çıkan bulgular arasında dezenformasyon niteliğindeki enformasyon akışının, komplo teorileriyle, doğa üstü güçlerle, siyasetle, ünlü kişilerle, çeşitli yardım kuruluşlarıyla, mültecilerle, resmi kurumlarla, yağmacılıkla ve hasarlı yapılarla ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnternetin ortaya çıkması sonrasında web temelli iletişim araçlarının gelişmesine olanak tanıdı. Bilgi ve fikirlerin aratan yayılımına imkan tanıyan sosyal medya platformları toplumun her kesimden insanın etkileşime girebilmesini ,paylaşımlarda bulunabilmesini, sağlamış bu etkileşim internet içeriklerinin yapısına da belirler olmuştur.. Bu çerçevede sosyal medya sanal alanda yeni gerçekliklerin oluşmasını bakış açılarının değişmesi durumlarını ortaya çıkardı (Rai, 2023: 9). Web'in gelişimini dönemlere ayırmak mümkündür. sıradan kullanıcıların internet üzerinden metin temelli araştırmalar yapabildiği 1993-2003 yılları web 1.0 dönemi olarak nitelendirilir bu dönemde internete içerikler iliştirebilmek profesyonel bilgi beceri gerektirmektedir. 2004 yılı web 2.0 döneminin miladı sayılabilir ve bu dönemle birlikte sıradan kullanıcılar internette daha kolay verilere ulaşabildiği gibi ortaya çıkan viki, blog ve sosyal paylaşım siteleri sayesinde de kendisi bir üretici konumuna geçerek internet ekosisteminde kolay bir biçimde içerikler oluşturmaya başlamıştır (Laughey, 2010: 163). Bu platformlarda içerik üretimi olanağına sahip olan kullanıcılar yeni medya ekosisteminin içerik veri tabanının yönelimlerini de belirleyebilmektedir. Bu kapsamda kullanıcılar hem tükettiği hem de ürettiği içerikler sayesinde yeni medya platformlarının merkezi konumunda yer almaktadırlar (Bayraktar, 2021: 103). İçeriksel akışın yoğun olduğu yeni medya ekosistemi içerisinde enformasyona ulaşmadaki kolaylıkların yanı sıra olumsuz sayılabilecek bir çok haber ve bilgi yine bu sistem içerisinde kolaylıkla yayılabilmektedir. Medya araçlarıyla yanlı, yanlı bilgilerin yayılımını ilk kitle iletişim araçlarından itibaren görmek ve bu hatalı bilgi aktarım biçimlerini mezenformasyon, malenformasyon ve dezenformasyon olmak üzere üç başlık altında sıralamak mümkündür.

Malenformasyon gizli kalması gereken bilgilerin medya aracıyla ifşa edilmesi olarak nitelendirilirken; mezenformasyon ise yanlış/yalan bilginin yalan ya da yanlış olduğunun bilincinde olmadan medya araçları üzerinden yaymayı içermektedir (Erdoğan ve diğ., 2022: 14). Mezenformasyonda yanıltma amacı olmaksızın bilginin yayılımı gerçekleştirilmektedir

(Lewandowsky ve diğ., 2020: 5). Dezenformasyonda tamamen yalan/yanlış olan bilgi ya da haber kasıtlı olarak üretilmekte ve medya üzerinden yayınlanmaktadır (Tumber ve Waisbord, 2021: 13). Yanlış bilgilendirme aynı zamanda çoğu zaman duygusal bir dille de zenginleştirilir ve dikkat çekici ve ikna edici çekiciliğe sahip olacak şekilde tasarlanır. Bu, özellik kullanıcı ilgisinin bir meta haline geldiği mevcut çevrimiçi alanda yalan/yanlış bilginin hem yaygınlaşmasını hem de etkisini arttırır. Medyada ki yanlış bilgilendirme, doğru olduğu düşünülen ve iyi niyetle yayılan güncelliğini kaybetmiş haberlerden, teknik olarak doğru ancak yanıltıcı yarı gerçeklere, kamuoyunu yanıltmak veya kafasını karıştırmak için kasıtlı olarak yayılan tamamen uydurma dezenformasyona kadar uzanır. İnsanlar açıkça kurgu olan içerikler karşısında bile yanılgılara kapılabilirler (Lewandowsky ve diğ., 2020: 5).

Çevrimiçi alanda giderek yaygınlaşan yalan, yanlış içerikler karşısında bu içeriklerle mücadele etmek için çeşitli platformlar oluşturulmuştur. Bu platformlar içerisinde ilkler arasında sayılan internet sitesi firtsdraftnews.com'dur. Zamanla bu platform Twitter, Facebook, Washington Post, CNN, AFP ve Reuters gibi kuruluşları bünyesine katarak yalan/yanlış haberlerin doğru olup olmadığını incelemiştir (Aktaran: Ünal ve Taylan, 2017: 87).

Yalan/yanlış bilgileri doğruluk kontrolünden geçirme işlevi zamanla kurumsallaşmış ve 2000'li yıllarda sonra ABD'de Snopes, FactCheck.org, PolitiFact gibi doğrulama platformları ana akım medyadan ayrı biçimde kurumsallaşarak çalışmalarını yürütmüşlerdir. 2017 yılında 51 farklı ülkede çeşitli siyasi görüşlerin-haberlerin doğruluğunu, tutarlıklarını inceleyen ve yanlışlıklarını çürütmeye çalışan 137 doğrulama platformu varken 2021 yılında ise bu sayı 102 ülkede 342 rakamına ulaşmıştır. Farklı ülkelerde bulunan bu organizasyonların bir çatı altında bir araya geldiği kuruluş Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN)'dır (Erdoğan ve diğ., 2022: 209). IFCN dünyanın farklı ülkelerinde faaliyet yürüten doğrulatma platformları için rehber niteliğinde amaç ve kriterler oluşturmuştur. Bu kriterleri uygulayan platformlar IFCN'nin çatısı altına girerek faaliyetlerini yürütebilmektedirler. IFCN bu kriterleri oluşturmadaki amacını, (i) doğrulatma platformlarının nasıl çalıştıklarını göstermek ve internet kullanıcılarının güven konusunda sadece platformların açıklamalarına zorunlu olarak güvenmemeleri için kılavuzluk yapmak (ii) doğruluk kontrollerinin kullanıcılarının kendilerinin de tekrarlayabilecekleri biçimde yapılabilmesi için yöntem sunmak, (iii) doğrulatma kuruluşlarının bir standarda ulaşarak yandaş aktörlerden farklılıklarını göstermek olarak açıklar. (IFCN, 2023a: 4). Bu kapsamda oluşturulan prensipler çizelge 1'de açıklanmıştır.

Çizelge 1. Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı Prensipleri

Prensip	Uygulama Biçimi
1. Tarafsızlık ve Adil Olma Taahhüdü	IFCN imzacısı kuruluşlar iddialara karşılık yüksek standartlara sahip kanıtları ortaya koyar. Haksız yere sadece tek bir yöne doğruluk kontrollerini yoğunlaştırmazlar. Kontrol etmek için seçtikleri iddiaların kapsamını ve önemini belirtirler. İlgili çıkarları beyan ederler. Her doğruluk kontrolü için aynı temel süreci izlerler ve kanıtların sonuçları belirlemesine izin verirler. İmzacılar, doğruluğunu kontrol ettikleri konularda savunuculuk yapmaz veya politika pozisyonu almazlar.

2. Standartlara ve Kaynak Şeffaflığına Bağlılık	İmzacı kuruluşlar bir kaynağın kişisel güvenliğinin tehlikeye girebileceği durumlar dışında, sıradan kullanıcılara iddiaya yönelik çalışmalarını yürütebilmeleri için kullanılan tüm kaynaklar hakkında yeterli ve mümkün olduğunca fazla ayrıntıyı sağlar. İmzacılar mümkün olan her yerde birincil kaynakları kullanır ve her zaman tartışmalı bir kaynağı diğer kaynaklarla karşılaştırarak kontrol eder. İmzacılar, alıntı yaptıkları kaynakların, kontrol edilen iddia gerçeğiyle makul olarak ilgili olduğu düşündüğü yönlerini de belirtirler.
3. Finans ve Organizasyon Yapısının Şeffaflığı Taahhüdü	İmzacı kuruluşlar fon kaynakları konusunda şeffaftırlar. Diğer kuruluşlardan fon kabul etmeleri halinde, fon verenlerin, teyitçilerin raporlarında vardıkları sonuçlar üzerinde hiçbir etkilerinin olmamasını sağlarlar. İmza sahibi kuruluşlar, kendi sitelerinde kuruluştaki tüm önemli isimlerin mesleki geçmişlerini yayınlar ve editoryal kontrolün nasıl ve kim tarafından yürütüldüğünü belirterek organizasyon yapısını açıklar. İmza sahipleri, editoryal kontrolün kıdemli editör ekibi tarafından uygulandığı bireysel doğruluk kontrollerinin yazarlarını belirtmemeyi tercih edebilir. Ayrıca imza sahipleri, kullanıcıların kendileriyle iletişim kurmasının bir yolunu açıkça belirtir.
4. Standartlara ve Metodolojinin Şeffaflığına Bağlılık	İmzacı kuruluşlar en yüksek profesyonel standartlarla çalışır ve kullandıkları metodolojiyi açıklarlar. Doğruluk kontrollerini seçer, araştırır, yazar ve yayınlar. Kullanıcıları gerçeklere yönelik iddialar göndermeye teşvik ederler. Neden ve nasıl kontrol ettikleri konusunda şeffaftırlar.
5. Açık ve Dürüst Düzeltme Politikası Taahhüdü	İmzacı kuruluşlar doğruluk konusunda kararlıdırlar, düzeltme politikalarını yayınlayıp tanıtırlar ve yayınladıktan sonra titizlikle takip ederler. Güvenilir kanıtların, dikkate değer bir hata yaptıklarını kanıtladıklarında düzeltme politikasına uygun olarak açık ve şeffaf bir şekilde düzeltme yapar ve kullanıcıların düzeltilmiş sürümü görmesini sağlarlar. İmzacı kuruluş bir yayıncılık veya medya şirketinin teyit birimi olması durumunda, ana şirketin açık ve dürüst bir düzeltme politikasına sahip olması ve bu politikaya bağlı kalması, imzacı kuruluş statüsünün bir gereğidir.

Kaynak: (IFCN, 2023b: 9).

Lewandowsky ve diğ., (2020: 4) doğruluk kontrollerinin insanların yanlış bilgilere olan inançlarını azaltabileceğine ve bu anlamda iddiaların çürütülmesi gerektiğini dikkat çekerler. İddiayı çürütebilmek için ayrıntılı kanıtlar ortaya koymak önemlidir. Bu kapsamda, (i) iddia edilen bilginin yanlış olduğuna dair detaylı açıklamalar yapılırken, bu açıklamaların niçin şimdi yapıldığını belirtmek gerekir, (ii) iddianın karşısında neyin doğru olduğu belirtilir. Detaylı kanıtlar sunulursa yalan iddia baskı altına alınır; şayet böyle yapılmazsa yalan iddia doğru argümanlar karşısında varlığını sürdürebilir.

Bu kapsamda değerlendirilebilecek diğer bir yaklaşımda Hoofnagle ve Hoofnagle (2007) tarafından ortaya koyulmuştur. Hoofnagle ve Hoofnagle yalan/yanlış bilgiyi analiz edebilmek için inkarcılığın oluşturduğu stratejiler içerisinden bir çözümleme geliştirir ve beş ilke çerçevesinde bunu ele alır. Bunlar sırasıyla komplo teorileri, seçicilik, sahte uzmanlar, mümkün olmayan beklentiler ve mantık hatalarıdır. Komplo teorileri olayların arkasındaki gizli güçlere/fikirlere göndermede bulunur. Seçicilikte ise asılsız iddianın sahibi sadece kendi çıkarlarını ilgilendiren bilgileri kullanıp alternatifleri görmezden gelirler. Asılsız iddia sahibi olanlar sahte uzmanları referans gösterebilirler ve yüzde yüz kanıtlanması mümkün olmayan

konular etrafında beklentiler oluştururlar. Asılsız iddia sahibinin ortaya koyduğu ilk argümanla sonraki argümanlar arasında tutarsızlıklar bulunur.

Brandtzaeg ve Folstad (2017: 66) doğruluk kontrolü faaliyetinde bulunan platformları için bir taksonomi oluşturdurlar. Bu taksonomi üç kategoriden oluşmaktadır. Bunlardan birincisi genel çevrimiçi dedikoduları ve palavraları inceleyen snopes.com, HoaxSlayer, ThruthorFiction.com, HoaxBusters ve Viralgranskaren-Metro gibi platformlardır. İkinci kategori ise sadece siyasi-politik iddiaları inceleyen FactCheck.org, PolitiFact, The Washington Post Fact Checker, CNN Reality Check, Full Fact gibi kuruluşlar, üçüncü kategoride belirli/spesifik konuları irdeleyen StopeFake, TruthBeTold, #RefugeeCheck, Climate Feedback Brown Moses Blog/Bellingcat gibi platformlardır.

Bu çalışmanın saha düzlemini oluşturan teyit.org platformu bu taksonomi içerisinde birinci kategoride bulunmaktadır. Teyit.org 2016 yılından bu yana internetteki şüpheli sayılabilecek bilgileri incelemekte, internet kullanıcıların dijital okuryazarlık becerilerini, eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirmek için eğitimler yürütmekte ve Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı'nın prensipleri doğrultusunda faaliyet yürütmektedir (Teyit.org, 2023a: 3). Teyit.org internette bulunan şüpheli bilgiler için taramalar yapar, sosyal medya kullanıcılarının WhatsApp ya da eposta üzerinden şüpheli gördükleri içerikler için yapmış oldukları ihbarlarını değerlendirir. Teyit.org, Qoshe, Medyatakip, Interpress, Tweetdeck ve Crowdtangle gibi medya ve içerik akışını takip eden platformlardan yararlanır, konunun boyutuna göre önceliklendirme yapar, kanıtları toparlayıp raporlaştırır (Teyit.org, 2023b).

YÖNTEM

Nitel araştırma yöntemine ait örnek olay/durum çalışması deseninin kullanıldığı bu çalışmada 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremiyle ilgili olan dezenformasyon niteliğindeki veriler Uluslararası Doğruluk Kontrolü Ağı (IFCN) organizasyonunun imzacısı olan teyit.org platformu üzerinden incelenmiş, 6 Şubat 2023-12 Ağustos 2023 tarihleri arasındaki depremle ilintili olan veriler toplanmış ve içerik analizi yöntemiyle çözümlenerek 9 başlık altında serimlenmiştir.

Teyit.org platformu incelediği verileri doğru, yanlış, karma, bağlamdan koparma, hatalı ilişkilendirme, parodi, taklit, sonuçlandırılamadı ve uydurma kategorileri içerisinde raporlaştırıp açıklamaktadır. İddianın hem doğru hem de yanlış tarafları tespit edildiğinde karma, iddiaya dair veriler elde edilemediğinde sonuçlandırılamadı, doğru bir bilginin içerisinde bulunduğu olaydan, durumdan, zamandan koparılarak farklı bir olguyla ilişkilendirilmesi bağlamdan koparma, gerçek anlamından saptırarak yanlışa sürükleyen içerikler çarpıtma, bir olayı nitelediği ileri sürülen fotoğraf, video alıntı haber başlıkları gibi unsurlar başka bir olaya ait olduğu durumlarda hatalı ilişkilendirme, gerçek bir bilginin insanları kandırmak, seçmek, eklemek,, çıkarmak gibi müdahalelerle değiştirilmesi manipülasyon, genelde haber formatında sunumlardan oluşan ve eğlenceli bir biçimde alaya almak için yazılan metinler parodi, kişi ya da grupların taklidini yaparak oluşturulan dezenformasyon çözümlemeleri taklit ve insanları kandırmak için tamamen yalandan oluşan içerikler uydurma olarak raporlaştırılıp açıklanmaktadır (Teyit.org, 2023b).

BULGULAR

6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminden sonra teyit.org doğrulatma platformu özelinde depremle ilişkilendirilen toplam 126 iddia incelenmiştir. Teyit.org analizleri sonucunda çeşitli sosyal medya platformları ve medya araçlarından ortaya atılan iddiaların büyük bir çoğunluğunun dezenformasyon niteliğinde yanlış-yanıltıcı bilgi taşıdığı ortaya çıkmış, 4 iddia yeterli veriye ulaşılamadığından dolayı sonuçlandırılamamış ve 11 iddianın doğru olduğu tespit edilmiştir (bkz. çizelge 2).

Çizelge 2. Gündeme Gelen İddialar

İçerikteki İddia	İnceleme Sonucu	Yanıltıcı Yönü
Videonun 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Simpsonların 6 Şubat 2023 Güneydoğu depremini bildiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Sakarya'da 6 Şubat 2023'te deprem meydana geldiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Malatya'da yıkılan Trend Garden Residence isimli binanın üç yıllık olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Yıkılan binanın 6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depreminden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görseldeki sitenin AFAD'ın resmi yardım sitesi olduğu iddiası	Yanlış	Uydurma
Adana Havalimanı'nın uçuşlara kapatıldığı iddiası	Yanlış	Uydurma
AFAD'ın Türkiye'de fay hatlarının gittikçe yayıldığını açıkladığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Kızılay ve AFAD'ın ikinci el giysi yardımı kabul etmediği iddiası	Doğru	-
Videonun Adana'daki Tsunamiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Türkiye'deki depremin ardından yaşanan nükleer patlamayı gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
THY'ye ait insani yardım uçaklarının dönüşte vatandaşları taşıdığı iddiası	Doğru	-
Numaraların AFAD'a ait olduğu iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun Türkiye'deki depremin ardından Kabe'de okunan duayı gösterdiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Malatya'da bir yıllık binanın depremde yıkıldığı iddiası	Doğru	-
Fotoğrafın 6 Şubat 2023 Güneydoğu depreminden sonra çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Twitter hesaplarının Ahbap'ın resmi hesapları olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Videodaki ışıkların HAARP nedeniyle oluştuğu iddiası	Yanlış	-
Videonun Türkiye'deki deprem için Azerbaycan'dan gelen yardım araçlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin Kahramanmaraş'ın depremden önce ve sonrasını gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Araç içinde uyumanın karbon monoksit zehirlenmesine sebep olacağı iddiası	Karma	-
6 Şubat depremlerinden sonra Türkiye'nin üç metre kaydığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Depremzedelerin T.C. kimlik numarasıyla ilaç alabildiği iddiası	Doğru	-
Milano Başkonsolosluğu'nun deprem yardımları için yalnızca Diyanet Vakfı'nı gösterdiği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Deprem bölgesine gönderilen mobil mescit hakkındaki iddialar	Sonuçlandırılamadı	-
Videodaki kişinin AK Parti Kahramanmaraş Milletvekili Habibe Öçal olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Ece Üner'in "Haluk Levent ve Oğuzhan Uğur, cumhurbaşkanından daha çok ülkeyle ilgileniyor" dediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun Türkiye'deki depremlerden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun 6 Şubat 2023 Türkiye depremlerinde kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Japon profesör Toda Shinji'nin Kahramanmaraş depreminin dünyanın en büyük kara depremi olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
NATO ülkelerinin yaptığı tatbikatta deprem sonrası Türkiye'yi işgale hazırlandıkları iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Depremzedelerin otellere yerleştirilmeden önce AFAD'a başvurmaları gerektiği iddiası	Doğru	-
AFAD'ın Tuborg ve Efes logolu polarları kabul etmediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Darülaceze'nin depremzede çocuklar için gönüllü anne aradığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Dua eden bulutların Kahramanmaraş depremi ile alakalı olduğu iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Enkazdan çıkan kişiye fazla su verilmesi halinde ölebileceği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
2010 Haiti depremi sonrası kaybolan çocukları UNICEF'in kaçırdığı iddiası	Yanlış	Uydurma

Deprem bölgesine yardım götüren Fenerbahçe tırının yağmalandığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Salgın hastalıkları önlemek için enkazların üzerine çamaşır suyu atılabileceği iddiası	Karma	-
Jeoloji Profesörü Cenk Yaltırak'ın depremin şiddetinin 11 olduğunu söylediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Video Türkiye'deki depremde mi kaydedildi?	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Katar'ın Dünya Kupası gelirlerini Türkiye'ye bağışladığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Kemal Kılıçdaroğlu'nun Düzce Depremi Etki Analiz Raporu'na yönelik iddiaları	Doğru	-
Fuat Oktay'ın konuşması sırasında Suriyeli birinin cep telefonu çaldığı iddiası	Yanlış	Çarpıtma
İzmir'de valiliğin deprem yardım tırının pankartının zorla söküldüğü iddiası	Karma	-
Fotoğrafın Gaziantep'te yağma yaparken dövülen Suriyeliyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Hindistan'ın Türkiye'ye yardımlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
ABD'li petrol şirketinin Kahramanmaraş'ta petrol ararken depremi tetiklediği iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun Burak Özçivit'in deprem bölgesindeki çalışmalara katıldığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Kahramanmaraş'ta depremden sonra volkanik aktivite meydana geldiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Fotoğrafın Hatay'da "devlet yok, açlıktan ölüyoruz" diyen kişiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Dünya Bankası'nın 1,78 milyar dolarlık yardımı belediyelere aktaracağı iddiası	Sonuçlandırılamadı	-
Avusturya ordusunun arama kurtarma çalışmalarını durdurduğu iddiası	Sonuçlandırılamadı	-
Kulağı kesilen kişinin deprem bölgesindeki yağmacılardan biri olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Jordi Diaz'ın Türkiye depremlerinin, Japonya depreminden 30 kat şiddetli olduğunu söylediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Hatay'da yapı denetim belgeleri barındıran bina hakkındaki iddialar	Sonuçlandırılamadı	-
Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Kahramanmaraş depreminin etkilediği illerden Hatay'da yaptığı açıklamada "böylesi büyük felakete hazırlıklı olabilmek mümkün değildir" iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Fotoğrafın Kahramanmaraş depremleri sonrasına ait olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Seçmenlerin genel seçimler için 14 Şubat tarihine kadar adres değişikliği yapmaları gerektiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun Süleyman Soylu'yu Kahramanmaraş depremi sonrası gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun yardım bahanesiyle Suriyelileri Türkiye'ye taşıyan kaçakçıları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrailli ekibin deprem bölgesinden ayrıldığı iddiası	Karma	-
Videonun Kahramanmaraş depremlerinden sonra çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın deprem sonrası Kızılay başkanının fabrika ziyaretini gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
ÖSO komutanının deprem sonrası Suriyelilerle ilgili Türkiye'ye seslendiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Kamu bankalarının Ahbap'a yapılan yardımları AFAD'a aktardığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Enkazdan çıkan fotoğrafın depremden etkilenen bir aileyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın Macaristan Başbakanının kızını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Haluk Levent'in bir özel uçakta çekilen fotoğrafının güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Kahramanmaraş'taki deprem sonrası kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun deprem bölgesine konteyner ev taşıyan treni gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Twitter hesabının Kenan İmirzalıoğlu'na ait olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Çinli arama kurtarma görevlisini gösteren fotoğrafların yapay zekayla üretildiği iddiası	Yanlış	Manipülasyon
6 Şubat depremlerinde Hatay'ın Erzin ilçesinde hiçbir binanın yıkılmadığı iddiası	Doğru	-
Prof. Dr. Cenk Yaltırak'ın 6 Şubat depremlerinden sonra "İstanbul'da 2026'ya kadar deprem olacak" dediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Videodaki Atatürk büstlü aracın depremzedelere yardım götürdüğü iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
@hknural hesabının Hakan Ural'a ait olduğu iddiası	Yanlış	Taklit
Deprem için yapılan yardımların vergiden düşüleceği iddiası	Yanlış	Çarpıtma

Videonun Babala TV ekibinin yardım merkezinde film izlediğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma Hatalı
Süleyman Soylu'nun 2019'da koordine ettiği deprem tatbikatının yapıldığı otelin yıkıldığı iddiası	Doğru	-
Muharrem İnce'nin "Sınırlarımız açık, Suriyeliler gelmeye devam ediyor" iddiası	Yanlış	Uydurma
Videonun İspanyol askerinin Türkiye'de asayişi sağlamak için devriye gezdiğini gösterdiği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Videodaki köpeğin deprem sonrasında kurtarıldığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Uzaydan gönderilen titanyum çubuklarla deprem yaratıldığı iddiası	Yanlış	Uydurma
Cengiz Holding'in 3 milyar TL'lik yatırımına devlet teşviki verildiği iddiası	Doğru	-
Videonun Filistinli vekilin deprem taziye mesajına verilen tepkiyi gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Süleyman Soylu'nun sadece İstanbul depremi için hazırlık yapıldığını söylediği iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
A Haber'in yayında Kahta ilçesini Adıyaman kent merkezi gibi gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun Kahramanmaraş depremlerinden sonra oluşan yarıkları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun 20 Şubat'ta Hatay'da meydana gelen deprem sonrası kaydedildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İsrail'deki Türkiye haritasının depremleri öngördüğü iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotoğrafın Aydın Büyükşehir Belediyesinin deprem bölgesine yardımlarını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Fotokapan görüntüsünün Kahramanmaraş depremlerinden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Bakan yardımcısı Birpınar'ın "sismik izolatör" paylaşımı yaptığı iddiası	Doğru	-
Fotoğraftaki kişilerin Ahbap tarafından dolandırıldığı iddiası	Yanlış	Bağlamdan Koparma
Fotoğrafların 20 Şubat'taki depremden önce Suriye'de çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Hırsızlık yaptığı belirtilen kişiyi gösteren fotoğrafın Kahramanmaraş'tan olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Elazığ Valisiyle Süleyman Soylu'nun konuşmasının güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Meral Akşener'in deprem bölgesindeki videosunun güncel olduğu iddiası Meral Akşener'in deprem bölgesindeki videosunun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Kahramanmaraş depremleri sırasında çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videodaki siyah çizgilerin titanyum oklarla Hatay'ın vurulma anını gösterdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Karot testinin sağlam binalara zarar verdiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Lütfü Savaş'ın yurttaşlarla tartışmasını gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Depreme namaz kılarken yakalanan kişileri gösteren videonun Türkiye'den olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Tunç Soyer'in depreme tedbir için sokakta Atatürk heykeli dolaştırdığı iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Binali Yıldırım'ın bazı akrabalarının Kızılay'da görevde olduğu iddiası	Doğru	-
6 Şubat 2023 Kahramanmaraş depremi sonrası gündeme gelen Bülent Ecevit'in 17 Ağustos depreminde afet bölgesine günler sonra gittiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Havaalanındaki videonun 6 Şubat depremleri sırasında çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
"Siyasi başkan istemiyoruz" sloganı atılan görüntülerin güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görseldeki Tweetin Oğuzhan Uğur'a ait olduğu iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Videonun depremden önce Hatay'da çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
İnsanların kaçışını gösteren görüntülerin Türkiye'deki depremlerde çekildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Videonun Suriyelilere 10 bin TL'lik nakdi yardım kuyruğundan olduğu iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Kız çocuğunu gösteren videonun güncel olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
"Tüm kredi kartları geçerlidir" yazan Kızılay çadırı fotoğrafının gerçek olduğu iddiası	Yanlış	Manipülasyon
Videonun Türkiye'deki deprem enkazını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Hatay Defne'deki ağır hasarlı binaya az hasarlı raporu verildiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
6 Şubat depreminin karada meydana gelen en şiddetli deprem olduğu iddiası	Yanlış	Abartma
Videonun deprem bölgesinde konut inşasına başlandığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Erdoğan'ın deprem bölgesine beşinci gün gittiği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Videonun Kılıçdaroğlu'nun deprem bölgesinde "bozkurt" sloganıyla karşılandığını gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Tablonun depremin bölgesel şiddetini gösterdiği iddiası	Yanlış	Uydurma
Süleyman Soylu'nun deprem sonrası güncel halini gösterdiği iddia edilen fotoğraf	Yanlış	Manipülasyon
CHP'li büyükşehir belediyelerinin deprem bölgesine gitmediği iddiası	Yanlış	Çarpıtma
Fotoğrafın depremzedeler için yapılan konutları gösterdiği iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme
Görüntülerin 10 Ağustos 2023 Malatya depreminden olduğu iddiası	Yanlış	Hatalı İlişkilendirme

Kaynak: (Teyit.org, 2023c)

Çizelge 2 analiz edildiğinde iddiaların 42'si bina yıkılma görüntüleri, yıkıntı ve hasarlar ile, 30'u çeşitli yardım kuruluşlarının yardım, bağış ve arama kurtarma faaliyetleri ile, 19'u siyasetçiler ile, 9'u depreme dair komplo teorisi ve doğaüstü özellikler barındıran görsellerle, 7'si ünlü insanlarla, 6'sı mültecilerle, 5'i deprem uzmanlarının açıklamalarıyla, 4'ü yağma ile ve diğer 4'üde resmi kurumlarla ilişkili olan konulardan oluşmaktadır (bkz. çizelge 3).

Çizelge 3. Analiz Başlıkları

Komplo-Doğaüstü	**9**
Mülteci	**6**
Siyaset	**19**
Yardım-Arama Kurtarma	**30**
Yağma	**4**
Deprem Uzmanları	**5**
Ünlüler	**7**
Resmi Kurumlar	**4**
Hasar	**42**
Toplam	**126**

TARTIŞMA VE SONUÇ

Tarihsel süreç içerisinde çeşitli iletişim biçimleri geliştiren insanlar aracılı iletişim sayılabilecek ve içerisinde yazıyı, sesi, görseli barındıran kitle iletişim araçları sayesinde dünyada olup bitenler hakkında bilgiye sahip olmuşlardır. 2000'li yıllara kadar genelde tek taraflı bir akış içerisinde sürdürülen kitle iletişim eylemi, bu yıllardan sonra etkileşimi üst düzeye çıkaran bilgisayar-internet tabanlı araçlarla dönüşüme uğramış her bir internet kullanıcısı içerik üretebilme olanağına sahip olmuştur. İletişim açısından bir çok olanağı sağlayan günümüz yeni medya araçları ve platformları enformasyon üzerinde olumsuz sayılabilecek etkenlere de açık durumdadırlar. Bu etkenler arasında dezenformasyon olgusu katlanarak çoğalmakta bu doğrultuda dezenformasyonla etkili mücadele yöntemleri de zorunluluk olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda gelişme gösteren doğrulatma platformlarının birçoğu genel popülasyonu ilgilendiren konular üzerinden analizler yapmakta, çıkarımını yaptığı iddia hakkında güvenilirliğini arttırmak için kanıta dayalı faaliyetler yürütmektedirler. Bu yönüyle

içeriksel akışkanlığın ve dezenformasyonun yoğun olduğu günümüz dünyasında medya okuryazarı her bir bireyin belirli standartlara sahip olan doğrulatma platformlarının analiz yöntemlerini öğrenerek dezenformasyonun etkilerinden uzak, sağlıklı bir medya tüketim örüntüsüne sahip olabilecekleri; özellikle afet-kriz dönemlerinde bu tür beceriler sayesinde bu çalışmada da ortaya çıkan sosyal alanı ilgilendiren konularla ilişkili dezenformasyon niteliğindeki veri akışının önüne set çekebilecekleri düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Brandtzaeg, P. B., & Følstad, A. (2017). Trust and distrust in online fact-checking services. Communications of the ACM, 60(9), 65-71. https://doi.org/10.1145/3122803

Erdoğan, E., Uyan Semerci, P., Eyolcu Kafalı, B., ve Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve bilgi düzensizlikleri: Kavramlar, nedenler ve çözümler. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Hoofnagle, M. ve Hoofnagle, C. J. (2007). *What is Denialism?* http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4002823

IFCN. (2023a). *Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı.* Erişim adresi: Erişim adresi: https://drive.google.com/file/d/1e-A_AmU3B3G8cbC9NfKSY0nH1zfWeH67/view

IFCN. (2023b). Uluslararası Doğruluk Kontrol Ağı Prensipleri. Erişim adresi: https://drive.google.com/file/d/1e-A_AmU3B3G8cbC9NfKSY0nH1zfWeH67/view

Laughey, D. (2010). Medya Çalışmaları: Teoriler ve Yaklaşımlar. (Çev. Ali Toprak). İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J., Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). *The Debunking Handbook 2020.* http://doi.org/10.17910/b7.1182

Rai, A. K. (2023). *Encyclopedia of Journalism and Mass Communication.* Burlington: Society Publishing.

Teyit.org. (2023a). *İfade Özgürlüğü ve Doğru Bilgiye Erişim Bağlamında Google'ın Dezenformasyon ve Medya Politikaları Raporu.* Erişim adresi: https://md.teyit.org/file/ifade-ozgurlugu-ve-dogru-bilgiye-erisim-baglaminda-googlein-dezenformasyon-ve-medya-politikalari-vf.pdf

Teyit.org. (2023b). *Metodoloji ve İlkeler.* Erişim adresi: https://teyit.org/metodoloji-ve-ilkeler/

Teyit.org. (2023c). *Gündeme Gelen İddialar.* Erişim adresi: https://teyit.org/subat-2023-turkiye-depremleri

Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). *The Debunking Handbook*. http://doi.org/10.17910/b7.1182

Tumber, H. ve Waisbord, S. (2021). Media, disinformatıon, and populism: problems and responses. Howard Tumber ve Silvio Waisbord (Ed.), *The routledge companion to media disinformation and populism* (ss. 13-25) içinde. London: Rouletge.

Ünal, R. ve Taylan, A. (2017). Sağlık İletişiminde Yalan Haber-Yanlış Enformasyon Sorunu ve Doğrulama Platformları. *Atatürk İletişim Dergisi, 14,* 81-100 . https://dergipark.org.tr/en/pub/atauniiletisim/issue/34005/360148

DİN-BİLİM-BÜYÜ TARTIŞMALARI EKSENİNDE GIORDANO BRUNO

Doç. Dr. Rıza BAKIŞ

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, ORCID ID - 0000-0003-1686-8608 47547

ÖZET

Çoğu antropolog ve sosyolog dinin insanla birlikte var olan bir realite olduğuna dikkat çekmektedir. İnsanoğlunun yerleşik hayata geçmesinin hemen sonrasında güvenlikten de önce din eksenli gereksinimlere yöneldiği görülmektedir; buna bağlı olarak birtakım semboller ürettiği ve totemler yaptığı bunları da sosyal hayatın merkezi konumunda olan bir yere yerleştirdiği anlaşılmaktadır. Yine birçok bulgu ilk kurumsal yapıların din eksenli olduğuna işaret etmektedir. Bilim ise, bilgilerin sistemli bir şekilde araştırılması ve incelenmesine dayalı, problem, hipotez ve yasa aşamalarından oluşan çalışmaların bütünü, insan birikiminin ve merakının neticesinde ortaya çıkmış olan tecrübenin adıdır. Tarihte ve günümüzde en dikkat çekici araştırmalar ve tartışmalar din bilim alanına dönük olmuştur. Bu, yer yer ikisini karşı karşıya getirmiş yer yer de bir arada düşünülmesine imkan vermiştir. Büyü ise, eskiden beri insanların ilgi duyduğu, merak ettiği bir diğer alandır. Her toplumda ve kültürde farklı tezahür etmiş olan büyü, bazen dinle ilişkili bazen de dinden bağımsız şekillenmiş, gizemli olduğu kadar çoğu zaman ürkütücü ve korkutucu bir yapıda insanların karşısına çıkmış/çıkarılmıştır. Bütün bunların bir araya geldiği düşünce ikliminin adı Rönesans'tır. Hiç şüphe yok ki bu dönemin en dikkat çekici siması da Giordano Bruno'dur. Biz bu tebliğimizde Bruno'nun din, bilim ve büyü eksenli düşüncelerini merkeze alan tartışmalara ve değerlendirmelere yer vereceğiz. Bazı araştırmacı ve yazarlara göre Bruno, tipik bir büyücü, bazılarına göre Spinoza'yı önceleyen büyük bir filozof, diğer bazılarına göre ise cosmos/evren tartışmaları bağlamında ele alındığında tam bir bilim insanıdır. Çok iddialı olduğunu düşündüğümüz bu yaklaşımları aşağıdaki kavramlar zemininde ele alıp tartışmak istiyoruz.

Anahtar Kelimeler: Din, bilim, büyü, cosmos, rönesans.

GIORDANO BRUNO ON THE AXİS OF THE RELIGION –SCIENCE- MAGIC DISCUSSIONS

ABSRACT

Most anthropologist and sociologist point out that religion is a reality that coexists with man. It is seen that human beings turn to religion-oriented needs before security, right after they have settled down; Accordingly, it is understood that they produced some symbols and made totems and placed them in a place that was the center of social life. Again, many findings indicate that the first institutional structures were based on religion. Science, on the other hand, is the whole of studies based on the systematic research and examination of information, consisting of problem, hypothesis and law stages; It is the name of the experience that has emerged as a result of human accumulation and curiosity. The most remarkable researches and debates in history and today have been in the field of religion-science.This has brought the evaluation against each other from place to place and allowed them to be considered together from time to time. Magic, on the other hand, is another area that people have been interested in and wondered for a long time. Magic, which has manifested differently in every society and culture, has sometimes been associated with religion and sometimes shaped independently of religion, and has appeared before people in a mysterious as well as often scary and frightening structure. The name of the climate of thought in which all these came together is the Renaissance. There is no doubt that the most stiriking figure of this period is Giordano Bruno. In this paper, we will include discussions and evaluation that center Bruno's thoughts on religion, secience and magic. According to some researchers and writers, Bruno is a typical magician; according to some, a great philosopher who preceded Spinoza, and according to others, a complete scientist when considered in the context of the cosmos/universe discussions. We would like to discuss these approaches, which we consider to be very assertive, on the basis of the following concepts.

Keywords: Religion, science, magic, cosmos, renaissance.

Hayat ve Ölümün İç İçe Olduğu Bir Filozofun Düşünce Serüveni

1548 yılının Ocak ya da Şubat ayında Vezüv yakınlarındaki Nola kentinde doğan Bruno'ya Babası Gioanni, Filippo adını verir ve bununla vaftiz edilir. Giordano adının ise, Dominikan tarikatına girdiğinde alır.[1] Latince yapıtlarında ismi Jordanus Brunus Nolanus ya da Philippus Brunus Nolanus, İtalyanca yazılarında ise Nolano/Nola'lı şeklinde yer almaktadır.[2]
Thomas Aquinas üzerine yazdığı Latince tezle teoloji doktoru[3] unvanı alan Bruno, İsa'nın aynı zamanda Tanrı olduğunu benimseyen teslis inancını kabul etmediği gerekçesiyle ilk heretik suçlamaya Napoli'de iken muhatap olur; hakkında iki dava açılır ve o da muhtemelen 1576 yılında Napoli'den ayrılıp Roma'ya geçer. Bundan sonraki hayatı, Venedik Engizisyonu'nun eline düşünceye kadar dur durak bilmeksizin bütün Avrupa'yı dolaşmakla geçecektir.[4]

Bruno'nun temel eleştirilerinden biri Aristoteles'in kozmolojisi ve ontolojisinedir. O dönem tıpkı Roma'da olduğu gibi Cenevre de Aristoteles'in bilgeliğine ikna olmuş bir yerdir; dolayısıyla Bruno'nun Aristoteles'i eleştirmesi buradaki otoritelerce hoş karşılanmaz hatta onlarla çatışmasına sebep olur.[5]

Güneş-merkezci hipotezde dünya döner, çünkü Bruno'ya göre Copernicus, "doğal değilse de matematiksel muhakemesiyle" bugüne dek alay ve aşağılanmalarla örtbas edilmiş olan, dünyanın hareketine dair teoriyi yeniden canlandırmıştır. Bruno dünyanın devinimini coşkuyla kabul eder, ancak bunu matematiğin bayağı zeminine de indirgemez.[6]

Bruno'ya göre Aristoteles batıni hakikatleri göremeyen veya görmeyen ve bağnaz sıfatını hak eden Cepernicus teorisinin hermetik mühür olduğunu kavraymayanlar gibi bağnaz kıt görüşlü biridir.[7]

1581'in bitimine yakın Paris'e giden Bruno, neredeyse bir anda tanınır hale gelir. Thomas Aquinas'ın yaptığına benzer bir şekilde "Otuz ilahi nitelik" üzerine verdiği otuzdan fazla ders, Bruno'ya sıradan bir profesörlük teklifini getirir, ama o bunu kabul etmez. Ancak şöhreti Kral III. Henry'nin kulağına ulaştığı için Henry de diğer şeylerin yanı sıra, Bruno'nun Raymond

[1] J. Lewis McIntyre, *Giordano Bruno* The Macmillian Company, New York, 1903, s. 3.
[2] Dinçer Yıldız, *Giordano Bruno; Yakılan Kâfirin Yaşamı ve Felsefesi,* Sun Yayınevi, Ankara 2008, s. 73.
[3] Yıldız, *age,* s. 78.
[4] McIntyre, *age,* s. 10.
[5] McIntyre, *age,* s. 16.
[6] Francse Yates, *Giordano Bruno ve Hermetik Gelenek,* çev. Ayşe Deniz Temiz, SayYayınları, İstanbul 2021, s.336.
[7] Francse Yates, s. 349.

Lully'dan (1236-1315) etkilenip kendisinin de savunduğu hafıza ve zihin sanatı konusundaki görüşlerinin doğal ya da büyüye bağlı olup olmadığını bilmek ister. Bruno da Henry'ye bunun sanat olmayıp bir bilgi olduğunu belirtir.[8]

F. Yates'e göre ise, Bruno'nun hakikati ne tutucu Katolik ne de tutucu Protestan değil Mısır'a özgü büyüyü esas alan bir hakikattir;[9] ve onun ortaya attığı din ve büyüde en iyi yol *Spaccio*'dan anlaşıldığı kadarıyla Mısırlar'ın yoludur.[10] Yates'e göre onun dindeki rehberi dört tanedir: Sevgi, Sanat, Mathesis ve Büyü. Dindar büyücü mükemmeliyetin ve gücün en yüksek mertebelerine bu dördünü takip etmek suretiyle ulaşır.[11] Frances Yates'in yorumuna göre Bruno doğru dinin Mısır dini olduğuna inanmaktadır böyle olunca da doğru büyü de bu olmalıdır. Zira bilindiği üzere Cinler, Mısırlı rahiplerin istedikleri gibi yönlendirip heykellerinin içine çekmeyi bildikleri varlıklardır.[12]

R. Lully, zihin sanatı konusunda çalışmaları olan ve bu konuda Bruno'yu da etkilemiş birisidir. Nitekim Bruno'nun eserlerinden birin adı da *Zihin Sanatı'*dır. Paris'te olduğu dönemde *Shadows of İdeas* ve *Art Of Memory* eserlerini yayımlayan Bruno[13] 1581'de College de Cambrail'de bir süre dersler verir. Ertesi yıl Kral III. Henry, Bruno için Sorbonne'da özel bir kürsü açtırır ve dinsel törenlere katılmaktan da muaf tutulur. [14]

1583'ün Nisan ayında Oxford'a geçen Bruno, burada Aristotelesçilik konusunda güçlü biri olarak bilinir. Bruno'nun İngiltere'de bulunduğu süre içerisinde Copernicus'un güneş merkezli gök sistemini savunması pek iyi karşılanmaz; Calvinciler'le arası açılır, sonunda Bruno'yu aforoz ederler ve Marsilio Ficino'dan (1433-1499) aşırma yapmakla suçlanır.[15]

1586 yılının sonbaharında yeniden Paris'e dönen Bruno, burada Aristoteles'i eleştirince bu kez de Fransız Katolikleri onu aforoz ederler. Peripatiklere karşı 120 tez geliştiren Bruno'nun bu tezleri bir ölçülülük ihtiva eder ama aynı zamanda Aristotelesçiliğin güçlü birer eleştirisi durumundadır.[16] 1586'de Almanya için Fransa'yı terk ettiğinde ilk hatasını yapar. Wittenberg'e

[8] Anne Eusterschulte, "Platonic Caverns and Epicurean Worlds", *Turning Tradations Upside Down Rethinking Giordano Bruno's Enlightenment,* H. Hunfnagel-A. Eusterschulte (Ed), Central European New York, University Press 2013, s. 55.
[9] Yates, 332.
[10] Yates, 372.
[11] Yates, 376.
[12] Yates, 367.
[13] McIntyre, *age*, s. 18.
[14] Frances. Yates, *The Art of Memory Selected Works Volume III*, ARK Edition, London, 1984, ss. 170-304.
[15] McIntyre, *age*, s. 48.
[16] McIntyre, *age*, s. 50.

vardığında Luthercilik hala güçlüdür; burada çoğu kalvinist ve Lutheryan olan bir felsefe fakültesi vardır. Bruno, burada iki yıl Aristoteles'in *Organon*'unu okutur ve felsefenin diğer meseleleri üzerine dersler verir. Kendisi Copernicusçu kabul edildiği için Kalvinistlerle ters düşer, çünkü onlara göre Copernicus'un teoremi yeni bir heresidir, dolaysıyla da 1588 de Wittenberg'i terk etmek zorunda kalır. [17]

1591 yılının Mart ayında *De Minimo*'nun yayım iznini alır. 1591 senesinde Frankfurt'ta iken Venedikli genç bir patrik Giovanni Mocenigo'dan zihin sanatının inceliklerini öğrenmek gayesi güden bir davet alır; Bruno bu daveti kabul eder[18] ve 1592'de ölümcül bir adım atıp, kişisel güvenliğini de bir tarafa bırakarak Mocenigo'nun evine gider. Evinde kaldığı süre içerisinde Mocenigo, Bruno'ya zihin sanatı konusundaki bildiklerini öğretmesi konusunda baskı yapar; karşılığında da özgür olacağını vaad eder.[19]

Venedik'e çağrılırken bir tuzağa mı düşer yoksa Mocenigo ile bir anlaşmazlığa mı düşer burası açık değildir. Anlaşıldığı kadarıyla, büyü ve bellek sanatının bütün gizemlerini öğrenmek isteyen Mocenigo'ya Bruno, evrenin sonsuzluğunu, güneş sistemlerini ve kozmosun canlı birer organizma olduğunu anlatır; Frankfurt'a yeni yazılarını bastırmak için döneceğini bildirince Mocenigo, 1592 yılının 22 Mayıs'ını 23 Mayıs'a bağlayan gecede evinde Bruno'yu alıkor. 23 Mayıs'ta Mocenigo, Bruno'yu yirmi noktada sapkınlık ile suçlayan, içeriğinde İsa'nın "sahtekâr" ve "büyücü" olduğu iddiasının da yer aldığı ihbar yazısını engizisyon papazına gönderir. 24 Mayısta Bruno tutuklanır ve engizisyon hapishanesine götürülür. Başta Roma olmak üzere, Bruno'nun yedi yıl süren duruşmalarının büyük bir bölümü ve bundan sonraki hayatı net değildir.[20]

Venedik'teki sorgulamalarının birinde: "Kendisinin kompoze ettiği ve yayımladığı çalışmalarından bazılarını kendisinin de onaylamadığını, çünkü bunları dürüst ve inanmış biri olarak değil filozofça ortaya koyduğunu, potansiyel bir biçimde felsefi olarak neye işaret ettiğini anlamaya çalıştığını" ifade eder. Ancak ilerleyen süreçte Bruno, kesinlikle dini yalanlamak niyetinde olmadığını, yalnızca felsefeyi/düşünceyi methetmek kastının olduğunu, doğrudan Katolik kilisesinin din anlayışına karşı değil, bunları sözle anlatılmış olan ve Tanrıya saygısızlık içermesine rağmen, kendisinin doğal aydınlığını güçlendirmek adına yaptığını dile getirir. Zaman zaman Bruno'dan Peripatiklere ve diğerlerine karşı kullandığı dilin doğruluğunu

[17] McIntyre, *age*, , s. 53-55.
[18] McIntyre, *age*, s. 64-66.
[19] Boulting, *age*, s. 224-225.
[20] Yıldız, *age*, s. 103.

kanıtlaması istenir. Bruno da: " Kendisinin sonsuz bir evren fikrine sahip olduğunu, ilahi kudretin de sonsuz olduğunu düşündüğünü, çünkü sınırlı bir evren yaratmanın onun iyiliği ve kudretiyle bağdaşamayacağını, dolayısıyla kendisinin de bunu yeryüzü benzeri dünyaların bulunacağı şeklinde deklere ettiğini belirtir. Kendisi gibi Pythagoras'ın da benzer şekilde ayı ve gezegenleri birer yıldız olarak düşündüğünü, gezegenlerin ve yıldızların sınırsız olduğunu ve sonsuz uzayda bulunduğunu" hatırlatır.[21]

Bruno, Rönesans döneminin en önemli ilgi alanlarından biri olan yeni astronomi bilimi için sınırsız bir heyecan duymaktadır. Kendi deyişiyle, "Bu bilim sayesinde bizler ebedi bir sonucun ebedi nedenini keşfetmeye koyulduk ve ilahi varlığın bizim dışımızda, bizden ayrı ve uzak değil, içimizde olduğunu düşünmeye başladık. Zira ilahi varlık bütünüyle her şeyi kuşatmış olduğunda bize, bizim kendimize olabileceğimiz kadar yakındır." [22]

Bruno'nun temel iddialarının başında sonsuz evrende sayısız dünyalar fikri vardır. İki tür sonsuzluk vardır biri evrenin büyüklüğü anlamında, diğeri çok sayıda dünyalar anlamındadır, bunun doğrudan olmayacak şekilde dini yalanlayabileceğini dile getiren Bruno, bu evrene ilahi bir kudret ve bu çerçevede her şeyin canlı, gelişen, hareket eden ve bir mükemmelliğe eriştiğini yerleştirir. Bu da kendisini iki şekilde ortaya kor: biri her şeyin ve her bedenin içinde ruh olarak, her şeyin içinde her şey olarak ya da her bir parçanın içinde bir bütün olarak. Bruno onu doğa, gölge ve tanrının izi olarak görür. Diğeri ise, anlatılamazdır ki orada Tanrı, öz, bulunuş ve güç olarak, her şeyin içinde ve her şeyin üzerindedir. Bu onun bir parçası olarak değil, anlaşılamaz bir şekilde ruh ve yaşam şeklindedir. Bruno, ilahi olarak, her şeyi bir ve aynı şey olarak düşünür. Büyük teologlar ve filozoflarla birlikte üç tutumu kabul ettiğini savunur ve bunları güç, bilgelik ve ihsan ya da zihin, kavrayış ve aşk olarak sıralar. Bunlar aracılığıyla, şeyler öncelikle, akılla varoluşa sahiptir; sonra anlaşılma nedeni ile düzenli ve ayrı bir varlığa; üçüncü olarak da aşk aracılığıyla düzene ve uyuma kavuşur. Dolayısıyla İlahi olanda ayrım böylece akıl yoluyla belirlenmiş olur, maddi hakikatle değil."

Bruno'ya göre, Tanrı kendi olarak birdir, fakat birliğin üç ayrımı vardır: Zihin(İrade ya da Güç/Kudret), kavrayış (Bilgi,-Kavram) ve aşk ya da Ruh. Bu üç özellik doğal olarak, ulûhiyetin

[21] McIntyre, *age,* s. 75-76.
[22] Preserved Smith, *Rönesans ve Reform Çağı,* Çev. Serpil Çağlayan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2001, s. 190.

zati olarak Baba, Oğul ve Kutsal Ruh ile uyumuna işaret eder. O, ruhu bir kişi olarak düşünmez daha ziyade evrende hayat olarak düşünür.[23]

Dini düşüncesi bağlamında Bruno, Katolik Doktrin, Calvinistler ve Lutherciler tarafından dinsiz olarak görülür. Nitekim kendisi de onlarla kendini bir görmez, onlara karıştırmaz, birçok noktada onlarla bağı yoktur ya da onların dini yorumlarını kabul etmez.[24]

Ölünceye kadar kendi öğretisine sadık kalmış olan ve Roma'da Sant' Uffizio'da (Kutsal Oda) papalığın gözetimi altında, Engizisyon mahkemesinde sorgulanıp yargılanan Bruno, sorgulamaların yapılmadığı zamanları zindanda geçirmiş, yaptıklarından pişmanlık duymamış ve söylediklerinden vazgeçmesi istenmiş ise de o buna yanaşmamıştır. Yargılanması o yıllarda pek yankı da uyandırmamıştır; açık olan bir şey varsa o da Bruno'ya kimsenin sahip çıkmadığıdır. 8 Şubat 1600'de "günahta direnen, pişman olmayan, inatçı, dik kafalı bir sapkın" suçlamasıyla ölüm cezasına çarptırılan Bruno hakkında Gaspar Schopp (1576-1649)[25] adlı o günün tanığı, ölüm kararını dinlerken hiçbir zayıflık belirtisi göstermediğini ve "Belki de siz bana ölüm kararını bildirirken, benim ölüme uğramamdan daha fazla korkuyorsunuzdur" dediğini nakleder.[26] Kendisine uzatılan Haç'a yüzünü çeviren Bruno'nun Venedik ve Roma zindanlarında geçen toplamda sekiz yıl olan esaret ve işkenceyle dolu hayatı, 17 Şubat 1600 tarihinde Campo di Fiori meydanında diri diri yakılmakla son bulur. [27]

19 Şubat 1600'de Cumartesi günü "Avvisi di Roma" adlı bir gazetede şu haber yer alır:

Perşembe sabahı Campo di fiori'de, geçen sayımızda da belirttiğimiz gibi, o cani ruhlu Nola'lı Dominiken keşişi diri diri yakıldı; kendi kaprisleri içinde bizim inancımıza, özellikle de kutsal bakire ve azizlere karşı çeşitli dogmalar uydurmuş olan çok inatçı bir keşiş... Bu kötü yaratık, hiç pişmanlık duymayan dik kafalılığı içinde ölmek isteyerek martire (şehit) olacağını ve seve seve öleceğini ve ruhunun alevlerden cennete gideceğini söyledi. Ama sözlerinin gerçek olup olmadığını şimdi öğrenecektir.[28]

Bruno, simgesel olarak kendine özgü, felsefe tarihinde tek başına duran ve inandığı fikirlerin ısrarlı savunucusu olarak odun yığınları üzerinde yakılan ve kahraman olarak kendini kabul ettiren bir filozoftur; temel savunusu, evrenin sonsuz ve sınırsız olduğu, Dünya'nın evrenin

[23] McIntyre, *age*, s. 76-77.
[24] McIntyre, *age*, s. 79.
[25] Reformculuk karşı ve daha az fanatik olmayan ve Bruno'nun ölümüne hükmeden cümlede katkısı olan biri olarak bilinir, bkz. McIntyre, age, s. 93.
[26] William Boulting, *Giordano Bruno; His Life, Tought and Martryrdom*, New York 2013, s. 300.
[27] Boulting, *age*, s. 305.
[28] Yıldız, *age*, s. 106.

merkezinde bulunmadığı, sabit değil döndüğü ve Tanrı'nın âleme içkinliği meseleleri üzerinedir.

Bruno'yu farklı ve ilgi çekici kılan, hayal gücünün atılganlığı, yeniye büyük bir tutku ile özlem duyması ve hiç durmadan arayış içinde olmasıdır. Onun gibi düşündüğünü coşkun bir duygu ile anlatan başka bir düşünür felsefe tarihinde yoktur denebilir.[29] Nicolaus Cusanus ve Telesius'un eserlerini okuyup kavradıkça hızla skolastik düşüncenin dışına çıkmış olan Bruno, Copernicus'un sistemini tanıyınca da yenidünya görüşünün temelini oluşturmuştur; Yeni Platonculuk'tan hareket etmiş, Aristoteles'in doktrinini köklü bir eleştiriden geçirmiş ve Copernicus ilkelerinin uygulama alanını genişletmiştir.
Bruno, tipik bir Rönesans insanıdır. Bu yüzden, eserlerinin herhangi birisinde büsbütün durulmuş bir düşünür olarak görülmez. Ayrıca o, kendi çağının diyalektik silahlarıyla savaşmış ve bizzat Skolastik zırha da bürünmüştür.[30]

Bruno, teleskop gibi araçlar kullanmadan vardığı astronomik düşünceleri ve sezgisel buluşları çağdaş fizikçileri şaşkınlığa düşürecek ölçüde ve bugünkü modern astronomi biliminin eriştiği düzeyi aşan bir anlayış ortaya koymaktadır.[31]

Bruno, sonraki 16 yıl süresince, eza çeken, "kederde neşe, neşede keder bulan", kâh geçimsiz, kâh müşkülpesent kâh çekilmez biridir; içine girdiği arayışın neyi amaçladığı, en başından itibaren, kendi kafasında da açık değildir. Yoğun okumaları, onu, diğer birçok düşünür gibi, Yeni-Platonculuğun geniş ve mistik ufkuna götürmüştür. Vardığı yer Kues'li Nicholas'ın "Bilgin Kişinin Bilgisizliği"dir. Kendi öğretisinin kaynaklarını Antikite'de, Greklerin erken dönem doğa felsefesinde, Zenon'un Bir ve Çok'a değin çetrefilli paradokslarında, "Solomonun ve Pythagoras'ın bilgeliği"nde aramıştır; Copernicusçuluğun keşfi bu karışımı ateşleyen kıvılcım olmuştur. Yeni bilginin kâhini ve kozmik sonsuzluğun müptelâsı olmuş olan ve "Ben çoğunluklara şüpheyle bakarım" diyen Bruno, Herakleitos'tan ilham alarak, geleneksel anlayışın içinde yer almaktan neden hoşlanmadığını, genel geçerlikten niçin nefret ettiğini de açıkça dile getirmiştir.[32]

Felsefe tarihini İonia ve İtalya ayağı şeklinde ikiye ayıracak olursak, Bruno'nun Pythagoras'ın mistik ve spritualist çizgisinden yürüdüğü görülür. Doğal olarak da Bruno'nun etkilendiği

[29] Macit Gökberk, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitabevi, İstanbul 1990, s. 229.
[30] Ludwig Kuhlenbeck "Önsöz", *Diyaloglar; İlliyet Başlangıç Sebebi ve Bir Üzerine'*nin içinde s. 12.
[31] Yıldız, *age*, s. 20-21.
[32] Giorgio de Santillana, *Seçme Metinlerle Rönesans Filozofları,* Çev. İ. Yıldız-A. Gelmez, Dipnot Yayınları, Ankara 2012, s. 278.

kişilerin başında Pythagoras gelir. Nitekim onun kozmolojik ve ontolojik izahlarında bunu açıkça görebilmek mümkündür.

L. Kuhlenbeck, Bruno'nun *İlliyet, Başlangıç Sebebi ve Bir Üzerine*'nin Almanca çevirisinde modern felsefenin babası sayılan Descartes'ın, Bruno'nun düşüncelerinden birçoğunu onun adını bile anmadan kendine mal ettiğini, Spinoza ve Leibniz'in de Bruno karşısında aynı pozisyonda olduklarını iddia eder. Başka bir Bruno araştırıcısı olan H. Brunnhofer, Leibniz üzerine yazdığı bir kitapta bu filozofun eserindeki bütün düşüncelerin kaynağının Bruno'da bulunduğunu ilave eder. Leibniz de tıpkı Descartes gibi, Nolalı'yı hiç anmaz; ama yazdığı birkaç mektupta o'nun hakkında küçümseyici ve aşağılayıcı ifadeler kullanmaktan da geri kalmaz. Brunnhofer bu davranışı "karakter bozukluğu" olarak nitelendirir.[33]

Nolalı'nın, Leibniz'in Monadoloji'sine etkisi sorunu nasıl tartışılırsa tartışılsın ve nasıl bir sonuca bağlanırsa bağlansın, her iki öğretideki "sayısız monadlardan her biri kozmosun bütününü yansıtır" diye özetleyebilecek temel düşüncenin birbiriyle çakıştığı açıktır. Ama Leibniz, Bruno'nun Evrensel Ruh, evrensel organizma, monadların çember formunda yörüngelerde dönüşleri ve ruhların yeniden bedene girişleri konularındaki bütün düşüncelerini reddeder. Leibniz de Galilei, Descartes ve Newton'la birlikte mekanik dünya görüşünün temsilcisi ve savunucusudur. Onun monadları "penceresiz" tasarlaması Bruno düşüncesi açısından çok anlamlı değildir.[34]

Giordano Bruno'yu anlamak için O'nun doğa felsefesini Galilei'ninkiyle karşılaştırmak gerekir. Her ikisi de, kendi doğa felsefelerini o çağda geçerli ve kökü Aristoteles'e dayanan skolastik görüşe karşı geliştirmiştir.

Galileo, Aristarkhos ve Copernicusus'a duyduğu hayranlığı belirtirken, onlardan çok daha radikal olan ve duyularla yapılan deneyi kozmik açıdan bütünüyle yetersiz gören Bruno'yu hiç anmaz.[35] John Toland, Bruno'yu anti hiyerarşik düşünür ve kendi döneminin aydınlanma kültürünün köklü bir bileşeni olarak değerlendirir. Joseph Priestly, (1733-1804) *Madde ve Ruh Üzerine Soruşturma* isimli eserinde Bruno'yu Locke'un öncüsü olarak görür.[36]

[33] Yıldız, *age*, s. 336.
[34] Yıldız, *age*, s. 358.
[35] Yıldız, *age*, s. 369.
[36] Hilary Gatti, *Essays On Giordano Bruno*, Princeton Universty Press, New Jersey 2011, s. 249.

İngiliz filozofu George Henry Lewes (1817-1878) de aynı şekilde Bruno'yu Descartes'in ve Spinoza'nın öncüsü olarak kabul eder. George Henry Lewes *Biyografik Felsefe Tarihi* adlı eserinde Bruno'yu, yeni bilim adıyla Spinoza panteizminin ve Francis Bacon'ın öncüsü olarak takdim eder.[37] Franz Jakob Clemens, Bruno metafiziğinin ana kaynağı olarak çalışan ilk kişidir.[38]

Spinoza'nın düşüncesinin gelişimine doğrudan olmasa da dolaylı olarak Bruno'nun etkisi olduğu düşünülmektedir. İki filozofun felsefeleri arasında nihai olarak bir benzerlik vardır. İlk prensip olarak, iki felsefenin kaynağında da birlik düşüncesi vardır, bütün geri dönüş, her şeyin gerçek doğası ya da en yüksek hakikati Bir'dir; her ikisinin ruh ve tabiat benzerliği gibi ve her ikisi için de Tanrı birdir. Tanrı'daki bütün tavırlar birdir, düşünce onun uzanımı ile birdir, aşk onun aklıyladır. Bruno'ya göre Bir, ölü bir olumsuzluk değildir, onda gerçek şeyler onu absorbe eder; Spinoza'da olduğu gibi Bir, süreç içindedir. Her şey bu sürecin bir neticesinde her bir varlık kendi değeri ve gerçekliği içinde ilahi olanın manifestosu olarak biri diğeriyle bir harmoni içindedir.[39]

Moritz Carriere (1817-1895), Bruno'yu Spinoza'nın üzerinde bir yere yerleştirir, öz bilinçliğe sahip olarak gördüğü için O bir öznedir, sonsuzdur, kendini bilir ve her şey kendi içindedir. Madde ve düşünce arasındaki Spinozacı parelelizm, Bruno da karşılık bulur. Bununla bütün şey düşünülebilir, her şey mümkündür, her şey aktüeldir, her şey gerçektir. Tabii ve ruhi olan, madde ve form, iki ayrı prensip değildir, birlik halindedirler, bir ve aynı şeydir, onların hakikati onların hayatıdır, onların ruhları, düşünceleridir. Spinoza Etik'te Bruno da olduğu gibi, "Sınırsız ve limitsiz anlamında Doğa sonsuzdur. İçindeki hiçbir parçanın kendini ihtiva etmez ve bu yüzden de bir şey bütünüyle diğerinin bütününe karşı değildir. İki tane sonsuz ya da sınırsız dünyalar yoktur." der.[40]

"Monadlar monadı", ya da "birlerin biri" Bruno'ya ait bir ifadedir.[41] Bunu daha sonra Leibniz de kullanır. Leibniz'in Monadların Monadı olan Tanrısı, monadların en yukarısında da olsa, diğer monadlardan ayrı olandır. Dolayısıyla her bir monad kendi dünyasındadır, birbirlerini gören pencereler yoktur. Bruno'da ise, tam tersine bütünüyle bilinçlilik ve zorunluluk ve sonsuzluk arasında Tanrı'nın birliğinin sonsuzluğu şeklinde bir denge vardır. Lacroze bir

[37] Gatti, *Essays*, s. 222-223.
[38] Gatti, *Essays*, s. 253.
[39] McIntyre, *age*, s. 338.
[40] McIntyre, *age*, s. 340.
[41] Boulting, *age*, s. 235.

mektubunda, Leibniz'in bütün sistemini Bruno'nun maximum ve minimumdan esinlenerek inşa etmekle suçlar.[42] Bruno'ya doğrudan "eklektik" sıfatını yakıştırmak zordur; çünkü bundan çok ötedir. Kendisinden önceki düşünceleri yer yer fikrinde barındırdığı anlamıyla her büyük düşünür gibi o da eklektiktir denebilir. Bruno, asla bir okul kurmamıştır; herhangi bir ülkede yaygın olarak bilinmesi ya da çalışmaktan alıkonulması yaşamının ve yazılarının kaderi olmuştur; fakat aynı zamanda felsefesinin çekiciliği onu duyan ve okuyan çoğu kimseyi cezbetmiştir.[43]

Bruno'nun önemli ilham kaynaklarından biri olan Paracelsus, kendi payına makro kozmos ile mikro kozmosu, beden, espri ve ruh diye böler. Yaşam enerjisi vulcanus, makro kosmos düzeyde, Archeu'un temsil ettiği enerjileri, mikro kozmosun sayısız yaşam enerjilerini besler ve güvence altına alır. Aslında Parecelsus her ne kadar panteist olarak görülse de onun panı sonsuzluk içinde olduğu kadar ruh içinde durmaktadır ve tamamlanmıştır.[44]

Rönesans döneminde "gizli felsefe" diğer bir deyişle "sihir" ve "doğal felsefe"ye olan ilginin artmış olduğu da bir gerçektir. O dönemde bu alanlar, insanın, hüzün verici dünyadan kaçışına yardımcı olmaktadır. Copernicus, Kornelius, Agrippa ve Bruno, bu yolda ilerleyenlerin önemlileridir. Ancak, doğanın kendine özgü yasalarının bulunduğunun anlaşılması, doğal bilimlerin bağımsızlık kazanmasında çok önemli bir aşama olmuştur. Büyücülerin doğa yasalarını değiştirmeye çalışması, dinlerin doğanın üstünde yaratıcı bir Tanrı'nın varlığı inancı, böylece son bulur. [45]

Bu dönem, her tarafta bir gerçeklik olarak açıkça kabul edilen büyü, geç Antikite tarafından harika gözüken bir ezoterik öğreti biçiminde organize edilmiş ve Rönesans'ın maceraperest düşünürleri de kendilerini büyünün cazibesine kaptırmışlardır. Rönesans'ta hakikat fikrine bir mysterium fascinosu olarak karşılık vermeyen bir spekülatif düşünür yok gibidir. Cusanus'un Pythagorasçı erdemi, Pico'nun o kült harmonisi, Paracelsus'un "doğanın ışığı", Keplerin "kozmografik gizemler"i bütün bir çağ boyunca serpilip gelişen o panteist karmaşanın tepe noktalarıdır. Temkini hiç elden bırakmayan Thomas Brown (1605-1682) bile ussal teolojiye güven duymaz ve "gizem dünyasında derin düşüncelere dalmayı seçer. Bunun büyük bölümü o karanlık noktalara sahip gizli öğreti geleneğine dayanmaktadır.[46]

[42] McIntyre, *age*, s. 345; F.Yates, *The Art of Memory*, Selected Works, Volume III , London 1966, s. 425.
[43] McIntyre, *age*, s. 354.
[44] Bloch, *age*, s. 70.
[45] Burke, *age*, s. 75; Ayrıca Bkz: Blum, *age*, s. 91.
[46] Santillana, *age*, s. 40-41.

Pythagorasçılıkta büyü güçlü bir öğedir ve bu okulun bir o kadar kesinlikle belgelenen entelektüel derinliğiyle büyü öğesini bağdaştırmak kimi zaman zor görünür.[47] Realitenin dokusuna nesne olarak sahip olan bilim ne denli ilerlerse, büyü giderek o denli kendine özgü gizemsellik karakterini yitirir. Doğru'nun bilgisine varmak için büyüyü bellek tekniğiyle birleştirerek kullanan Bruno, gerçek bilginin ruhun enkarnasyondan önce gördüklerinin anımsanması olduğunu ve her varlık içindeki vital prensibi anlar, böylece de sonsuz ve canlı evrende fizik ve metafiziğin homojenligi onun ruhunun derinliklerinde evrenle bütünüyle sürekli ilişkisini sağlar.[48] Bruno, mutlak bilgiye varmak için bellek tekniği ve 'magia naturalist'i (doğal büyü) birbirini tamamlayan iki bilgi aracı olarak kullanır. Bir yandan doğuştan getirdiği fenomenal belleğini en ince detaylarına dek geliştirirken öte yandan magia naturalist ile cisimlerin çekim ve itim güçlerine egemen olmayı, duyularını güçlendirerek tinselleştirmeyi sağlar. Buradaki amaç evrensel ruhla birleşmek, mikro kozmosla makro kozmos ayrımını ortadan kaldırmaktır.[49] Magia (Büyü), Rönesans felsefesinde çok işlenen, dahası Tommaso Campanella'yı da uğraştıran bir meseledir; ancak sık sık doğa felsefesi ile aynı anlamda kullanılır. Doğal ya da spritüel büyü şeytansı büyünün tam karşıt kutbu olarak düşünülür.[50] Bruno, 'magician'ın anlamlarından birinin 'akıllı adam' olduğunu iddiasını dile getirir ve meseleyi Pythagoraçılık ve birçok Yeni Platoncu'da olduğu gibi evrensel ruhla irtibatlandırarak izah etme yoluna gider.[51]

KAYNAKÇA

Anne Eusterschulte, "Platonic Caverns and Epicurean Worlds", *Turning Tradations Upside Down Rethinking Giordano Bruno's Enlightenment,* H. Hunfnagel-A. Eusterschulte (Ed), Central European New York, University Press 2013.

Blum, Paul Rchard , *Giordano Bruno, And Introduction*, Translated from the German by Peter Henneveld, New York 2012.

Brotton, Jerry, *Rönesans,* Çev. Hakan Gür, Dost Kitabevi, Ankara 2012.

Bruno, Giordano, *Cause, Prenciple and Unity And Essays On Magic*, Ed. By Richard J. Blackwell and Roberto de Lucca, *Introduction by Alfonso Ingegno,* Cambridge University 2004.

Boulting, Preserved, *Giordano Bruno; His Life, Tought and Martryrdom,* New York 2013.

[47] Guthrie, *age*, s. 193.
[48] Yıldız, *age*, s. 253.
[49] Giordano Bruno; *Cause, Prenciple and Unity And Essays On Magic*, Ed. By Richard J. Blackwell and Roberto de Lucca, Introduction by Alfonso Ingegno, Cambridge University 2004, s. 126-132.
[50] Yıldız, *age*, s. 96.
[51] Bruno, *Cause*, s. 112

Gatti, Hilary, *Essays On Giordano Bruno,* Princeton Universty Press, New Jersey 2011.

Gökberk, Macit, *Felsefe Tarihi*, Remzi Kitabevi, İstanbul 1990.

Kuhlenbeck, Ludwig,"Önsöz", *Diyaloglar; İlliyet Başlangıç Sebebi ve Bir Üzerine'*nin içinde, Çev. Sedat Umran, Berfin Yayınları, İstanbul 1997.

McIntyre, J. Lewis, *Giordano Bruno,* The Macmillian Company, New York 1903.

Santillana, Giorgio de *Seçme Metinlerle Rönesans Filozofları,* Çev. İ. Yıldız-A. Gelmez, Dipnot Yayınları, Ankara 2012.

Smith, Preserved, *Rönesans ve Reform Çağı,* Çev. Serpil Çağlayan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2001.

Özalp**,** Hasan, *Tanrı ve Tasarım,* Otto Yayınları, Ankara 2015.

Yates, Frances, *The Art of Memory Selected Works Volume III*, ARK Edition, London, 1984.

Yates, Frances, *Giordano Bruno ve Hermetik Gelenek*, çev. Ayşe Deniz Temiz, Say Yay. İstanbul 2021.

Yıldız, Dinçer, *Giordano Bruno; Yakılan Kâfirin Yaşamı ve Felsefesi,* Sun Yayınevi, Ankara 2008.

ÇALIŞAN İŞİTME ENGELLİLERİN İŞ YAŞAMININ SOSYOLOJİK AÇIDAN YORUMLANMASI

Sosyoloji Bölümü Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, Elif AKÇADAĞ
İstanbul Aydın Üniversitesi, - ORCID ID: 0009-0007-8069-3087

ÖZET

Bu araştırmada çalışan işitme engellilerin iş yaşamının sosyolojik açıdan incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç kapsamında çalışan işitme engellilerin iş istihdamı, yaşadığı zorluklar ve tutumlara ilişkin değerlendirme yapılmıştır. Araştırmacı tarafından çalışan işitme engellilerin kişisel bilgileri (6 madde), işitme engeline dair bilgiler (6 madde) ve ekonomik alanda yaşanan sorunlara dair bilgilerinin (19 madde) tanımlanması için yarı yapılandırılmış görüşme formu oluşturulmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşme formu işitme engelli bireylere çevrimiçi veya yüz yüze işaret dili anlatımı ile uygulanmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistik yöntemleri kullanılmıştır.

Araştırmaya dâhil edilen 302 işitme engelli katılımcının % 38,7'si kadın, % 61,3'ü erkektir. İşitme engelliliği tanısı genel olarak 0-2 yaş aralığında konulmuş olup, %81,5'inin işitme engelinin %60 ve üzeridir. Katılımcıların % 65,7'si gelir durumunun iyi olduğu belirtmiştir İşitme engelli katılımcıların % 32,2'sinin ücretlendirme konusunda ayrımcılık hissetmediğini ve % 26,3'ünün ücretlendirmenin adil olduğunu belirtmiştir. Araştırmada işitme engelli bireylerin çalışma ortamında genel olarak iletişim sorunları ve engellilere yapılan pozitif ayrımcılık ile ilgili problemler yaşadığı saptanmıştır. Katılımcılar iş ortamlarında yönetim, çalışma arkadaşları (%82) ve iş yerindeki diğer insanların (%83,7) tavır ve tutumlarının yüksek oranda iyi olduğunu belirtmişlerdir. İşitme engelli bireylerin genel olarak çalıştığı işten memnun olduğu bulunmuştur. Araştırma sonucunda çalışan işitme engelli bireylerin genel olarak işlerinden memnun oldukları, iş yerinde iletişim ve iş ortamının uygun olmaması ile ilgili problem yaşadıkları ve istihdam oranlarının yetersiz olduğu görülmektedir.

Anahtar kelimeler: İşitme engelli, İş yaşamı, İstihdam

SOCIOLOGICAL INTERPRETATION OF THE WORKING LIFE OF HEARING HANDICAPPED WORKING

ABSTRACT

In this study was aimed to examine the working life of hearing impaired people from a sociological perspective. An evaluation was made regarding the employment, difficulties and attitudes of the hearing impaired people within the scope of this purpose. A semi-structured interview form was created by the researcher to define personal information (6 items), information about hearing impairment (6 items) and information (19 items) about the problems experienced in the economic field. Semi-structured interview form was applied to hearing impaired individuals online or face-to-face with sign language expression. Descriptive statistical methods were used in the evaluation of the data.

The research included 302 hearing-impaired participants, 38.7% were female and 61.3% were male. Hearing impairment was generally diagnosed in the 0-2 age range, and 81.5% of them were 60% or more of hearing impairment. The participants income level is high (65.7%). Hearing-impaired participants reported that they did not feel discrimination in terms of remuneration (32.2%) and that there was a fair remuneration (26.3%). In the research was determined that hearing-impaired individuals generally experience communication problems and problems related to positive discrimination in the working environment. The participants stated that the attitudes and attitudes of the management, colleagues (82%) and other people (83.7%) in the workplace were highly good. It has been found that hearing impaired individuals are generally satisfied with their work. Research was stated that the hearing-impaired individuals are generally satisfied with their jobs, they have problems with communication and work environment in the workplace, and their employment rates are insufficient.

Keywords: Hearing impaired, Business life, Employment

1. GİRİŞ

Çalışma hayatının sağlıklı, huzurlu ve rahat olması kapsamlı bir şekilde incelenen bir konudur. İşle ilgili sağlık araştırmaları, genel olarak sağlığı farklı şekillerde etkileyen, işin doğası ve psikososyal çalışma ortamı gibi çeşitli çalışma ortamı faktörlerine işaret etmektedir. İş hayatını etkileyen önemli faktörler, çalışma durumundaki bireysel kontrol, denge ve sosyal destek deneyimi ile ilgilidir. Bir çalışma durumunda çok az veya çok fazla kontrol deneyimlemek ve düşük sosyal destek almak, psikolojik gerginliğe yol açabilir ve bu da sağlıksızlığa neden olabilir. İşyerinde adalet ve eşitlik deneyimi de incelenmiştir. Gelişim ve teşvik için sınırlı

fırsatlar sunan işler, refahın azalmasına ve dolayısıyla hastalık riskinin artmasına neden olabilir. Ayrıca işyerinde algılanan adaletsizlikler, huzursuzluğa da yol açabilen stres faktörleridir (Nieuwenhuijsen ve ark., 2010; Jung ve Bhattacharyya, 2012).

İşitme kaybı olan bireyler çalışma ortamında savunmasızdır. Yapılan bazı araştırmalarda işitme kaybı olan bireylerde hastalık izninin yüksek oranda ve iş ve hastalık izniyle ilgili sosyal ve istihdam yardımlarının arttığını göstermektedir (Fischer ve ark., 2014; Pierre ve ark., 2012). Ayrıca, işitme kaybı olan bireylerin işsiz kalma ve ortalama nüfustan daha az kazanma olasılığı daha yüksek olduğu da belirtilmiştir (Jung ve Bhattacharyya, 2012).

İşitme engelli çalışanlar üzerinde çalışma ortamı ile ilgili yapılan araştırmada işle ilgili sağlıkla ilgili çeşitli sağlık sorunları tanımlamıştır (Danermark ve Gellerstedt, 2004; Backenroth-Ohsako ve ark., 2003). İşitme engelli kadınlar, işgücü piyasasında cinsiyetle ilgili genel bir modeli yansıtan kötü sağlık durumundan özellikle etkilenmiş görünmektedir (Mastekaasa ve Melsom, 2014; Svinndal ve ark., 2018). Çalışmalar, işitme engelli bireyler için işyeri uyum eksikliği (Svinndal ve ark., 2018) ve yetersiz yardımcı teknolojiler (Koskela ve ark., 2016) gibi farklı türden engellerin altını çizmiştir. Diğer önemli engeller arasında önemli kişilerden destek eksikliği (Svinndal ve ark., 2020a) ve işverenlerin iş durumuyla ilgili olarak işitme engelli bireyler hakkındaki tutumları (Koskela ve ark., 2016; Doolabh ve Khan, 2020) yer almaktadır. Bu kapsamda mevcut araştırmada çalışan işitme engellilerin iş yaşamının sosyolojik açıdan yorumlanmasına ilişkin değerlendirilen hipotezlere dair bulgular aşağıda sırayla tartışılmıştır.

2. GEREÇ VE YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Türkiye'de farklı alanlarda çalışmakta olan işitme engelliler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini işitme engeli bulunan 302 katılımcı oluşturmaktadır. Bu çalışmada örneklem olarak; sistematik, basit tesadüfi, kolay örnekleme ve kartopu örnekleme yöntemleri kullanılmıştır.

2.2. Araştırma Verilerinin Elde Edilmesi

Araştırmanın gerçekleştirilebilmesi için İstanbul Aydın Üniversitesi etik kurulunda izin alınmıştır. Türkiye genelinde çalışan 18-40 yaş arası işitme engelliler hedef kitlesi olduğundan, kişilerin mesai saatleri dışında gerekli görüşme ve anket çalışması yapılmıştır. Bu nedenle sadece kişilerin rızası yeterli olmakta ve ayrıca çalıştıkları kurumdan izin almaya gerek görülmemiştir.

Araştırma verilerin elde edilmesi için araştırmacı tarafından oluşturulan görüşme formu kullanılmıştır. Anketler ve derinlemesine görüşmeler işitme engelli bireylere online veya yüz

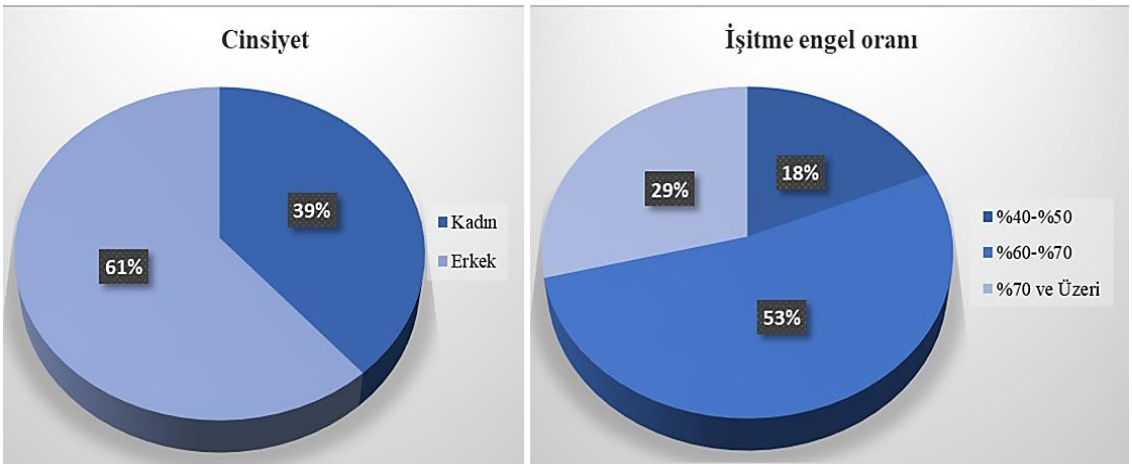
yüze işaret dili anlatımı ile yapılmıştır. Bu alanda araştırmacının Yeminli İşaret Dili Tercümanı olması nedeniyle dışarıdan bir tercümana ihtiyaç duyulmamış ve tüm çeviriler araştırmacı tarafından yapılmıştır.

2.3. İstatiksel Analiz

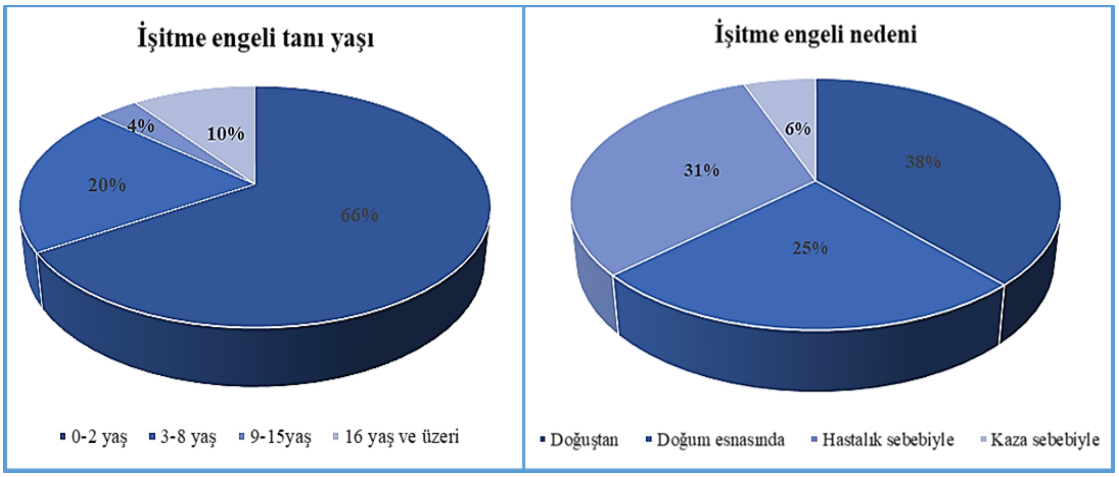
Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirilirken, istatistiksel analizler için IBM SPSS Statistics 26.0 (IBM SPSS, Türkiye) programı kullanılmıştır. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodları (Ortalama, Standart sapma, frekans) kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmada katılımcılara ilişkin sosyodemografik bilgiler Şekil 1 ve Şekil 2'de verilmiştir.



Şekil 1. Katılımcıların cinsiyet ve işitme engel oranına ilişkin bilgiler



Şekil 2. Katılımcılara ilişkin işitme engeli tanı nedeni ve tanı yaşı

İşitme engelli katılımcıların % 69,8'i geçimini çalışarak sağlamaktadır. Katılımcıların % 65,7'si gelir durumunun iyi olduğunu düşünmektedir. İşitme engelli katılımcıların % 41,6'sının ücretlendirme konusunda ayrımcılık hissettiği, % 32,2'sinin ücretlendirme konusunda

ayrımcılık hissetmediği ve % 26,3'ünün ücretlendirmenin adil olduğunu düşündüğü saptanmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. İşitme engelli katılımcıların ekonomik alanda yaşadığı sorunlara dair bilgiler

		N	%
Geçiminizi nasıl sağlıyorsunuz?	Aile tarafından	70	23,5
	Sosyal destek	20	6,7
	Çalışıyorum	208	69,8
	Toplam	298	100,0
Gelir durumunuzun iyi olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	195	65,7
	Hayır	102	34,3
	Toplam	297	100,0
Maaşınızdaki ücretlendirme ile ilgili düşünce	Ücretlendirme konusunda ayrımcılık hissediyorum	106	41,6
	Ücretlendirme konusunda ayrımcılık hissetmiyorum	82	32,2
	Ücretlendirmenin adil olduğunu düşünüyorum	67	26,3
	Toplam	255	100,0

Araştırmada işitme engelli katılımcıların istihdam kaynakları % 28 oranında İŞKUR ve % 45,5 oranında kendi araştırma ve başvuru yapma şeklinde olduğu belirtilmiştir. Katılımcılara istihdamı ile ilgili istek, görüş ve önerileri sorulduğunda % 20,7'si "İstihdam alanında kullanılan iş sisteminin işitme engelliler uygun olması" ve % 39,8'i "Özel sektörde ve kamuda işitme engelli istihdam sayısının artırılması" gerektiğini belirtmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. İşitme engelli katılımcıların iş istihdamına dair bilgiler

		N	%
Nasıl istihdam edildiniz?	İşkur aracılığıyla	78	28,0
	Kamu kura çekimi ile	24	8,6
	Tanıdık vasıtasıyla	50	17,9
	Kendim araştırma ve başvuru yaparak	127	45,5
	Toplam	279	100,0
İstihdam ile ilgili istek, görüş ve öneriler	İstihdamın bilgi, beceri ve yeterliliğe göre yapılması	48	18,0
	İstihdam alanında kullanılan iş sisteminin işitme engelliler uygun olması	55	20,7
	Özel sektörde ve kamuda işitme engelli istihdam sayısının artırılması	106	39,8
	Hizmet içi eğitimle ilgili olarak işe yerleştirme öncesi ve iş sırasında iş ve mesleğe yönelik eğitimlerin verilmesi	49	18,4
	Diğer	8	3,0
	Toplam	266	100,0

İşitme engelli katılımcılar "Çalıştığınız kurumda yönetim ve çalışma arkadaşlarınızın size yaklaşımları nasıldır?" sorusuna % 24,9 oranında çok iyi, % 57,1 oranında iyi ve % 18,1 oranında iyi değil şeklinde cevap vermiştir. İşitme engelli katılımcılar "Çalışma şartlarınız ve

iş yerindeki insanların size karşı tutumları hakkında ne düşünüyorsunuz? ” sorusuna % 21,2 oranında çok iyi, % 62,5 oranında iyi ve % 16,3 oranında iyi değil şeklinde cevap vermiştir. İşitme engelli katılımcılara çalıştığı ortamda yaşadığı sorunlar % 38,4 oranında “Çalışma arkadaşları ile iletişim sorunları” ve % 22,8 oranında “Engellilere yapılan pozitif ayrımcılık” şeklinde belirtilmiştir (Tablo 3).

Tablo 3. İşitme engelli katılımcıların çalışma ortamında karşılaştığı sorun, tavır ve tutumlara ilişkin bilgiler

		N	%
Çalıştığınız kurumda yönetim ve çalışma arkadaşlarınızın size yaklaşımları nasıldır?	Çok iyi	72	24,9
	İyi	165	57,1
	İyi değil	52	18,0
	Toplam	289	100,0
Çalışma şartlarınız ve iş yerindeki insanların size karşı tutumları hakkında ne düşünüyorsunuz?	Çok iyi	61	21,2
	İyi	180	62,5
	İyi değil	47	16,3
	Toplam	288	100,0
Çalıştığınız iş kolunda yaşadığınız sorunlar nelerdir?	Çalışma arkadaşları ile iletişim sorunları	116	38,4
	İş ortamı ve işin gerektirdiği sisteme uyum sağlamada zorlanma	36	11,9
	Engellilerin çalışma yaşamında görüş ve yeterliliklerini dikkate alınmaması	35	11,6
	Engellilere yapılan pozitif ayrımcılık	69	22,8
	Diğer	46	15,2
	Toplam	302	100,0

İşitme engelli katılımcıların % 32,8’inin çalıştığı işten kısmen memnun olduğu ve % 44’ünün çalıştığı işten memnun olduğu saptanmıştır. İşitme engelli katılımcıların % 32,3’ünün çalıştığı kurumda yükselme şansı olduğu bulunmuştur. İşitme engelli katılımcıların % 42,8’inin kendimi işle ilgili yeterli ve bilgili hissettiği ve % 30,7’sinin iş ile ilgili yardım aldığı ve %9,9’unun iş ile ilgili yardım almadığı saptanmıştır (Tablo 4).

Tablo 4. İşitme engelli katılımcıların çalıştığı iş ve ücretlendirme ile ilgili memnuniyet durumlarına ilişkin bilgiler

		N	%
Çalıştığınız işten memnun musunuz?	Memnun değilim	66	23,0
	Kısmen memnunum	94	32,8

	Memnunum	127	44,3
	Toplam	287	100,0
Çalıştığınız kurumda yükselmek için bir şansınız var mı?	Evet	91	32,3
	Hayır	83	29,4
	Bilmiyorum	108	38,3
	Toplam	282	100,0
İşinizi nasıl yapacağınız konusunda kendinizi yeterli ve bilgili hissediyor musunuz? Yardım alıyor musunuz?	Kendimi işle ilgili yeterli ve bilgili hissediyorum	121	42,8
	Kendimi işle ilgili yeterli ve bilgili hissetmiyorum	47	16,6
	İşle ilgili yardım alıyorum	87	30,7
	İşle ilgili yardım almıyorum	28	9,9
	Toplam	283	100,0

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

İşitme engelli bireyler için istihdam oranı, işsizlik ve hastalık izni üzerine yapılan araştırmalar, işitme engelinin istihdam durumu üzerinde etkilerinin göründüğünü bildirmektedir. İşitme engelli kişilerle işitme engelsiz kişileri karşılaştıran çalışmaların tümü, işitme engelli kişilerin ya işsiz ya da kısmen istihdam edilmiş olma ihtimalinin daha yüksek olduğunu bulmuştur (Jung ve Bhattacharyya, 2012; Svinndal ve ark., 2018). Ayrıca işitme engelli bireylerin azalan ücret geliriyle veya herhangi bir ücret gelirine sahip olmama ile ilişkili olduğu belirtilmiştir (Jung ve Bhattacharyya, 2012). Buna göre, Hogan ve ark. (2009), işitme engelli ve iletişim güçlüğü olan kişilerin en alt üç gelir grubunda yer aldığını bulmuşlardır. İşitme engelli kişiler ortalama olarak daha uzun işsizlik ve iş arama sürelerine sahiptir (Stam ve ark., 2013). Erken emekliliğin işitme engelli kişiler arasında daha yaygın olduğu ve gelir düşüklüğüne neden olduğu bildirilmiştir (Fischer ve ark., 2014; Helvik ve ark., 2013). Bununla birlikte, çoğu çalışmada, işitme engelli çalışanların istihdam durumunun işitme engeli ile birlikte istihdam oranını etkileyen yaş, cinsiyet, sosyoekonomik durum ve sağlık/komorbiditeler gibi aracı faktörlerle ilişkili olduğunu belirtmiştir (Christensen ve Datta Gupta 2017; Dammeyer ve ark., 2019). Araştırmaya dâhil edilen işitme engelli bireylerin % 69,8'i geçimini çalışarak sağladığı bulunmuştur. Katılımcıların % 65,7'si gelir durumunun iyi olduğu bulunmuştur. İşitme engelli katılımcıların % 32,2'sinin ücretlendirme konusunda ayrımcılık hissetmediğini ve % 26,3'ünün ücretlendirmenin adil olduğunu belirtmiştir.

İşitme engellilerin iş ile ilgili yaşadığı sorunlar, yüksek oranda iş performansı, işe katkı sağlayabilme, uygun iş sisteminin bulunması ve çalışan olabilme ile ilgilidir. Bu konular arasında, yanlış anlamalar ve yanlış bilgilendirme nedeniyle iş görevlerini tamamlayamama veya işte hata yapma, iş kalitesinin düşmesi, sözlü tekrarlama ihtiyacı nedeniyle çalışma süresinin kaybı veya konuşmacıya veya genel olarak azaltılmış bir genelgeye yaklaşmak zorunda kalma gibi üretkenlik sorunları bulunmaktadır (Canton ve Williams, 2012; Nachtegaal

ve ark., 2012). Bazı çalışmalar iletişim kurma güçlükleri (gürültüde ve sessiz ortamlarda), ses ve iletişimle ilgili zorlu iş görevlerini yerine getirme güçlükleri, telefon kullanma güçlükleri, farklı sesleri ve aksanları anlama, gürültülü ortamlarda iş görevlerini yerine getirme, sesleri yerelleştirmede güçlükler, sesleri ayırt etmede güçlük ve işitme teknolojisinin çalışmaması veya yeterli teknolojilere erişimin yetersiz olması nedeniyle işitme engelli bireylerin iş ortamlarında problem yaşadığını ve iş ortamlarının işitme engelli bireylere göre tasarlanmadığını belirtmektedir (Svinndal ve ark., 2020b). İşitme engelli bireylere uygun olmayan iş ortamları güvenlik riskleri de ortaya koymakatdır. Bu boyut, gürültülü ortamlarda çalışmayla ilgili endişeleri, uyarı sinyallerini ve diğer önemli çevresel sesleri duymamayla ilgili endişeleri ve genel güvenlik endişelerini içermektedir (Canton ve Williams, 2012).

Araştırmada işitme engelli katılımcıların istihdam kaynakları % 28 oranında işkur ve % 45,5 oranında kendi araştırma ve başvuru yapma şeklinde olduğu belirtilmiştir. İşitme engelli katılımcıların çoğunluğu istihdam alanında kullanılan iş sisteminin işitme engelliler uygun olması gerektiğini ve özel sektör ile kamuda işitme engelli istihdam sayısının artırılması gerektiğini düşünmektedir.

Araştırmada işitme engelli bireylerin çalışma ortamında genel olarak iletişim sorunları ve engellilere yapılan pozitif ayrımcılık ile ilgili problemler yaşadığı saptanmıştır. Katılımcılar iş ortamlarında yönetim ve çalışma arkadaşlarının tavır ve tutumlarının yüksek oranda (%82) iyi olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca çalışma şartlarının ve iş yerindeki diğer insanların tutumlarının yüksek oranda (%83,7) iyi olduğunu belirtmişlerdir. Sosyal çalışma ortamı, psikososyal çalışma ortamını ve sosyal etkileşimi, işbirliğini ve yöneticilerden ve meslektaşlarından gelen sosyal desteği içermektedir. Birkaç makale, sosyal hizmet ortamının işitme engelli kişilerin iş performansı ve iş tatmini önünde hem kolaylaştırıcı hem de engel olduğunu bulmuştur (Koskela ve ark., 2016; Svinndal ve ark., 2020a, 2020b; Nachtegaal ve ark., 2012; Jennings ve ark., 2013). Yöneticilerin ve iş arkadaşlarının desteği, işitme engelli bireyler için çalışma ortamında önemli bir kolaylaştırıcı olarak tanımlanmıştır. İşitme engelliliği varlığını bilen yöneticiler ve meslektaşların zorlu durumlarda destek sağladığı kolaylaştırıcı bir faktör olarak görülebilir. Meslektaşlardan kabul görme ve işyerindeki uyum da iş performansını olumlu yönde etkilemektedir (Jennings ve ark., 2013). Nachtegaal et al. (2012), düşük sosyal destek ile düşük kendi kendini değerlendiren üretkenlik arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, üretkenlik ve işitme engellilik arasındaki ilişki, sosyal hizmet çevresel faktörleri ve iş yerindeki iklim tarafından değiştirilebilir.

Araştırmada işitme engelli katılımcıların % 32,3'ünün çalıştığı kurumda yükselme şansı olduğu saptanmıştır. Ayrıca katılımcıların % 42,8'inin kendimi işle ilgili yeterli ve bilgili hissettiği ve

% 30,7'sinin iş ile ilgili yardım aldığı saptanmıştır. İşitme engelli bireylerin genel olarak çalıştığı işten memnun olduğu bulunmuştur. Yapılan araştırmalarda özellikle işitme engelli bireylerde çalışma ortamında sosyal izolasyon ve dışlanmışlık duygusunun (Canton ve Williams 2012) rekabet avantajını kaybetmede (Tye-Murray ve ark., 2009) etkili olduğu belirtilmiştir.

Araştırma sonucunda çalışan işitme engelli bireylerin genel olarak işlerinden memnun oldukları, iş yerinde iletişim ve iş ortamının uygun olmaması ile ilgili problem yaşadıkları, istihdam oranlarının yetersiz olduğu ve iletişimde işaret dilinin çok önemli bir yeri olduğu görülmektedir.

REFERANSLAR

Backenroth-Ohsako, G. A., Wennberg, B. (2003). "Af Klinteberg B. Personality and Work Life: A Comparison between HearingImpaired Persons and a Normal-Hearing Population." *Social Behavior and Personality: An International Journal* 31 (2): 191–204.

Canton, K., Williams, W. (2012). "The Consequences of Noise-Induced Hearing Loss on Dairy Farm Communities in New Zealand." *Journal of Agromedicine* 17 (4): 354–363.

Christensen, V. T., & Gupta, N. D. (2017). Hearing loss and disability exit: Measurement issues and coping strategies. *Economics & Human Biology*, 24, 80-91.

Dammeyer, J., Crowe, K., Marschark, M., & Rosica, M. (2019). Work and employment characteristics of deaf and hard-of-hearing adults. *The Journal of Deaf Studies and Deaf Education*, 24(4), 386-395.

Danermark, B., & Gellerstedt, L. C. (2004). Psychosocial work environment, hearing impairment and health. *International journal of audiology*, 43(7), 383-389.

Doolabh, N., & Khan, N. (2020). The employment of individuals with hearing impairment in the KwaZulu-Natal private sector: Current employers' perceptions and experiences. *Journal of Vocational Rehabilitation*, 52(1), 109-121.

Fischer, M. E., Cruickshanks, K. J., Pinto, A., Klein, B. E., Klein, R., & Dalton, D. S. (2014). Hearing impairment and retirement. *Journal of the American Academy of Audiology*, 25(02), 164-170.

Helvik, A. S., Krokstad, S., & Tambs, K. (2013). Hearing loss and risk of early retirement. The HUNT study. *The European Journal of Public Health*, 23(4), 617-622.

Hogan, A., O'loughlin, K., Davis, A., & Kendig, H. (2009). Hearing loss and paid employment: Australian population survey findings. *International Journal of Audiology*, 48(3), 117-122.

Jennings, M. B., Southall, K., & Gagné, J. P. (2013). Social identity management strategies used by workers with acquired hearing loss. *Work*, 46(2), 169-180.

Jung, D., & Bhattacharyya, N. (2012). Association of hearing loss with decreased employment and income among adults in the United States. *Annals of Otology, Rhinology & Laryngology*, 121(12), 771-775.

Koskela, I., Ruusuvuori, J., Juvonen-Posti, P., Nevala, N., Husman, P., Aaltonen, T., ... & Laakso, M. (2016). Dilemmatic group memberships of hard-of-hearing employees during the process of acquiring and adapting to the use of hearing aids. *International Journal of Rehabilitation Research*, 39(3), 226-233.

Mastekaasa, A., & Melsom, A. M. (2014). Occupational segregation and gender differences in sickness absence: evidence from 17 European countries. *European Sociological Review*, 30(5), 582-594.

Nachtegaal, J., Festen, J. M., & Kramer, S. E. (2012). Hearing ability in working life and its relationship with sick leave and self-reported work productivity. *Ear and hearing*, 33(1), 94-103.

Nieuwenhuijsen, K., Bruinvels, D., & Frings-Dresen, M. (2010). Psychosocial work environment and stress-related disorders, a systematic review. *Occupational medicine*, 60(4), 277-286.

Pierre, P. V., Fridberger, A., Wikman, A., & Alexanderson, K. (2012). Self-reported hearing difficulties, main income sources, and socio-economic status; a cross-sectional population-based study in Sweden. *BMC Public Health*, 12(1), 1-12.

Stam, M., Kostense, P. J., Festen, J. M., & Kramer, S. E. (2013). The relationship between hearing status and the participation in different categories of work: demographics. *Work*, 46(2), 207-219.

Svinndal, E. V., Jensen, C., & Rise, M. B. (2020a). Employees with hearing impairment. A qualitative study exploring managers' experiences. *Disability and rehabilitation*, 42(13), 1855-1862.

Svinndal, E. V., Jensen, C., & Rise, M. B. (2020b). Working life trajectories with hearing impairment. *Disability and rehabilitation*, 42(2), 190-200.

Svinndal, E. V., Solheim, J., Rise, M. B., & Jensen, C. (2018). Hearing loss and work participation: a cross-sectional study in Norway. *International journal of audiology*, 57(9), 646-656.

Tye-Murray, N., Spry, J. L., & Mauzé, E. (2009). Professionals with hearing loss: Maintaining that competitive edge. *Ear and hearing*, 30(4), 475-484.

ULUSLARARASI DIŞ TİCARET ŞİRKETLERİNDE ORGANİZASYONEL YAPI

Öğretim Görevlisi, Selami Sedat Akgöz
Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi
, ORCİD --0000-0001-9056-1749

Özet

Dış ticaret şirketleri yeni ekonomi düzeninde belirgin bir organizasyon el evrim süreci geçirmişlerdir. Merkeziyetçi ve dikey organizasyon el yapıları değişmiş yerini katılımcı ve yatay, dikey ve öğrenen organizasyon el yapılara bırakmıştır. Bu yapı değişik kültürlerden gelen yöneticilerle Çok uluslu kültürel farklılıklar göstermiştir. Şirket organizasyonları web tabanlı ve bilgisayar destekli uygulamalara yerini bırakmıştır. Buda yönetimde web tabanlı ve bilgisayar simülasyon sistemlerinin önemini artırmıştır

Çalışmamızda küresel organizasyon şirketlerinin organizasyon, takım modellemelerini incelemeye çalışacağız.

Anahtar kelimeler: Muhasebe, Finansman, Ticaret, Operasyon Merkezi, Bilgi

ORGANIZATIONAL STRUCTURE IN MULTINATIONAL FOREIGN TRADE COMPANIES

Foreign trade companies have undergone a significant organizational evolution process in the new economic order.The centralized and vertical organization manual structures have changed and have been replaced by participatory and horizontal, vertical and learning organization manual structures.This structure has shown multinational cultural differences with managers from different cultures. Company organizations have left their place to web-based and computer-supported applications.This process has increased the importance of web-based and computer simulation systems in management

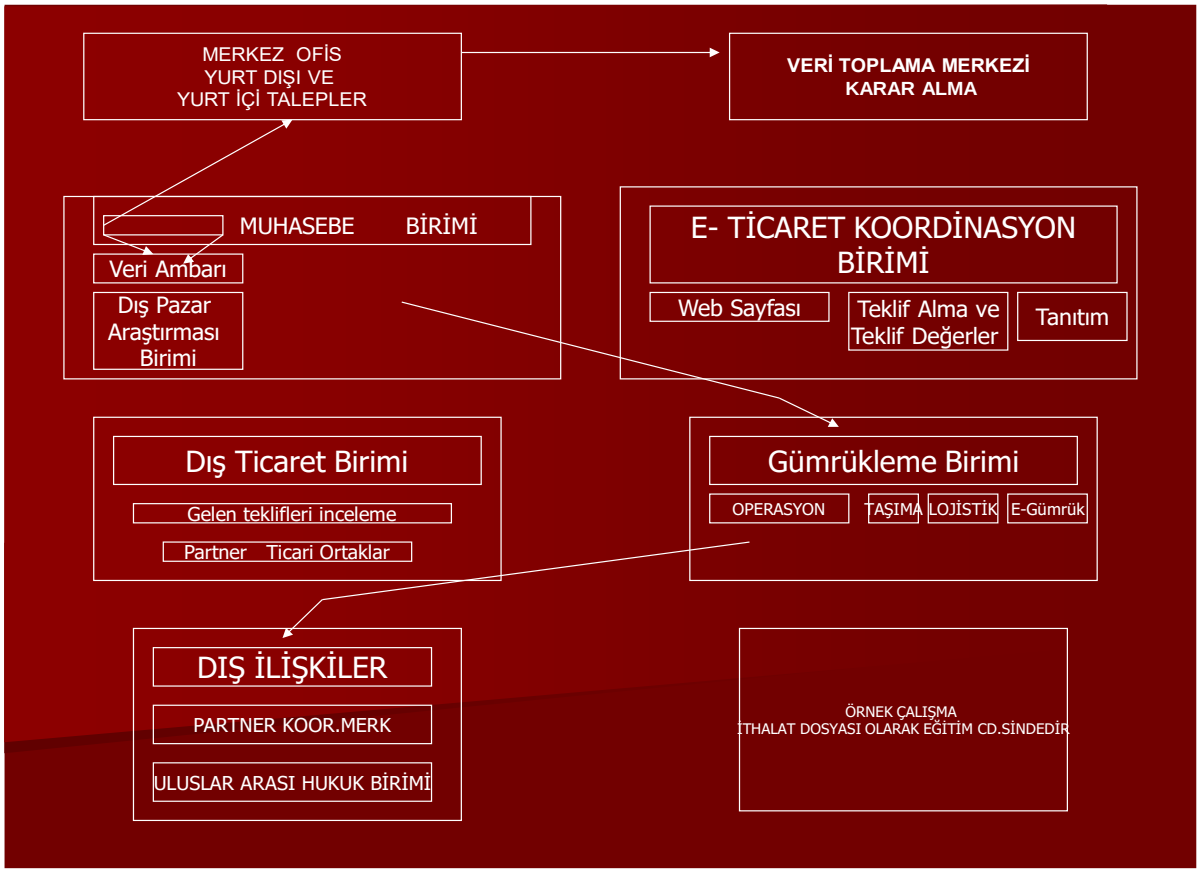
In our study, we will try to examine the organization and team modeling of global organization companies.

Keywords: Accounting,Finance,Trade,Operation Center,Information

1.Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Bölümleri Görev Dağılımı

Sek törel dış ticaret şirketleri görev dağılımında merkez ofis ve veri toplama biri arasındaki uyum en önemli unsur ve koordinasyon birimi olarak kabul edilmektedir. Bu birimler talep alımı, değerleme ve nihai tekliflerin sonuçlandırılmasında, ürün teklif, lojistik, tutundurma dağıtım alanlarında belirgin bir rol oynamaktadır. Partnerler ile olan işbirliği ve yeni alternatif pazarlara açılım bu koordinasyonun hatasız olma mecburiyetini doğurmaktadır..Yeni pazarlara açılma ve mevcut müşterilerle olan uyum sağlıklı bir veri akışı ve etkin bir yönetimle mümkündür. (Sedat, 2009)

Şekil 1 Sektörel Dış Ticaret Şirketleri Bölümleri Görev Dağılımı

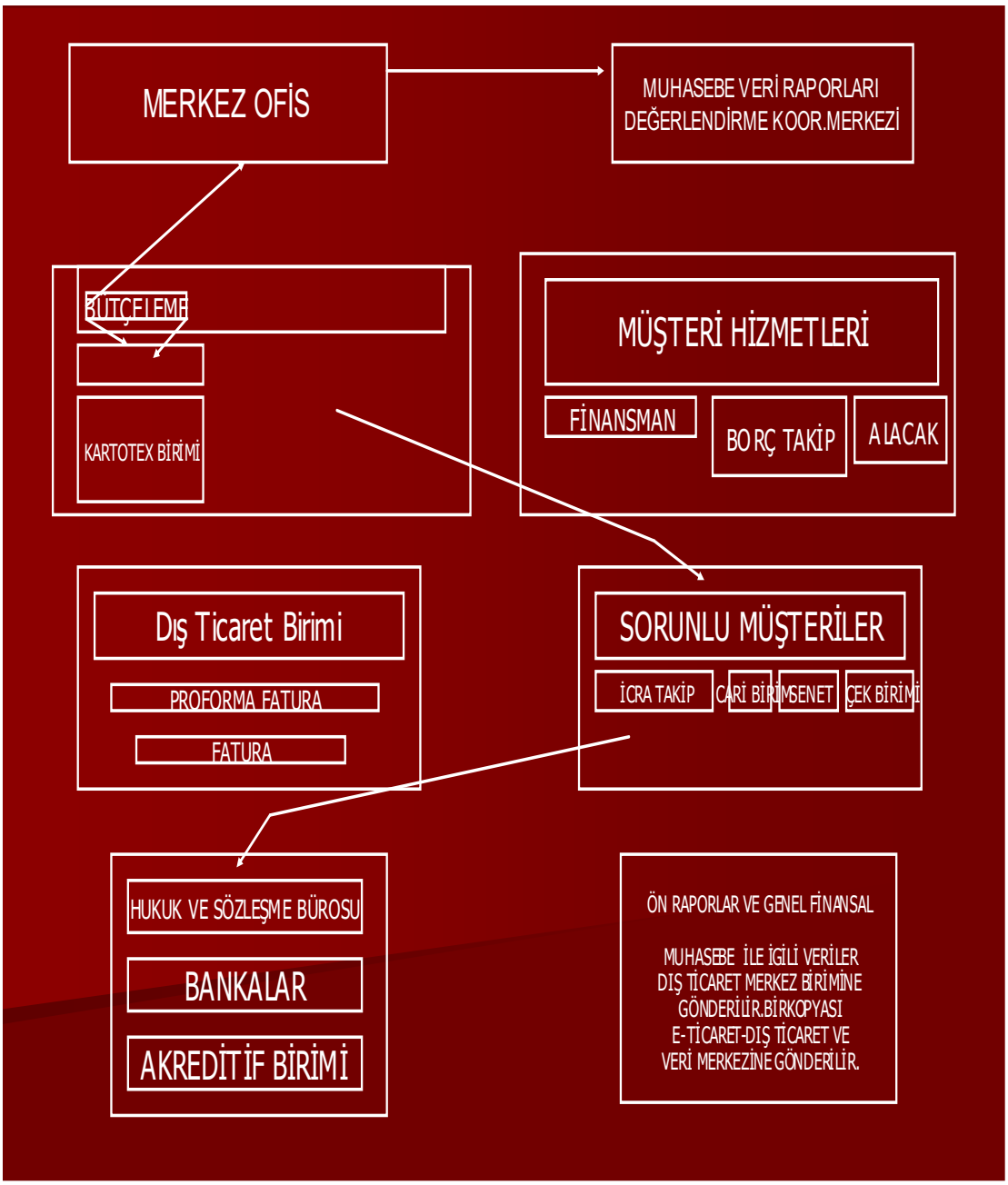


Kaynak.www.disticaret.somee.com

1.1 Dış Ticaret Şirketi Muhasebe Birimi Organizasyon Yapısı

Firmanın bütçe akışı ve maliyetlerin kontrolü sağlıklı bir muhasebe ve finans sistemine olabilir.. Denetim hem firma içinden hem de firma dışından tarafsız birimlerce yerine getirilmelidir. Bu şekilde firma global hedeflerini sağlıklı verilere dayanarak analiz yapabilir.. Bu da her şeyden önce bilgilerin tarafsız ve yönetimin şeffaf olması ile birebir olması ile doğrudan ilişkilidir. (edat, E-Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi, 2011)

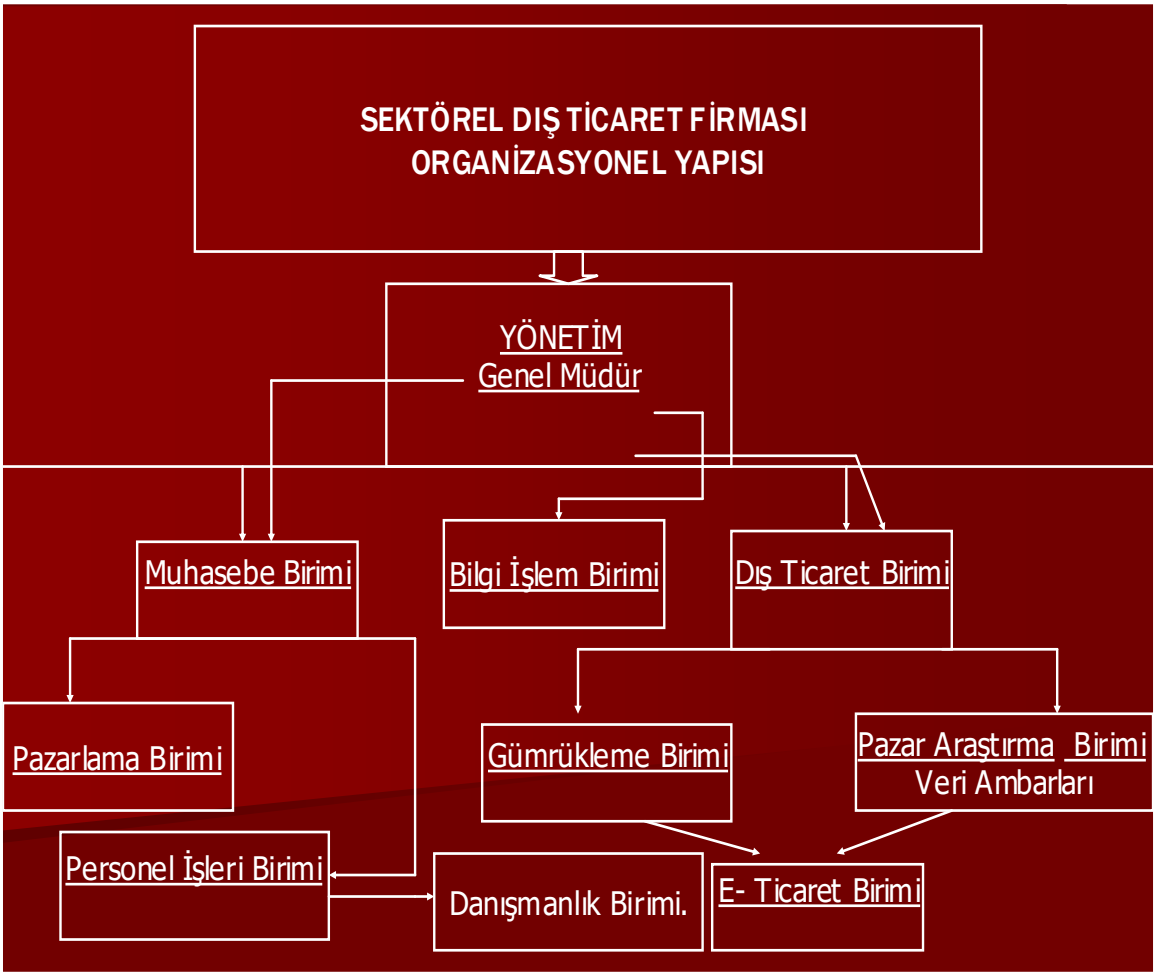
Şekil 2 Muhasebe Birimi Organizasyon Yapısı



Kaynak: www.disticaret.somee.com,14,.04.2006

2.Küresel Dış Ticaret Şirketleri Organizasyonel Yapısı

Dış ticaret birimi öncelikle ihracat Pazar araştırmaları ve e-ticaret tekliflerini değerlendirir ve proforma fatura sürecini tamamlar. Bu süreçte hem firma içinden hem de firma dışından profesyonellerle çalışır.Numuneleri talep edenlere gönderir.Hedef pazar için elde ettiği ve çözümlediği verileri elektronik koordinasyon merkezine gönderir.



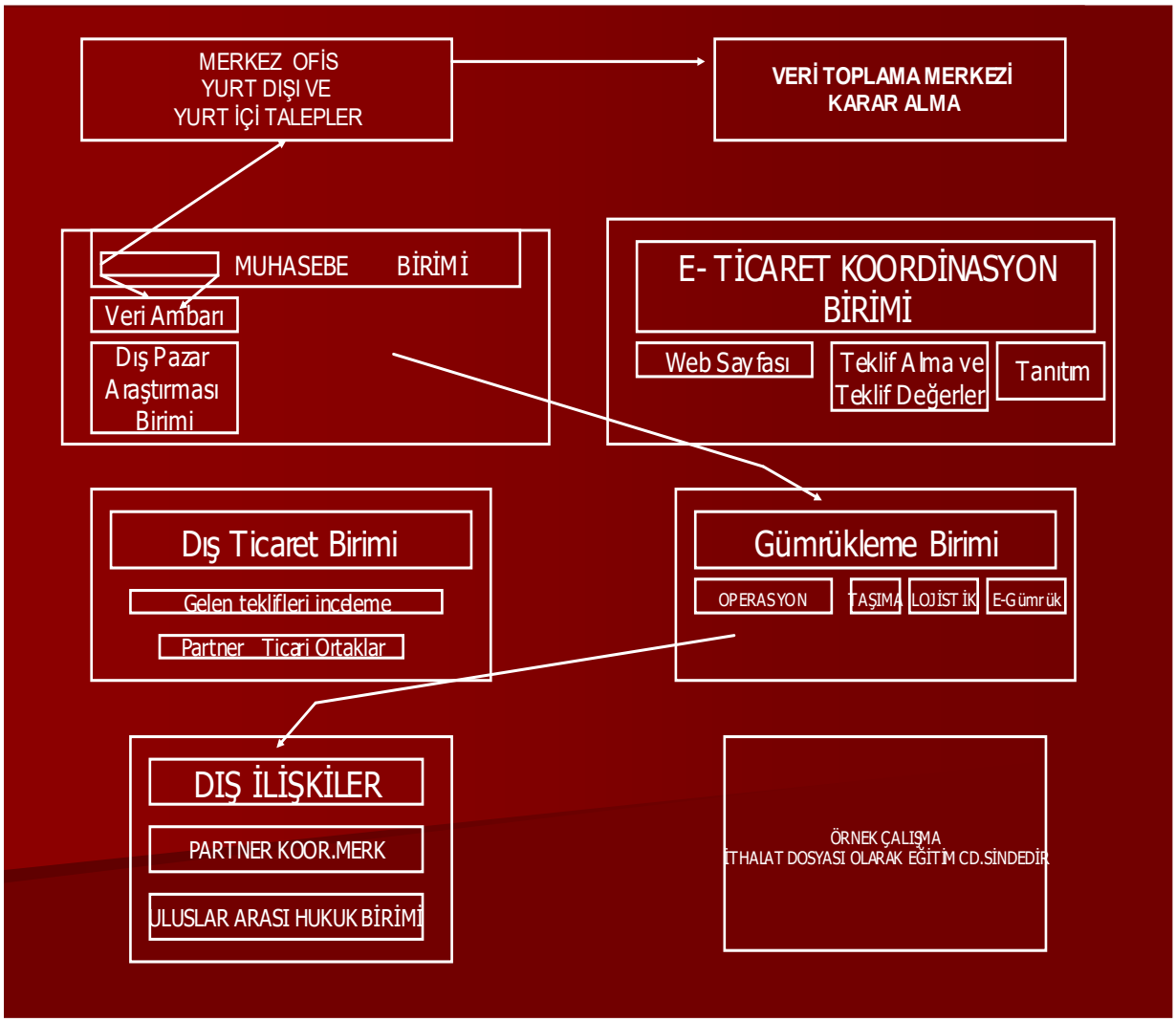
Kaynak:www.disticaret.somee.com, 14,.04.2006

2.1 Operasyonel Dış Ticaret Şirketleri Organizasyon Yapısı

Firmalar küresel bir organizasyon modeline geçtiğinde çok kültürlük, gelişmiş takım özelliklerini paylaşan bireyler klasik olmayan organizasyon modeline geçerler.

E-ticaret organizasyon modelinin etkin koordinasyonu beraberinde hedef pazarlara, marka beğenisinin artmasına ve hedef pazar satışlarının artması sonucunu doğurur.

Şekil 3. E- Ticaret Koordinasyon Birimi Organizasyon Yapısı



Kaynak: www.disticaret.somee.com,14,.04.2006

Sonuç

Kıta Avrupa'sında yeni ticaret yollarının bulunması ile yeni dünyadaki zenginliklerini sömürmek için yerel yöneticiler, koloni yönetici, yerli tüccarların kurduğu çok uluslu şirketler (company) küresel ticaretin temelini artırmıştır.

Tarım devriminden sonra kent şehirlerinin kurulması ve derebeylik ve feodal sisteminin gelişmesi ile takas ve trampa ekonomisinden çek, senet, tahvil teminat piyasaları gelişme sürecine girmiştir.

Rönesans ve aydınlanma çağı sürecinde Avrupa da feodalite yönetimi Fransız ihtilalinden sonra işçi hareketlerinin gelişmesi beraberinde sanayi devrim sürecinin gelişmesine katkıda bulunacaktır.

Sanayi devriminden bilimsel yönetim ve tay lorun yönetim modeli ön plana çıkmıştır.

Bu süreçte ağır çalışma koşulları, çevresel felaket sanayi devriminin insanlığa kaybettirdiği etkenlerden biridir.

İkinci dünya savaşından sonra 1980'li yıllara kadar süreçte klasik ticaret kuralları sıkı sıkıya uygulanmıştır.

Bilişim devriminin gerçekleşmesi, veri madenciliği, sanal ofis, sanal web tabanlı ticaret siteleri, online satış ve interaktif ticaret lehine gelişmiştir.

Dünya sanayi 5.0 devrimini konuşurken dış ticaret organizasyon yapılarını çok uluslulуğa, kültürel çeşitliliğe ve yeni organizasyon modellemelerine adapte etmeyen

Şirket ve hizmet sağlayıcılarını mevcudiyetlerini kaybedeceklerdir.

Kaynakça

Akgöz Selami Sedat (2011). *E-Dış Ticaret İşlemleri Yönetimi.* İstanbul: Beta Yayın evi.

Akgöz Selami Sedat (2009). *E-dış Ticaret İşlemleri Yönetimi*. İstanbul: Beta Yayın evi.

KULAKTAN KULAĞA PAZARLAMANIN ELEKTRONİK TİCARETE ÜSTÜNLÜKLERİ

Öğretim Görevlisi, Selami Sedat Akgöz

Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi --0000-0001-9056-1749

ÖZET

Dünyada ticaret doğrudan pazarlama faaliyetlerinden dijital pazarlama ve elektronik ticarete doğru bir yöneliş sürecine girmektedir. Bu süreçte ağızdan ağza pazarlama e-ticaretin hibrit organizasyonların beraber ön planda uygulandığı bir ticaret platformu haline gelmektedir.

Kulaktan Kulağa pazarlama alanında en eski ve en etkili yöntemdir. Bu yöntem bir ürün hakkında tüketicinin şirketin ürünü ile ilgili bilgilere ulaşması ile ilgili kişinin yakın çevresinin deneyimleri ile oluşturulan ücretsiz reklam biçimi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küresel ticarette sık olarak elektronik ticaret satışları ile doğrudan pazarlama, kulaktan kulağa pazarlama eş güdümlü olarak kullanılmaktadır. Küresel markalar doğrudan pazarlama ve elektronik ticaret kanallarını sosyal medya, dijital ortamda pazarlama olarak farklı satış ve dağıtım kanalları ile kullanmaktadırlar.

Çok uluslu şirketler su sorunun cevabını aramaktadırlar. Hedef pazarlara ulaşmakta kulaktan kulağa pazarlamamı tercih edilmeli yoksa hibrit olarak elektronik ticaret ve doğrudan pazarlamamı tercih edilmelidir.

Dijital ticaret şirketleri ve küresel organizasyonlar bu sorunun cevabına göre gelecekteki pazarlama ve ürün stratejilerini belirleyerek marka bilinirliği ve gelirlerinin artmasını amaçlamaktadırlar.

Çalışmamızda kulaktan kulağa pazarlama ve dijital satış uygulamalarını karşılaştırarak hangisinin üstün olduğunu araştıracağız. Sosyal pazarlama ve klasik pazarlama uygulamalarında sosyal medya ve yakın çevresinin etkilerini inceleyeceğiz.

Anahtar Kelime: Çevre, Tüketici, İletişim, Doğrudan Pazarlama, Elektronik Ticaret

ADVANTAGES OF EAR-TO-EAR MARKETİNG OVER ELECTRONİC COMMERCE

Trade in the world is entering a process of orientation from direct marketing activities to digital marketing and electronic commerce. In this process, word-of-mouth marketing is becoming a trading platform where e-commerce is implemented at the forefront together with hybrid organizations.

It is the oldest and most effective method in the field of ear-to-Ear marketing.This method appears as a free advertising format created with the experiences of the person's immediate

environment related to the consumer's access to information about the company's product about a product.

In global trade, direct marketing with electronic commerce sales is often used in coordination with ear-to-ear marketing. Global brands use direct marketing and electronic commerce channels with different sales and distribution channels such as social media, digital marketing.

Multinational companies are looking for the answer to the water problem.It should be preferred to market by ear to reach target Sundays, or it should be preferred to market by electronic commerce and direct marketing as a hybrid.

According to the answer to this question, digital commerce companies and global organizations aim to increase brand awareness and revenue by determining their future marketing and product strategies.

In our study, we will investigate which of them is superior by comparing ear-to-ear marketing and digital sales applications. We will examine the effects of social media and its immediate environment in social marketing and classical marketing applications.

Keyworlds: Environment, Consumer, Communication, Direct Marketing, Electronic Commerce

1. Doğrudan Pazarlama Stratejileri

Günümüz dünyasında doğrudan pazarlamalarda web tabanlı uygulamalar ön plana çıkmıştır.

‘’Web tabanlı bir uygulamanın kulaktan kulağa pazarlama konsepti ile sunumuna denir. İnternet üzerindeki bir ürünün ağızdan ağza insanlara yüz yüze doğrudan tanıtılma ve pazarlama işlemleridir. En önemli ilkeleri dürüstlük, şeffaflık ve karşılıklı iletişimdir. Bu yaklaşım e-ticaret ile satış yönetimini birleştirerek yeni ekonomide bir çığır açmaktadır. Ağızdan ağza pazarlama internet ticaretini sadeleştirerek spam, e-mail bombardımana tabi tutmadan sanal pazarlamanın doğrudan tüketiciye ulaştırılmasıdır.’’ (Akgöz Selami S edat, 2009)

WOMM sisteminin faydalarını şu şekilde sıralayabiliriz.

Spam ve E-mail trafiği ile müşteriyi bunaltmaz. (Akgöz Selami S edat, 2009)

İnternet hizmetlerini satış yönetimi ile birleştirir

İnternet tabanlı pazarlamayı direkt tüketici ile buluşturur.

Hedeflenen müşteri kitlesine direkt ulaşabilme olanağı sağlar. (Sedat, 2011)

Ağızdan ağza pazarlamanın dijital pazarlamaya evrimleşmesi sonucu hibrit pazarlama da ciddi kazanımlar elde etmiş dijital şirketler gelirlerini ve elektronik ticarette paylarını artırmışlardır.

Tablo 1 WOMM ÖRNEĞİ

Mühim Kampanyalar, piyasaya yeni çıkacak bir ürün veya hizmetin ya da hakkında konuşulmasını istediğiniz ürününüzün, Fikri Mühimler tarafından denenmesi ve bunun sonucunda ortaya çıkan deneyimin insanlarla paylaşılarak, ağızdan ağıza yayılması prensibi üzerine kurulmuştur.
Mühim Kampanya, önce müşterinin verdiği kriterlere uygun Fikri Mühimlerin seçilmesi ve kampanyadan haberdar edilmesiyle başlar. Kampanyaya davet edilen Fikri Mühimler, söz konusu ürün ya da servisle ilgisi olan kişilerden oluşur. Seçilen Fikri Mühimler, Mühim Sayfa adı verilen kendilerine ait sayfalarla ve e-posta aracılığıyla kampanyaya davet edilirler. Daveti kabul eden Fikri Mühimlere bir ya da en geç iki hafta içinde Mühim Paket adlı ürün ya da servis kiti gönderilir. Bu paketin içinde ürün ya da hizmetin kendisiyle birlikte ürün hakkında bilgi veren ve kampanya süresince Fikri Mühim'e kılavuzluk edecek bilgilerin bulunduğu Eğitim Kiti bulunur. Ürünü deneyen Fikri Mühimler, edindikleri deneyimi başkalarıyla dürüstçe paylaşarak Ağızdan Ağza Pazarlama aktivitesine başlarlar. Fikri Mühimler, gerçekleştirdikleri aktiviteleri Mühim Rapor olarak fikrimuhim.com'a sunar.
Mühim Kampanyalar, üreticilere sundukları ürün ya da hizmetler ile ilgili olarak önemli bilgi sağladığı gibi, etkin bir satış tabanı da oluştururlar. Hedef kitleyle birebir iletişim avantajı tanıyan Mühim Kampanyalar, harekete geçirici özellikleriyle de şirketler için benzersiz bir pazarlama aracıdır.
Mühim Networkler
Mühim Networklar, fikri muhim.com sisteminin, şirketlere farklı bir internet sitesi üzerinden kullandırılması olarak özetlenebilir. Fikri Mühimler yine Mühim Sayfaları ve e-posta aracılığıyla Mühim Networklara davet edilir ve buradan Network'un sahibi olan firmaya özel planlanmış program ve kampanyalara katılırlar.
Şirketlerin kendi datalarını kolaylıkla entegre edebilecekleri bu platform, fikrimuhim.com'un tüm işlevselliğine sahiptir. Bu sitenin tasarımı, müşterinin kurumsal yapısına uygun olarak hazırlandığı gibi, bakım ve yönetimi de fikrimuhim.com'a aittir. Bu sitelerde sadece şirketlere özel programlar oluşturulup yürütülür. Kısaca, şirketler Mühim Network aracılığıyla kendi var olan müşterilerini harekete geçirebilir ve kendilerine ait özel WOMM platformlarına sahip olabilirler.

Kaynakça : www.fikri.mühim.com

2.Marka müşteri memnuniyeti açısından doğrudan pazarlama ve elektronik ticaretin karşılaştırılması

Elektronik Ticaret saha araştırmaları, yapay zeka ve sosyal medya analizleri ile tüketici tercihleri ile

Elektronik ticaretin işleyiş sürecinde web tabanlı uygulamalar ve görsel iletişim pazarlama uygulamaları ön plana çıkartılmıştır.. Bu uygulamalara örnek verilirse

Doğrudan pazarlama (WOM) uygulamaları

Mobil pazarlama uygulamaları

Web tabanlı pazarlama uygulamaları

Tele pazarlama uygulamaları

E-mail yolu ile pazarlama uygulamaları (Bora, 2019)

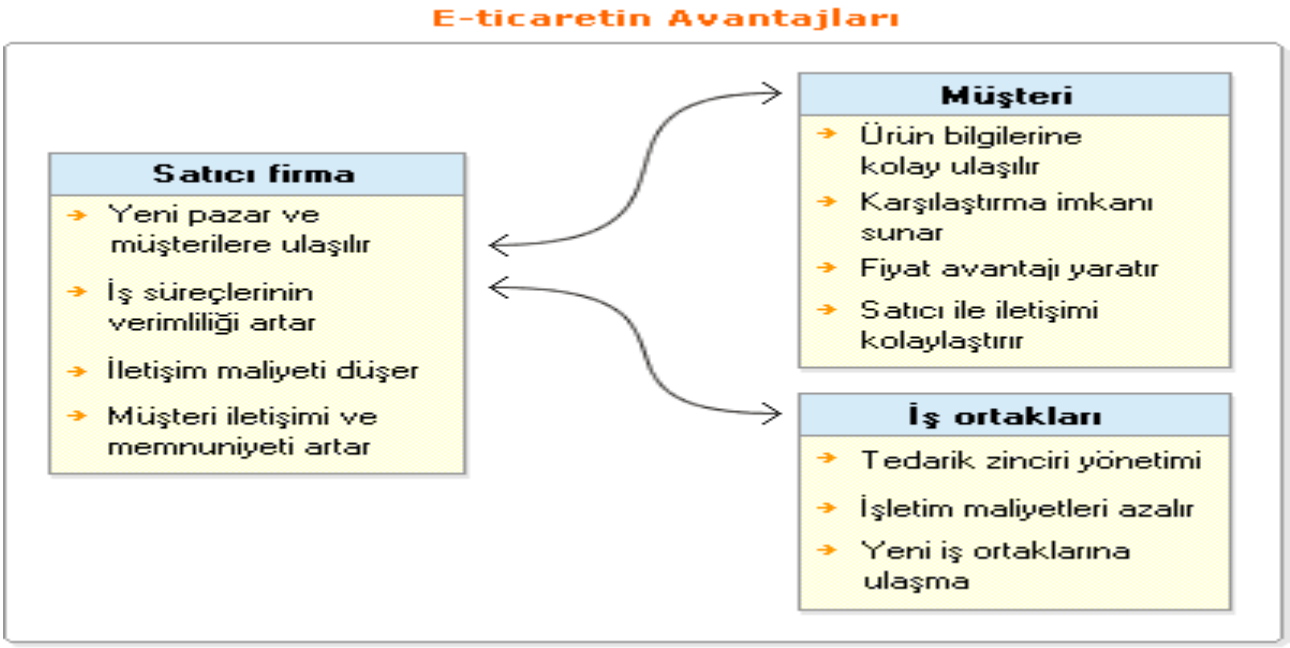
Bu pazarlama modelleri ile sipariş ve temin süreci, lojistik, fonksiyonları etkinliğini artırarak devam etmiştir.. Müşteri ilişkileri, toplam kalite, sosyal sorumluluk standartları ile ürün

beklenti performansını arttırmıştır. Dolayısıyla bunun sonucunda. Müşteri memnuniyet derecesi armış ve ürün kalitesi artış sürecinde performans artmıştır. (Eren Ayşe, 2020)

Marka ve müşteri memnuniyetinin bireysel iletişim her zaman medya ve sosyal medya pazarlama uygulamalarına karşı daha başarılıdırlar. Tüketici sinizmine karşı açıktan açığa pazarlamada hayati rol oynamaktadır.

İnsanlar marka memnuniyeti araştırmasında web sayfasında görüşlerin takip edilmesi ve o görüşlere göre ürün satın alım süreci doğrudan pazarlamayı referans almaktadır.

Tablo2 E-Ticaretin Avantajları



Kaynak http://www.kobiline.com. 21.05.2006

Sonuç

Dünyada uluslar arası pazarlarda dengeler mobil ve elektronik ticaret lehine değişim gösterse de doğrudan ve ağızdan ağza pazarlama önemini kaybetmemiştir.

Bir ürünün marka memnuniyeti için olmazsa olmaz olan tüketici memnuniyetidir. Şirketler mobil ve dijital ortamlarda yapay zeka algoritmaları tüketicilerin tercihleri konusunda yanıltıcı bilgiler verebilmektedir.

Artan rekabet şartları hibrit modellemeler önemini artıracaktır. Anway gibi mobil, elektronik ticaret uygulamaları ve takım çalışmasına önem veren şirketler dünya da pazarlarını artıracaklardır. Hibrit şirketler doğrudan pazarlamanın en temel felsefelerini güvenilirlik, müşteriye dayalı, zaman ve para tasarrufu sağlayan başarılı bir şekilde uygulamaktadırlar. Ürün hizmet ve markları doğal yollarla ve kendi takımları ile etkin şekilde tanıtarak küresel piyasalarda etkin oyuncular olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Bireylerin ürün hakkındaki izlenimlerinde doğrudan pazarlama ve ağızdan ağza pazarlama uygulamaları yapay zeka uygulamalarına her zaman üstün olacaktır.

Kaynakça:

Akgöz Selami S edat. (2009). E-ticaret İşlemleri. İstanbul: Beta Yayın evi.

Akgöz Selami Sedat . (2011). E-dış ticarette İşlemleri Yönetimi. İstanbul: Beta Yayın evi.

Bora, G. (2019). Tüketici sinizm kavramı,Ağızdan Ağıza pazarlama eylemlerinin Tüketici davranışlarına Uygulama. Ankara: Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi.

Eren Ayşe, E. D. (2020). Pazarlama Literatüründe Elektronik Ağızdan Ağıza İletişimin Biyometrik Analizi. Ankara: İşletme Araştırmaları Dergisi.

Mustafa, G. (2011). Ağızdan Ağıza Pazarlmad Güncel Pazarlama yaklaşımları. Antalya: Akdeniz Yayınevi.

SAĞLIK KURUMLARINDA MODERN YÖNETİM TEKNİKLERİNE DAİR VERİMLİLİK ALGISI: NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM ve ARAŞTIRMA HASTANESİ ÖRNEĞİ

Doç. Dr. Demokaan DEMİREL
* Kocaeli Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü.
- ORCID Id: 0000-0001-5454-9507.

Cihad OKYAY
** Kamu Yönetimi Uzmanı, - ORCID Id: 0009-0009-4567-4790.

ÖZET

Modern yönetim teknikleri, geleneksel yönetim anlayışından farklı olarak, esneklik, katılımcılık ve sürekli gelişime dayalı bir yapıya odaklanır. Sağlık kurumları da günümüzde modern yönetim tekniklerini benimseyerek daha etkin ve verimli çalışma prensipleri üzerine odaklanmaktadır. Sağlık kurumları modern yönetim tekniklerini benimseyerek daha verimli, etkin ve kaliteli sağlık hizmeti sunabilirler. Çalışanların katılımı artar, değişen koşullara hızla uyum sağlanır ve sürekli gelişim anlayışıyla performans sürekli olarak iyileştirilir. Modern yönetim teknikleri sağlık kurumlarının başarılı bir şekilde geleceğe adapte olmasını ve toplum sağlığının gelişmesini destekler.

Bu araştırma, hastanelerde modern yönetim tekniklerinin verimliliği arttırmada kullanılıp kullanılmadığının tespiti amacıyla yapılmıştır. Araştırma, Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde çalışan sağlık personeline yönelik anketlerle gerçekleştirilmiştir. Örneklem yöntemi olarak basit tesadüfi örneklem metodu kullanılmıştır ve 204 anket uygulaması üzerinden analiz gerçekleştirilmiştir. Anket formundaki ifadeler beşli likert ölçeğine göre derecelendirilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 24 programıyla frekans ve yüzde şeklinde analiz edilmiştir. Katılımcıların eğitim düzeyi, yaş aralığı ve iş deneyimi dikkate alınarak modern yönetim tekniklerine olan talepleri ve destekleri değerlendirilmiştir.

Araştırma bulguları, hastanelerde modern yönetim tekniklerinin daha etkin bir şekilde kullanılması için çeşitli politikaların geliştirilmesi gerektiğini göstermektedir. Eğitim ve motivasyon odaklı stratejilerin benimsenmesi, personelin katılımcılığının teşvik edilmesi ve teknolojinin etkin kullanımının sağlanması, hastanelerde verimliliğin artırılmasına katkı sağlayabilir. Çalışma daha kapsamlı çalışmaların yapılması ve farklı sağlık kurumlarıyla karşılaştırmalı analizlerin gerçekleştirilmesi önermektedir. Araştırma sonuçları hastane yöneticilerine ve sağlık personeline, verimlilik artışına yönelik stratejiler geliştirmede rehberlik edebilir ve daha etkin sağlık hizmetleri sunumuna katkı sağlayabilir.

Anahtar Kelimeler: Modern Yönetim Teknikleri, Verimlilik, Etkinlik, Toplam Kalite Yönetimi, Sağlıkta Bilişim.

GİRİŞ

Sağlık sektörü, toplumların en önemli temel taşlarından biri olarak, kaliteli ve etkili sağlık hizmetleri sunarak halkın refah düzeyini artırmayı hedefler. Bu bağlamda, hastaneler verimliliklerini artırmak ve kaynakları etkin bir şekilde kullanmak için modern yönetim yaklaşımlarını benimsemeye yönelmişlerdir. Etkinlik ve verimliliğe dayalı kamu kesimi tasarruf eğilimlerinin artması sağlık kurumlarının hizmet eğilimleri üzerinde daha çok durulmasına sebebiyet vermektedir.

Günümüzde, sağlık hizmetlerinin karmaşıklığı, hızlı teknolojik gelişmeler ve artan hasta talepleri, hastanelerin daha verimli bir şekilde yönetilmesini zorunlu kılmaktadır. Geleneksel yönetim yaklaşımlarının, bu değişen koşullara uyum sağlamada yetersiz kalması, modern yönetim yaklaşımlarının sağlık sektöründe yaygınlaşmasını hızlandırmıştır (Alacadağlı, 2016: 8-9).

Bu çalışma, modern yönetim tekniklerinin sağlık sektöründe nasıl kullanıldığını ve Niğde Ömer Halisdemir Hastanesi'nin bu yöntemleri nasıl uyguladığını incelemektedir. Çalışma, basit tesadüfi örneklem seçimine dayalı nicel bir araştırma metodolojisini benimsemiştir. 220 personele anket uygulaması gerçekleştirilmiş, geçerli olarak dikkate alınan 204 anket analize dâhil edilmiştir. Çalışmanın odak noktası kalite, etkinlik ve tutumluluk gibi temel unsurlar olacaktır. Ayrıca, sağlıkta dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin, bulut bilişimin ve toplam kalite yaklaşımı ile Altı Sigma modelinin hastane yönetimindeki rollerine de değineceğiz. Çalışmada yer alan bilgiler, hem sağlık sektöründe çalışanlar için hem de sağlık hizmetlerinin kalitesini ve etkinliğini arttırmaya odaklanan yöneticiler ve karar vericiler için büyük önem taşımaktadır. Niğde Ömer Halisdemir Hastanesi örneği, diğer sağlık kuruluşlarına da ilham verecek ve benzer modern yönetim tekniklerinin kurumsal seviyede yaygınlaştırılmasına katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, makalemizde anket sonuçları da dâhil olmak üzere elde edeceğimiz veriler, modern yönetim tekniklerinin sağlık sektöründe benimsenmesinin hastane verimliliği üzerindeki etkisini net bir şekilde ortaya koyacaktır. Sonuçlarımızın, sağlık sektöründeki yönetim uygulamalarının geliştirilmesi ve iyileştirilmesi için önemli bir katkı sağlayacağını düşünmekteyiz.

Çalışmada öncelikli olarak modern yönetim yaklaşımlarının tanımı ve önemi üzerinde durulmaktadır. Sağlıkta dijitalleşme ve bilişim teknolojilerinin, bulut bilişimin ve toplam kalite yaklaşımı ve altı sigmanın hastane yönetimine etkileri incelenmiştir. Niğde Ömer Halisdemir Hastanesi örneğinden hareketle modern yönetim yaklaşımlarının hastane verimliliği üzerindeki etkisini anket sonuçları ve analizlerle desteklenmiştir. Çalışma, elde edilen sonuçların sağlık sektöründeki yönetim uygulamalarının geliştirilmesi ve daha etkin bir hale getirilmesine katkı sağlamasına yönelik önerilerle tamamlanmaktadır.

MODERN YÖNETİM TEKNİKLERİ

Yönetim, organizasyonların hedeflere ulaşmak için kaynakları planlama, örgütleme, yönlendirme ve kontrol etme sürecidir. Zamanla, iş dünyasının ve organizasyonların karmaşıklığı arttıkça, yönetim yaklaşımları da değişim göstermiştir. Modern yönetim teknikleri, geleneksel yönetim anlayışından farklı bir perspektif sunar ve günümüz iş ortamında başarıya ulaşmak için önemli bir araç haline gelmiştir. Öncelikle modern yönetim tekniklerinin bazı prensipleri vardır (Suiçmez, 2015: 50):

Esneklik ve Uyarlanabilirlik: Geleneksel yönetim, sıkı ve hiyerarşik yapılara dayanırken, modern yönetim organizasyonların değişen koşullara hızlıca uyarlanabilmesini sağlamak için

esneklik ilkesine vurgu yapar. Esneklik, hızla değişen iş ortamında rekabet avantajı elde etmek için hayati öneme sahiptir.

Katılımcı Karar Verme: Modern yönetimde, karar verme süreçleri daha katılımcı ve demokratik bir yapıya sahiptir. Yöneticiler, çalışanların fikir ve önerilerini değerlendirir ve kararları alırken çalışanların katılımını teşvik eder. Bu, çalışan bağlılığını artırır ve yaratıcılığı teşvik eder.

Paydaş Odaklılık: Geleneksel yönetim, çoğunlukla sadece hissedarların çıkarlarını ön planda tutarken, modern yönetim anlayışında, tüm paydaşların (çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, toplum ve çevre) ihtiyaçları ve beklentileri göz önünde bulundurulur. Bu, sürdürülebilir bir işletme modelinin oluşturulmasına yardımcı olur.

İnsan Odaklılık: Modern yönetim, çalışanların değerini anlamak ve çalışan odaklı stratejiler geliştirmek üzerine odaklanır. Çalışanların gelişimi ve mutluluğu, iş performansını ve verimliliği artırmak için kritik öneme sahiptir.

Modern yönetim teknolojiyi iş süreçlerine entegre ederek verimliliği artırır ve veri tabanlı karar verme süreçlerini destekler. Kurumlar, yapay zeka, büyük veri analitiği ve dijital otomasyon gibi yeni teknolojileri kullanarak rekabet avantajı elde eder (Aygen vd., 2019: 64). Çalışanların ekip tabanlı projelerde bir araya gelmesi ve işbirliği yapması teşvik eder. Ekip tabanlı yaklaşım, farklı yetenekleri birleştirerek daha yaratıcı ve çeşitlilik odaklı çözümler üretilmesini sağlar. Değişimleri olumlu bir şekilde yönetmeye odaklanır. Değişim kaçınılmazdır ve kurumların başarılı olabilmek için değişime uyum sağlama yetenekleri önemlidir. Bu yüzden değişim yönetimi süreçleri, çalışanları değişim sürecine dâhil eder ve dirençleri azaltır (Söyler ve Zekioğlu, 2017: 19).

Modern yönetim tekniklerinin geleneksel yönetim yaklaşımlarına göre birçok avantajı mevcuttur. Modern yönetim, organizasyonlara değişen pazar koşullarına hızlıca adapte olma ve rekabet üstünlüğü sağlama fırsatı sunar. Esnek ve hızlı hareket edebilen kurumlar, diğerlerine göre ön plana çıkar. Katılımcı karar verme süreçleri ve ekip tabanlı yaklaşım, çalışanların yaratıcılığını ve inovasyonu teşvik eder (Yıldız ve Mesci, 2010). Bu, kurumların sürekli olarak yeni fikirler ve çözümler üretmesine olanak tanır. Çalışanların katılımını ve görüşlerini değerlendiren bir yapıya sahiptir. Bu da çalışanların kuruma bağlılığını arttırır ve işten memnuniyeti yükseltir. Kurumsal politikaları içselleştiren çalışanlar, daha hızlı motive olur ve iş performansı artar (Yıldız ve Mesci, 2010).

Modern yönetim, kurumların değişen iş ortamında başarıya ulaşmak için kritik öneme sahip bir dizi ilke ve stratejiyi içeren bir yönetim felsefesidir. Bu yaklaşım, organizasyonların kalite, etkinlik ve ekonomiklik gibi kritik konular üzerinde odaklanarak rekabet avantajı elde etmeyi hedefler (Çalışkan, 2009: 322-325). Öncelikle kalite yönetimi, modern yönetim yaklaşımının temel taşlarından biridir ve organizasyonların müşteri beklentilerini karşılayarak ve aşarak ürün ve hizmetler sunmasını amaçlar. Kalite yönetimi, ISO 9001 ve Altı Sigma gibi standartlar ve metodolojiler kullanılarak gerçekleştirilir. Kalite yönetimi; sürekli iyileştirme, müşteri odaklılık ve güvence gibi temel özelliklere sahiptir (Leblebici ve Ömürgönülşen, 1999: 66-67).

Sürekli iyileştirme, iş süreçlerinin düzenli olarak gözden geçirilmesini ve geliştirilmesini içerir. Geri bildirimleri ve verileri kullanarak sürekli olarak kaliteyi artırmak, vatandaş memnuniyeti ve maliyetleri azaltmak için kritik öneme sahiptir. Vatandaş geri bildirimleri ve talepleri dikkate alınarak ürün ve hizmetlerin kalitesi sürekli olarak iyileştirilir ve beklentiler karşılanır. Güvence ise ürün ve hizmetlerin kalitesini garanti altına almak için kalite güvence süreçlerini içerir. Bu süreçler, kalite standartlarına uygunluğun izlenmesini ve doğrulamasını sağlar (Aykaç, 2006: 178)

Etkililik, örgütsel sonuçların geçekleşmesiyle ilgili bir kavram iken, etkinlik, organizasyonların kaynakları doğru bir şekilde kullanarak verimli ve etkili bir şekilde çalışmasını hedefler. Etkinlik, belirlenen hedeflere ulaşmak için minimum kaynak kullanımı ile maksimum sonuç elde etmeyi ifade eder. Daha çok kurumun ortaya koyduğu planın gerçekleşme derecesidir, maliyetlerin asgariye indirilmesini amaçlar. Modern yönetim yaklaşımının etkinlik yönetimi ile ilgili önemli özellikleri şunlardır: Süreç odaklılık, kaynak yönetimi ve performans ölçümü. Süreçlerin analizi, iyileştirilmesi ve optimize edilmesi, etkinliğin artırılmasına ve verimliliğin sağlanmasına yardımcı olur. Verimlilik ilk kez 16. Yüzyılda George Bauer'in "De te Metallica" adlı eserinde zikredilmiştir, yaygın kullanımı ise Sanayi Devrimi sonrası kaynak kullanımında rasyonalitenin sağlanması hedefiyle gerçekleşmiştir. Etkinlik ve etkililik verimliliğin bileşenleri olarak daha çok mal ve hizmet üretmenin yanı sıra kaliteyi de önemser (Özdemir, 2009: 50-55; Yüklü ve Atağan, 2009: 4-8; Cavlak, 2021: 108-115). Verimlilik örgüt yapısı, kültürü, çalışanların potansiyelleri gibi bütünsel bir bakış açısı gerektirir. Bunun için kamu sektöründe girdi ve çıktılara dair sağlıklı bir idari veri tabanına sahip olmak elzemdir (Polat ve Akçakaya, 2022: 251-262). Etkinlik sağlık kurumunun potansiyelini, etkililik ise hastaların sağlığında yaşanan pozitif yöndeki gelişmeleri yansıtır (Aygar ve Öksüz, 2017: 27-30). Yine modern yönetim, kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasını teşvik eder ve israfı en aza indirir. Anahtar performans göstergeleri ve diğer ölçüm araçları ise organizasyonların hedeflere ulaşmalarını değerlendirmede önemli bir rol oynar (Aykaç, 2006: 178).

Ekonomiklik, organizasyonların verimli bir şekilde finansal kaynaklarını kullanarak kâr elde etmesini ve sürdürülebilir bir mali performans sergilemesini amaçlar. Modern yönetim tekniklerinin ekonomiklik ile ilgili temel özellikleri şunlardır: Maliyet kontrolü, gelir çeşitlendirme ve yatırım değerlendirmesi. Modern yönetim, organizasyonların maliyetlerini sıkı bir şekilde kontrol etmelerini ve gereksiz harcamaları önlemelerini teşvik eder. Maliyet yönetimi belli ölçütlerle ilgili verilerin idarecilere iletilmesi ve destek sağlanması için önemlidir (Dalğar ve diğerleri, 2010: 240-243). Maliyet minimizasyon analizinde eldeki alternatifler değerlendirilmektedir. Maliyet fayda analizinde bir alternatif sağladığı yarar oranına göre analiz edilir. Bu analizde beşeri sermaye yaklaşımı gelecekteki ciroyu cari değerlerle ölçer. Bireysel ödeme istekliliği ise, sağlık risklerine karşı kişilerin ödeme eğilimlerine bakar. Burada kaliteye göre ayarlanmış yaşam yılı temel ölçüt olarak alınır. Sağlık hizmet planları ve mevcut tedavi seçenekleri kar/maliyet oranına göre ölçümlenir. Maliyet etkililik analizi minimum maliyet, maksimum hizmete dayanır. Çeşitli alternatiflerle sonuca varılması halinde bunlar ekonomik maliyetlere göre değerlendirilir. Birbirinden tamamen ayrı programlarla birbirini dışlayan programlar ayrı ayrı hesaplanır. Bu, kâr marjını artırır ve finansal istikrar sağlar. Organizasyonların gelirlerini çeşitlendirmesini ve farklı pazarlarda fırsatları değerlendirmesini de teşvik eder. Maliyet değer analizinde yaşam kalitesi ve yaşam süresi olarak iki temel çıktıya bakılarak karşılaştırma yapılır (Balçık ve Şahin, 2013, 122-124; Arı, 2017: 27-29; Karaca ve Atılgan, 2020: 33-37; Çalışkan, 2009: 319-325; Yiğit ve Erdem, 2014: 212-218). Gelir çeşitliliği, ekonomik dalgalanmalardan etkilenme riskini azaltır ve son olarak organizasyonların yatırımlarını dikkatli bir şekilde değerlendirmesini ve geri dönüşümü yüksek olan projelere odaklanmasını sağlar (Aykaç, 2006: 179).

Modern yönetim tekniklerinden Toplam Kalite Yönetimi; kuruluşun amaç ve politikalarının belirlenmesi, vatandaş tatminine öncelik verilmesi, sürdürülebilir eğitim, süreç kontrolü, kalite çemberleri, prodüktivite çalışmaları, maliyet analizi, tedarikçi ilişkileri ve kalite denetimi hususları üzerinde durur (Cansız, 2001: 296-297). Tüm bu ögeler ve kritik konular üzerinde

odaklanarak organizasyonların başarısını ve sürdürülebilirliğini sağlar. Kalite, müşteri memnuniyetini artırarak organizasyonların rekabet avantajı elde etmesini sağlar. İç ve dış paydaşlar arası oluşturulan kalite çemberleriyle personel verimliliği teşvik edilir ve bireysel yaratıcılık açığa çıkar (Akdağ, 2005: 165). Etkinlik, kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını ve iş süreçlerinin optimize edilmesini teşvik eder. Ekonomiklik yönetimi ise organizasyonların finansal istikrarı ve uzun vadeli başarısı için kritik öneme sahiptir. Bu üç temel alan, modern yönetim yaklaşımının başarılı bir şekilde uygulanması için birlikte çalışır ve organizasyonların rekabetçi iş ortamında öne çıkmasını sağlar. Her organizasyonun benzersiz ihtiyaçları olduğunu unutmamak önemlidir; bu nedenle, modern yönetim tekniklerinin başarıyla uygulanabilmesi için stratejik bir planlama ve özenli bir uygulama, denetim ve izleme süreci de gereklidir.

Modern yönetim tekniklerinden Altı Sigma kuruluşların değişen koşullara ayak uydurmasını sağlamaktadır. Altı Sigmanın metodolojisi üç odak noktasına dayanır: Vatandaşa odaklanma, süreçlere odaklanma ve çalışanlara odaklanma (Sevimli vd., 2020: 18). Yaklaşımın problem çözme yöntemi 5 temel süreçten oluşur. Bunlar; tanımlama, ölçme, analiz, iyileştirme ve kontroldür (Çalışkan, 2006: 66). Altı Sigma, ekip çalışmasına dayanır. Küçük değişimlerden daha çok köklü yeniliklerle verimlilikte sıfır hataya dayalı geniş çaplı bir büyüme modeli benimsenir. Bahsi geçen süreçler, süreçlere uygun ekiplerin yönetimi ve desteği ile doğru orantılı ilerler. Hasta yatış sürelerindeki kısalma, tıbbi sarf malzemelerini ve kapasite kullanımını ekonomik hale getirme temel amaçlardır (Sevimli vd., 2020: 18, Ağın, 2020: 114-115). Ekip çalışması için ayrı esaslar ve düzenlemeler yer almaktadır. Tüm bu çalışmalar ise kuruluşların etkin ve verimli çalışmasını sağlamak içindir. Sigmanın 6'ya doğru yaklaşması hata oranının azaldığı anlamına gelir. Bu amaçla planlama ve altyapısal çözümlerin tespiti, uygulama ve kurumsal düzenin hedeflere göre yürütülmesinin takibi aşamaları izlenir (Çalışkan, 2006: 68-74; Çabuk ve Karayılmazlar, 2010: 95-99).

Hastaneler dış kaynak kullanımı yoluna giderek de hizmetlerin bazılarını karşılıklı taahhüde dayalı bir sözleşmeyle dış bir tedarikçiden satın alabilirler. Bu konudaki temel dayanak 2003'de yürürlüğe giren Kamu İhale Kanunu'dur. Genelde stratejik açıdan ikincil planda olan ve personel tarafından sunulmayan hizmetler de dış kaynaklardan yararlanılır. Küreselleşme, artan rekabet ve yüksek yoğunluklu teknoloji kullanımına yönelim dış kaynaklara rağbeti arttırmıştır (Akyürek, 2013: 4; Alay ve Kızılyer, 2022: 346-348; Aygen ve diğerleri, 2019: 63-64).

Sağlık Sektöründe Modern Yönetim Yaklaşımları

Günümüzde, sağlık sektöründe hizmet kalitesini ve etkinliğini artırmak için geleneksel yönetim anlayışı yerini modern yönetim yaklaşımlarına bırakmaktadır (Çavmak, 2017: 32). Modern yönetim teknikleri, sürekli değişen sağlık ortamına uyum sağlamak, kaynakları etkili kullanmak, hizmet kalitesini arttırmak ve hastane verimliliğini yükseltmek amacıyla geliştirilmiş yönetim prensipleri ve yöntemlerini ihtiva eder. Bu yaklaşımlar, hastanelerin daha rekabetçi olmasını, maliyetleri düşürmesini ve hastane çalışanlarının motivasyonunu artırmasını hedefler. Sağlık hizmetleri bireysel ve toplumsal refahı yakından ilgilendirir, bu hizmetlerdeki herhangi bir hata veya aksaklığın telafisi güçtür, hizmet maliyetinin yüksek olması niteliğin önemsenmesine yol açmaktadır (Çerçi ve Baykal, 2022: 127-130).

Modern yönetim tekniklerinin sağlık sektöründe benimsenmesinin temel nedenleri arasında aşağıdaki faktörler bulunmaktadır (Karaca ve Atılgan, 2020: 29-30):

Değişen Sağlık Ortamı: Sağlık sektörü, sürekli olarak teknolojik ve demografik değişikliklerle karşı karşıyadır. Bu değişimler, hastanelerin daha hızlı ve verimli kararlar almasını, iş süreçlerini optimize etmesini ve daha iyi hizmet sunmasını gerektirir.
Müşteri (Vatandaş) Odaklılık: Hastanelerin artık vatandaş odaklı temelde çalışması gerekmektedir. Hastaların talep ve beklentilerini karşılamak, hizmet kalitesini artırmak için modern yönetim teknikleri önemli bir rol oynamaktadır.
Verimliliği Sağlama ve Maliyetleri Azaltma: Sağlık sektöründeki maliyetlerin artmasıyla birlikte, hastaneler verimliliklerini arttırarak kaynakları daha etkin bir şekilde kullanmak ve maliyetleri azaltmak zorundadır.

Dijitalleşmenin sağlık hizmetlerine etkisine baktığımız zaman; dijitalleşme, sağlık hizmetlerinin sunumunda devrim niteliğinde değişiklikler getirmiştir. Teknolojik gelişmelerin hızlanmasıyla birlikte, dijital dönüşüm tüm sektörleri derinden etkilemiştir ve iş yapış şekillerini temelde değiştirmiştir (Karademir, 2022: 48-49). Sağlık sektörü de bu dijitalleşme hareketinden önemli ölçüde etkilenmiştir. Geleneksel sağlık hizmetlerinin sunumu ve yönetimi, dijitalleşmenin getirdiği yeniliklerle daha etkin, erişilebilir ve kişiye özel hale gelmiştir. Elektronik sağlık kayıtları, tele tıp, yapay zekâ destekli teşhis ve tedavi yöntemleri gibi dijital sağlık teknolojileri, hastanelerin verimliliğini ve hizmet kalitesini artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Bunun yanı sıra bilişim uygulamalarıyla idareciler daha isabetli karar verebilmekte, hizmet sunumundaki hatalar proaktif biçimde önlenmektedir (Karademir, 2022: 50; Ülke ve Atilla, 2020: 87-89). Sağlık 1.0'da hasta kayıtları elle tutulurken, Sağlık 2.0'da kayıtlar elektronik ortama taşınmaya başlamıştır. Sağlık 3.0, hizmetlerde teknolojinin yoğun kullanıldığı bir dönemi tasvir eder. Sağlık 4.0 aşamasında ise çoklu paydaş modeli ile hizmeti tedarik eden, üreten, sunan ve alan taraflar arasında teknolojik açıdan interaktif bir bağ kurulmaktadır (Oduncu, 2022: 186-192). Dijitalleşme, sağlık hizmetlerinin daha geniş kitlelere ulaştırılmasını sağlamıştır. Tele tıp uygulaması, hastaların uzaktan tanı ve tedavi hizmetleri alabilmelerine olanak tanımaktadır (Ülke ve Atilla, 2020: 89). Bu sayede, coğrafi engelleri aşarak sağlık hizmetlerine erişim kolaylaşmış ve kırsal bölgelerde yaşayan hastaların da tıbbi uzmanlarla iletişim kurmaları mümkün hale gelmiştir. Ayrıca, dijitalleşme sayesinde mobil sağlık uygulamaları ve internet tabanlı sağlık platformları, bireylerin sağlık bilgilerini takip etmelerine, yaşam tarzlarını yönetmelerine ve sağlıkla ilgili bilgilere kolayca erişmelerine olanak sağlamaktadır. Böylece, hastalıkların erken teşhis ve önlenmesi gibi konularda da bilinçlenme artmıştır. Bireyin hastaneye kabulünden taburcu olmasına kadar her türlü idari işlemin muhafazası ve ilgili birimlere aktarılması kolaylaşmıştır (İçli ve diğerleri, 2005: 36-41).

Dijitalleşmenin sağlık sektörüne etkilerinden biri de, veri analitiği ve yapay zekâ teknolojilerinin kullanımıdır. Büyük veri analitiği, hastaneler ve klinikler tarafından toplanan geniş veri kümelerinin analiz edilerek, hastalıkların tedavisi ve yönetimi konusunda önemli bilgiler elde edilmesini sağlar (Altındiş ve Morkoç, 2018: 258). Örneğin, tıbbi cihazlar ve hastane kayıtlarından elde edilen veriler, hastalıkların yayılımını ve tedavi yöntemlerini anlamak için kullanılabilir. Yapay zekâ uygulamaları da sağlık sektöründe etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Makine öğrenimi algoritmaları, hastalıkların teşhisinde ve tedavisinde daha hassas sonuçlar elde edilmesine yardımcı olmaktadır. Ayrıca, ilaç geliştirme süreçlerinde ve genetik analizlerde yapay zekâ teknolojileri büyük bir potansiyele sahiptir.
Sağlık sektörü, büyük miktarda veri üreten bir sektördür ve hastane kayıtları, tıbbi görüntüler, laboratuvar sonuçları gibi bilgilerin yönetimi önemli bir zorluk oluşturur. Bulut bilişim, sağlık kurumlarının verilerini güvenli ve merkezi bir platformda depolamalarına olanak tanır. Bu sayede, fiziksel sunucu altyapılarından bağımsız olarak, büyük miktardaki veriler kolayca saklanabilir ve istenildiğinde erişilebilir hale gelir. Büyük veri modeli tıbbi sigortacılık hizmetleri, ilaçların farmokolojik özellikleri ve endikasyonları gibi bilgileri anında sunarak

bireysel hasta takip programlarının izlenmesinde önemli bir kolaylık sağlar. Sağlık çalışanları, bulut tabanlı sistemlere bağlanarak herhangi bir yerden ve cihazdan hastaların verilerine erişebilir ve tedavi süreçlerini daha etkin bir şekilde yönetebilirler (Bayın vd., 2016: 237-239; Altındiş ve Morkoç, 2018: 261-268).

Bulut bilişim, sağlık sektöründeki farklı kurumlar arasında veri paylaşımını kolaylaştırır ve işbirliğini artırır (Bayın vd., 2016: 235). Bu, özellikle farklı sağlık tesislerinde çalışan sağlık profesyonelleri arasında bilgi alışverişi ve hasta tedavi süreçlerinin koordinasyonu açısından önemlidir. Örneğin, bir hastane laboratuvarı tarafından yapılan test sonuçları, bulut bilişim sayesinde hızla bir kliniğe veya doktora iletilerek anında tedavi planlaması yapılabilir. Aynı zamanda, araştırmacılar ve sağlık uzmanları da bulut tabanlı platformlar üzerinde çalışarak veri analizleri ve tıbbi araştırmalar yapabilirler (Bayın vd., 2016: 240). Verilerin kolayca paylaşılması ve işbirliği yapılması, tıbbi araştırmaların hızını ve etkinliğini artırırken, yeni tedavi yöntemlerinin geliştirilmesine de katkı sağlar.

Bulut bilişimin sağlık sektörüne sağladığı bir diğer önemli avantaj, maliyetleri düşürme ve altyapı yatırımlarını azaltma imkânıdır (Evcil, 2016: 72). Sağlık kurumları, kendi fiziksel sunucularını işletmek yerine, bulut sağlayıcıların sunucularını kullanarak verilerini depolayabilir ve işleyebilirler. Bu, enerji ve bakım maliyetlerini azaltırken, daha esnek bir ödeme modeli sunarak bütçe yönetimini kolaylaştırır. Ayrıca, acil durum ve felaket durumu senaryolarında, fiziksel sunucuların zarar görmesi durumunda, veriler bulut tabanlı sistemlerde güvende olur ve hızla geri yüklenebilir. Böylece, iş sürekliliği sağlanırken, hastaların ve sağlık verilerinin güvenliği de korunur (Evcil, 2016: 61-62).

Dijitalleşme ile birlikte, e-sağlık uygulamaları ve sağlık yönetimi alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Elektronik sağlık kayıtları (EHR), hastane ve kliniklerdeki bilgi akışını ve hasta verilerinin güvenli şekilde saklanmasını sağlar (Evcil, 2016: 72). Bu da sağlık hizmetlerinin kalitesini artırırken, hasta güvenliğini de sağlamaktadır. Sağlık yönetimi ve hastane işletmeciliği alanında dijitalleşme, randevu sistemlerinin otomasyonu, kaynakların daha verimli kullanımı, envanter yönetimi ve tıbbi cihazların izlenmesi gibi bir dizi yenilikçi uygulamanın hayata geçmesini sağlamıştır. Bu da sağlık kurumlarının maliyetlerini düşürmeye ve hizmet kalitesini artırmaya yardımcı olmaktadır.

Toplam Kalite Yaklaşımı (TKY) da sağlık sektöründeki verimliliği etkileyen bir diğer modern yönetim tekniğidir. TKY, iş süreçlerinin iyileştirilmesi, hataların azaltılması ve sürekli olarak kalite standartlarının yükseltilmesi temeline dayanan bir yönetim felsefesidir (Cansız, 2001: 292). Sağlık sektörü, hastaların yaşamları üzerinde doğrudan etkisi olan kritik bir alandır. Kalite, güvenlik ve hasta memnuniyeti en önemli önceliklerden biridir. Toplam Kalite Yaklaşımı, sürekli iyileştirmeyi merkezine alır. Sağlık sektöründe, hasta güvenliği ve tedavi süreçlerinin hatasız yürütülmesi büyük önem taşır. TKY, süreçlerin analiz edilmesi, iyileştirilmesi ve daha verimli hale getirilmesi yoluyla hata riskini azaltmaya odaklanır. Sağlık kurumları, TKY prensiplerine uygun olarak, tıbbi hataları en aza indirmek ve hasta güvenliğini maksimize etmek için önlemler alırlar (Çerçi ve Baykal, 2022: 127).

Sağlık personeli ve yöneticiler, sürekli eğitim ve kalite kontrol mekanizmaları ile kendilerini sürekli geliştirirler. Bu şekilde, hataların tespiti, düzeltilmesi ve gelecekte önlenmesi sağlanır. TKY'nin bu sürekli iyileştirme ve hata azaltma yaklaşımı, hasta sonuçları ve sağlık hizmetlerinin kalitesi üzerinde olumlu etkiler yaratır. Denetim aşamasında Planla, Uygula, Gör ve Harekete Geç şeklinde bir kalite kontrol yaklaşımı benimsenir. Çalışanlarla örgüt arasında

güçlü bir bağ kurularak kalite standartlarına ulaşmak hedeflenir (Çerçi ve Baykal, 2022: 128; Patır, 2008: 66; Yıldız ve Mesci, 2010).

TKY, hasta memnuniyetini arttırmayı hedefleyen bir yaklaşımdır (Çerçi ve Baykal, 2022: 128-129). Hasta memnuniyeti, sağlık hizmetlerinin başarılı bir şekilde sunulmasında önemli bir ölçüttür. Sağlık kurumları, TKY prensiplerine göre hasta geri bildirimlerini değerlendirir ve süreçleri hasta odaklı bir şekilde yönetirler. Hasta memnuniyeti odaklı bir yaklaşım, hastaların daha iyi iletişim kurmalarını, tedavi süreçlerine aktif olarak katılmalarını ve tedavi planlarına uyumlarını artırır. Hastaların katılımı, tedavi sonuçlarının ve tedavi uyumunun artmasına yardımcı olur (Sevimli vd., 2020: 21). Sağlık personeli, hastaların ihtiyaçlarını daha iyi anlamak ve onların tercihlerine göre tedavi planları oluşturmak için daha fazla çaba sarf ederler. Böylece, hastalar daha iyi bilgilendirilir ve tedavi süreçlerine daha fazla güven duyarlar.

Toplam Kalite Yaklaşımı, kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılmasını sağlar (Akdağ, 2005: 161-162). Sağlık sektörü, sınırlı kaynaklara sahip bir sektördür ve bu kaynakların doğru ve etkin bir şekilde kullanılması önemlidir. TKY, gereksiz israfları önlemeye ve süreçleri optimize etmeye yönelik stratejileri teşvik eder. Sağlık kurumları, TKY prensiplerine uygun olarak süreçlerin analiz edilmesi ve iyileştirilmesi sayesinde işgücü ve malzeme kullanımında tasarruf sağlarlar. Aynı zamanda, daha etkin planlama ve kaynak yönetimi ile sağlık hizmetlerinin sunumunda verimlilik artar.

ALAN ARAŞTIRMASI: MODERN YÖNETİM TEKNİKLERİNE GÖRE VERİMLİLİK ALGISI: NİĞDE ÖMER HALİSDEMİR ÜNİVERSİTESİ EĞİTİM ve ARAŞTIRMA HASTANESİ ÖRNEĞİ

Modern yönetim tekniklerinin verimliliği arttırıp arttırmadığı hakkında sağlık personelinin genel eğilimlerini tespit etmeye yönelik bu çalışmada Niğde Ömer Üniversitesi Eğitim ve Araştırma Hastanesi'nde çalışan sağlık personeline Özgener ve Küçük'ün (2008) çalışmalarında kullandıkları ölçekten yararlanılarak anket formu uygulanmıştır. Sağlık personelinin modern yönetim tekniklerinin yapısal anlamda ne derece uygulandığına ilişkin düşünceleri analiz edilmiş, anket sonuçları frekans ve yüzdelik dağılıma göre değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışma, betimsel ve karşılaştırmalı bir yönteme dayanmaktadır. Basit tesadüfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Araştırmada örneklem olarak alınan idari hizmetlerde ve poliklinik hizmetlerde istihdam edilen 204 kişiye anket uygulanmıştır. Anket formunda yer alan ifadeler verilen cevaplara göre değerlendirilmiştir. Geçerli olarak kabul edilen 204 anket değerlendirilmiştir. Anketin geçerli dönüş oranı %92,7'dir. Araştırma kapsamında şu hipotezler geliştirilmiştir:

H_1: Eğitim düzeyine göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır.

H_2: Yaş aralıklarına göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır.

H_3: İş deneyimine göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır.

Hipotezlerin test edilmesinden önce ölçeğin güvenilirliği test edilmiştir. Cronbach α güvenilirlik katsayısına göre yapılan analiz sonucunda ölçeğin genel güvenilirlik düzeyi 0,78 olarak ölçülmüştür. Bu da ulaşılan araştırma sonuçlarının geçerliliğini arttırmaktadır.

Bulgular

Bu kısımda örneklemin yapısı, kurumsal düzeyde dış kaynaklardan sağlanan hizmet türleri, verimlilik artışında izlenen yöntemler ile katılımcıların verimlilik artışının nasıl sağlanabileceğine dair seçenekler hakkındaki görüşleri ifade edilmektedir.

Örneklemin Yapısı

Araştırmaya katılan sağlık personelinin kişisel bilgilerinin sayı ve yüzdelik oranları Tablo 1'de yer almaktadır. Araştırmaya katılanların %53'si kadındır. Katılımcıların çoğu 31-40 yaş aralığındadır (%51). Katılımcıların %30'u, 11 ila 15 yıl arası bir çalışma deneyimine sahiptir. Katılımcıların %35'i hemşirelik yüksekokulu mezunudur, polikliniklerde ortalama personel sayısının 5'ten az olduğunu belirtenlerin oranı %41'dir.

Tablo 1. Sağlık Personelinin Demografik Bilgileri

Demografik Bilgiler		**N**	**%**
Cinsiyet	Kadın	107	**56**
	Erkek	97	44
Yaş Aralığı	21-30	71	35
	31-40	105	**51**
	41-50	28	14
Medeni Hal	Evli	138	**68**
	Bekâr	9	32
Öğrenim Durumu	Sağlık Meslek Lisesi	43	21
	Ön lisans	24	12
	Hemşirelik Meslek Yüksekokulu	71	**35**
	Lisans	59	29
	Lisansüstü	7	3
Polikliniklerdeki Ortalama Personel Sayısı	5'den az	83	**41**
	6-10 yıl	54	27
	16-20 yıl	46	23
	3001-5000 TL	73	37,8
Toplam Çalışma Süresi	5 yıl veya altı	27	13
	6-10 yıl	54	27
	11-15 yıl	61	30
	16-20 yıl	46	23
	25 veya daha fazla	4	1

Katılımcılara kurumsal düzeyde verimliliği arttırmak amacıyla hastanenin dış kaynaklardan yararlanıp yararlanmadığı sorulmuştur. Sonuçlar Tablo 2'de özetlenmektedir.

Tablo 2. Verimliliği Arttırma Amaçlı Yararlanılan Dış Kaynakların Oranı

Dış Kaynaklardan Yararlanma Alanları	**Hizmet Alımı Vardır (%)**	**Hizmet Alımı Yoktur (%)**
Kurumun Temizliği	53,2	46,8
Yemek ve Kantin Hizmeti	39,6	60,4
Kurumsal Güvenlik Hizmeti	51,1	48,9
Bilgi İşleme, Veri Kaydı ve Tasnifi	60	38,9

Tablo 2'deki sonuçlara göre, katılımcıların çoğu dış kaynak kullanımının maliyet etkinliğini arttıracağını düşünmektedir. En fazla dış kaynak kullanılan alan teknik bilgi ve uzmanlığın giderek önemli hale geldiği çağımızda hastane bilgi yönetim sistemlerinin aktif kullanımına dönük bilgi işleme, veri kaydı ve tasnifi hizmetidir. Temizlik ve güvenlik hizmetlerinde de dış kaynak kullanımı tercih edilmektedir.

Katılımcılara hastanenin verimliliği arttırmada modern yönetim tekniklerinden hangisini yaygınlıkla kullandığı sorulmuştur. Sonuçlar Tablo 3'te özetlenmektedir.

Tablo 3. Hastanenin Verimliliği Arttırma Amaçlı Benimsediği Yöntemler

Yöntemler	Yaygın olarak benimsenmiştir (%)	Kullanım oranı düşüktür (%)
Toplam Kalite Yönetimi	40	60
Maliyet-Fayda Analizleri, Modern Performans Değerleme Yöntemleri	45	55
Geleneksel Performans Değerlendirme Yöntemleri	83	17
Günlük Kontrol Çizelgeleri	63	37
İş Miktarına Göre Kadrolama	59	41
Biyo-Medikal Hizmetler	78	22

Tablo 3'e göre verimliliği arttırmada kullanılan yöntemler arasında geleneksel performans değerleme yöntemlerinin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bunu biyo-medikal hizmet alımları, günlük bir denetim mekanizması olarak kontrol çizelgelerinin takibi, yapılan iş miktarının düzeyine göre kadrolamaya gidilmesi yöntemleri izlemektedir. Toplam kalite yönetimine dair ilkelerin, maliyet-fayda analizlerine dayalı modern performans değerleme yöntemlerinin yeterince özümsenmemesi sebebiyle hizmet verimliliğinin olumsuz yönde etkileneceği ya da vasat bir düzeyde hizmet sunumunun gerçekleşeceği söylenebilir.

Tablo 4'te katılımcıların verimliliği arttırıcı etkenler hakkındaki tutumlarına dair ifadeler yer almaktadır.

Tablo 4. Katılımcıların Verimliliği Arttırıcı Etkenler Hakkındaki Tutumları

İfadeler	Kesinlikle Katılmıyorum (%)	Katılmıyorum (%)	Kararsızım (%)	Katılıyorum (%)	Kesinlikle Katılıyorum (%)	Aritmetik Ortalama (%)	Standart Sapma (%)
Verimlilik artışında maddi ödüllendirme (terfi, maaş artışı, döner sermayeden sunulan teşvikler) etkilidir.	26,8	9,6	4,6	9,6	**49,3**	3,45	1,74
İdarenin olumsuz tutum ve yaklaşımları verimliliğin düşmesine sebep olur.	27,5	4,3	2,1	22,9	**43,2**	3,5	1,69
Verimlilik artışında manevi ödüller (beğenilme, övülme, takdir edilme) daha etkilidir.	17,1	5,4	3,2	**27,9**	**45,4**	3,79	1,49
Teknolojik imkânların yaygın kullanımı verimliliği arttırır.	2,5	3,2	1,4	**35,4**	**57,5**	4,42	0,87
Hastanelerde personelin yüksek motivasyona sahip olması için nöbetlerin	2,5	2,1	6,4	**22,1**	**66,8**	4,48	0,89

azaltılması ve esnek çalışma saati uygulanması verimliliği arttırır.							
Çalıştığım alanda kararlarımı tek başıma verdiğimde daha çok verim elde ederim	6,1	10,7	12,1	**25,0**	**46,1**	3,94	1,24
Birim amirlerimle koordinasyon içinde çalışma verimliliği yükseltir.	4,6	5	3,2	**17,1**	**67,9**	4,41	1,09
Kişisel bilgi, beceri ve yeteneklerdeki gelişme verimliliği arttırır.	3,2	13,2	12,9	**50,7**	**20**	3,71	1,03
Döner sermaye aracılığıyla sunulan maddi teşvikler verimliliğe katkı sağlar.	3,2	13	5,7	**43,9**	**33,2**	3,9	1,10
Görevini gereği gibi yerine getirmeyen personele disiplin cezası vermek verimliliği arttırır.	12,9	14,3	9,6	**33,2**	**29,6**	3,52	1,38
Kurumsal tıbbi malzeme alımında en düşük maliyet politikası izlenir.	10	17,9	11,8	**31,1**	**28,9**	3,51	1,34
Kurumumda hasta kayıt sistemi oldukça etkin biçimde işler.	11,1	8,6	5	**46,4**	**28,6**	3,73	1,27
Kurumsal haberleşme ağı güçlüdür.	17,9	12,9	15	**33,9**	**20**	3,25	1,38
Tıbbi yardım, acil müdahale ve tedavi hizmetlerindeki malzeme israfı önlenirse verimlilik sağlanır.	7,5	6,8	9,6	**45,7**	**30**	3,84	1,15

Tablo 4 incelendiğinde, katılımcılar verimliliğin arttırılmasında maddi ödüllendirmelerden daha çok takdir, övülme, prestij kazanma gibi ödüllerin daha etkin olduğunu düşünmektedir. Teknoloji kullanımının veri depolama ve arşivleme yanında hız, zaman, maliyet gibi üstünlükleri düşünüldüğünde ileri teknolojik araçların verimlilik üzerinde doğrudan etkili olduğunu düşünenlerin oranı %93'tür. Bireysel verimliliğin artması açısından hastanelerdeki uzun nöbet saatlerinin kısaltılması, yorgunluk, stres, uykusuzluk gibi verimliliği olumsuz yönde etkileyen bireysel faktörlerin ortadan kaldırılması için esnek çalışma saatlerinin yaygınlaştırılmasının motivasyonu arttıracağını düşünenlerin oranı %89'dur. Katılımcıların %70'i uzmanlık alanlarıyla ilgili konularda kararları kendilerinin vermeleri durumunda verimliliğin artacağını düşünmektedir. Sık yapılan denetim veya tek taraflı üst yönetim

tarafından alınan kararlar yönetsel kapasiteyi olumsuz etkileyebilmektedir. Modern yönetim yaklaşımlarında önemli olan kişinin kendi kendine yaptığı öz denetimle hatalarının veya kusurlarının farkına varabilmesi, sorumluluk bilinciyle hareket etmesidir. Astlara karşı yapılacak yetki devri uygulamaları karar verme ve uygulama sürecine hız kazandıracak, personelin görevlerini etkin bir biçimde yerine getirmesini sağlayarak yönetsel kapasitenin gelişimine katkı yapacaktır. Birim amiriyle koordinasyon içinde çalışmanın verimliliği arttıracağını düşünenlerin oranı da oldukça yüksektir (%85). Üst yönetimin verimliliğin sağlanmasında stratejik liderlik rolü oynayarak kurum içinde sıfır hiyerarşi (heterarşi) anlayışıyla hareket etmesi, amaç ve hedeflere göre proaktif bir denetim anlayışıyla sonuçları gözden geçirmesi son derece önemlidir. Gerçekleştirdiğimiz ankette haberleşme ağının en üstten en alt birimlere kadar etkin işlemediğini düşünenlerin oranı %31'dir. Alt birimlerin talep ve şikâyetlerini dikkate almayan, temel kurumsal eksikliklerden haberdar olmayan kurumlarda hizmet aksaklıklarının ve vatandaş memnuniyetsizliğinin yaşanacağı bir gerçektir. Bu durumun önlenebilmesi için personelle yakın iletişim içinde olmak, periyodik denetimler yapmak, birimleri tek tek dolaşarak sorun ve talepler hakkında yakından bilgi almak önemlidir. Kurumda döner sermaye uygulamaları aracılığıyla sunulan maddi teşviklerin verimliliğe olumlu katkı yapacağını belirtenlerin oranı %77'dir. Verimlilik üzerinde örgütsel iklim ve kültür kadar maddi teşvikler de oldukça etkilidir. Döner sermaye uygulamaları maaşa ek olarak verildiği için bireysel motivasyonun artacağı, dolayısıyla bunun iş verimliliğine doğrudan yansıyacağı düşünülmektedir. Hasta kayıt sistemlerinin kurumsal olarak etkin biçimde işlediğini düşünenlerin oranı %75'tir. Hastane bilgi sistemleri kapsamında bulunan hasta kayıt sistemi sağlık hizmeti alan vatandaşlara dair sağlık bilgilerinin derli toplu biçimde muhafazasına ve arşivlenmesine dair bir modüldür. Sistem, bireysel verilere, tahlil, röntgen gibi diğer tetkiklere rahatlıkla ulaşılabilmesi, muayene, tanı, teşhis gibi süreçleri hızlandırması açısından sağlık hizmetlerinin sunumunda etkin veri yönetimini mümkün kılmıştır. Hastanelerde malzeme kullanımındaki israfın önlenmesiyle verimliliğin artacağını düşünenlerin oranı %75,7'dir. Malzeme giderlerinin hastane bütçesinin %25 ila %45'ine çıkabildiği düşünüldüğünde bütçe imkânlarının yerli yerinde kullanılmasının önemi açıktır. Stoklama veya tıbbi malzeme eksiklikleri kaynakların optimum ölçüde kullanımına engel olur, hizmet akışını yavaşlatarak verimliliği dolaylı yoldan da olsa düşürür. Bu nedenle hastanelerdeki satın alma birimleri ihtiyaca göre alım yapmalı, kodlama sistemini kullanarak tedariki yapılan malzemeyi ihtiyacı olan birim ve polikliniklere dağıtmalı, hizmet sunumunun belli bir plan dâhilinde gerçekleşmesini sağlamalıdır (Algül, 2013). Tablo 5'te de hipotezlerimizi test etmek amacıyla katılımcıların hastanede verimlilik artışını etkileyen faktörlere genel bakış açıları öncelik sıralamasına göre değerlendirilmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Hastanelerde Verimliliği Etkileyen Faktörlere Yönelik Bakış Açıları

Faktörler	Öncelik verilmelidir (%)	Önceliği daha azdır (%)
Teknolojinin Nimetlerinden Yararlanma	83,9	16,1
Zamanı İyi Kullanma	58,2	41,8
Başarılı Personel İstihdamı	61,4	38,6
Yönetsel Katılımı Sağlama	72,9	27,1
Mali Kaynakları Doğru Kullanma	75,4	24,6
Atık ve Temizlik Yönetimi	33,6	66,4
Hasta Memnuniyeti	47,1	52,9
Rekabete Dayalı Nitelikli Hizmet Sunumu	77,1	22,9
Finansal Dengenin Gözetimi ve Satın Alma İşlemlerinde Şeffaflık	62,9	37,1

Tablo 5'e göre, katılımcılar verimlilik artışında öncelikli olarak gördükleri faktörleri teknolojinin nimetlerinden yararlanma, rekabete dayalı nitelikli hizmet sunumu, mali kaynakların doğru biçimde kullanımı, yönetsel katılımın sağlanması, finansal dengenin gözetilmesi ve satın alım işlemlerinde şeffaflık olarak sıralamışlardır. Eğitim düzeyi hemşirelik meslek yüksekokulu, lisans ve lisansüstü olanlar verimlilik artışında teknolojinin nimetlerinden yararlanma, rekabetçi hizmet sunumu, mali kaynak yönetimi, katılımcılık gibi faktörlere daha fazla ağırlık vermektedir. Bu faktörlerin aritmetik ortalaması söz konusu gruplar için %58'dir. Bu durumda "**H_1:** Eğitim düzeyine göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır." hipotezimiz doğrulanmaktadır. Orta yaş gruplarında (31-40 yaş aralığı) ve çalışma süresi 11 ila 20 yıl arası olanlarda bu faktörler temelinde kurumsal verimliliğe olan duyarlılığın diğer gruplara göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Orta yaş grupları %44 oranında, kıdemi 11 ila 20 yıl arası olanlar %46 oranında modern yönetim tekniklerine dair araçların kullanımının hizmet verimliliği üzerinde olumlu bir etki yapacağını düşünmektedir. Bu sebeple "**H_2:** Yaş aralıklarına göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır.", "**H_3:** İş deneyimine göre katılımcıların hastanelerde verimlilik artışını etkileyen değişkenlere bakış açısı arasında farklılık vardır." hipotezlerimizde doğrulanmış olmaktadır.

SONUÇ

Sağlık hizmetleri, toplumların yaşam kalitesini artırmada kritik bir rol oynar ve hastaneler bu hizmetlerin merkezinde yer alır. Günümüzde, hastanelerin etkin ve verimli bir şekilde yönetilmesi, hem hasta bakımının kalitesini artırmak hem de çalışanların motivasyonunu ve performansını artırmak için önemli bir gerekliliktir. Bu nedenle, modern yönetim tekniklerinin hastane yönetimine entegre edilmesi, çalışanların verimlilik algısı üzerinde önemli etkilere sahip olabilir.

Çalışmamızın teori kısmında geçen teknikler ve yaklaşımlar genel itibariyle, hastanelerde, geleneksel yönetim anlayışından modern yönetim tekniklerine geçiş, iş süreçlerinin yeniden yapılandırılmasını, kurum içi iletişimin geliştirilmesini ve katılımcı bir liderlik yaklaşımının benimsenmesini içerir. Bu teknikler arasında takım tabanlı çalışma, sürekli kalite iyileştirmesi, performans yönetimi gibi unsurlar bulunur. Takım tabanlı çalışma yaklaşımı, farklı uzmanlık alanlarından gelen sağlık profesyonellerinin işbirliği yapmasını teşvik eder. Bu, hastaların çok yönlü bakımını artırırken aynı zamanda çalışanların da birbirleriyle etkileşimini artırabilir. Çalışanlar arasındaki etkileşim, iş tatminini ve motivasyonu artırarak verimliliği olumlu yönde etkileyebilir. Sürekli kalite iyileştirmesi, süreçlerin analiz edilmesi ve optimize edilmesini içerir. Bu yaklaşım, hastane yönetiminin verimlilik ve etkinlik açısından sürekli olarak kendini gözden geçirmesini sağlar. Çalışanlar da süreçlere katkı sağlama fırsatı bulduklarında, işlerine olan bağlılıkları artar ve bu da verimlilik algısını olumlu şekilde etkiler. Hastanelerde modern yönetim tekniklerinin verimliliği arttırma amaçlı olarak kullanılıp kullanılmadığının tespiti için yapılan araştırmamız idari ve poliklinik hizmetlerde istihdam edilen sağlık personeline uygulanmıştır. Ulaşılan sonuçlara göre, katılımcıların eğitim düzeyi arttıkça modern yönetim tekniklerinin kullanılmasına ilişkin talepleri de artmaktadır. Orta yaş grupları, kıdemi 11 ila 20 yıl arası olanlar modern yönetim tekniklerinin icra sürecini daha fazla desteklemektedir. Özellikle dış kaynak kullanımında uzmanlaşmanın önemsenmesi gerektiğini belirtenlerin oranı fazladır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma, hastanenin temizliği ve güvenliği gibi hizmetler dış kaynak kullanımı için uygun görülmektedir.
Verimliliği arttırıcı araçlar arasında ise performansı değerlendirmede kullanılan bürokratik süreçler, rutin denetimler, yapılan işe göre kadro tahsisi gibi uygulamalar öncelikli olarak

belirtilmiştir. Toplam kalite yönetimi, maliyet etkinliğine dayalı performans ölçümleri gibi yönetim yaklaşımlarının geri planda kaldığı, bu anlamda da hizmet verimliliğinin olumsuz yönde etkilenebileceği öngörülebilir. Verimlilik artışında manevi ödüllerin, maddi ödüllere oranla, daha etkili olacağı belirtilmiştir. Teknik imkân ve araçların iş süreçlerinde kullanım oranının artması gerektiğini savunanlar oldukça fazladır. Bireysel verimlilik açısından nöbet saatlerindeki esnek düzenlemelerin hayata geçirilmesi önemsenmektedir. Bireysel inisiyatif kullanımıyla işbölümüne gidilmesi, her bir çalışana uzmanlık alanıyla ilgili karar verme serbestisinin tanınması talep edilmektedir. Hastane yönetimiyle uyumlu çalışmanın verimliliği arttıracağı ileri sürülmüştür. Bunun için de iyi bir koordinasyon sürecinin işletilmesi kurumsal haberleşme ağının sorunsuz biçimde varlığına bağlıdır. Döner sermaye uygulamaları aracılığıyla sağlanan maddi teşvikler de verimliliği olumlu yönde etkileyecektir. Hastalara ait tanı, tahlil, tedavi, röntgen gibi bilgilerin düzenli bir biçimde saklandığı bir kayıt sisteminin varlığı verimlilik için şarttır. Tıbbi teşhis, tedavi ve hasta bakım süreçlerinde kaynak kullanımında tasarrufa gidilmesi kurum bütçesinin verimli bir biçimde kullanımına katkı yapacaktır. Anket sonuçlarına göre, verimlilik bireysel ve kurumsal olarak ikiye ayrılabilir. Bireysel verimliliği arttıracak modern yönetim araçları kurumsal açıdan da verimliliğin nasıl içselleştirilebileceğine dair inovatif perspektifle desteklenmelidir. Verimlilik politikaları uygun bütçe kullanımı, katılımcı süreçlerin aktif biçimde işletilmesi, vizyon ve misyona dair amaç ve hedeflerin yıl sonunda değerlendirilmesi gibi yöntemlerle kurum kültürüne eklemlenmelidir. Personelin talep ve şikâyetlerinin yanı sıra hizmet alan vatandaşların memnuniyetinin ölçümlenmesi verimlilikle alakalı geribildirimlerin geçerliliğini arttırarak daha doğru kurumsal politikaların izlenmesini kolaylaştıracaktır.

KAYNAKÇA

Ağın, K. (2020). Örgütlerde Mükemmellik Yaklaşımı Olarak Altı Sigma. Academic Review of Humanities and Social Sciences. 3 (1): 112-124.

Akdağ, M. (2005). Toplam Kalite Yönetimi ve Örgüt İçindeki Yeri. Selçuk İletişim, 4 (1): 159-170.

Akyürek, E. Ç. (2013). Türk Sağlık Sisteminde Dış Kaynaklardan Yararlanma Uygulamalarının Yasal Altyapısı, Ankara Sağlık Hizmetleri Dergisi, 12 (2): 1-23.

Alacadağlı, E. (2016). Reorganization and Effiency in Health Services. JOEEP: Journal of Emerging Economies and Policy, 1 (1): 1-10.

Alay, K. H., Kızılyer, T. (2022). Sağlık Kurumlarında Dış Kaynak Kullanımı Yoluyla Hizmet Alımı: Sistematik Bir İnceleme, 10 (2): 345-362.

Algül, Ç. (2013). Sağlık Sektöründe Malzeme Yönetimi. http://satinalmadergisi.com/saglik-sektorunde-malzeme-yonetimi/#. Erişim Tarihi: 20.04.2023.

Arı, H. (2017). Sağlık Ekonomisinde Ekonomik Değerlendirme Teknikleri. Sağlık Yönetimi Dergisi, 1 (12): 25-31.

Altındiş, S., Morkoç, K. İ. (2018). Sağlık Hizmetlerinde Büyük Veri. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11 (2): 257-271.

Aygen, M., Şen, T., Arslan, M. (2019). Sağlık Hizmetlerinin Kalitesinin Artırılmasında Dış Kaynak Kullanımı: Teorik Açıdan Bir Değerlendirme. Fırat Üniversitesi Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3 (1): 55-74.

Aygar, H., Önsüz, M. F. (2017). Türk Dünyası Uygulama ve Araştırma Merkezi. Halk Sağlığı Dergisi, 2 (1): 26-32.

Aykaç, B., Özer, M. A. (2006). Toplam Kalite Yönetiminin Kamu Kuruluşlarında Uygulanması: Sorunlar ve Yeni Arayışlar. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8 (3): 171-202.

Balçık, Y. B., Şahin, B. (2013). Sağlık Hizmetlerinde Maliyet Etkililik Analizi ve Karar Analizi. Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi. 16 (2): 121-134.

Bayın, G., Yeşilaydın, G., Özkan, O. (2016). Bulut Bilişiminin Sağlık Hizmetlerinde Kullanımı. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (48): 233-253.

Bayır, F., Şener, H. E. (2021). Yönetimde Başarı İçin İki Etken: Etkinlik ve Verimlilik. Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 13 (2): 287-304.

Cansız, H. (2000). Kamu Hizmetlerinin Sunumunda Toplam Kalite Yönetimi. Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2 (2): 291-306.

Cavlak, H. (2021). Etkinlik, Etkililik ve Verimlilik Kârlılık, Performans: Kavramsal Bir Çerçeve ve Karşılaştırma. Journal of Research in Business, 6 (1): 99-126.

Çabuk, Y., Karayılmazlar, S. (2010). Altı Sigma Yaklaşımı. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 12 (17): 93-99.

Çalışkan, G. (2006). Altı Sigma ve Toplam Kalite Yönetimi. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 5 (17): 60-75.

Çalışkan, Y. (2009). Sağlık Hizmetlerinde Önceliklerin Belirlenmesinde Ekonomik Değerlendirme Yöntemi Olarak Maliyet-Etkinlik Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14 (2): 311-332.

Çavmak, Ş., Çavmak, D. (2017). Sağlık Hizmetlerinde Etkinlik Kavramı. Sağlık Yönetimi Dergisi, 1 (1): 21-34.

Çerçi, S., Baykal, Ü. (2022). Sağlıkta Toplam Kalite Yönetiminin Kuruma, Hastaya ve Çalışana Yansımaları. Cumhuriyet Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 7 (2): 126-131.

Çillioğlu, K. A., Akça, Y. (2022). Dijital Dönüşümde Mobil Sağlık İş Modelleri. Yönetim, Ekonomi Edebiyat, İslami ve Politik Bilimler Dergisi, 7 (1): 45-56.

Dalğar, H., Taş, S., Cevher, E., Akın, O. (2010). Maliyet Yönetim Aracı Olarak Altı Sigma: Kuramsal Bir Yaklaşım. 15 (1): 235-255.

İçli, E. G., Aslan, E. F., Kuğuoğlu, S. (2005). Bir Hizmet İşletmesi Olan Sağlık Kuruluşlarında Bilgisayar Kullanımı ve Bilgisayara Dayalı Kayıt Sisteminin Önemi. 2 (7): 33-45.

Evcil, B. (2016). Sağlık Hizmetlerinde Etkinliğin Sağlanmasında Bilgi Teknolojilerinin Önemi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.

Karaca, Ö. P., Atılgan, E. (2020). Sağlık Ekonomisinde Ekonomik Değerlendirme Teknikleri. Electronic Vocational Colleges, 10, 28-40.

Leblebici, D. N., Ömürgönülşen, U. (1999). Kamu Kesiminde Toplam Kalite Yönetiminin Uygulanabilirliği. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17 (1): 63-75.

Oduncu, F. (2022). Health 4.0 and Health 4.0 Technology Applications, 4 (3): 185-196.

Özdemir, G. (2009). Performans Değerlendirme, Verimlilik ve Çalışma Hayatına Etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.

Özdemir K. P., Atılgan, E. (2020). Sağlık Ekonomisinde Ekonomik Değerlendirme Teknikleri. Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges), 10: 28-40.

Özgener, Ş., Küçük, F. (2008). Hastanelerde Modern Yönetim Felsefesinin Verimliliğe Etkisi: Gevher Nesibe Hastanesinde Bir Uygulama. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 19: 341-358.

Patır, S. (2008). Kalite Anlayışında Altı Sigma Yaklaşımı. Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 7 (24): 63-83.

Polat, E. G., Akçakaya, M. (2022). Kamu Yönetiminde Verimlilik: Kavramsal Bir İnceleme. Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi. 8 (2): 250-268.

Sevimli, E., Ünlü, T. N., Deniz, D. (2020). Sağlık Hizmetlerinde Altı Sigma Metodolojisi. Sağlıkta Kalite ve Akreditasyon Dergisi, 3 (2): 16-23.

Söyler, S., Kurtuldu, Z., A. (2017). Sağlık Hizmetlerinde Dış Kaynak Kullanımı: Bir Alan Araştırması. Sağlık Yönetimi Dergisi, 1 (1): 11-20.

Suiçmez, H. (2002). Verimlilik ve Etkinlik Terimleri (Tarihsel Bakış) . Mülkiye Dergisi, 26 (234): 169-183.

Ülke, R., Atilla, E. A. (2020). Sağlık Hizmetlerinde Bilişim Sistemleri ve E-Sağlık: Ankara İli Örneği. Gazi İktisat ve İşletme Dergisi, 6 (1): 86-100.

Yıldız, G., Mesci, M. (2010). Toplam Kalite Yönetiminin Başarısında Rol Oynayan Kilit Faktörler. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (27).

Yiğit, V., Erdem, R. (2014). Sağlık Hizmetlerinde Maliyet Etkililik Analizi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 19 (2): 211-236.

Yükçü, S., Atağan, G. (2009). Etkinlik, Etkililik ve Verimlilik Kavramlarının Yarattığı Karışıklık, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23 (4): 1-13.

OSMANLI DEVLETİ'NDE KADILIK KURUMUNUN FONKSİYONEL DÖNÜŞÜMÜ

Doç. Dr. Demokaan DEMİREL
* Kocaeli Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü.
- ORCID Id: 0000-0001-5454-9507.

Cihad OKYAY
** Kamu Yönetimi Uzmanı, - ORCID Id: 0009-0009-4567-4790.

ÖZET

Osmanlı Devleti adalet mefhumu temelinde kurulmuştur. Tebaanın haklarının gözetimi, refahı ve toplumsal kesimler arasında eşitliğin gözetimi devletin mihenk taşıdır. Bu çalışma, Osmanlı Devleti'nde kadılık kurumunun klasik dönemdeki konumunu ve Tanzimat sonrası yapılan reformlar sonrasında kadılık kurumunun dönüşümünü incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada literatür taraması yönteminden yararlanılmıştır. Çalışma iki aşamada analiz edilmektedir. Bunlar; Osmanlı klasik dönemi ve Tanzimat sonrası dönemleridir.

Osmanlı Devleti'nin klasik döneminde kadılık kurumu hem yargısal hem de yönetimsel fonksiyonlara sahip önemli bir kurum olarak işlev görmektedir. Kadılar, atandıkları bölgelerde yargı davalarına bakmış ve yerel yönetim işlerini düzenlemiştir. 19. yüzyılın ortalarındaki Tanzimat dönemiyle birlikte Osmanlı Devleti modernleşme sürecine girmiştir. Bu dönemde yapılan reformlar, kadılık kurumunu da etkilemiş ve kadıların rolü önemli ölçüde değişmiştir. Tanzimat döneminde, Osmanlı Devleti'nde merkeziyetçilik ilkesine dayalı büyük reformlar gerçekleştirilmiştir. Yönetimsel alanda belediyelerin ve valiliklerin kurulmasıyla yerel yönetimler güçlendirilirken, kadıların yönetimsel görevleri azaltılmış ve sadece yargısal bir rol üstlenmeleri hedeflenmiştir. Belediyeler, yerel yönetim işlerini daha etkin bir şekilde yürütmeyi amaçlamıştır. Valilikler ise illerin idaresinden sorunludur. Bu sayede, kadılar daha çok yargısal fonksiyonlarını yerine getirmeye odaklanmışlardır.

Tanzimat dönemi reformları aynı zamanda kadılık kurumunun yargısal yetkilerini de sadeleştirmiş ve merkeziyetçi bir yapıya kavuşturmuştur. Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ve Şura-yı Devlet gibi yeni kurumlar, kadıların yargısal faaliyetlerini denetlemek ve yargılamayı etkinleştirmek için önemli birer danışma organı olarak görev yapmışlardır. Kadıların atanması ve görevden alınması süreçlerinde merkezi otoritenin daha etkin bir rol oynamasıyla, kadılar daha bağımsız ve tarafsız yargıçlar olarak adaletin sağlanmasına odaklanmışlardır.

Tanzimat dönemi reformları, Osmanlı İmparatorluğu'ndaki kadılık kurumunun yargısal ve yönetimsel yetkilerinin dönüşümüne yol açmıştır. Bu dönüşüm, Osmanlı toplumunun modernleşme sürecinde kadıların rolünü değiştirmiştir. Kadılar, Tanzimat sonrası dönemde sadece yargısal faaliyetleriyle ilişkilendirilmiş ve merkezi bir yapıya entegre olmuşlardır. Ancak unutulmamalıdır ki, kadılık kurumu Osmanlı tarihinde derin izler taşımaktadır ve adalet sistemine ve hukuk düzenine olan katkılarıyla daima önemini korumuştur.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, Kadı, Klasik Dönem, Tanzimat Dönemi, Reform.

GİRİŞ

Osmanlı Devleti uzun bir süre boyunca dünya tarihinde önemli bir rol oynamış ve benzersiz bir kültüre, hukuk sistemine ve yönetim yapısına sahip olmuştur. Bu yapı içinde, kadılık kurumu özellikle önemli bir yer tutmuştur ve toplumsal düzenin sağlanmasında temel bir rol üstlenmiştir. Kadılık kurumunun kökeni, "Hisbe" teşkilatına dayanmaktadır. Dini bir temele dayalı olan Hisbelik, iyilikleri tavsiye etmek, uygunsuz davranışlardan sakındırmak anlamındadır (Uluçay ve Alp, 2020: 339-341). Osmanlı devleti de adalet dairesi içinde toplumsal refahı tebaası arasında ayrım göstermeden uygulayan bir siyasi çizgiye sahip olduğundan kadılık kurumu devlet yönetiminde her daim önemini ve ayrıcalığını muhafaza etmiştir.

Klasik dönemde kadılık kurumunun Osmanlı Devleti yargı sisteminin temeli olduğu görülmektedir. Esasen devletin hukuki altyapısında Emevi, Abbasi, Selçuklu ve Memlûk devletlerinin izini sürmek mümkündür (İbrahim, 2022: 587-599). Kadılar, hukuki kararlar vermek, davalara bakmak ve adaleti sağlamakla sorumludur. Aynı zamanda, kadılar yerel yönetimde de aktif bir rol üstlenmişlerdir. Vergi tahsili, kamu düzeninin korunması ve toplumsal sorunların çözümü gibi yönetimsel görevler de kadılara ait olmuştur. Tanzimat dönemiyle birlikte kadılık kurumu önemli değişikliklere uğramıştır. Yönetimsel alanda gerçekleşen reformlar, Osmanlı Devleti'nde modernleşme sürecinin hızlanmasına katkıda bulunmuştur ve dolaylı olarak kadılık kurumunu etkilemiştir. Belediyelerin kurulması, il yönetimine geçiş ve yerel yönetim reformları gibi adımlar, kadılık kurumunun işlevlerinde önemli dönüşümlere yol açmıştır. Aynı zamanda, Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ve Şura-yı Devlet gibi yeni kurumlar da ortaya çıkmasıyla kadılık kurumunun rolü sadeleşmiştir ve yetki sahası oldukça daralmıştır.

Bu çalışma, Osmanlı Devleti'nde kadılık kurumunun klasik dönemde yargısal ve yönetimsel fonksiyonlara sahip olduğu, ancak Tanzimat sonrasında yapılan reformlarla kadılık kurumunun sadece yargısal bir kurum haline geldiği tespitinden hareketle değişim sürecini modernleşme çabalarının bir sonucu olarak değerlendirmektedir. Osmanlı'daki kadılık kurumunun dönüşümü, devletin yönetim ve adalet mekanizmalarındaki reform sürecinin net bir yansımasıdır. Bu çalışma, Osmanlı Devleti'ndeki kadılık kurumunun evrimini ele alan ve literatür çalışmasına dayalı teorik inceleme metodolojisini benimsemiştir. Kadılık kurumu klasik dönem ile Tanzimat sonrası dönemi kapsamında incelenmektedir.

KLASİK DÖNEMDE KADILIK KURUMU

Osmanlı Devleti 13. yüzyılın sonlarından 20. yüzyılın başlarına kadar varlığını sürdüren teokratik bir monarşidir. İlk olarak bir uç beyliği olarak ortaya çıkan Osmanlı Devleti, 16. yüzyılın sonlarına doğru üç kıtaya hükmeden bir güç haline gelmiştir. Geniş coğrafyası sayesinde, birbirine uzak bölgeler aynı egemenlik altında birleştirilmiştir. Büyük topraklara sahip olması, Osmanlı Devleti'nde zamanla değişimlere yol açmıştır ve bu değişimler farklı dönemlere ayrılarak incelenmiştir. Bu dönemler klasik dönem, klasik sonrası dönem ve modernleşme dönemi olarak kategorize edilebilir (Armağan, 2011: 140).

Klasik dönem 1300-1600 yılları arasını kapsamaktadır ve devletin kurumsal yapısının oluştuğu dönemi ifade eder. Bu dönemde Osmanlı'nın yönetim anlayışı merkezi ve eyalet olmak üzere ikili bir yapıya sahipti. Merkezi yönetim, Osmanlı devlet gelenekleri ve İslami kuralların birleşimiyle oluşmuştu ve Padişah, Divan-ı Hümayun, Vezir-i Azam ve Bâb-ı Âli, Bâb-ı Fetva

ve ilmiye örgütü, defterdarlık ve maliye örgütü, kapıkulu ocakları ve donanma gibi unsurlardan oluşuyordu (Yürük, 2019: 529; Ortaylı, 2008: 169).
Taşra örgütlenmesine gelince, Osman Bey döneminde önem verilen yerleşim yerlerine sancak beyi ve subaşı gönderilerek idari birimlerin temelleri atılmıştır. Toprakların genişlemesiyle birlikte kadılar da yetkili görevliler olarak atanmıştır. Osmanlı Devleti'nin iki temel özelliği merkeziyetçi bir eğilim ve arazi rejimine dayalı bir örgüt yapısına sahip olmasıydı (Boztepe, 2013: 2). Bu yapıda, devlet; eyaletlere, eyaletler sancaklara, sancaklar da kazalara ayrılmıştır.

Eyaletler, beylerbeyi tarafından yönetilirken, sancaklar ve kazalar ise sancak beyi ve kadılar tarafından idare edilmektedir (İnalcık, 1995: 548). Beylerbeyi, eyaletin hem idari hem de askeri sorumluluğunu üstlenmiştir (Özçelik, 2016: 21-23). Sancak beyleri ise sancakların idaresinden sorumlu kişilerdir ve sancaklar küçük idari birimler olarak kabul edilmiştir. Osmanlı Devleti'nde kadılar kaza olarak adlandırılan yerleşim birimlerinde görev yapmaktadır. Kaza, sancakların daha küçük birimlere ayrıldığı idari birimlerdir (Bozatay ve Demir, 2014: 76; Toraman, 2002: 192). Devletin taşra örgütlenmesi, merkeziyetçi ve askeri temelli bir yapıya sahiptir.

Osmanlı Devleti'nde kadılar, görevlendirilen kişiler arasından uzun bir süreç içinde atanmışlardır. Osman Gazi döneminde toplumda mezhep farklılıklarını gözetmeksizin adaletin egemen olması yönünde kadıların görevlendirilmesi teşvik edilmiştir. Kadılar, hukuk ve adalet alanında önemli bir rol oynamışlardır ve ilk kadının göreve atanması da Osman Gazi dönemine rastlamaktadır. Kadılar, merkezi otoritelerin ve kazaskerlerin önerileri doğrultusunda padişah tarafından atanmıştır (Bozatay ve Demir, 2014: 76). Kadılar kendi emri altındaki personeli bizzat istihdam etme yetkisine sahiptir, merkezi atamayla göreve gelmesinin, kariyerinde ilerleme kaydetmesinin ve müstahdemlerini göreve getirmesinin merkez ve yerel arasındaki bağı güçlendireceği düşünülmüştür (Uluçay ve Alp, 2020: 339-341). Kadı göreve atandığında kançılarya memurları tarafından tahsil edilen berat resmi olarak bilinen bir meblağı ödemek zorundadır. Taht değişimi yaşandığında kadıların görevleri yeniden taksim edilir ve onaylanır (Ortaylı, 1994: 12-30).

Kadılar, ilmiye sınıfından yetişmişlerdir ve devletin yönetici sınıfı içinde yer almaktadır (Erçin, 2015: 16). Bu sınıf, kadılık, müderrislik ve müftülük gibi görevleri bir arada yürütmüştür; ancak zamanla devletin büyümesiyle birlikte kazaskerlik kurumu oluşturularak yönetim merkezileşmiştir (Kılıç, 2018: 153-154). Kadı, arz yetkisiyle merkezi idareyle doğrudan bağlantı kurmuştur. Kazaskerler ise kadının görevini yerine getirmesini sağlamak, ihmalleri önlemek ve adaleti gözetmek amacıyla görev sürecini denetlemekten sorumludur (Ortaylı, 1976: 97). Başlangıçta atama yetkisi kazaskerlere ait iken, zamanla yüksek müderrislerle kadılar şeyhülislamca, kaza kadılarıyla düşük rütbeli müderrisler kazaskerlerce atanmıştır (İbrahim, 2022: 587-599).

Devlet yapılanması içinde kadılar kendilerine has bir yapıya sahiptir. Bu yapı üç temel özellikle açıklanmaktadır (Ortaylı, 2020: 39): Birincisi, atanan kadılar yerel otoritelere bağlı değil, doğrudan merkeze bağlı olarak çalışmaktadır. İkincisi, kadılar yargısal görevlerin yanı sıra idari ve mali konularda da sorumluluk taşımaktadır. Üçüncüsü ise kadılar, belirli bir eğitimden geçmektedir ve görev süreleri genellikle uzun olmaz.

Kadı olmak isteyenler genellikle kaza kadılığında başlamış ve gösterdikleri başarı ile yükselerek şeyhülislamlık gibi yüksek mevkilere ulaşabilmişlerdir (Erçin, 2015: 16). Kadı olarak atanabilmek için Mecelle'de belirtilen kriterlerin karşılanması gerekmektedir. Kadılar, adaletli, anlayışlı, doğru sözlü, güvenilir, güçlü, sabırlı ve bilgili olmalıydılar. Ayrıca kadılar,

yargılama yöntemleri ve İslam kurallarına vakıf olmalı, imanlı ve ayırt etme gücüne sahip olmalıydılar (Gür, 2017: 49-50; Erçin, 2015: 16). Bu özelliklerin yanı sıra kadılar yaş, görme ve duyma engeli gibi fiziksel sınırlılıklara sahip olmamalıdır. Klasik dönemin kadıları, Fatih döneminde kurulan Sahn-ı Seman ve 16. Yüzyıl sonrasında Süleymaniye'den izin alarak kazaskerliklerle Anadolu/Rumeli veya Mısır eyaletlerinde görev alabilmek için sınava girmektedir. Sınav iki aşamalıdır. Öncelikle mülazım (stajyer) olmak için sınava girilir. Diğer sınav ise bir yere tayin olmak için yapılır. Mülâzemet denen staj aşaması sonrası ilkin alt kademedeki kaza kadılıklarıyla göreve başlanır, ardından mevleviyet adı verilen bir yere geçiş için beklemede kalan kadı "tahtabaşı" olarak anılır, herhangi bir sancakta kadro açıldığında mevleviyyet olarak oraya tayin olur (Ortaylı, 1994: 70; Koçi Bey Risaleleri, 2008: 132-133).

Kadılar İslam hukukuna göre eşit kabul edilmiştir; ancak bu eşitlik sadece adli açıdan geçerli olmuştur ve günümüzdeki istinaf gibi temyiz mekanizmaları mevcut değildir (Demir, 2017: 31. Mevleviyet kadıları, önemli yerleşim birimlerinde görevlendirilirken, kaza kadıları daha küçük yerleşim birimlerinde görev yapmaktadır. Mevleviyet kadılıkları da 300 akçelik ve 500 akçelik olmak üzere iki kısımdır. 500 akçelik kadılıklara taht kadılıkları da denmektedir. Büyük-küçük kaza kadılıkları Rumeli, Anadolu ve Mısır şeklinde tasnif edilmiştir. Herhangi bir kazasker defterinde kayıtlı olanlar diğer eyaletlerdeki kadılıklara geçemezler. Anadolu kadılarının sayısı 241 olup on dereceye, Rumeli kadılarının sayıları 223 olup dokuz dereceye, Mısır kadılarının sayısı 35 olup altı dereceye ayrılmışlardır (Altundağ, 1967: 340-346; Gür, 2017: 60-70). Bunların dışında Bilad-I Hamse (Edirne, Bursa, Şam, Mısır, Filibe), Mahreç (kudüs, Halep, Tırhala Yenişehri, Galata, İzmir, Eyüp, Üsküdar, Sofya, Girit, Trabzon), Devriye (Bağdat, Antep, Bosna, Erzurum, Maraş, Trablusgarp, Beyrut, Adana, Van, Rusçuk, Sivas, Çankırı), Toprak (devlet merkezinde ve eyaletlerde soruşturulması gereken konuları teftiş eden), Mehayif Müfettişi (Köylere kadar gidip şikâyetleri dikkate alan) ve Ordu (Sefer dönüşünde kazasker yerine vekâleten görevlendirilen) kadılıkları da bulunmaktadır (Gür, 2017: 60-70).

İstanbul kadılığı, "Konstantiniyye Mevleviyeti" olarak anılmıştır. 1550'lerden itibaren Anadolu Kazaskerliği'ne aday olanlar, Mekke, Edirne Kadılığı yapanlar veya bu unvanı kazanmış olanlar İstanbul kadılığına tayin edilmiştir. 17. Yüzyıldan itibaren ise Mekke ve Edirne kadılıklarından atama yapılmıştır. Derece bakımından beylerbeyi ile özdeştir. Her hafta Bilad-ı Selase (Eyüp, Galata, Üsküdar) kadılarıyla Bâb-ı Âli'ye giderek veziriazamla "Çarşamba Divanı" adı verilen bir toplantı yaparak davaları müzakere etmekteydi (Gür, 2017: 100-110).

Kadılar, padişaha bağlı olarak görev yapar ve velayet-i kaza adı verilen yetki ile yargı yetkisi padişahtan kadılara geçer, ancak kadılar politik konularda karar veremez, merkezden yetki verilmedikçe bu tür kararları alamazlar (Erçin, 2015: 17). Kadıların görev süreleri belirli bir süreyle sınırlıdır ve uzun tutulmaz. Kaza görev süreleri Mevleviyet Kadılıklarında 1 yıldır. Küçük kadılıklarda 20 aydır (İslamoğlu, 2019: 67; Erçin, 2015: 17; Doğan, 2019: 192-212). Yevmiyesi 150 akçeden sonra 200 akçeye, 200 akçeden de 300 akçeye yükselerek görevlerinde terfi etmişlerdir. Maaşa göre statü, cihet-i kaza olarak adlandırılmıştır. Nüfus, mevki, mahsul gibi etmenlere göre maaş tayin edilerek en üst dereceden en alta doğru bir kategorilendirmeye gidilmiştir (Akgündüz, 1992: 245-250).

Görev sürelerinin sınırlı tutulma nedeni, yerel halk ile kadı arasında yakınlaşmanın önüne geçmek içindir (Ortaylı, 2020: 122; Özer, 2014: 25-30). Kadıların verdiği kararlar ya da uygulamalar zaman zaman denetlenir, ancak resmi bir teftiş mekanizması yoktur. Şikâyet veya talep halinde denetleme yapılabilmektedir (Ortaylı, 2020: 61). Kadılar görevden alınabilir veya başka bölgelerde görevlendirilebilirler. Nitekim basireti kaybetme, kör, sağır veya dilsiz olma, görevi suiistimal, mesleki ehliyetsizlik gibi hallerde meslekten azledilmişlerdir. Hatalı kararlar

nedeniyle oluşan zararlar devlet tarafından karşılanır, ancak kasıtlı zarar vuku bulduğunda kadılar kendilerine rücu edilmek kaydıyla mallarından zararları karşılamak zorunda kalabilirler (Gür, 2017: 98; Beyazıt, 2009: 225-230).

KADILARIN GÖREVLERİ

Osmanlı Devleti İslam bir devlet kimliğine sahiptir. Bu sebeple devletin hukuki kaynağı İslam hukuku (Şer'i Hukuk) olmuştur (Doğan, 2019: 195). Kadılık kurumu, İslam hukukunun uygulanmasında önemli bir rol oynamıştır (Erçin, 2015: 18). Kadılar, atandıkları bölgelerde şer'i mahkemelerde görev yaparak evlilik, miras, vasiyet, cinayet, yetimlerin korunması gibi birçok konuda karar vermişlerdir (Bozatay ve Demir, 2014: 76). Görevleri sadece kaza (bölge) sınırlarıyla sınırlı olup diğer bölgelerdeki davalarla ilgilenmezler (Demir, 2017: 31). Tanzimat'a kadar devlette Müslümanlar arasında çıkan uyuşmazlıkları çözen şeriat mahkemeleri, gayrimüslimlere ait cemaat mahkemeleri ve yabancı uyruğa haiz olanlar için şehbenderlik mahkemeleri kurulmuştur (Karal, 2022).

Padişahın onayı veya emri olmadan kadılar bir dava nedeniyle başka bir kadıya gönderilemezler (Bozatay ve Demir, 2014: 79). Bu tür durumlar için Divan-ı Hümayun, yani üst yargı organı kullanılır. Ayrıca, bazı durumlarda kadılar gayrimüslimlerin davalarıyla da ilgilenmişlerdir, özellikle İç Anadolu'da yaşayan gayrimüslimlerin İslami ilkelerle ilgili davalarda kadılarına başvurdukları görülmüştür (Gür, 2017: 87). Mahkemeler şehirlerde ve kasabalarda kurulurmuştur. Resmi mahkeme binaları yoktur, kadılar kendi evlerini mahkeme olarak kullanmaktadır.

Kadılar, yeni göreve başladıklarında önceki kadıların tuttuğu mahkeme defterlerini devralırdı ve bu defterler anlaşmazlıkların çözümünde önemli bir rol oynardı. Kadılar, İslami temellere dayanan dinin temsilcileri olarak kabul edilir ve padişahın temsilcisi olarak görülürdü. Padişahlar, kadıları aracılığıyla nüfuzlarını artırmak veya korumak için geniş yetkiler verirlerdi. Bu şekilde, hak ve adaletin sağlanması amaçlanırdı (Arık, 1997: 14). Kadılar yetkili oldukları sahadaki mukataa gelirlerini de denetleyerek defterlerine kaydetmiştir. Sancakta görev alan idarecilerle ilgili de kayıt tutmuşlardır (Özçelik, 2014: 309).

İslam Devleti'nin ilk dönemlerinde kadıların görevi yalnızca yargısal konularda rol almaktı, ancak sonraki dönemlerde görev alanları genişleyerek tebaanın tüm hukuki konularından sorumlu olmaları sağlandı. Bu evrim süreci, Osmanlı Devleti'nde de devam etti. Padişahlar, kadıların görevlerini sadece yargı ile sınırlamadı, aynı zamanda idari görevlerden de sorumlu tuttular. Kadılar, yargısal görevlerinin yanı sıra beledi hizmetleri de yürüterek idari sorumluluklar da üstlendiler (İslamoğlu, 2019: 76). Ortaylı, bu görev birliğinin sadece Osmanlı Devleti'nde değil; Ortaçağ Avrupa kentlerinde de Bürgermeister veya Londra'daki Lord Mayor gibi benzer bir yapılarda da hâkim bir özellik olduğunu belirtir (Ortaylı, 2020: 40-41).

Kadılar, görevlendirildikleri birimlerde yönetsel açıdan çeşitli sorumluluklar taşımışlardır (Arık, 1997: 25). Tebaa ile merkezi yönetim arasındaki ilişkileri düzenlemek, tebaanın taleplerini ve şikâyetlerini padişaha iletmek, merkezden gelen emir ve fermanları duyurmak ve uygulamak gibi görevleri vardır. Bu nedenle kadılar, o dönemde valilere benzer bir göreve haiz olarak düşünülebilir (Kayakaçan, 1998: 32-33). Şehirlerin yönetiminde adli, idari veya beledi olarak bir ayrım yapılmamıştır (Ökmen ve Yılmaz, 2009: 103).
Kadıların önemli görevlerinden biri de güvenliği sağlamaktı (Bozatay ve Demir, 2014: 79). Bu görevi "subaşı" olarak adlandırılan yardımcılarıyla birlikte yerine getirirlerdi. Şehir güvenliği konusunda, sancak beyi veya beylerbeyi olarak görevli olan kişilerin sürekli olarak seferlere

katılmaları nedeniyle, kadılar birinci derecede sorumludur (İslamoğlu, 2019: 77-78). Beylerbeyi ve sancak beyi sefere çıktıklarında kadıya vekâlet vererek tebaanın taleplerini bizzat iletmişlerdir (Ük, 2016: 31). Böyle zamanlarda kadılar büyük şehirlere taşradan gelen et, tahıl, meyve ve diğer önemli maddelerin kaçak girişlerini önlemekten, vergiden muaf müslim, gayrimüslim yönetici veya yönetime yardımcı olan imtiyaz sahibi kişileri teftişle sorumlu kılınmıştır (Ortaylı, 1994: 64). Kadılar, görevli oldukları bölgelerdeki örf ve adetlerin belirlenmesinde de rol oynamışlardır. Belirlenen bu örf ve adetler, toplum içinde kabul edilen kuralların oluşmasında etkili olmuştur (Kayakaçan, 1998: 33).

Müslüman toplumlar tarih boyunca sosyal hayata odaklanan ve yardımlaşma, dayanışma gibi birçok sosyal konuyu içeren birçok vakıf kurmuştur. Bu vakıflar, ihtiyaç sahiplerine destek olmayı, eğitimi ve sağlık hizmetlerini yürütmeyi üstlenmiştir. Kadılar ise bu vakıfların denetiminden sorumlu tutulmuşlardır. Vakıf denetiminin yanı sıra, kadılar esnaf loncalarının, pazarların, üretimin, fiyatların, şehir altyapısının, imar işleri ve okul ile camilerin denetlenmesi görevini de üstlenmişlerdir. Bu nedenle şehir hayatında yönetsel açıdan oldukça önemli bir konumda olmuşlardır (Bozatay ve Demir, 2014: 77-78).

Kadıların belediyecilik görevleri arasında en fazla meşgul oldukları konular, esnafın denetlenmesi ve zorunlu tüketim mallarının narhlarının belirlenmesidir. Aynı zamanda esnafı denetleyerek narhın korunmasını, vurgunculuk ve istifçiliğin engellenmesini sağlamışlardır (Gür, 2017: 85). Esnaf kâhyalarının seçimleri de kadılar tarafından yürütülmüş ve aralarındaki sorunlar kadıların önderliğinde çözüme kavuşturulmuştur. Belediyenin zabıta görevini yürüten görevlilere kural dışı davranışlar sergilenirse bunlar kadı tarafından cezalandırılmışlardır (İslamoğlu, 2019: 79). Aynı zamanda günümüzde belediyeler tarafından gerçekleştirilen birçok hizmet, kadıların denetimi altındaki vakıflarca yürütülmekteydi. Örneğin; cami, okul, çeşme, su getirme, köprü inşası gibi işler vakıflarca gerçekleştirilmekteydi (Kayakaçan, 1998: 37-38). Kadıların diğer idari görevleri şu şekilde sıralanabilir (Bozatay ve Demir, 2014: 78):

Seferlerin yapıldığı zamanlar askerlerin ihtiyacı olan erzakı sağlamak
Kütüphanelerin teftişi,
Ücret karşılığında hazinenin varlıklarının kiralanması ve satılmasıyla ilgilenmek,
Şehrin genel düzenini ve çevrenin temiz olmasını sağlamak.

Kaza naibleri, kadıların görev sahasında idari görevleri icra için tayin edilen memurlardır. Mevali naibleri, mevali kadılarının tayin edildikleri eyaletlere gidemedikleri durumlarda yerine giden vekildir. Kadıya arpalık olarak tahsis edilen ve kadının gidemediği bölgelere gönderilen naiblere de bâb naibi denmiştir. Emanet yoluyla elde edilen naiblikte göreve gelen mahkemeden elde ettiği karın %20'sini veya %25'ini almıştır. İltizam usulünde ise naipler görev yerindeki kadıya şehriye adı altında belli bir komisyon ödemesi yapmışlardır. Naib dışında Şuhudu'l Hal, uzman olduğu hususlarda bilirkişilik yaparak kadıya yardımcı olmuştur. Bu kişiler bulundukları mahallelerde sözü geçen sayısı beş veya altı olan bir kurulu teşkil etmektedir. Mahkemeye gelmesi gerekli kişi hakkında celp çıkartılması ve bunun iletilmesi muhzırın görevidir. Muhzır, mahkemede sessizliği de sağlar. Devlet memurlarının miras taksim işlerinde ise kadıya kazasker kassamları yardımcı olmaktadır. Kadılığın bulunduğu yerden tercüman temin edildiyse tercümana ödenecek ücret de davalıdan tahsil edilmiştir. Kadı yargılamada önce davacıyı, ardından davalıyı dinler. Davalının davacının iddialarını kabul etmesi halinde karar verilir. Davalı iddiaları reddederse kadı iddiaları ispatlamasını talep eder, ancak davacı delil gösteremez veya şahit bulamazsa kadı davalıya yemin etmesini emreder, davalı yemin ettiği takdirde dava düşer. Yeminden imtina halinde davacı lehine karar alınır (Özçelik, 2014: 314-315; Ortaylı, 1994: 56-57). Kadılar davalara bakarken fıkıh kitapları, fetvalar, kanunnameler

ve şeriyye sicillerini göz önünde tutmuştur. Tereddüt yaşanan durumlarda Şeyhülislam ve Müftüye danışarak alınan fetva ve yorumlara göre hüküm verilmiştir (Özçelik, 2014: 312-313). Verilen hükümler Divan-ı Hümayun'da da incelenmektedir. Bunlardan bazılarının Divan'ın incelenmesinden geçmesi zaruridir. Bazı hükümler ise kadı veya davaya taraf olanlarca iletilmektedir (Doğan, 2019: 192-212). Kadı uzmanlık gerektiren alanlarda bir veya birden çok kişiyi bağlayıcı olmayan bir nitelikle görüş bildirmeleri için bilirkişi olarak görevlendirebilirdi. İdam kararı dışındaki kararlar hemen icra edilirdi. İdam kararında kadının kararıyla birlikte sancak beyi veya beylerbeyinin de emri şart koşulmuştur (Demir, 2010: 23-192).

Davaların düzenlenmesi ve görülmesi de belli bir tertibe dayalıdır. Öncelikle tutuklu olanların işleri incelenir, salıverilecekler bırakılır, yetimlere ait işlere bakılırdı. Daha sonra lukata adı verilen ve beytülmale geçmiş sahipsiz mallara ilişkin tetkikler yapılırdı. Son aşamada diğer davalar değerlendirilir, ivedilik taşıyan işler öne alınırdı. Gıyaben muhakeme yapılması da uygun görülmüş, davalıya mahkemece bir vekil tayiniyle dava yürütülmüştür (Gür, 2017: 90-100).

Kadıların görevleri, görev süresi olan 20 ayı tamamlama, beratsız çalışma, stajsız atanma, yerine atanan kişiyi beklememe, ölüm, hastalık, feragat, göreve gecikmeli başlama hallerinde sona ermektedir (Alan, 2015: 120-136).

TANZİMAT SONRASINDA KADILIK KURUMUNUN DÖNÜŞÜMÜ

Tanzimat dönemi, Osmanlı Devleti'nde 19. yüzyılın ortalarında gerçekleşen önemli bir dönüşüm sürecidir (Ortaylı, 2008: 401). Bu dönemde, Osmanlı Devleti modernleşme çabalarıyla birlikte yönetsel alanda da köklü reformlar gerçekleştirmiştir. Bu reformlar, devletin yönetim yapısını, yasal düzenlemelerini ve bürokratik işleyişini dönüştürmeyi hedeflemiştir (Ezici, 2020: 2810-2811). Bu dönemde yönetsel ve idari alanda yapılan bazı önemli reformlar şunlardır:

Hatt-ı Şerif (Gülhane Hatt-ı Hümayunu): 3 Kasım 1839'da II. Mahmut tarafından ilan edilen bu ferman, Tanzimat döneminin başlangıcını oluşturur. Fermanla, tüm Osmanlı tebaası, kanun önünde eşit vatandaşlar olarak kabul edilmiştir. Bu, hukukun üstünlüğünü ve eşitliği vurgulayan önemli bir adımdır (Çadırcı, 1988: 601-602).

Adli ve Hukuki Reformlar: Tanzimat döneminde hukuk sisteminde de değişiklikler yapılmıştır. Yargı sisteminde merkeziyetçilik ilkesi benimsenmiş, mahkemelerin organizasyonu ve işleyişi düzenlenmiştir. Fransız hukuk sistemi temel alınarak yeni yasalar ve kanunlar oluşturulmuştur (Durhan, 2008).

Yenilikçi Eğitim Reformları: Eğitim sistemi de reformlara tabi tutulmuştur. Batılı tarzda modern okullar açılmış, bilimsel ve çağdaş eğitim verilmesi hedeflenmiştir. Medrese sisteminin yanı sıra modern eğitim kurumları da yaygınlaştırılmıştır (Durhan, 2008: 67-69).

Vergi Reformları ve Mali Reformlar: Tanzimat döneminde ekonomik alanda da reformlar yapılmıştır. Vergi sistemi yeniden düzenlenerek, daha adil ve etkin bir mali yapı oluşturulmaya çalışılmıştır (Çadırcı, 1988: 601).

Belediyelerin Oluşumu ve Yönetim Reformları: Tanzimat dönemiyle birlikte belediyelerin kurulması ve yönetiminin düzenlenmesi amaçlanmıştır. Şehirlerde yerel yönetim birimleri olan belediyeler, altyapı düzenlemeleri, şehir planlaması, sağlık hizmetleri ve temizlik gibi yönetim işlevlerini üstlenmiştir (Güven ve Dülger, 2017: 51).

Bürokratik Reformlar: Tanzimat döneminde, merkezi yönetimin güçlendirilmesi ve modern bir bürokrasinin oluşturulması hedeflenmiştir. Yeni kurumlar ve mekanizmalar oluşturulmuş, yetenek ve liyakate dayalı atamalar yapılmıştır. Bürokratik yapı devletin daha etkin ve verimli yönetilmesini amaçlamıştır (Uluçay ve Alp, 2020: 347-351).

Tanzimat dönemi öncesinde devlet geleneksel ve feodal yapıya dayalı bir yönetim biçimine sahipti. Padişahın otoritesi sınırsızdı ve yerel yönetimlerde otorite paylaşımı bulunmaktaydı. Hukuk sistemi karmaşıktı ve yerel elitlerin nüfuzu genişti (Çağ ve Öztürk, 2021: 354-358). Ordu, yetersiz ve disiplinsiz bir yapıya sahipti (İmamoğlu, 2014: 4). Tanzimat dönemi reformlarıyla birlikte merkeziyetçi bir yönetim anlayışı benimsendi. Padişahın yetkileri sınırlandırıldı ve modern bir bürokrasi oluşturuldu. Yönetimde daha disiplinli bir işleyiş sistemi oluşturulmaya çalışıldı. Hukuk sisteminde ve eğitimde modernleşme çabaları hızlandırıldı. Aynı zamanda Osmanlı ordusunda modernizasyon çalışmaları yapıldı.

Tanzimat dönemi reformları toplumsal ve siyasi alanda önemli etkiler yaratmıştır (Ortaylı, 2008: 443-449):

Toplumsal Dönüşüm: Eşitlik, hukukun üstünlüğü ve tebaaların vatandaşlık haklarına saygı gibi temel prensipler, toplumsal yapının değişmesine yol açmıştır. Osmanlı toplumunda daha modern ve seküler bir anlayışın yayılması sağlanmıştır.
Eğitim ve Aydınlanma: Tanzimat dönemi reformlarıyla eğitimde ve aydınlanmada önemli adımlar atılmıştır. Modern okulların açılması ve batılı bilim ve düşünceye olan ilginin artması, toplumun entelektüel gelişimini teşvik etmiştir.
Kimlik ve Milliyetçilik: Osmanlı İmparatorluğu'ndaki etnik ve dini çeşitlilik, milliyetçilik fikirlerinin güçlenmesine ve farklı kimliklerin ortaya çıkmasına neden olmuştur.
Modernleşme ve Batılılaşma: Tanzimat dönemi modernleşme ve batılılaşma çabalarının önemli bir aşamasını temsil eder. Batı'dan etkilenme ve batı tarzı reformları uygulama çabaları, Osmanlı'nın içinde bulunduğu güçlüklerle birleştiğinde karmaşık bir süreci de beraberinde getirmiştir.

Merkezi yönetimin güçlendirilmesine yönelik reformların yapıldığı bir dönemdir. Padişahın otoritesi sınırlandırılmış ve merkezi idare daha etkin bir şekilde çalışacak yapıda düzenlenmiştir. Böylece, devletin tüm bölgelerinde daha sıkı bir kontrol ve düzen sağlanması hedeflenmiştir (Öztürk, 2019: 266). Modern yönetim ve organizasyon teknikleri benimsenmiştir. Batı'dan ilham alarak, devletin yönetim süreçleri ve bürokratik işleyişi daha etkin ve verimli hale getirilmiştir. Yeni teknikler ve düzenlemelerle devlet işleri daha sistematik bir şekilde yürütülmeye çalışılmıştır. Bunlara paralel olarak yetenek ve liyakate dayalı atamalara yönelik bir yaklaşım benimsemiştir. Devlet görevlerine getirilecek kişilerin ehliyetli ve nitelikli olmasına özen gösterilmiştir. Bu sayede, devletin yönetim kadrolarında nitelikli ve uzmanlaşmış bürokratların görev alması hedeflenmiştir (Koca, 2019: 70-71).

Reformlar, Osmanlı İmparatorluğu'nda yönetim yapısının modernleştirilmesi ve güçlendirilmesi amacıyla atılan önemli adımlardır. Ancak, uygulamada bazı zorluklar ve muhalefetle karşılaşılmış ve reformların tam anlamıyla başarıya ulaşması zaman almıştır. Ayrıca, Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu dönemin zorlukları ve dış etkenler de reformların tam anlamıyla uygulanmasını engelleyen faktörler arasında yer almıştır (Çadırcı, 1988: 615-620). Yine de, Tanzimat döneminde yapılan bu reformlar, Osmanlı Devleti'nin modernleşme çabalarının bir parçası olarak tarihsel açıdan önemli bir dönüm noktasını temsil eder.

Tanzimat döneminde, Osmanlı İmparatorluğu'nda bürokratik yapı modern bir şekilde düzenlenmiştir. Devletin merkezi idaresi, daha etkin ve verimli olacak şekilde yeniden yapılandırılmıştır. Bürokrasinin işleyişini düzenlemek ve devletin hedeflerine uygun bir şekilde çalışmasını sağlamak amacıyla yeni kurumlar ve mekanizmalar oluşturulmuştur. Kurulan yeni mekanizmalar ekseninde kadılık kurumu da önemli değişikliklere uğramıştır. Kadının yetki ve

görev alanını daraltan süreçler idari, cezai ve ticari alanda Fransız mevzuatının örnek alınarak karma nizamiye mahkemelerinin, ceza ve bidayet mahkemelerinin, illerde de temyiz mahkemelerinin oluşturulmasıdır. Nizamiye mahkemeleri toplu yargılama usulüne dayanır, üyelerinin yarısı Müslüman, diğer yarısı gayrimüslimdir. (Durhan, 2008: 111). 1840'ta Ceza Kanunu kabul edilmiştir. 1850'de Fransız Ticaret Kanunu'na uyarlanan Ticaret Kanunu kabul edilerek faiz kabul edilmiş, ticari davalarda din ve mezhep ayrımı gözetilmemiştir. 1858'de özel mülkiyet, mirasta kadın ve erkek arası eşitlik gibi konuları içeren Arazi Kanunnamesi, 1863'te Bahriye Ticaret Kanunu denizci uluslar dikkate alınarak çıkarılmıştır. 1870'te Adliye Nezareti kurulsa da yargıda standartlaşma ve sekülarizm sağlanamamıştır (Ortaylı, 2008: 412-416). Şer'i mahkemeler evlilik, miras paylaşımı, boşanma, borçlar hukuk gibi alanlarda yetkilidir. Şer'i mahkemelerin kazaskerliğe bağlılığı 1838'de Anadolu ve Rumeli kazaskerliklerinin Şeyhülislamlık makamına bağlanmasına kadar sürmüştür. Şeyhülislamlar mevleviyet denen önemli kadılıklara atamaları sadrazam aracılığıyla padişaha bildirmiştir (Akman, 2019: 433-434). Şer'i mahkemeler başında Şeyhülislam'ın olduğu Bâb-ı Vâlâ-i Fetvâ'ya bağlanmıştır. Bu birimde Fetvâhane, Meclis-i Tetkikât-ı Şeriye, Meclis-i İntihâb-ı Hükkâm-ı Şer'i gibi daireler oluşturulmuştur. Fetvâhane ve Meclis-i Tetkikât-ı Şeriye, Şer'i mahkeme hâkimleri tarafından verilen kararların temyiz makamı olarak görevlendirilmiştir. Şer'i davalar nizamiye mahkemelerindeki gibi bidayet ve istinaf şeklinde derecelendirilmemiştir. Nizamiye mahkemelerinde temyiz, ikinci derece sayılan istinaf mahkemesinden sonra yapılabilmektedir (Akman, 2019: 433-438). 1874'te nizamiye mahkemelerinde dava vekili olacakların sınava girmesi ve başarılı olanlara ruhsat verilmesi hususunda girişimlerde bulunulmuştur. 1876'da Dersaadet Dava Vekilleri Cemiyeti Nizamnamesi çıkarılarak dava vekillerinin işlerine aracılık etmek ve nezaretçe yayımlanan resmi tebliğleri uygulamak üzere baro teşkilatının oluşumu hakkında bilgiler verilmiştir. İlk yerli baronun temelleri 1875'te Mehâkim-i Nizamiyye Dava Vekilleri Hakkında Nizamname ile atılmıştır (Çağ ve Öztürk, 2021: 539-552). Kâtibi adillik, avukatlık ve savcılık gibi kurumların kurulması ile şer'i mahkemelerin ve kadının gücü iyice kırılmıştır (Ortaylı, 2008: 262-273). Yargı teşkilatına savcılık kurumunun girmesini sağlayan en önemli düzenleme 1879 tarihli Mehâkim-i Nizamiyyenin Teşkilatı Kanun-ı Muvakkattir. Böylece tüm nizamiye mahkemelerinde savcılıklar kurulmuştur (Durhan, 2008: 101-111).
1913 tarihli Kanun-ı Muvakkat ile kadı mahkemelerinin yetkileri sınırlandırılarak, sınırlı süreli kadılık düzeni lağvedilmiş, kadılık için 25 yaşı doldurma şartı getirilmiştir. 1916'da kazaskerlik ve evkaf mahkemeleri gibi tüm şer'i mahkemeler Adliye Nezareti'ne bağlanmıştır (Erçin, 2015: 21).

Kadılara maaş bağlanması uygulamasına ilk kez Sultan Abdülaziz döneminde gidilmiştir. Ödenen maaşlar ruznamçe defterine kaydedilmiştir. Kadıların rütbe ve derecesi belirlenerek sınavla tayin yöntemi sürdürülmüştür. Kadıların geçerli bir neden olmadan azledilmemesi, çeşitli suiistimallerin zuhur etmesi üzerine sadece zorunlu hallerde ve ehil kişilerden naip gönderilmesi gibi uygulamalara gidilmiştir. 1840'ta Tâlimnâme-i Hükkâm talimatnamesiyle naiblerin kadıların denetiminden uzak biçimde merkezi idarece atanması kararlaştırılmıştır (İbrahim, 2022: 587-599; Erçin, 2015: 21). Tanzimat sonrasında kazaskerliklere ve kadılara ait kassamlıklar da kaldırılarak sadece İstanbul'da bir kassamlık bırakılmıştır. Sancak ve eyaletlerdeki miras taksim işlerinde mahalli kadılıklar görevlendirilmiştir (Gür, 2017: 65-80)

Yönetsel alanda yapılan reformlar da, kadılık kurumunun işleyişinde ve yetki alanında da önemli dönüşümlere sebep olmuştur (Koca, 2019: 68-70). Belediyelerin kurulmasıyla birlikte yerel yönetim sistemi yeniden düzenlenmiştir. Belediyelerin kurulması, yerel yönetimde daha etkin ve modern bir yapı oluşturmayı hedeflemiştir (Öztürk, 2019: 267). Bu yapı, merkezi yönetimle ilişkili olmakla birlikte daha yerel ihtiyaçlara ve sorunlara yönelik çözümler üretme

amacındadır. Belediyeler, kadıların yönetsel işlevlerini yerel yönetim birimlerine devretmiş ve kadıları daha çok yargısal fonksiyonlara odaklanmaya teşvik etmiştir (Öztürk, 2019: 266). Belediyeler, yerel yönetim işlerine odaklanarak kadıların yönetimle ilgili görevlerini azaltmıştır. Şehir ve kasabaların idari işlerinden daha çok belediyeler sorumlu olmuştur. Kadılar, belediyelerin yönetim işleriyle daha az ilgilenmeye başlamışlardır. Bu reformla birlikte kadıların yönetimle ilgili görevleri azalmış ve belediyelerin yönetim işleriyle daha az ilgilenmeye başlamışlardır. Kentlerin imar ve iskân işleri 1831'de Ebniye-i Hassa Müdürlüğü'ne, vakıf işleri 1826'da Evkaf Nezareti'ne, taşradaki yönetsel ve mali işlemler ise 1840'da muhassıllıklara tevdi edilmiştir (Ekinci, 2004: 283-288).

Merkezi yönetim sistemi de değişmiştir. 1864 Vilayet Nizamnamesi ile illerde valiliklerin kurulmasıyla birlikte il yönetimine geçiş yapılmıştır. Bu kapsamda, iller idaresinin kurulması ve valilerin atanması gibi önemli adımlar atılmıştır. İller idaresinin kurulması, yerel yönetim işlerinin merkezi yönetim eliyle yürütülmesine olanak sağlamıştır (Güven ve Dülger, 2017: 51). Valiler, şehirlerin ve kasabaların yönetiminden sorumlu olmuşlardır. Valilerin göreve gelmesiyle birlikte, kadıların yönetsel yetkileri kademeli olarak azalmıştır. Yerel yönetim işlerinin valilere devredilmesi, kadıların daha çok yargısal fonksiyonlara odaklanmasını sağlamıştır. Kadılar, adaletin sağlanması ve hukuki işlevlerin yerine getirilmesine daha fazla önem vermişlerdir. Valilerin göreve gelmesiyle kadıların yönetsel yetkilerinin azalmasının yanı sıra, yargı sisteminde de değişiklikler yaşanmıştır. Valiler, yargısal yetkileri olmayan yöneticilerdir ve yargı sistemi valilerden bağımsız bir şekilde işlemeye başlamıştır. Bu durum, kadıların daha bağımsız ve tarafsız yargıçlar olarak görev yapmalarına imkân tanımıştır. Özetle, belediyelerin ve il idarelerinin ortaya çıkmasıyla birlikte kadıların daha önce yürüttükleri yönetim görevleri vali ve belediye makamına devredilmiştir. Bu durum, kadının rolünün daralmasına ve kadının kamusal alanda etkinliğinin azalmasına sebep olmuştur (Doğangüzel, 2019: 62-64).

Tanzimat döneminin en önemli yönetsel reformlarından biri, yukarıda bahsettiğimiz üzere merkezi yönetimde yapılan değişikliklerdir. Devletin yönetim yapısı, merkeziyetçilik ilkesine dayanacak şekilde düzenlenmiştir. Yeni düzenlemelerle birlikte, merkezi idarenin yetkileri arttırılmış ve yerel yönetimlerin etkinliği azaltılmıştır. Bu sayede, devletin tüm bölgelerinde daha sıkı bir kontrol sağlanması hedeflenmiştir (Güven ve Dülger, 2017: 51).

Yargısal açıdan ise iki önemli kurum Tanzimat ile beraber kurulmuştur (Durhan, 2008: 61). Bunlar, Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ve Şura-yı Devlet'tir. Meclis-i Ahkâm-ı Adliye, yargısal konularla ilgilenen önemli bir meclis veya danışma organıdır (Uluçay ve Alp, 2020: 348). "Meclis-i Ahkâm-ı Adliye" terimi "Hükümler Meclisi" ya da "Hükümler Divanı" olarak da çevrilebilir. Ana görevi, kadı mahkemelerinin yargısal faaliyetlerini düzenlemek ve denetlemektir. Bu meclis, kadıların verdikleri hükümleri denetler, yargı süreçlerini düzenler ve hukuki normları belirlerdi. Ayrıca yargı alanında yaşanan sorunları çözmek, yargılamayı etkinleştirmek ve adil bir yargı sistemi oluşturmak amacıyla çeşitli çalışmalar yürütürdü. Mahkeme üyeleri Müslüman ve gayrimüslim Osmanlı vatandaşlarından seçilmiştir (Akman, 2019: 433-434). Yasalar, Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ve Bâb-ı Seraskeri Dar-ı Şura denen kurullarda hazırlanarak padişah onayına sunulmuştur. Meclis-i Ahkâm-ı Adliye'nin idari davaların yanı sıra ceza yargılamasında da bulunduğu görülmektedir. Meclisin toplantı halinde üyeler dışarı çıkamazlar. Olağan mahkeme usulleri olan şahitlerin dinlenmesi, belge üzerinden tetkik, soruşturmanın sonuçlandırılması aşamaları takip edilmiştir. Tanzimat'a aykırı davranışlarda bulunan idareciler bu mecliste yargılanmışlardır. Sancak ve eyalet meclislerinde çözülemeyen konular, hırsızlık, cinayet, anarşi gibi suçların yargılamaları da yapılarak, cezalar

dönemin resmi gazetesi olan Takvim-i Vekayi'da yayımlanmıştır Şura-yı Devlet ise, merkezi yönetimin yargısal konulardaki en üst danışma organıdır (Çadırcı, 1988: 609-611; Durhan, 2008: 61-96). "Şura-yı Devlet" terimi, "Devlet Danışma Meclisi" veya "Devlet Divanı" olarak da çevrilebilir. Şura-yı Devlet'in temel amacı, yürütme organının (padişahın ve hükümetin) aldığı yargısal kararlar üzerinde denetim sağlamak, yargı sisteminin etkinliğini artırmak ve adil bir yargı sistemi oluşturmaktır. Şura-yı Devlet, kadıların kararlarını denetler, yargı süreçlerini düzenler ve yargılamayı etkinleştirmek amacıyla çalışmalar yürütürdü (Durhan, 2008: 97). Bu meclis, yargısal konularda padişaha ve hükümete danışmanlık yapmakla görevliydi. Yargı alanında yaşanan sorunları çözme, uygulamada ve yargılamada adil ve tutarlı bir yaklaşımı sağlama ve hukuki düzenlemeleri yapma yetkisi Şura-yı Devlet'e verilmiştir. Meclis-i Ahkâm-ı Adliye günümüzdeki Yargıtay'ın, Şura-yı Devlet ise Danıştay'ın özü olarak kabul edilir.

1840'da Maliye Nezareti'nde Meclis-i Muhasebe denen bir meclis kurulmuştur ve sarraflar arası uyuşmazlıkları çözmekle görevlendirilmiştir. 1854'te İstanbul'da Meclis-i Tahkik adlı bir kurul kurulmuştur. Meclisler oldukça karmaşık ve yargısal muhakeme tekniğine ters düşen bir yapıdadır. Uyuşmazlıkları doğrudan çözümleme yetenekleri yoktur, ancak uyuşmazlıkları Ticaret Nezareti'nin uygun görmesiyle inceleyebilirler (Durhan, 2008: 71-82).

Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ile Şura-yı Devlet'in kurulması sonucunda, kadıların daralan fonksiyonlarından yargı yetkisi de oldukça sadeleşmiş, standardize edilmiş ve merkezileşmiştir (Durhan, 2008: 62). Kadılık sistemindeki temel değişikliklerden biri de, kadıların atanmasında ve görevden alınmasında merkezi otoritenin daha etkin bir rol oynamasıdır (Güven ve Dülger, 2017: 49). Daha önceki dönemlerde kadılar, genellikle yerel elitler tarafından atanırken, Tanzimat döneminde bu yetki merkezi otoriteye devredilmiştir. Kadıların atama ve görevden alma süreçleri merkezi idare tarafından denetlenmeye başlanmıştır.

SONUÇ

Osmanlı Devleti'nde kadılık kurumu, klasik dönemde yargısal ve yönetimsel fonksiyonları bir arada barındıran önemli bir kurumdur. Kadılar, atandıkları bölgelerde hem yargısal görevleri hem de yerel yönetim işlerini yürüterek toplumun düzen ve huzurunu sağlamışlardır. Kadı, klasik dönemde idari, kazai ve beledi işlerden sorumlu önemli bir kamu görevlisi olarak herhangi bir bütçeye dayanmadan kamusal görevini icra etmiştir.

Tanzimat dönemiyle birlikte devlet önemli dönüşümler yaşamış ve modernleşme sürecine girmiştir. Bu dönemde yapılan reformlar, devletin yönetim yapısını ve hukuk sistemini değiştirmiştir. Tanzimat döneminde, modernleşme çabaları kapsamında kadılık kurumu da önemli değişikliklere uğramıştır. Yapılan reformlarla birlikte kadılar, sadece yargısal bir fonksiyon üstlenir hale gelmiştir. Yönetimsel görevler, belediyelerin ve valiliklerin kurulmasıyla birlikte merkezi ve yerel yönetim birimlerine devredilmiştir. Belediyeler, yerel yönetim işlerini daha etkin bir şekilde yürütmeyi hedeflerken, valilikler de illerin idaresini düzenlemiştir. Bu sayede, devlet yönetiminde uzmanlaşmanın ve fonksiyonel işbölümünün hayata geçirildiği görülmektedir. Tanzimat dönemiyle birlikte yeni yargı kurumlarının kurulması ve çağdaş kanun yapım tekniğine dayalı modernizasyon çabaları seküler bir dönüşüm için önemli bir adımdır, ancak yabancı yargıçların istihdamı, devletin yargıç yetiştirme kapasitesindeki sınırlılıklar yargı bağımsızlığına zarar vermiştir. (Ortaylı, 2008: 469; Durhan, 2008: 101-111). Tanzimat, hukuk sisteminde geleneksel dokuyla modern özellikleri bir arada ihtiva eden, girift yapıda ve sağlam temellere tam anlamıyla oturtulamamış ikircikli bir yargı sistemi doğurmuştur. Devletin batı örneğine dayalı biçimde hukuki kurumsallaşmasını

tamamlaması mümkün olmasa da hukuk devletinin kazanımlarına yönelik önemli adımlar da atılmıştır.

Tanzimat dönemi reformlarıyla birlikte, kadıların yönetsel görevleri azalırken, yargısal yetkileri de sadeleşmiş ve kurum merkeziyetçi bir yapıya kavuşmuştur. Yeni kurumsal oluşumlar olarak Meclis-i Ahkâm-ı Adliye ve Şura-yı Devlet, kadıların yargısal faaliyetlerini denetlemek ve yargılamayı etkinleştirmek için önemli birer danışma organı haline gelmiştir. Ayrıca, kadıların atanması ve görevden alınması gibi süreçlerde merkezi otorite daha etkin bir rol oynamıştır. Artık kadılar, adaletin sağlanması ve hukuki işlevlerin yerine getirilmesinde daha bağımsız ve tarafsız yargıçlar olarak görev yapmışlardır. Bu süreç, Osmanlı Devleti'nin modern bir hukuk sistemi ve etkin yönetim yapısıyla güçlendirilmesi açısından da ayrıca önemli bir adımdır. Bu dönüşümün yanı sıra, kadılık kurumunun tarihi ve kültürel önemini vurgulamak da gerekmektedir. Kadılar, uzun yıllar boyunca toplumun adalet ve düzenini sağlamak için önemli bir rol oynamış ve Osmanlı hukuk sisteminin temel taşlarından birini oluşturmuştur. Tanzimat sonrası yapılan reformlar, kadılık kurumunun kamu yönetimi mekanizması üzerinde oynadığı rolü ve etkiyi daraltmış olsa da kadılık kurumu Osmanlı tarihindeki derin izlerini ve önemini her daim korumayı da başarmıştır.

KAYNAKÇA

Akgündüz, A. (1992). Osmanlı Kanunnameleri ve Hukuki Tahlilleri. 7 (1). İstanbul: Osmanlı Araştırmaları Vakfı Yayınları.

Akman, A. (2019). “Tanzimat Sonrası Osmanlı Usul Hukukundaki Gelişmeler. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi. 8 (1): 431-450.

Alan, E. (2015). Kadıasker Ruznamçelerine Göre 17. Yüzyılda Rumeli’de Kadılık Müessesesi. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü, İstanbul.

Altundağ, Ş. (1967). Osmanlılarda Kadıların Salâhiyet ve Vazifeleri Hakkında. C. 6, Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Arık, F. Ş. (1997). “Osmanlılarda Kadılık Müessesi”. Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi, 8: 11-71.

Armağan, A. (2011). “Klasik Dönemde Osmanlılarda Devlet Yönetim Anlayışına Dair Bazı Düşünceler.” Gazi Akademik Bakış Dergisi, 5 (9): 139-156.

Beyazıt, Y. (2009). Osmanlı İlmiye Tarikinde İstihdam ve Hareket: Rumeli Kadıaskerliği Ruznamçeleri Üzerine Bir Tahlil Denemesi (16. Yüzyıl). Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Bozatay, A. Ş., Demir, K. A. (2014). “Osmanlı Adli ve İdari Sisteminde Kadılık: Kurumsal Bir Değerlendirme” Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6 (10): 71-89.

Boztepe, M. (2013). “Osmanlı Devleti’nin Taşra Yönetimini Şekillendiren “Merkeziyetçilik” Yaklaşımı ve Günümüze Etkileri” Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 36: 1-14.

Çadırcı, M. (1988). Tanzimat Döneminde Türkiye'de Yönetim (1839-1856). Belleten, 52 (203): 601-626.

Çağ, G., Öztürk, F. (2021). Osmanlı Devleti'nde Adli Modernleşme: Tanzimat Döneminde Dava Vekilliği (Avukatlık) ve Baronun Ortaya Çıkışı. Vakanüvis - Uluslararası Tarih Araştırmaları Dergisi, 6 (2): 537-560.

Demir, A. (2017). "Osmanlı Devleti'nde Kadılar ve Naipler" Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 1 (1): 28-37.

Demir, A. (2010). Medeni Yargılama Hukuku: Osmanlı Mahkemesi. İzmir: Yitik Hazine Yayınları.

Doğan, İ. (2019). "Klasik Osmanlı Dönemi Mahkemeleri", Kafdağı Dergisi, 4 (2): 194 217.

Doğangüzel, B. (2019). Tanzimat Döneminin Şer'iye Mahkemeleri ve Kadıların Değişim Sürecine Etkisi. Adalet Dergisi (Türk Hukuk Tarihi Özel Sayısı), 49-66.

Durhan, İ. (2008). Tanzimat Döneminde Osmanlı Yargı Teşkilatındaki Gelişmeler. Erzincan Binali Yıldırım Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, XII: 55-111.

Ekici, E. B. (2004). Tanzimat ve Sonrası Osmanlı Mahkemeleri. İstanbul: Arı Sanat Yayınevi.

Erçin, A. (2015). "Osmanlı Devleti'nde Kadı ve Şer'i Mahkemeler." Çeşm-i Cihan: Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi E-Dergisi, 2 (1): 15-23.

Ezici, E. (2020). Tanzimat Dönemi ve Osmanlı İmparatorluğu'nda Değişen Yönetim Anlayışı. Belgi Dergisi, 2 (20): 2801-2821.

Gür, R. A. (2017). Osmanlı İmparatorluğu'nda Kadılık Müessesesi, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Güven, A., Dülger, B. (2017). Osmanlı'dan Günümüze Yerel Hizmet Sunan Klasik Kurumların Dönüşümü. Enderun, 1 (1): 44-53.

İbrahim, A. (2022). Klasik Dönem Osmanlı Hukukunda Şer'iye Mahkemeleri. Kırıkkale Hukuk Mecmuası 2: 577-601.

İmamoğlu, H. V. (2014). 19. Yüzyılının Başında Osmanlı Adliye Teşkilatının Yenilenme Sürecine Medeniyet Algısının Etkisi. Studies of the Ottoman Domain (Osmanlı Hâkimiyet Sahası Çalışmaları), 4 (7): 1-17.

İnalcık, H. (1995). "Eyalet" Türk Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, TDV İslam Araştırmaları Merkezi, 11. Cilt, 548-550.

İslamoğlu, A. (2019). "Osmanlı Devleti'nde Kadılık Kurumunun Tarihsel Gelişim Süreci." Adalet Dergisi, 63: 67-84.

Karal, E. Z. (2022). Osmanlı Tarihi 6. Cilt Islahat Fermanı Devri (1856-1861). Sayı: 16. Ankara: Türk Tarih Kurumu.

Kayakaçan, M. (1998). Osmanlı Devleti'nde Kadıların İdari Görevleri. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Kılıç, C. (2018). "Osmanlı İlmiye Teşkilatında Kariyer Sistemi", Türk Akademik Araştırmalar Dergisi, 3(1): 153-170.

Koçi Bey Risaleleri (2008). Haz. Seda Çakmakcıoğlu. İstanbul: Kabalcı Yayınevi.

Ortaylı, İ. (2008). Türkiye Teşkilat ve İdare Tarihi, Ankara: Cedit Neşriyat.

Ortaylı, İ. (2020). Hukuk ve İdare Adamı Olarak Osmanlı Devleti'nde Kadı, İstanbul: Kronik Kitap.

Ortaylı, İ. (1994). Osmanlı Devleti'nde Kadı. Ankara: Turhan Kitabevi Yayınları.

Ortaylı, İ. (1976). Osmanlı Kadısının Taşra Yönetimindeki Rolü Üzerine. Amme İdaresi Dergisi, 9 (1): 95-107.

Özer, M. F. (2014). Osmanlı İlmiye Teşkilatı Araştırmalarında Kullanılabilecek Temel Kaynaklar. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Özçelik, İ. (2016). Devlet-i Aliyye'nin Taşra Yönetimi Sancak Kanunnamelerinden Örnekler. Ankara: Gazi Kitabevi.

Özçelik, İ. (2014). Devlet-i Aliyye'nin Kamusal Düzeni ve Kurumları. Ankara: Gazi Kitabevi.

Öztürk, Y. (2019). Osmanlı Devleti'nde Beledi Hizmetlerde Kurumsallaşma Süreci: Erken Dönem ve Tanzimat Yılları. Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, 8 (1): 259-272.

Toraman, Ö. (2002). "Osmanlı Taşra İdaresi: Klasik Dönem", Türk İdare Dergisi, 437: 191-200.

Uluçay, H., Alp, Ş. (2020). "Osmanlı Kent Yönetiminde Kadı", Yakın Doğu Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 6 (2): 329-358.

Ük, B. (2016). Anadolu Kazaskerliği 6/1 Nolu Ruznamçe Defterine Göre Anadolu'da Kadılık Kurumu. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yürük, H. (2019). "Osmanlı Devleti'nde Son Dönem Kamu Yönetimi Sorunları ve Reform Çabaları." Türk İdare Dergisi, 488: 525-557.

COVID-19'UN ETKİLERİ VE SONUÇLARI, KÜRESEL SİSTEMDE ULUSLARARASI İLİŞKİLER VE POLİTİKA OLUŞTURMA ÜZERİNE NİHÂİ ETKİLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Bedri ŞAHİN

Bağımsız Araştırmacı, 0000-0002-6923-760X

ÖZET

COVID-19, günümüzde yoğun bir şekilde incelenen; dünyadaki yeni bir büyük sorun olarak kabul gören salgın bir hastalıktır. Hastalığın morbiditesi, enfeksiyon oranının yayılması ve uygun bir aşının çok yeni bulunuyor olması ayrıca virüsün sık sık mutasyona uğraması durumu, bu virüsün etkilerinin bir süre daha net bir şekilde bütün dünyayı etkileyeceği gerçeğini göstermektedir. COVID-19 ilk olarak Çin Halk Cumhuriyeti'nin Wuhan şehrinden bildirildi ve daha sonra buna yol açan virüsün şiddetli bir şekilde bütün dünyaya hızla yayıldığı görüldü. COVID-19 süreç içerisinde uluslararası politika, bilimsel gelişmeler, çeşitli ülkeler üzerindeki ekonomik etkiler ve ülkeler arası küresel ilişkiler dâhil olmak üzere, birçok sektörü olumsuz etkileyen ciddi, büyük bir ölümcül bir salgın hastalık hâline gelmiştir. Bu nedenle, bu makale kapsamında COVID-19 salgınının Uluslararası İlişkiler düzeyinde, meydana getirdiği etkileri ve bunların sonuçları ele alınmıştır. Bu büyük küresel soruna çözümler üretilmeye çalışılarak, bazı olası yollar belirlenmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: COVID-19, Küresel İlişkiler, Uluslararası İlişkiler.

EVALUATION OF THE IMPACTS AND CONSEQUENCES OF COVID-19 ON INTERNATIONAL RELATIONS AND POLICY MAKING IN THE GLOBAL SYSTEM

COVID-19 is an epidemic disease that is now being intensively studied and recognized as a new major problem in the world. The morbidity of the disease, the spread of infection, the recent availability of a suitable vaccine and the frequent mutation of the virus all point to the fact that the effects of this virus will clearly affect the whole world for some time to come. COVID-19 was first reported from the city of Wuhan in the People's Republic of China, and the virus that caused it has subsequently spread rapidly across the world in a severe form. In the process, COVID-19 has become a serious, major, deadly pandemic that has negatively affected many sectors, including international politics, scientific developments, economic impacts on various countries, and global relations between countries. Therefore, this article discusses the effects and consequences of the COVID-19 pandemic at the level of International Relations. By trying to find solutions to this major global problem, some possible paths have been tried to be identified.

Keywords: COVID-19, Global Relations, International Relations.

1. GİRİŞ

COVID-19 (Korana Virüs Salgını) ve yüksek morbidite ile birlikte yayılması şu anda insan uy-garlığı için tehdit oluşturmaktadır. Pandemi (salgın hastalık) sona erdikten sonra, COVID-19 sonrası tüm dünyayı etkileyebilecek yaygın küresel değişikliklerin tetikleyicisi olacağı tahmin edilmektedir. Bu çalışma kapsamında, COVID-19 pandemisinden sonra küresel senaryoyu değiştirebilecek bazı sonuçları ve pandemi nedeniyle olayların uluslararası düzeyde nasıl ilerleyebileceğini ve uluslararası alanları (Ekonomi, Uluslararası İlişkiler, Dünya Örgütleri) nasıl etkileyebileceğini tahmin etmeye çalışılmıştır. Küresel güçler, COVID-19'un daha iyi ve olumlu ilişkilere sahip olmasının ardından kendini sürdürmek için sorumlu bir rol oynamalıdırlar.

2. PANDEMİLER (SALGIN HASTALIKLAR)

İnsanlık tarihine bakarsak, eski çağlardan beri pek çok salgın görülmüştür. Pandemiler, başlangıcından bu yana insanlık tarihinde iyi bir şekilde kaydedilmiştir. Bir pandemiyi tanımlamak için, bir pandeminin, bir hastalığın ülkelere ve kıtalara yayıldığı ve etkilediği ve etkilerinin geniş bir ölçekte olduğu bir hastalık salgını durumu olduğunu söyleyebilinmektedir. Neredeyse tüm pandemiler küçük bir salgınla başlamıştır ve onu bir pandemi oluşturmaya itmiştir ve sonunda bir pandemiye yol açılmıştır. Hastalıklar iyi kontrol edilmezse, daha sonra pandemilere (salgınlara) neden olmaktadır.

Konuya basit bir genel bakış aşağıdaki gibi açıklanabilir:

Hastalık.

Endemik.

Endemi.

Pandemi (https://www.who.int/csr/).

2.1. Geçmiş Dönemlerdeki Pandemiler ve Yönetimi

Pandemi; dünyada birden fazla ülkede veya kıtada, çok geniş bir alanda yayılan ve etkisini gösteren salgın hastalıklara verilen genel isimdir. Geçmişte pandemiler (salgın hastalıklar) göz önüne alındığında, insanları büyük ölçüde etkileyen pandemilerin bir kısmında, çok sayıda insanın öldüğü görülmektedir.

İspanyol Gribi (1918 Yaz/İlkbahar 1919 Yazına kadar).

Morbidite oranı-500 milyon, Mortalite oranı-50+milyon (tahmini), 4 dalgadan oluşuyordu (https://www.history.com).

1957-1958 influenza pandemisi-Mortalite - 1 milyon (Viboud vd., 2016).

2002-2004 SARS salgını(16 Kasım 2002-31 Temmuz 2003) Morbidite-8,096, Mortalite 774 (https://www.who.int/ith).

2009 Domuz Gribi Salgını (Ocak 2009-10 Ağustos 2010) (Chan, 2009).

Onaylanmış vakalar 491.382 (laboratuvar tarafından onaylanmış) Şüpheli vakalar 700 milyon ila 1.4 milyar (tahmin) Mortalite-18.449 (laboratuvarda doğrulanmış ölümler DSÖ'ye rapor edilmiştir; grip hastaları genellikle test edilmemiştir) 284.000 (Aralık 151.700-575.400) (CDC ve WHO tahmini) CDC Amerika Birleşik Devletleri Hastalık Kontrol ve Korunma Merkezleri (İngilizce: Centers for Disease Control and Prevention, CDC) Amerika Birleşik Devletleri Sağlık ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı'na bağlı, kamu sağlığı ve kamu güvenliğinin sağlanması konusunda çalışan bir birimidir. WHO ise Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ), (İngilizce: World Health Organization, WHO) Birleşmiş Milletler'e bağlı olan ve toplum sağlığıyla ilgili uluslararası çalışmalar yapan uluslararası örgüttür.

2012 Orta Doğu solunum sendromu koronavirüs salgını (Case 2494 Mortality 912) (7 https://www.ecdc.europa.eu).

2013-16 Batı Afrika Ebola virüsü salgını-Morbidite 28,646 Mortalite-11,323 (https://www.cdc.gov/vhf/).

Bunlar, insanlık tarihinde son 100 yılda en çok bilinen 6 salgındır, 500 milyondan fazla enfekte ve 50 milyon ölüme tekâbül eden İspanyol Gribi'nin en fazla nedenselliğe sahip olduğu görülmektedir. Bu, salgının I. Dünya Savaşı'ndan sonra veya bitim aşamalarında başlaması ve o sırada uygun sağlık tesislerinin olmaması ve o sırada birçok ülkede hüküm süren sömürge güçlerinin pek çok ölüme yol açan duygusuz tutumu gibi, bazı bâriz nedenlerden kaynaklandı. Küresel ölçekte İspanyol Gribi'nden sonra salgınlar daha sonra incelenirse, çoğunlukla gelişmiş araştırmalar ve daha iyi salgınla mücadele teknikleri nedeniyle azalan nedensellik modelini görebilirdik. Üstelik, bilinen son salgının, küresel bir salgın hâline gelmesine rağmen, hâlâ iyi kontrol edilen Domuz Gribi Salgını'nın, son on yılda olduğu da görülmesi garip bir durumdur.

2.2. Pandemilerle Başa Çıkmak İçin Küresel Mücadele

Belirli bir bölgede bir salgın patlak verdiğinde, salgının salgına dönüşmemesi için her zaman bir adım atıldığı ve bir şekilde belirli bir bölgede salgın hâline geldiği uluslararası toplum ve kuruluşlar tarafından sıklıkla görülmektedir. Her durumda önce bir hastalık iken, zamanla bir pandemi hâline gelse bile, nasıl mücadele edilmesi gerektiğine dair, alınan adımlardan bazıları şu şekilde tanımlanabilir:

Güvenlik ve hijyen önlemleri kuruluşlar tarafından belirlenmesi.

Belirli bir pandemi hastalığı hakkında farkındalık yaratılması.

İnsanların farkındalığı tâkip etmesini sağlanması.

Enfekte bireyler için tedavi seçeneklerinin denenmesi.

Yeterli sağlık hizmetlerinin kurulması.

Azgelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için yeterli fon ve sağlık yardımının kurulması.

Mümkün olan en kısa sürede aşı geliştirmeye gidilmesi.

Aşının pazarlanması.

Morbidite ve mortalite oranının azaltılması.

3. COVID-19'A (KORONA VİRÜS SALGINI) GENEL BAKIŞ

Salgın hastalıkların çoğunun aşağıdaki adımlarla kontrol altına alındığı görüldü, Çin'in Wuhan kentinde 2019 kasım ayı sonlarında COVID-19'un patlak verdiğinde, hem Çin'den hem de küresel arenada pek çok beceriksiz/kötü yönetimin olduğu görüldü. Nitekim Avrupa'da COVID-19 vakalarına ulaşıldığında (Merkez üssü İtalya), genel insanlar ve Avrupa'daki ilgili hükûmetler tarafından, hastalığın küresel düzeyde yayılmasına neden olan, çok sayıda kötü yönetim olduğu iyi bilinmektedir. Çin Hükûmeti salgını idare etmek için yeterli adımları atmadığı ve aynı zamanda hastalığın büyük ölçüde yayılmasına neden olan pandemi hakkında birçok hayâti bilgiyi gizlediği için, Çin'de hastalık sayıları (vakaları) arttı.

Avrupa'daki COVID-19 vakalarındaki artış dikkate alınırsa, İtalya'nın pandeminin tüm Avrupa'da yayıldığı Merkez üssü olduğu görüldü. Üstelik İtalya'nın COVID-19 vakalarında âni artışa neden olan uygun önlemleri almadığı görüldü.

Benzer modelin, hükûmetin uygun adımları atmadığı ve vakaların sırasıyla ABD ve İngiltere'de önemli ölçüde arttığı ABD ve İngiltere için de olduğu görüldü.

Slovenya ve İsrail gibi ülkelerde pandeminin çok iyi idare edildiği ve dahası oradaki nüfusun COVID-19'dan kitlesel olarak enfekte olmaması için doğru adımlar atıldığı görülmektedir (Kaner ve Schaak 2016). İsrail'de hükûmetin "Biyolojik Savaş" departmanını geliştirmesi ve ayrıca yaşam bilimleri alanındaki araştırmaları nedeniyle kendisini önceden bir salgına hazırlamıştır.

Öte yandan Hindistan'ın erken bir tecrit başlattığı ve çeşitli eyalet ve merkezi seviyelerde hükûmetin sahip olduğu çok büyük nüfusa kıyasla, enfeksiyonu kontrol altına almakta iyi bir iş çıkardığı söylenebilir. Fakat pandemiyi kontrol altına almak için kapsamlı bir şekilde çalışmasına rağmen, Hindistan'ın bazı eyaletlerinde bazı kötü yönetim vakaları olmuştur.

Genel olarak Hindistan'ın COVID-19 salgınındaki performansı tatmin edicidir. Batı ülkeleri arasında COVID-19 ile mücadelede küresel bir iş birliği olduğu söylenebilir, ancak yine de Çin tarafında bu hastalığın bir salgın hâline gelmesine ve paylaşım konusunda iş birliği yapılmamasına neden olan yanlış adımlar atıldığı görülmüştür. Bu krize yol açan salgının kontrol altına alınmasında bilimsel bilgilerin % 50'si sorunlu çıkmıştır.

3.1. COVID-19'un (Korana Virüs Salgını) Diğer Sektörlere Etkileri

COVID-19, yalnızca insandan insana enfeksiyonlara, ölüm ve hastalık oranlarına dayalı etkilere sahip olmakla kalmaz, aynı zamanda COVID-19 salgınıyla ilgili diğer birçok yön de dikkate alınacak ve gelecekte kısa vâdede ve uzun vâdede etkileri olacaktır. Pek çok araştırmacı, kesinlikle mümkün olan bir "Yeni Dünya" düzeni hakkında ipucu veriyor, ancak bu etkiler hemen etkili olmayacak, ancak uzun vâdede görülecektir. Kısa vâdede yoksulluğun artması, ekonomik etkiler, yeni bilimsel gelişmeler gibi gözle görülür etkiler göreceğiz ve uzun vâdede pandemi sonrası uluslararası politika değişiklikleri görülebilecektir.

3.2. Yoksulluk ve İşsizlik

Pandemiden kaynaklı yapılan kısıtlanmalar sırasında, en ağır darbenin gelişmiş,/gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerin yoksulları olduğu görülmüştür. Ülke düzeyinde, yoksul sayısının arttığı üç ülkenin Hindistan (12 milyon), Nijerya (5 milyon) ve Demokratik Kongo Cumhuriyeti (2 milyon) olduğu tahmin ediliyor (Mahler vd., 2020). Endonezya, Güney Afrika ve Çin gibi ülkelerde de COVID-19'un bir sonucu olarak bir milyondan fazla insanın aşırı yoksulluğa sürüklendiği tahmin ediliyor. Salgının daha yüksek yoksulluk sınırları üzerindeki etkisine, örneğin günde 3,20 ABD Doları veya 5,50 ABD Dolarından daha az parayla yaşayan insan sayısına bakıldığında, 100 milyondan fazla insan yoksulluğa itilecektir. Latin Amerika ve Karayipler, Doğu Asya ve Pasifik ile Orta Doğu ve Kuzey Afrika'nın hepsinin günde en az 10 milyon daha fazla insanın günde 5,50 dolardan daha az parayla yaşaması beklenmektedir. ABD'nin bu COVID-19 salgını sırasında ekonomik etkilerden en kötü şekilde etkilendiği görülmüştür. ABD ekonomisi 2008'den beri hızla küçülmektedir (https://www.bbc.com) ve ABD ekonomisindeki canlanmanın rayına oturmasının 4-5 yıl alması beklemektedir.

3.3. COVID-19 (Korana Virüs Salgını) Sırasında Ve Sonrasında Ekonomik Etkiler

Pandeminin uzun vâdeli ve sonrasındaki etkilerinin olacağı göz ardı edilemeyecek bir gerçektir. ABD ve Avrupa Birliği ekonomilerinin ekonomisini iyileştirmek için 5-6 civarında zaman alacağı tahmin edilmektedir (Mahar, 2020). Çin Halk Cumhuriyeti'nin (ÇHC) pek çok ülke tarafından hiç de hoşuna gitmeyen ekonomik baskısını yaratmaya çalışacağı aşikâr olan bir başka hususdur. Ancak aynı zamanda, Çin'in kendisi için büyük bir ticaret rezervine sahip olduğu ve kendisine doğru eğilmiş pek çok ticarete sahip olduğu da göz ardı edilemez. ÇHC ile herhangi bir ticaret kısıtlamasına girmek, AB ve ABD'de durumu daha da kötüleştirebilecek büyük bir resesyona yol açabilir. Çin'in küresel ekonomi üzerindeki etkisini sınırlamaya yönelik bazı adımlar, Çin'in küresel ve diğer pazarlar üzerindeki yatırımlarını sınırlayarak, üretim birimlerini Çin'den diğer ülkelere kaydırmaktadır (Hindistan, son değişimin bir örneğidir).

3.4. Kıtlık Olasılığı

Birleşmiş Milletler'in 2020 Gıda Krizleri raporuna göre, ülkeler açlık durumundan kaçınmak için âcilen harekete geçmeye çağırıyor. Ekipman krizi, ilaçlar ve eğitimli personel, Dünya Gıda Programı (World Food Programme-WFP), yaklaşık 100 milyon kişiye kaynak sağlıyor.

Bu rapora göre, yaklaşık 0,3 milyon insanın yardım yokluğunda üç ay boyunca her gün açlıktan ölebileceği tahmin ediliyor. Raporda bir önceki yıl 135 milyonu ikiye katlayan, yaklaşık 265 milyon kişinin açlıktan ölmek üzere olduğu belirtiliyor. Salgın nedeniyle bu listeye yaklaşık 130 milyon kişi eklendi. İnsanların en çok kıtlık riski altında olduğu ülkeler şunlardır:

Yemen, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Afganistan, Venezuela, Etiyopya, Güney Sudan, Sudan, Suriye, Nijerya, Haiti.

2016-2018 arasında Dünya Gıda Programı (World Food Programme-WFP), gıda krizine yardımcı olmak için fonları sürekli olarak artırdı. 2016'da 5,3 milyar dolardan 2018'de 6,5 milyar dolara çıktı. Ancak bu yıl, dünya liderlerinden COVID-19 pandemisine karşı, savunmasız ülkelere kaynak sağlamak için, ek olarak iki milyar dolar toplamalarını talep ettiler. Bu raporlar çok ciddiye alınır ve uygun şekilde uygulanırsa, COVID-19 sonrası bir kıtlık önlenebilir (Farran, 2020).

3.5. Aşı Geliştirme, Tedaviler

COVID-19 bir salgın hâline geldiğinde, COVID-19 ile savaşmak için etkili tedaviler oluşturmak ve en önemlisi pandemiyi kontrol altına almak ve kontrol etmek adına çok gerekli olan aşı için kusursuz çabalar vardı. Etkili bir aşı yaratma geliştirme çalışmaları sürmektedir ve bu süreçte ülkeler arasında aşının oluşturulması ve mümkün olan en kısa sürede pazarlanması için bir yarış yaşanmaktadır. COVID-19 için en etkili tedavi, büyük ölçekte kullanılan ancak şu an için etkili bir aşı bulunmayan "Hidroksiklorokin" olduğu bilinmektedir. Hindistan, Avustralya ve Fransa dâhil diğer ülkelerden önemli araştırma çabalarının yanı sıra ABD, Birleşik Krallık ve İsrail tarafından bir aşı oluşturma girişimleri olmuştur. Amerikan merkezli Moderna şirketi, aşı olan mRNA-1273'ün faz deneme sonuçları çok başarılı bulunduğundan ve Faz II içinde çalışmalar yapmışlardır. Yine Almanya "Pfizer/BioNTech" tarafından yapılan aşının da şu an da hâli hazırda pek çok ülke için pazarlanması girişimleri devam etmektedir. Hindistan tarafından yapılan bazı önemli araştırmalar, plazma tedavisinin, tedavide çok faydalı olan, iyileşmiş COVID-19 hastalarından antikordan zengin kan plazmasının transfüzyonudur (https://www.who.int/who).

Etkili aşı ve tedavi önlemleri oluşturmanın ana faktörü, ülkeler arasında bilgi paylaşımı ve yakın çalışma ile salgını kontrol altına almak ve karşılıklı iş birliği ile ortadan kaldırmak için herkese ulaşmasını sağlamaktır. Böyle bir girişim, hidroksiklorokinin kıtlığı olan ülkelere tedârik eden ve Hindistan'ı kriz zamanında iyi bir rol oyuncusu yapan, Hindistan tarafından gerçekleştirilmiştir. Yine aşıyı bulan Çin, Almanya, ABD ve Rusya'nın aşı satışları başlamıştır.

Aşı ve tedaviler için COVID-19 araştırmalarında küresel iş birliği, bu salgının üstesinden gelmek ve mümkün olan en kısa sürede ulaşmak için dünyaya ulaşmak için gereklidir.

3.6. COVID-19'un (Korana Virüs Salgını) Uluslararası İlişkiler'deki Etkisi

Uluslararası İlişkiler penceresinden COVID-19, güvenlik konusunun da yeni baştan gözden geçirilmesini gerekli hâle getirmiştir. Ağırlıklı olarak askeri ve politik olarak gündemde olan güvenlik konusuna artık Biyo-Güvenlik/Sağlık Güvenliği de eklenmiştir. Çoğu insan COVID-19'un yeni dünya düzeninin başlangıç noktası olarak işaretleneceğini tahmin ettiğinden, COVID-19 salgını uluslararası ilişkiler için hayati bir nokta olarak görülecektir. Bir gecede önemli değişikliklerin olmadığı, yavaş yavaş geliştiği ve dolayısıyla ilişkilerin kurulduğu iyi bilinmektedir. Uluslararası ilişkileri etkileyen bazı temel konular aşağıda belirtilmiştir:

COVID-19 son yüzyılın en büyük küresel krizi olmuştur.

İstihdam son 10 yılın en düşük seviyelerine gelmiştir.

Sinâi üretim önemli ölçüde gerilemiştir.

GSYIH birçok ülkede 2020 yılının ilk yarısında önemli ölçüde düşmüştür.

COVID-19 küresel ticareti de olumsuz yönde etkilemiştir.

COVID-19 havayolu taşımacılığını; tarihin en derin kriziyle karşı karşıya getirmiştir.

E-Ticaret yani internet üzeri olan alışverişler, insanoğlunu daha da yalnızlaştırmış; psikolojik ve sosyolojik yeni sorunlar ortaya çıkmıştır.

Covid-19 nedeniyle dünyadaki bütün toplumlar; refah bakımından gerileme yaşamıştır.

COVID-19'un en çok tesir ettigi sektörlerden birisi de turizm olmuştur.

COVID-19 ile mücadele ayrıca devletin hem vatandaşlarına yardımları; hem de sektörlere yardımları sürekli hâle gelmiştir.

3.6.1. Çin Halk Cumhuriyeti'nin COVID-19'a (Korana Virüs Salgını) Yaklaşımı

COVID-19'un küçük bir salgın olarak Çin'den çıktığı ve daha sonra kötü yönetimi nedeniyle küresel bir salgın hâline geldiği iyi biliniyor. Çin, hastalıkla ilgili doğru bilgileri paylaşmayarak büyük hatalar yaptı ve bunun için büyük bir krize yol açtı. Ayrıca Çin, AB ve ABD ile ilişkilerini zorlayan AB'de uluslararası pazarlara yatırım yaparak, haksız bir fırsat yakalıyor ve medyasıyla küresel medyaya yönelik propagandasını yayıyor. Bu, Çin'in haksız oportünist planlarının uluslararası toplumunda salgın durumda Dünya Ekonomi'si üzerinde bir tekele sahip olma kargaşasına yol açtı. Ancak, AB veya ABD'nin çok büyük Çin yatırımlarına sahip olması ve Çin ile herhangi bir alandaki ilişkinin gerilmesi bu ülkeler için büyük bir kayıp olabilir. Dolayısıyla, buna karşı koymak için atılabilecek adımlar, ekonomik ticaret için diğer ülkelere kaydırılarak ve odaklanılarak yapılabilir, çünkü bu Dünya Ekonomi'si için bir denge yaratacak ve Çin'e daha az bağımlı hâle gelecektir. Çin hükûmeti, Çin'in Wuhan eyaletinde başlayan salgını ele aldığı için ABD tarafından eleştirildi (Gordon, 2020). Brezilya'da, Başkan Jair Bolsonaro'nun oğlu Kongre Üyesi Eduardo Bolsonaro, "Küresel koronavirüs salgınının suçunun bir adı ve soyadı var: Çin Komünist Partisi" diyen bir mesajı retweetlediğinde Çin ile diplomatik bir anlaşmazlığa neden oldu. Çin'in Brezilya'daki en iyi diplomatı Yang Wanming, "Bolsonaro ailesi bu ülkenin en büyük zehri" şeklinde bir mesajı retweetledi (Bradley, 2020).

Çin'deki devlet propagandası, Çin'in otoriter sisteminin koronavirüsü kontrol altına alabildiğine dair bir anlatıyı teşvik ediyor ve bunu Batı demokrasilerinin kaotik tepkisiyle karşılaştırıyor. Avrupa Birliği dış politika sorumlusu Josep Borrell, "Çin, ABD'nin aksine sorumlu ve güvenilir bir ortak olduğu mesajını agresif bir şekilde zorluyor" dedi.

Olumsuz imajına karşı koymak için Çin, 82 ülkeye, Dünya Sağlık Örgütü'ne ve Afrika Birliği'ne yardım gönderdi. Cornell Üniversitesi'nde doktora sonrası araştırma görevlisi Yangyang Cheng'e göre, "Çin hükûmeti, Çin devletinin gücünü sınırlarının ötesine taşımaya ve Çin'i küresel bir lider olarak kurmaya çalışıyor, Çin devletinin yaptıkları ABD devletinin yaptıklarından farklı değildir. Bir asırdır ve tıbbi yardımın dağıtımı bu misyonun bir parçasıdır" diye beyânat vererek Çin'i savunmuştur (Walsh vd., 2020).

Çin hükûmeti, yetkililer ve devlet medyası, koronavirüsün Amerika Birleşik Devletleri'nde ortaya çıktığını ve ABD Ordusunun Wuhan'daki koronavirüs salgınını başlattığını iddia eden komplo teorisini ileri sürerek eleştirileri saptırmaya çalıştı; bu iddiaları destekleyecek hiçbir kanıt yoktu. ABD Dışişleri Bakanlığı, Çin dışişleri bakanlığı sözcüsü Zhao Lijian'ın yaydığı komplo teorilerini protesto etmek için, Cuma günü Çin büyükelçisini bakanlığa çağırdı (Myers, 2020).

Çin'in koronavirüs salgınını yanlış idare ettiği algısı nedeniyle, Almanya'nın en büyük internet gazetesi, Çin'in Almanya'ya ödemesini istedikleri 130 milyar avroluk bir zararı gündeme getirdi. Çin, bu eylemin yabancı düşmanlığını ve ırkçılığı kışkırttığını söyledi (Smith, 2020).

İspanya, Türkiye ve Hollanda, Çin'den ihraç edilen binlerce test kiti ve tıbbi maskenin standartların altında veya kusurlu olduğunu duyurdu. Hollanda sağlık bakanlığı 600.000 yüz maskesini geri çağırdı, İspanya 60.000 test kitiyle sorun yaşadı ve Türkiye bazı test kitlerinin doğruluğu konusunda sorunlar yaşadı (Amaro, 2020).

Ayrıca Çin Ordusu'nun Doğu Sınırları ve Batı Komşuları'nda (Hindistan) agresif hareketleri olmuş ve bir Çin web sitesi, Kırgızistan ve Kazakistan gibi Orta Asya ülkelerinin Çin'in bir parçası olduğunu ve Kazakistan'la birlikte olduğunu hatta o devletleri "Çin'e geri dönmeye istekli" gösterdiği için Orta Asya komşu devletlerinden bazılarını kızdırmıştır (https://www.eaglespeak.us). Çinlilerin bu hamleleri, bu tür eylemleri nedeniyle uluslararası toplumu fazlasıyla öfkelendirmiştir. Üstelik Çinliler, Güney Çin Denizi'nde Avustralya ile ilişkilerin gerginleştiğini, yapailan provokasyonların, uluslararası toplum tarafından iyice kontrol edilmesini talep etmiştir.

3.6.2. Dünya Sağlık Örgütü'nün Rolü Ve COVID-19'u (Korana Virüs Salgını) Kontrol Etmedeki Başarısızlığı

Salgını doğru zamanda kontrol altına almak için gerekli adımları atmadıkları için DSÖ'nün bu pandemiyi kontrol etmekteki rolü çok kötü olmuştur. Bu nedenle başarısızlık kısmen WHO'ya da yüklenebilir. Gelecekte diğer pandemilerden kaçınılabilecek şekilde DSÖ'de değişiklikler yapılmalıdır (Rajkamal, 2020). Uluslararası kuruluşların bazısının etkisi son derece azaldı; bazısının maalasef hiçbir etkinliği kalmadı.

3.6.3. Gelişmiş Ülkelerin COVID-19 (Korana Virüs Salgını) Sürecindeki Başarısızlığı

COVID-19, daha iyi sağlık hizmeti ve altyapıya sahip gelişmiş ülkelerde boşlukların bulunduğu bir durum olarak ortaya çıktı ve bu nedenle, ülkeler pandemileri kontrol altına almak için kendilerini daha iyi geliştirmelidir. Birçok gelişmiş ülke pandemiye âniden yakalandığı için; pandeminin kontrol edilmesi ve yokedilmesi için aldıkları kararlarda, büyük hatalar yapmışlardır.

3.6.4. Sarsılan Ekonomiler

COVID-19 sürecinde baslayan dünya ekonomilerinde sarsılma/bozulma; COVID-19'in sona ermesiyle bütün dünya ülkelerindeki ekonomiyi, olumsuz yönde derinden etkilediği görülmüştür.

Hindistan yükselen bir ekonomi ve en büyük demokrasi olarak "Dünya Ekonomisi'ni dengelemek için önemli bir rol oynamalı, bilimsel alanlarda ve Uluslararası İlişkiler'de diğer arabulucu alanlara liderlik etmelidir. Dünyayı etkili bir şekilde yöneterek başrol oynamak, onun sorumlu bir küresel güç olarak rolünü genişletecektir. Tayvan, ABD ve AB ile ticari ilişkilerini geliştirmeli ve yabancı yatırımların stratejik bir şekilde gelmesine ve sorumlu bir güç olarak oynamasına izin vermelidir. Uzun vâdede Hindistan, Uluslararası İlişkiler'de Çin etkisini kontrol altına almak ve buna karşı koymak için iyi bir rol oynayabilir (Parthasarathy, 2020).

4. GENEL DEĞERLENDİRME

Devletler pandemiden sonra uluslararası güvenlikte, güvenlikleştirme unsuru olarak "Biyo-Güvenlik/Sağlık Güvenliği'ni" artık gündemlerine almaya başlamıştır. Pandeminin çaresinin bulunması bağlamında Uluslararasi İlişkiler'de karşılıklı bağımlılık artmış, devletler arası veri ve bilgi paylaşımı bu geçen süreçte titizlikle yapılmıştır.

Bu nedenle, araştırmacı, uluslararası meselelerde devam eden pandeminin tüm yönlerini örtmeye çalışır ve COVID-19'un (Korana Virüs Salgını) yarattığı pandemi durumuna ilişkin mevcut genel bakışa bakarak, yukarıda belirtilen noktalar, pandemi sonrası Uluslararasi İlişkiler'i anlamaya yardımcı olabilir. Başlangıcta bir sağlık sorunu olarak ortaya çıkan COVID-19, ilerleyen süreçte hızla uluslararası bir güvenlik sorunu hâline gelmiştir. Dünyadaki ulusal devletlerin büyük bir çoğunlugu, bu pandemi sorununa âni olarak yakalandıklarından dolayı, soruna çözüm noktasında verdikleri birçok kararda, hatalar yapmışlardır. İnsanlar küreselleşmenin cok yogunlaştıgı bir tarih diliminde, COVID-19'dan dolayı evlerine kapanmıştır.

Sonuç olarak Washington ve Pekin'de bir liderlik değişikliği olmadıkça, güç dengesi o kadar çok değişmeyebilir ve güçler arasındaki ilişkiler muhtemelen daha samimi hâle gelmiyebilir. Avrupalılar COVID-19 krizinin daha iyiye doğru değişime yol açmasını istiyorlarsa, bu değişimi kendileri aktif olarak yaratmak zorunda kalacaklar. Diğer bir deyişle AB, krizi olumlu bir şekilde araçsallaştırmak zorunda kalacak. Bu, sağlık gibi alanlarda küresel yönetişimi denemek ve güçlendirmek ve AB'nin Çin ve diğerleriyle daha rasyonel bir temelde karşılıklı bağımlılığını organize etmek için bir şans olabilir.

AB kurumları ve Üye Devletler dengeli bütçe fetişini terk etmeli ve üretken yatırım ve sosyal adâlete odaklanmalıdır. Avrupa entegrasyonu köklerine dönmelidir. Avrupa Ekonomik Topluluğu'nun kurucuları aynı zamanda refah devletinin de kurucularıydı; sadece ikisinin birlikte barış ve istikrarı garanti edebileceğini biliyorlardı. Koronavirüs salgını Avrupa'nın pek çoğunun unuttuğu bu gerçeği yeniden keşfetmesine yardımcı olabilirse, kriz boşuna olmayacaktır.

Tarihsel açıdan bakıldığında daha önce olan hiçbir salgın, COVID-19 kadar global bir tesire sahip olmamıştır. Pandemi, bireysel manâda önemli/ciddi sorun ve sorgulamalara yol açtığı

gibi devlet yönetimi ve dünya politikasında da birçok devlet uygulamasının, projesinin ve politikasının gözden geçirilmesine sebebiyet vermiştir.

COVID-19 Uluslarası İlişkiler'deki anarşi durumunu daha da çoğaltmış ve ABD liderliğini de her zamankinden daha fazla sorgulanabilir bir hâle getirmiştir. Öte yandan ABD-Çin rekâbetinin/çekişmesinin bundan sonra artacağına dair güçlü işaretler bulunmaktadır. Uluslararası toplum tarafından pandeminin nedeni olarak Çin devleti görülmüştür. COVID-19 un Uluslararası İlişkiler'deki önemli değişimlere yol açmış Büyük Buhran, Birinci Dünya Savaşı, İkinci Dünya Savaşı; Soğuk Savaş ve 11 Eylül Terör Saldırıları gibi, kırılmalar değişimler, dönüşümler meydana getirmiştir. Uluslararası sistemdeki köklü değişimlerin büyük krizler sonrası meydana geldiği görüldügünden; COVID-19 sonrası hiçbir unsur eskisi gibi olmayacaktır.

KAYNAKÇA

Amaro, S. (2020). Nine European countries say it is time for 'corona bonds' as virus death toll rises. CNBC.

Bradley, J. (2020). In Scramble for Coronavirus Supplies, Rich Countries Push Poor Aside. The New York Times.

Chan, M. World now at the start of 2009 influenza pandemic. World Health Organization (WHO) 11 June 2009.

Farran, A.G. Fransa 24 Haber Ajansı, 2020.

Gordon, W. (2020). "Lies, diplomacy and the Covid-19 crisis" Asia Times.

https://www.bbc.com/news/business-52466864 (Erişim Tarihi: 23.07.2023).

https://www.cdc.gov/vhf/ebola/history/2014-2016-outbreak/index.html (Erişim Tarihi: 16.05.2023).

https://www.eaglespeak.us/2020/05/new-ambitions-chinese-claiming.html (Erişim Tarihi: 26.07.2023).

https://www.ecdc.europa.eu/en/middle-east-respiratory-syndrome-coronavirus-mers-cov-situation-update (Erişim Tarihi: 02.08.2023).

https://www.france24.com/en/20200422-un-says-food-shortages-due-to-covid-19-pandemic-could-lead-to-humanitarian-catastrophe (Erişim Tarihi: 06.08.2023).

https://www.history.com/topics/world-war-i/1918-flu-pandemic (Erişim Tarihi: 26.08.2023).

https://www.who.int/csr/disease/swineflu/phase/en/ (Erişim Tarihi: 26.08.2023).

https://www.who.int/ith/diseases/sars/en/ (Erişim Tarihi: 26.08..2023).

https://www.who.int/who-documents-detail/draft-landscape-of-covid-19-candidate-vaccines (Erişim Tarihi: 02.02.2021).

Kaner J, Schaak S. (2016). Understanding Ebola: the 2014 Epidemic [PDF-486KB]external icon. Globalization and Health, 12:53.

Mahar, I. (2020). https://moderndiplomacy.eu/2020/04/22/impact-of-covid-19-on-global-economy-structure/ (Erişim Tarihi: 16.08.2023).

Mahler, D.G., Lakner, C., Aguilar, R.A.C., Wu. H., https://blogs.worldbank.org/opendata/impact-covid-19-coronavirus-global-poverty-why-sub-saharan-africa-might-be-region-hardest (Erişim Tarihi: 16.06.2023).

Myers, S. L. (2020). China Spins Tale That the U.S. Army Started the Coronavirus Epidemic. New York Times.

Parthasarathy (2020). Covid-19: India has addressed the China factor well. https://www.thehindubusinessline.com/opinion/columns/g-parthasarathy/covid-19-india-has-addressed-the-china-factor-well/article31216773.ece (Erişim Tarihi: 16. 08. 2023).

Rajkamal R. (2020). Covid-19 is a massive failure of public health leadership" https://bloncampus.thehindubusinessline.com/columns/world-view/covid-19-is-a-massive-failure-of-public-health-leadership/article31220809.ece (Erişim Tarihi: 06. 08. 2023).

Rothan, H.A. and Byrareddy, S.N. (2020). The epidemiology and pathogenesis of coronavirus disease (Covid-19) outbreak. J Autoimmun, (109), 102433.

Smith, O. (2020). Germany sends China £130billion bill for-coronavirus damages- sparks fury in Beijing" Express.co.uk.

Viboud, C., Simonsen, L., Fuentes, R., Flores, J., Miller, M.A., Chowell, G. (2016). Global Mortality Impact of the 1957-1959 Influenza Pandemic. J Infect Dis. 213(5): 738-45.

Walsh, M.,Walden, M., Zhao, I. (2020). A white jade for friendship: China's push to save countries from COVID-19. ABC News.

SOKAKLARDA YAŞAYAN SALDIRGAN KÖPEKLERİN EĞİTİMİNİN ÖNEMİNE İDARE HUKUKU AÇISINDAN BİR BAKIŞ

Doç. Dr. Sezin ÖZTOPRAK
Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi, -ORCID ID: 0000-0002-9460-9583

ÖZET

Türkiye'de, sokaklarda çok sayıda sahipsiz köpek bulunmakta ve bunlar zaman zaman insanlara ya da diğer canlılara saldırarak, onların yaralanmasına ya da yaşamlarını yitirmesine neden olmaktadır. Türkiye'de 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu[1] ve Hayvanların Korunmasına Dair Uygulama Yönetmeliği[2] hükümleri sokakta yaşayan köpeklerin toplanarak geçici bakımevlerinde rehabilite edilmesini ve bunlardan sahiplendirilememiş olanların alındıkları ortama bırakılmasını öngörmektedir. Dünya'daki bazı ülkelerin mevzuatındaki düzenlemelere göre ise, sahipsiz köpeklere barınaklarda bakılmakta ya da bu köpekler sahiplendirilmekte, sahiplendirilemeyenler ise uyutulmakta ve böylece sokaklarda sahipsiz köpeklere rastlanılmamaktadır. Türkiye'de bu hususta bir mevzuat değişikliği yapılması hususu son günlerde yeniden gündeme gelmiştir.
Bu hususa idare hukuku açısından ve Türkiye'de mevcut mevzuat hükümleri çerçevesinde bakıldığında, idareye hayvanların korunması ve çevrelerine zarar vermemelerinin sağlanması hususlarında çok sayıda görev ve yetki verilmiş olduğu görülmektedir. Gerek merkezi idare gerek yerel yönetimler sahipsiz sokak köpeklerinin saldırılarının önlenmesi hususunda sorumlu idari birimlerdir. Danıştay da yerleşik içtihadında ve isabetle, sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerin saldırılarından zarar görenlerin idare aleyhine açmış oldukları davalarda, idarenin hizmet kusurunun bulunduğuna karar vermektedir.
Bu çalışma ile vurgulanmak istenen asıl husus ise; sokakta yaşayan sahipsiz köpeklerin toplatılması ve rehabilite edilmesine ek olarak saldırgan sokak köpeklerinin eğitiminin de oldukça önemli bir idari görev olduğudur. Zira, sokak köpeklerinin gereği gibi eğitilmesi, hem sokak köpeğinin korunmasını ve rahat yaşamasını, hem de insanların ve diğer canlıların korunmasını sağlayacaktır. Bu sebeple, sokaklarda yaşayan köpeklerin eğitilmesi hususunda da idarenin görev ve yetkilerinin daha net ortaya konduğu bir mevzuat değişikliği önemli bir adım olacaktır.

Anahtar Kelimeler : Sahipsiz hayvan, sokak köpeği, hayvan hakları.

1.GİRİŞ

Sokaklarda yaşayan sahipsiz köpekler, Dünya'da ve Türkiye'de uzun zamandır çözülmesi gereken bir *"sorun"* olarak görülmektedir. Söz konusu köpeklere çözülmesi gereken bir sorun olarak bakılmasının nedeni, insanı ya da hayvan haklarını temel alan farklı yaklaşımlara[3] göre değişebilmektedir. Bu doğrultuda, insan merkezli bir yaklaşımla daha çok bu hayvanların insan sağlığına ve yaşamına olan tehditini ortadan kaldırmak için; hayvan hakları temelli bir

[1] RGT. 01.07.2004, RGS. 25509.
[2] RGT.12.05.2006, RGS. 26166.
[3] Hayvan hakları hukukuna hâkim olan farklı yaklaşımlar hakkında bkz. Çelebi, Ö. Kişi ve Eşya Ayrımı Bağlamında Hayvanların Hukuki Statüsü, İstanbul Hukuk Mecmuası,76, 2, 2018, 564-572.

yaklaşımla ise, insanlara yönelme ihtimali bulunan zararların önlenmesinin yanı sıra sokak köpeklerinin yaşam kalitesini de artırmak için sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerle ilgili sorunların çözülmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Şüphesiz modern devletten beklenen, insanların genel olarak çevresiyle ve özel olarak hayvanlarla ve bitkilerle birbirlerine zarar vermeyen bir uyum içinde ve mümkün olan en yüksek kalitede yaşamalarını sağlamasıdır. Çevre-hayvan-insan uyumunun önemi ve bu uyumun gerektirdikleri hakkında doğru bilincin yerleşebilmesi için insanların küçük yaşlardan itibaren eğitilmesi vazgeçilmez bir yere sahip bulunmakla birlikte, bu çalışmanın konusunu teşkil eden ve sokaklarda yaşayıp, saldırganlık eğiliminde olan sahipsiz köpeklerin eğitimi de oldukça önemli bir husustur. Bununla birlikte, belki de günümüz itibariyle sahipsiz köpek sayısındaki oldukça yüksek ivmeli artışa karşı bir çözüm arayışının öncelenmesi sebebiyle, söz konusu köpeklerden saldırgan olanlarının eğitimi hakkında bilgi veren çok fazla çalışma bulunmamaktadır.

Oysa, saldırgan köpeklerin yeterli donanıma sahip uzmanlar tarafından eğitilmesi, söz konusu köpeklerin kendilerine, insanlara ve genel olarak çevreye verecekleri zararın önlenmesine yönelik çözüm önerileri arasında mutlaka değerlendirilmesi gereken bir husustur.

Bu sebeplerle seçilmiş olan çalışmada; öncelikle idarenin sahipsiz sokak köpekleri ile ilgili görevlerinin hukuki niteliği ve genel olarak hayvan hakları mevzuatı hakkında bilgi verilecek; ardından idarenin genel olarak sahipsiz sokak köpekleri ile ilgili görevleri ve son olarak sahipsiz sokak köpekleri ile ilgili eğitim görevi açıklanacaktır. Bu açıklamalar sırasında temel olarak Türkiye'de yürürlükte bulunan 5199 Sayılı Kanun ve Hayvanların Korunmasına Dair Uygulama Yönetmeliği hükümlerine başvurulacak ve Danıştay'ın sahipsiz sokak köpeklerinin saldırıları sonucu açılmış olan davalarda vermiş olduğu kararlardan örnekler verilecektir.

Bu şekilde sonlandırılacak olan çalışmada, sokaklarda yaşayan saldırgan köpeklerin eğitiminin önemi ile ilgili olarak idare hukuku açısından kısa bir değerlendirme yapmak ve konunun önemine ışık tutmak amaçlanmaktadır.

2. İDARENİN SAHİPSİZ SOKAK KÖPEKLERİ İLE İLGİLİ GÖREVLERİNİN HUKUKİ NİTELİĞİ

İdarenin sahipsiz sokak köpekleri ile ilgili çok sayıda görevi bulunmakta olup, öncelikle bu görevlerin idare hukuku açısından anlamının belirlenmesi, bir başka ifade ile söz konusu faaliyetlerin hukuki niteliğinin belirlenmesi gerekmektedir. Öncelikle, aşağıdaki başlıklarda açıklanacak olan ve idare tarafından sahipsiz sokak köpeklerinin toplanarak, geçici barınaklara alınması ve burada tedavi edilerek, kısırlaştırılarak ve aşılanarak rehabilite edildikten sonra sahiplendirilmesi ya da sahiplendirilememiş olanların alındıkları ortama bırakılması ve ardından bu ortamda da beslenmelerinin idarece sağlanmaya devam etmesi hususundaki görevlerinin, ortak toplumsal bir ihtiyacı[4] karşılaması bakımından kamu hizmeti olarak nitelenmesi mümkündür. Öte yandan, bu faaliyetler, amacı kamu düzeninin sağlanması olan kolluk faaliyetleri[5] ile de ilgili bulunmaktadır[6]. Zira, idarenin sahipsiz havyanlarla ilgili görevleri kamu düzeninin klasik unsurları içinde bulunan başta genel sağlık olmak üzere, dirlik ve esenlik unsuru ile de ilgilidir[7]. Bununla birlikte, kolluk faaliyetlerini son tahlilde kamu

[4] İdarenin toplumsal ortak ihtiyaçları karşılamak üzere yerine getirdiği görevler hakkında bkz. Yıldırım, R. ve Çınarlı, S. *Türk İdâre Hukuku Dersleri C. 2,* Adalet Yayınevi/Ankara, 2022, 213.

[5] Yıldırım ve Çınarlı, 232-233.

[6] *"Sahipsiz köpek sorunu"* nun kolluk faaliyetlerinin kapsamında olduğu yönünde görüş için bkz. Kırışık, F. ve Öztürk, K. Şiddet Haberlerinden Hayvan Haklarına, Sahipsiz Köpek Sorunu, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 69, 2021, 377.

[7] Genel sağlık ve dirlik ve esenlik unsurları hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Yıldırım ve Çınarlı, 235; Gözübüyük, A.Ş. ve Tan, T. *İdare Hukuku Cilt I,* Turhan Kitabevi/Ankara, 2013, 646.

hizmetinin bir parçası[8] olarak kabul etmek mümkündür. Danıştay da kararlarında, idarenin bu görevlerini kamu hizmeti çerçevesinde ele almıştır[9]. Bu sebeplerle, bu çalışmada idarenin sokakta yaşayan sahipsiz köpeklerle ilgili tüm görevleri geniş anlamda kamu hizmeti olarak kabul edilmiştir.

3. HAYVAN HAKLARI İLE İLGİLİ MEVZUATA GENEL BİR BAKIŞ

Yaşadığımız çevrenin vazgeçilmez bir parçası olan hayvanların insanlar karşısındaki konumu tarihsel süreç içinde değişmiş ve günümüzde hayvanların da hakları olduğu kabul edilerek bu haklar uluslararası ve ulusal hukuki düzenlemelerde de ele alınmıştır[10]. Uluslararası düzeyde, 15 Ekim 1978 tarihli Hayvan Hakları Evrensel Bildirgesi'nde belirtilmiş olan hususlar, hayvan hakları açısından önemli bir yere sahip bulunmakta[11] olup, bu bildirgenin her ne kadar hukuki bağlayıcılığı olmasa da hayvanlara tanınan hakların İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi[12] ile tanınmış olan haklara benzer nitelikte olduğu görülmektedir[13]. Örneğin, Hayvan Hakları Evrensel Bildirgesi'nin 1. maddesi[14] *"Bütün hayvanlar yaşam önünde eşit doğarlar ve aynı var olma hakkına sahiptirler."* şeklindedir ve bu hüküm İnsan Hakları Evrensel Beyannamesi'nin 1. maddesinde yer alan *"Bütün insanlar hür, haysiyet ve haklar bakımından eşit doğarlar..."* hükmü ile oldukça benzerdir.

Türkiye'de 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu ve Hayvanların Korunmasına Dair Uygulama Yönetmeliği (Yönetmelik), genel olarak hayvanlarla ilgili başlıca mevzuat hükümleri olmakla birlikte, diğer bazı kanun hükümlerinde[15] de hayvanlara ilişkin düzenlemelere rastlanmaktadır ve Anayasa'nın 169. maddesi de, ormanların korunmasının dolaylı olarak ormanlarda yaşayan hayvanları da koruma altına alacağından yola çıkılarak, hayvanların korunması ile ilişkilendirilmektedir[16]. Anayasa'nın sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkını düzenleyen 56. maddesinin de hayvanların korunması ile ilişkilendirilebileceği belirtilmektedir[17] ki bu değerlendirme, 2872 sayılı Kanun'da yer alan ve tüm canlıları içine alan çevre tanımı[18] göz önüne alındığında, bu çalışmanın konusunu oluşturan ve yaşadığımız

[8] Bu hususta bkz. Özay, İ. *Günışığında Yönetim*, Alfa Yayınları/İstanbul, 1996, 229; Ulusoy, A.D. *Yeni Türk İdare Hukuku*, Yetkin Basımevi/Ankara, 2021, 529 vd.

[9] Örnek karar için bkz. *"...sahipsiz hayvanların, başta köpekler olmak üzere, korunması, bakım ve gözetimi, saldırgan olanlarının eğitilmesi ve sahiplendirilmeleri, hayvan bakımevlerinin kurulması vb. birtakım görev ve sorumlulukların valiliklere ve il belediyelerine ait olduğu anlaşılmaktadır...Kamu idareleri yapmakla yükümlü bulundukları hizmetleri gereği gibi ifa etmekle beraber bu hizmetin işleyişini sürekli olarak kontrol etmek ve hizmetin yürütülmesi sırasında gerekli önlemleri almakla da yükümlüdür..."*; D8D, E. 2018/3822, K. 2022/5008, KT.21.09.2022; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023).

[10] Ayrıntılı bilgi için bkz. Demirci, K. Türkiye'de Hayvan Yaşam Kalitesi ve Mevzuatı, ETÜSBED, Ekim, 9, 2019, 1-2.

[11] Demirci, 1; Benzer yönde görüş için bkz. Uyumaz, A. Bir Hukuk Sorunsalı Olarak Güncel Gelişmeler Işığında Türkiye'de Hayvan Hakları, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 20, 3, 2016, 175.

[12] Onaylama Kararnamesi, RGT.27.05.1949, RGS. 7217.

[13] Çelebi, 569.

[14] Bkz. https://www.pau.edu.tr/dcuam/tr/sayfa/hayvan-haklari-evrensel-bildirgesi; (Erişim tarihi: 27.08.2023).

[15] Örneğin, 2872 sayılı Çevre Kanunu'nun (RGT.11.08.1983, RGS.18132) *"Çevrenin korunması"* başlıklı 9. maddesinin f fıkrasında hayvanların korunması ile ilgili hüküm bulunmaktadır: *"Biyolojik çeşitliliğin sürdürülebilirliliğinin sağlanması bakımından nesli tehdit veya tehlike altında olanlar ile nadir bitki ve hayvan türlerinin korunması esas olup, mevzuata aykırı biçimde ticarete konu edilmeleri yasaktır.";* 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu (RGT.23.07.2004, RGS. 25531)-md. 7/m'de büyükşehir ve ilçe belediyelerinin görev ve sorumlulukları altında şu husus da düzenlenmiştir: *"...hayvan barınakları... yapmak, yaptırmak, işletmek veya işlettirmek...";*

[16] Bkz. Demirci, 3. Benzer yönde görüş için bkz. Uyumaz, 167.

[17] Uyumaz, 167.

[18] 2872 sayılı Kanun-md. 2: *"..Çevre: Canlıların yaşamları boyunca ilişkilerini sürdürdükleri ve karşılıklı olarak etkileşim içinde bulundukları biyolojik, fiziksel, sosyal, ekonomik ve kültürel ortam..."*. Çevre kavramı hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Turgut, N. *Çevre Hukuku*, Savaş Yayınevi/Ankara, 2001, 73-78; Memiş, E. *Çevre ve Çevre İdare Hukuku (Teorik ve Pratik)*, Filiz Kitabevi/İstanbul, 2006, 1-18.

çevrenin bir parçası olan saldırgan köpekler açısından da geçerli olmaktadır. Bir başka ifade ile, saldırgan köpeklerin eğitimi, hem söz konusu hayvanların haklarının hem de insanların ve genel olarak çevrenin korunması kapsamında bir idari görev olarak değerlendirilebilir.

4. SAHİPSİZ HAYVANLARA İLİŞKİN MEVZUAT HÜKÜMLERİ DOĞRULTUSUNDA İDARENİN GÖREVLERİ

İdarenin sahipsiz hayvanlarla ilgili görevlerine geçmeden önce, sahipsiz hayvan ile kastedilenin ne olduğunun belirlenmesi gerekmektedir. 5199 sayılı Kanun-md. 3/f'ye göre; *" Sahipsiz hayvan: Barınacak yeri olmayan veya sahibinin ya da koruyucusunun ev ve arazisinin sınırları dışında bulunan ve herhangi bir sahip veya koruyucunun kontrolü ya da doğrudan denetimi altında bulunmayan evcil hayvanlar..."* olarak tanımlanmış ve bu tanım Yönetmelik –md. 4/ff'de de aynı şekilde tekrarlanmıştır.

Bu durumda, sokaklarda en çok karşılaştığımız canlılar olan köpekler de kanuna göre sahipsiz hayvan statüsündedir[19]. Sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerin, hem kendilerinin daha iyi yaşam koşullarına ulaşmasının sağlanması gerekliliği hem de insanların ve çevrenin korunması açısından çeşitli sorunlara yol açması gibi sebeplerle, *"sorun teşkil etmekte"* olduğu belirtilmektedir[20]. Bu belirlemenin haklı yönleri olduğu kuşkusuzdur, zira Türkiye'de sokakta yaşayan sahipsiz köpeklerin sayıları oldukça hızlı bir şekilde artmakta[21] ve bu köpekler kendini ya da ailesini koruma veya kötü muameleye maruz kalma gibi sebeplerle insanlara ve diğer hayvanlara saldırarak yaralanmalarına ya da yaşamlarını yitirmelerine neden olabilmektedir[22]. 5199 sayılı Kanun ve Yönetmelik hükümlerine göre, sokakta yaşayan sahipsiz köpekler öncelikle toplanarak geçici bakımevlerine götürülerek tedavi edilmekte ve kısırlaştırılmakta, ardından sahiplendirilmeye çalışılmakta ve sahiplendirilemeyenler alındıkları ortama bırakılmakta; köpeğin iyileşme ihtimali bulunmaması ya da insan ya da çevre sağlığını tehdit etmesi söz konusu ise, ötenazi uygulanmaktadır[23]. Sahipsiz köpeklerle ilgili olarak Avrupa'da ve diğer Dünya devletlerinde farklı uygulamalar da bulunmaktadır. Örneğin, bu konuda yapılmış olan bir çalışmada, İngiltere'de sahipsiz bir köpek bulunduğunda, söz konusu köpeğe yetkili kişilerce el konulmasının ardından, 7 gün içinde köpeğin sahibinin gelmemesi durumunda, köpekle ilgilenebilecek bir kişiye ya da barınağa satılabileceği ya da verilebileceği ya da en az acı duyacağı şekilde uyutulabileceği belirtilmektedir[24]. Yine, aynı çalışmada Amerika'da ve Kanada'da benzer bir sistem uygulanmaktayken, Almanya'da sahipsiz köpeklerin toplanarak barınaklarda bakılmasına yönelik bir sistem uygulanmakta olduğu ve ötenazinin ancak hayvanın çok büyük bir acıdan kurtulması amacıyla söz konusu olabileceği[25] ve başka bir çalışmada Almanya, İtalya ve Yunanistan'da köpeğin sahipsiz olması sebebiyle

[19] Bu hususta ayrıca bkz. Eraslan, Y. Türkiye'de Sahipsiz Köpek Saldırılarında İdarenin Hukuki Sorumluluğu, Türk İdare Dergisi, Aralık, 94, 495, 2022, 91. Ayrıca bkz. Akkoyunlu, S. A. Mahalli İdarelerin Sokak Köpeklerinin Verebileceği Zararlar ile İlgili Yükümlülükleri ve Bu Yükümlülüklerin Mahalli İdareler Arasındaki İlişkiler Bakımından Değerlendirilmesi, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 27, 46, 2022, 9.

[20] Aydoğdu, M. ve Meral, O. Sahipsiz Köpeklerin Popülasyonunun Kontrol Altına Alınması ve Buna İlişkin Hukuki Altyapının Oluşturulması, Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, Prof. Dr. Durmuş TEZCAN'a Armağan, 21, Özel Sayı, 2019, 2129-2131. Benzer yönde görüş için bkz. Voslář̆vá, E. ve Passantino, A. Stray Dog and Cat Laws and Enforcement in Czech Republic and in Italy, ANN IST SUPER SANITÀ, 48, 1, 2012, 97, 98.

[21] Kırışık ve Öztürk, 360.

[22] Bu hususta ayrıntılı bilgi için bkz. https://www.haytap.org/tr/kopek-durup-dururken-saldirmaz; (Erişim tarihi: 24.08.2023). Ayrıca bkz. Akkoyunlu, 6-7.

[23] Aydoğdu ve Meral, 2146. Ayrıca bkz. Kırışık ve Öztürk, 366.

[24] Aydoğdu ve Meral, 2142.

[25] Aydoğdu ve Meral, 2143-2144.

öldürülmesinin kesinlikle yasak olduğu[26] belirtilmektedir. Görüldüğü gibi, bu düzenlemeler Türkiye'deki düzenlemeden, toplanıp rehabilite edilen sokak köpeğinin alındığı ortama bırakılmaması yönünden farklılaşmaktadır. Türkiye ve diğer devletler arasındaki bu düzenleme farkı sonucu örneğin Amerika'da, Avrupa Birliği'ne üye ülkelerde ya da Japonya'da veya Avustralya'da *"sahipsiz köpek sorunu"* bulunmazken, Türkiye'de bu sorunun çok ciddi bir şekilde var olduğu[27] ve bu sorunun çözümü için Almanya'daki uygulamanın örnek alınabileceği belirtilmektedir[28]. Bununla birlikte, sokak köpeklerinin sürekli olarak barınaklarda bakılmasının da hem sayılarının fazlalığı hem de söz konusu köpeklerin özgürlüklerinin kısıtlanmış olacağı sebepleriyle olumsuz olduğu da, haklılıkla belirtilmektedir[29].

5199 sayılı Kanun'un sahipsiz hayvanlara ilişkin diğer düzenlemelerine bakıldığında ise, genel olarak sahipsiz hayvanlar ve özel olarak sokak köpekleri ile ilgili olarak idarenin ilk ve en önemli görevinin, söz konusu canlıları korumak olduğunu söylemek mümkündür. 5199 sayılı Kanun-md. 4/j'de yer alan düzenleme, buna örnek olarak verilebilir: *"Yerel yönetimler, gönüllü kuruluşlarla iş birliği içerisinde, sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların korunması için hayvan bakımevleri kurarak onların bakımlarını ve tedavilerini sağlar ve eğitim çalışmaları yapar..."*. İdarenin sahipsiz hayvanları koruma yükümlülüğü, daha ayrıntılı olarak ise, 5199 sayılı Kanun'un *"Sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların korunması"* başlıklı 6. maddesinde yer almaktadır. Bu maddenin özellikle 3. ve 4. fıkralarında yer alan düzenlemeler, idarenin sahipsiz hayvanlarla ilgili görevlerinden önleme görevini ortaya koyması bakımından oldukça önemlidir. 5199 sayılı Kanun-md. 6/3'e göre; *"Sahipsiz hayvanların korunması, bakılması ve gözetimi için yürürlükteki mevzuat hükümleri çerçevesinde, yerel yönetimler yetki ve sorumluluklarına ilişkin düzenlemeler ile çevreye olabilecek olumsuz etkilerini gidermeye yönelik tedbirler, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı ve İçişleri Bakanlığı ile eşgüdüm sağlanarak, diğer ilgili kuruluşların da görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle belirlenir."* ve md. 6/4'e göre; *"Sahipsiz veya güçten düşmüş hayvanların en hızlı şekilde yerel yönetimlerce kurulan veya izin verilen hayvan bakımevlerine götürülmesi zorunludur. Bu hayvanların öncelikle söz konusu merkezlerde oluşturulacak müşahede yerlerinde tutulması sağlanır. Müşahede yerlerinde kısırlaştırılan, aşılanan ve rehabilite edilen hayvanların kaydedildikten sonra öncelikle alındıkları ortama bırakılmaları esastır."*. Görüldüğü gibi, bu hükümlerde, gerek merkezi idarenin gerek yerel yönetimlerin sahipsiz hayvanları hem koruma hem de söz konusu hayvanların çevreye verecekleri zararı önleme yükümlülüğü açıkça düzenlenmiştir. Danıştay da bu hususu kararlarında vurgulamaktadır: *"...sahipsiz hayvanların, başta köpekler olmak üzere, korunması, bakım ve gözetimi, saldırgan olanlarının eğitilmesi ve sahiplendirilmeleri, hayvan bakımevlerinin kurulması vb. birtakım görev ve sorumlulukların valiliklere, büyükşehir ve ilçe belediyelerine ait olduğu anlaşılmaktadır..."*[30]. 5199 sayılı Kanun- Ek madde 1'de de açıkça belediyelerin sorumluluğu düzenlenmiştir. Bu maddenin 1. fıkrasına göre, *"Büyükşehir belediyeleri, il belediyeleri ve nüfusu yirmi beş bini aşan büyükşehir ilçe belediyeleri ile diğer belediyeler, sahipsiz veya güçten düşmüş ya da tehlike arz eden hayvanların korunması ve bakımının yapılması ile rehabilitasyonunun sağlanması amacıyla hayvan bakımevleri kurar."*

Ancak bu madde hükümlerinde, idarenin saldırgan sokak köpeklerini eğitme görevinden bahsedilmemekte, her ne kadar rehabilite edilmelerinden bahsedilmiş olsa da kanundaki

[26] Dodurka, T. *AB Hayvan Koruma Stratejileri Türkiye'ye Model Olabilir mi?,* 1. Sokak Hayvanları Refahı Kongresi, 15-16, Ataşehir, 2016, 15.
[27] Kırışık ve Öztürk, 361.
[28] Kırışık ve Öztürk, 379.
[29] Akkoyunlu, 4.
[30] D8D, E. 2020/7528, K.2021/1532, KT.12.03.2021; https://www.hukukturk.com; (Erişim tarihi: 24.08.2023). Aynı yönde karar için bkz. D8D, E. 2018/2162, K. 2022/4765, KT.14.09.2022; D8D, E. 2018/3822, K. 2022/5008, KT.21.09.2022; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023).

tanımdan, bununla kastedilenin eğitim olmadığı anlaşılmaktadır. Zira, 5199 sayılı Kanun'un 3/p maddesine göre rehabilitasyon, "...*Sahipsiz hayvanların tedavi ve parazit mücadelesinin yapılmasını, aşılanmasını, kısırlaştırılmasını ve dijital kimliklendirme yöntemleriyle işaretlenmesi"* olarak tanımlanmıştır. Aslında, rehabilitasyonun Güncel Türkçe Sözlükte'ki anlamı *"iyileştirme"* olarak açıklanmış olup[31]; sahipsiz hayvanların eğitilmesinin de iyileştirme kapsamında düşünülmesi gerektiğini söylemek mümkündür.

Böylece, Türkiye'de mevcut hukuki düzenleme çerçevesinde, idarenin sahipsiz sokak köpekleri ile ilgili görevleri temel olarak söz konusu hayvanları korumak ve bu hayvanların insanlara ve çevreye verecekleri zararları önlemektir. Bu doğrultuda sahipsiz köpekler belediyeler tarafından toplanarak geçici bakımevlerine götürülmekte, rehabilite edilmelerinin ardından sahiplendirilememiş olanlar alındıkları ortama bırakılmakta ve bu ortamda da beslenmeleri desteklenmekte[32], buradaki takip ve kontrol sorumluluğu da yerel hayvan koruma gönüllülerinin işbirliği ile ilçe belediyesine ait olmaya devam etmektedir[33]. Bununla birlikte, mevzuatta değişiklik yapılması hususu son günlerde yeniden gündeme gelmiştir[34] .

5. İDARENİN SAHİPSİZ SOKAK KÖPEKLERİ İLE İLGİLİ EĞİTİM GÖREVİ

İnsanların sokakta yaşayan köpeklerle uyum içinde yaşayabilmeleri için bu köpeklerin uzman kişiler tarafından eğitilmesi gerekliliği oldukça önemli bir husus olmakla birlikte, bu konu üzerinde çok fazla durulmamaktadır. Her ne kadar artan sokak köpeği nüfusu karşısında gözler ilk olarak bu sorunun çözümüne yönelmiş olsa da, uzun vadede önemli olan aslında bu hayvanların gereği gibi eğitilmesidir[35].

Aslında, 5199 sayılı Kanun'da ve Yönetmelik'in bazı hükümlerinde genel olarak hayvanların, özel olarak sahipsiz hayvanlar ile sahipsiz sokak köpeklerinin eğitilmesine yönelik hükümlere de rastlanmaktadır. Örneğin, 5199 sayılı Kanun'un *"İlkeler"* başlıklı 4/j maddesinde *"Hayvanların korunmasına ve rahat yaşamalarına ilişkin temel ilkeler"* arasında sahipsiz hayvanların eğitilmesi de sayılmıştır: *"(Değişik:9/7/2021-7332/2 md.) Yerel yönetimler, gönüllü kuruluşlarla iş birliği içerisinde, sahipsiz ve güçten düşmüş hayvanların korunması için hayvan bakımevleri kurarak onların bakımlarını ve tedavilerini sağlar ve eğitim çalışmaları yapar..."*. Yönetmelik-md. 24/n'de de, geçici bakımevlerinde aranacak şartlar arasında *"Geçici bakımevlerinde çalışan tüm personelin hayvanlardan geçen hastalıklara karşı aşılanması, hayvan bakımı, eğitimi ve hastalıkları konusunda veteriner hekim tarafından bilgilendirilmesi"* de sayılmıştır.

5199 Sayılı Kanun-md. 18/2'ye göre ise, *"Yerel hayvan koruma görevlileri; bölge ve mahallerindeki, öncelikle köpekler ve kediler olmak üzere, sahipsiz hayvanların bakımları, aşılarının yapılması, aşılı hayvanların markalanması ve kayıtlarının tutulmasının sağlanması, kısırlaştırılması, saldırgan olanların eğitilmesi ve sahiplendirilmelerinin yapılması için yerel yönetimler tarafından kurulan hayvan bakımevlerine gönderilmesi gibi yapılan tüm faaliyetleri*

[31] Bkz. https://sozluk.gov.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023).
[32] Akkoyunlu, 58.
[33] Akıllı, H. Belediyelerin Sokak Hayvanlarına Yönelik Görev ve Sorumluluklarının Değerlendirilmesi, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Temmuz, 27, 3, 2018, 103.
[34] Bkz. https://kisadalga.net/haber/detay/erdogandan-sokak-kopekleri-sorusuna-yanit-yasa-uzerine-calisiyoruz-avrupa-nasil-cozduyse-ayni-uygulamalari-hayata-gecirecegiz_79217;(Erişim tarihi: 27.08.2023). https: //www. sabah.com.tr/gundem/2023/08/21/son-dakika-basibos-kopek-sorunu-ile-ilgili-baskan-erdogandan- net-mesaj-takipcisiyim-geregini-yapacagiz;.(Erişim tarihi: 27.08.2023); https://www.gazeteduvar.com.tr/tbmm-ulke-ulke-inceledi-avrupa-sahipsiz-hayvanlara-nasil-cozum-buluyor-galeri-1634098.(Erişim tarihi: 27.08.2023).
[35] *"Yeterli bilgi ve sevgi ile yaklaşıldığında her hayvan eğitilebilir.";* https://www.haytap.org/tr/sokak-hayvanlar-hakknda-bilinen-12-yanl-bilgi #:~: text= Yeterli %20bilgi %20ve%20sevgi %20 ile,ve % 20ha %C5%9Ferelerin%20evlere%20girmesini%20engellerler. (Erişim tarihi: 24.08.2023). Sokak köpeklerinin de eğitiminin mümkün olduğu hakkında bkz. https:// www. sabah .com .tr / cumartesi / 2009 /05 /16 / sokak_ hayvanlari_da_ egitilebilir. (Erişim tarihi: 24.08.2023). Bu hususta ayrıca bkz. https://www.kopekegitimokulu.net/sokak-kopegi-egitmeni-var-mi/(Erişim tarihi: 24.08.2023).

yerel yönetimler ile eşgüdümlü olarak yaparlar.". Bu düzenlemeden anlaşılanın, saldırgan sokak köpeklerinin eğitilmesinde yerel hayvan koruma görevlilerinin önemli bir yere sahip bulunduğu olduğunu söylemek mümkündür. Bununla birlikte, söz konusu faaliyetin de yerel yönetimlerle eşgüdümlü olarak yapılacağı kuşkusuzdur. 5199 sayılı Kanun-md. 18/2'ye paralel bir düzenleme olan Yönetmelik-md.11'de ise, *"(1) Yerel hayvan koruma görevlileri; a) Bölge ve mahallerindeki sahipsiz hayvanların özellikle kedi ve köpeklerin bakım ve aşılarının yapılması, aşılı hayvanların işaretlenmesinin sağlanması, bölgedeki hayvanların kısırlaştırılması ve aşılandıktan sonra geri bırakılmak veya sahiplendirilmek üzere belediye tarafından kurulan geçici bakımevlerine gönderilmesi gibi yapılan tüm faaliyetler kapsamında yerel yönetimlerle eşgüdüm sağlamakla,"* denmek suretiyle yerel hayvan koruma görevlilerinin saldırgan sokak köpeklerinin eğitiminden bahsedilmemiş olmasının önemli bir eksiklik olduğu söylenebilir, zira kanunda bahsedilen eğitim faaliyetinin Yönetmelik'te daha ayrıntılı şekilde ele alınması söz konusu faaliyetin etkinliğini artırabilecektir. İdarenin burada düzenleme yetkisini[36] kullanırken sokakta yaşayan sahipsiz köpeklerden saldırgan olanların eğitilmesi hususundan Yönetmelik-md. 11'de hiç bahsetmemek yerine, kanundaki hükmü *"yorumlama"* ve *"açıklama"*[37] suretiyle, kanun hükmünün uygulanmasının sağlanmasına yönelik bir düzenleme yapması daha isabetli olabilirdi.

Bununla birlikte, Yönetmelik'te düzenlenmemiş olsa da yerel hayvan koruma görevlilerine, yerel yönetimlerle eş güdümlü olarak yapmak üzere verilmiş olan saldırgan köpeklerin eğitilmesi görevi kanun hükmüyle verilmiştir ve idare hukuku açısından kamu hizmeti olarak nitelenebilecek olan bu görevin kamu hizmetinin hukuki rejimine uygun şekilde idarece sürekli[38] olarak ve değişkenlik ilkesini[39] gözeterek yerine getirilmesi gerekmektedir. Danıştay da idarenin sahipsiz hayvanlarla ilgili görevlerini kamu hizmetlerinin hukuki rejimi içinde ele aldığı kararlarında, söz konusu görevler arasında sokak köpeklerinden saldırgan olanlarının eğitimini de saymaktadır[40]. Bu açıklamalar ışığında, örneğin, yerel yönetimlerin yerel hayvan koruma görevlilerine saldırgan köpeklerin eğitimi hususunda eğitim veren programlar uygulaması ve bu programları uygularken de değişen koşulları ve teknolojiyi de göz önüne alması gerekmektedir. Bunun yanı sıra 5199 sayılı Kanun'da genel olarak hayvanların eğitimi ile ilgili bir düzenleme olan 11. madde hükmünün de kamu hizmetinin gereği gibi yerine getirilebilmesi için göz önünde bulundurulması gerekmektedir. Söz konusu hükümde genel olarak hayvanların eğitilmesinde yasaklanan yöntemlerden bahsedilmektedir. Buna göre, *"Hayvanlar, doğal kapasitesini veya gücünü aşacak şekilde veya yaralanmasına, gereksiz acı çekmesine, kötü alışkanlıklara özendirilmesine neden olacak yöntemlerle eğitilemez."*.

Görüldüğü gibi, idarenin sahipsiz sokak hayvanları ile ilgili olarak birçok görevi bulunmaktadır. Genel olarak idarenin görevlerini yerine getirmediği ya da gereği gibi yerine getirmediği her durum ise idare hukuku açısından hizmet kusuru sayılmakta ve idarenin hizmet

[36] İdarenin düzenleme yetkisi hakkında ayrıntılı bilgi için bkz. Ulusoy, 286 vd.

[37] Ulusoy, s. 286.

[38] Kamu hizmetinin, "*karşıladığı toplumsal ihtiyacın sürekliliğine koşut olarak yerine getirilmesi"* olarak açıklanabilecek olan süreklilik ilkesi; kural olarak kamu hizmetinin kesintisizliği ile eş anlamlı olmamakla birlikte, bazı kamu hizmetleri açısından süreklilik ilkesi kesintisizlik anlamına gelmektedir. Bu hususta bkz. Atasayan, M. G. *Kamu Hizmetlerinin Süreklilik ve Düzenlilik İlkesi*, On İki Levha Yayıncılık/İstanbul, 2012, 67-68.

[39] Kamu hizmetinin değişkenliği ilkesi, kamu hizmetinin *"değişen ve gelişen koşullara ve teknik verilere kendilerini uydurmak"* zorunluluğu olarak açıklanmaktadır; Günday, M. *İdare Hukuku,* İmaj Yayınevi/Ankara, 2011, 335.

[40] Örnek karar için bkz. *"...sahipsiz hayvanların, başta köpekler olmak üzere, ..., saldırgan olanlarının eğitilmesi ..vb. birtakım görev ve sorumlulukların valiliklere ve il belediyelerine ait olduğu anlaşılmaktadır...Kamu idareleri yapmakla yükümlü bulundukları hizmetleri gereği gibi ifa etmekle beraber bu hizmetin işleyişini sürekli olarak kontrol etmek ve hizmetin yürütülmesi sırasında gerekli önlemleri almakla da yükümlüdür..."*; D8D, E. 2018/3822, K. 2022/5008, KT.21.09.2022; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023).

kusuru sonucu oluşan zararları tazmin etme yükümlülüğü bulunmaktadır[41]. Bu açıklananlar, idarenin sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerle ilgili görevleri açısından da geçerli olup, Danıştay da, sokak köpeklerinin saldırıları sonucu idare aleyhine açılan davalarda idarenin sorumluluğunu hizmet kusuru çerçevesinde ele almakta ve ortaya çıkan maddi ve manevi zararların idarece tazminine karar vermektedir[42]. Bununla birlikte, idarenin en önemli görevlerinden birinin saldırgan sokak köpeklerinin eğitilmesi görevi olduğunu söylemek mümkündür. Zira, bu suretle hem saldırgan köpeğin hakları korunmuş olacak, hem de söz konusu köpeğin çevreye verme ihtimali olan zararlar gerçekleşmeyecek ve sahipsiz sokak köpekleri insanlar ve diğer canlılarla uyum içinde yaşayabilecektir[43].

[41] Hizmet kusurunun ortaya çıktığı haller Danıştay içtihadında ve doktrinde *"hizmetin kötü işlemesi", "hizmetin geç işlemesi"* ve *"hizmetin hiç işlememesi"* olarak kabul edilmektedir. Örnek karar için bkz. *"...İdarelerin hizmet kusuru nedeniyle sorumlu tutulabilmeleri için öncelikle ortada bir zararın bulunması, bu zararın kesin, güncel ve meşru bir zarar olması ve zarar ile idarenin eylem ve işlemi arasında nedensellik bağının bulunması gerekmektedir. İdarelerin yürütmekle görevli olduğu bir hizmetin kuruluşunda, düzenlenişinde veya işleyişindeki nesnel nitelikli bozukluk, aksaklık veya boşluk olarak da tanımlanabilen hizmet kusuru; hizmetin kötü işlemesi, geç işlemesi veya hiç işlememesi hallerinde gerçekleşmekte ve idarenin tazmin yükümlülüğünün doğmasına yol açmaktadır. Bu bağlamda hizmet kusuru, özel hukuktaki anlamından uzaklaşarak nesnelleşen, anonim bir niteliğe sahip, bağımsız kar(a)kteri olan bir kusurdur. Hizmet kusurundan dolayı sorumluluk, idarenin sorumluluğunun doğrudan doğruya ve asli nedenini oluşturmaktadır...";* D10D, E. 2016/15108, K.2021/4054, KT.14.09.2021; https://www.hukukturk.com; (Erişim tarihi: 24.08.2023); Örnek görüş için bkz. Günday, 368-373; Gözübüyük ve Tan, 742-743, 744-747; Yıldırım ve Çınarlı 417-419; Ulusoy, 570.

[42] *"...in sokak köpeklerinin saldırısına uğraması sonucu yaralanması nedeniyle uğranıldığı iddia edilen ... TL maddi ve ... TL manevi zararın tazmini istemiyle açılan davada; kamu hizmetinin işleyişindeki yetersizlik, aksaklık ve düzensizliğin hizmet kusuru oluşturduğu ve dolayısıyla sokak köpeklerinin saldırması sonucu meydana gelen ve devlet tarafından karşılanmayan ... TL maddi zararın karşılanması gerektiği, öte yandan duyulan elem ve ızdırabın kısmen giderilmesine dönük olarak .... manevi tazminatın davalı idarece ödenmesi gerektiği...anılan kararın onanmasına..."*; D8D, E. 2010/3241, K.2010/3782, KT.25.06.2010; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023); *"...Yukarıda belirtilen mevzuat ve dosyanın birlikte değerlendirilmesinde; sahipsiz hayvanların, öncelikle köpeklerin saldırgan olanlarının eğitilmesi ve sahiplendirilmeleri için hayvan bakımevleri kurma görevinin belediyelere ait olduğu anlaşılmaktadır...Kamu idareleri yapmakla yükümlü bulundukları hizmetleri gereği gibi ifa etmekle beraber bu hizmetin işleyişini sürekli olarak kontrol etmek ve hizmetin yürütülmesi sırasında gerekli önlemleri almakla da yükümlüdür. İdarenin bu yükümlülüğünü yerine getirmemek suretiyle hizmetin kötü veya geç işlemesi, gereği gibi işlememesi sonucu bir zarara sebebiyet verilmiş olması halinin hizmet kusuru nedeniyle idareye meydana gelen maddi veya manevi zararları tazmin sorumluluğu yükleyeceği idare hukukunun yerleşmiş ilkelerindendir..."*; D8D, E. 2011/1249, K. 2015/2041, KT.19.03.2015; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023); *"...sahipsiz hayvanların, başta köpekler olmak üzere, korunması, bakım ve gözetimi, saldırgan olanlarının eğitilmesi ve sahiplendirilmeleri, hayvan bakımevlerinin kurulması vb. birtakım görev ve sorumlulukların valiliklere ve il belediyelerine ait olduğu anlaşılmaktadır...Kamu idareleri yapmakla yükümlü bulundukları hizmetleri gereği gibi ifa etmekle beraber bu hizmetin işleyişini sürekli olarak kontrol etmek ve hizmetin yürütülmesi sırasında gerekli önlemleri almakla da yükümlüdür. İdarece bu yükümlülüğünün yerine getirilmemesi suretiyle hizmetin kötü veya geç işlemesi ya da gereği gibi işlememesi sonucunda bir zarara sebebiyet verilmiş olmasının, idareye hizmet kusuru nedeniyle meydana gelen maddi veya manevi zararları tazmin sorumluluğu yükleyeceği idare hukukunun yerleşmiş ilkelerindendir... Bu durumda; olayda hizmet yükümlülüğü bulunan ... Valiliği ve davalı ... Belediye Başkanlığı'nın kamu hizmetinin örgütlenmesinde, denetlenmesinde ve gerekli önlemlerin alınmasında yükümlülüklerini gereği gibi yerine getirmediği ve kişilerin kamusal alanda güven içinde yaşamasını sağlayan önlemleri yeterince almadığı anlaşıldığından kusur sorumluluğunun bulunduğu açıktır...."*; D8D, E. 2018/3822, K. 2022/5008, KT.21.09.2022; https://www.lexpera.com.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023). Benzer yönde karar için bkz. D8D, E. 2020/7528, K.2021/1532, KT.12.03.2021; https://www.hukukturk.com; (Erişim tarihi: 24.08.2023). Bu hususta ayrıca bkz. Eraslan, 100; Kırışık ve Öztürk, 370.

[43] Benzer bir şekilde, insanların hayvanlarla ilişkisinde hak temelli bir yaklaşımdan hareket etmesi gerektiği, belirtilmektedir. Ayrıntılı bilgi için bkz. Akıllı, 113.

6. SONUÇ

Sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerle ilgili olarak, hem Türkiye'de hem diğer ülkelerde mevzuatta değişiklikler yapılarak, ortaya çıkan sorunlara çözümler getirilmeye çalışılmaktadır. Bu noktada, günümüzde özellikle Avrupa Birliği üyesi ülkelerde sahipsiz köpeklere barınaklarda bakılmakta ya da bu köpekler sahiplendirilmekte veya uyutulmaktadır. Böylece söz konusu ülkelerde sokaklarda sahipsiz köpeklere çoğunlukla rastlanmamaktadır. Türkiye'de ise, sahipsiz köpeklerin rehabilite edilmesinin ardından alındıkları ortama bırakılması sistemi mevcut olduğundan, sokaklarda çok sayıda sahipsiz köpeğe rastlanmakta ve bu köpekler zaman zaman insanlara ve diğer canlılara oldukça ciddi zararlar verebilmektedir. Bu sebeple de, son günlerde bu hususta mevzuat değişikliği yapılması yönündeki düşünceler yeniden gündeme gelmiştir.

Bununla birlikte, Avrupa Birliği üyesi ülkelerin bazılarında sahiplendirilemeyen hayvanlar açısından uygulanmakta olan uyutulma yönteminin, hayvan haklarına aykırı bir yöntem olduğunun altı çizilmelidir. Bu noktada, Almanya'da uygulanan sistem, sahipsiz köpekler sahipsiz olduğu için uyutulmayıp, barınaklarda bakılmaya devam ettiği için iyi bir yöntem olarak ele alınabilir. Ancak, bu durumda da söz konusu hayvanların özgürlükleri kısıtlanmış olacaktır. Bu sebeple, sokaklarda yaşayan sahipsiz köpeklerden saldırgan olanların eğitilmesi hususunun daha işlevsel açıdan ele alınması gerekmektedir. 5199 sayılı Kanun'da yer alan ve esas olarak yerel hayvan koruma görevlilerine yerel yönetimlerle eş güdümlü olarak yapmak üzere verilmiş olan bu görevin Yönetmelik'te de ayrıntılı olarak açıklanarak düzenlenmesi ve idarenin de söz konusu kanun hükmü doğrultusunda faaliyet göstermesi gerekmektedir.

Artan sahipsiz köpek nüfusu karşısında bu köpeklerin toplanarak kısırlaştırılması, aşılanması ve benzeri görevler oldukça önemli olmakla birlikte, söz konusu köpeklerin uzman görevliler tarafından eğilmesi de yaşanan sorunların azalmasına katkı sağlayacaktır. Bu doğrultuda mevzuatta da daha ayrıntılı düzenlemelere yer verilmesi, idarenin saldırgan köpeklerin eğitimi hususundaki faaliyetlerine hukuki bir dayanak sağlaması açısından önemlidir.

Sonuç olarak, modern devlette idarenin en önemli görevlerinden biri insan onurunu ve yaşamını korumak ve bunun yanında diğer tüm canlıların ve çevrenin korunmasını sağlamaktır. Tüm insanların çevresi ile uyum içinde yaşayabilmesinin en önemli adımlarından biri ise eğitimdir ve bu husus saldırgan sokak köpekleri açısından da geçerlidir.

KAYNAKÇA

Akıllı, H. Belediyelerin Sokak Hayvanlarına Yönelik Görev ve Sorumluluklarının Değerlendirilmesi, Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Temmuz, 27, 3, 2018.

Akkoyunlu, S. A. Mahalli İdarelerin Sokak Köpeklerinin Verebileceği Zararlar ile İlgili Yükümlülükleri ve Bu Yükümlülüklerin Mahalli İdareler Arasındaki İlişkiler Bakımından Değerlendirilmesi, Dicle Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 27, 46, 2022.

Atasayan, M. G. *Kamu Hizmetlerinin Süreklilik ve Düzenlilik İlkesi*, On İki Levha Yayıncılık/İstanbul, 2012.

Aydoğdu M. ve Meral O. Sahipsiz Köpeklerin Popülasyonunun Kontrol Altına Alınması ve Buna İlişkin Hukuki Altyapının Oluşturulması, Dokuz Eylül Hukuk Fakültesi Dergisi, Prof. Dr. Durmuş TEZCAN'a Armağan, 21, Özel Sayı, 2019.

Çelebi, Ö. Kişi ve Eşya Ayrımı Bağlamında Hayvanların Hukuki Statüsü, İstanbul Hukuk Mecmuası,76, 2, 2018.

Demirci, K. Türkiye'de Hayvan Yaşam Kalitesi ve Mevzuatı, ETÜSBED, Ekim, 9, 2019.

Dodurka, T. *AB Hayvan Koruma Stratejileri Türkiye'ye Model Olabilir mi?,* 1. Sokak Hayvanları Refahı Kongresi, 15-16, Ataşehir, 2016.

Eraslan, Y. Türkiye'de Sahipsiz Köpek Saldırılarında İdarenin Hukuki Sorumluluğu, Türk İdare Dergisi, Aralık, 94, 495, 2022.

Gözübüyük, A.Ş. ve Tan, T. *İdare Hukuku Cilt I,* Turhan Kitabevi/Ankara, 2013.

Günday, M. *İdare Hukuku,* İmaj Yayınevi/Ankara, 2011.

Kırışık, F. ve Öztürk, K. Şiddet Haberlerinden Hayvan Haklarına, Sahipsiz Köpek Sorunu, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 69, 2021.

Memiş, E. *Çevre ve Çevre İdare Hukuku (Teorik ve Pratik)*, Filiz Kitabevi/İstanbul, 2006

Özay, İ. *Günışığında Yönetim*, Alfa Yayınları/İstanbul, 1996.

Turgut, N. *Çevre Hukuku*, Savaş Yayınevi/Ankara, 2001.

Ulusoy, A.D. *Yeni Türk İdare Hukuku*, Yetkin Basımevi/Ankara, 2021.

Uyumaz, A. Bir Hukuk Sorusalı Olarak Güncel Gelişmeler Işığında Türkiye'de Hayvan Hakları, Gazi Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 20, 3, 2016.

Voslář˘vá, E. ve Passantino, A. Stray Dog and Cat Laws and Enforcement in Czech Republic and in Italy, ANN IST SUPER SANITÀ, 48, 1, 2012.

Yıldırım, R. ve Çınarlı, S. *Türk İdâre Hukuku Dersleri C. 2,* Adalet Yayınevi/Ankara, 2022.

https://www.gazeteduvar.com.tr/tbmm-ulke-ulke-inceledi-avrupa-sahipsiz-hayvanlara-nasil-cozum-buluyor-galeri-1634098. (Erişim tarihi: 27.08.2023).

https://www.haytap.org/tr/kopek-durup-dururken-saldirmaz; (Erişim tarihi: 24.08.2023).

https://www.haytap.org/tr/sokak-hayvanlar-hakknda-bilinen-12-yanl-bilgi #:~: text= Yeterli %20bilgi %20ve%20sevgi %20 ile,ve % 20ha %C5%9 Ferelerin %20evlere%20girmesini%20engellerler. (Erişim tarihi: 24.08.2023)

https://kisadalga.net/haber/detay/erdogandan-sokak-kopekleri-sorusuna-yanit-yasa-uzerine-calisiyoruz- avrupa-nasil-cozduyse-ayni-uygulamalari-hayata-gecirecegiz_79217.(Erişim tarihi: 27.08.2023).

https://www.kopekegitimokulu.net/sokak-kopegi-egitmeni-var-mi/(Erişim tarihi: 24.08.2023).

https://www.pau.edu.tr/dcuam/tr/sayfa/hayvan-haklari-evrensel-bildirgesi; (Erişim tarihi:

27.08.2023).

https:// www. sabah .com .tr / cumartesi / 2009 /05 /16 / sokak_ hayvanlari_da_ egitilebilir. (Erişim tarihi: 24.08.2023).

https://www.sabah.com.tr/gundem/2023/08/21/son-dakika-basibos-kopek-sorunu-ile-ilgili-baskan-erdogandan- net-mesaj-takipcisiyim-geregini-yapacagiz;.(Erişim tarihi: 27.08.2023).

https://sozluk.gov.tr; (Erişim tarihi: 24.08.2023).

İSTİKLAL YOLUNDA KADIN İZLERİ: KADIN MİTİNGLERİ

TRACES OF WOMEN ON THE ROAD TO INDEPENDENCE: WOMEN'S MYTHS

Doç. Dr. Sibel AKOVA HAVALI
Yalova Üniversitesi
ORCID 0000-0001-7680-7394

Dr. Abdülbeşir CEYLAN
Maltepe Üniversitesi
ORCID: 0000-0002-4629-3297

ÖZET

Varlık gösterdikleri coğrafyalarda, yaşam süreçleri dahilinde esaret altında yaşamayı yaşam onurları ile bağdaştırmayan Türk Milleti, tarihin hemen her döneminde zorlu ve kanlı bağımsızlık mücadeleleri vererek, tarihsel süreç içerisinde bitimsiz kahramanlıklar sergilemişlerdir. Hür yaşama düsturu ile yaşamlarını idame ettiren Türk halkı, karşılaştıkları ihanet ve zorluklara rağmen, esaretin bedelini yaşamlarını ile mübadele ederek, bağımsızlık mücadelelerinde mutlak suretle başarıya ulaşmışlardır. Şüphesizdir ki Türk halkının onur ve bağımsızlık mücadelelerinde toplumun her kesiminden ve hemen her yaş popülasyonuna mensup bireyinin çabaları başat önem arz etmektedir. Bu sebeple, işgal ve savaş gibi Türk halkının buhranlı günlerinde, Türk kadınının azmini, cesaretini, fedakarlığını, kahramanlığını ve bağımsızlık motivasyonu ile kararlılığını göz ardı etmemek yerinde olacaktır. Zira devlet hayatından toplumsal yaşama değin her alanda aktif rol üstlenen Türk kadınını yok saymak, Türk halkının bağımsızlık mücadelelerini doğru okuma ediminden uzak olacaktır. Bilhassa Türk halkının var olma çabalarından en elzem olanı olarak kayıtlanan Kurtuluş Savaşı yolunda verilen İstiklal Mücadelesinde Türk kadınının izlerini en derin şekli ile görmek mümkündür. Zafere ulaşılan yolda Milli Mücadelenin doğru okunması adına Türk kadınının izlerini somut örnekler ile irdelemek, çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Ayrıca, Türk halkının varoluş mücadelesinde başarıya ulaşılmasında Türk kadınının azımsanamayacak niteliğe sahip çabalarının ulusumuzun Kurtuluş Mücadelesinde elzem bir öneme sahip olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Yaşamsal süreç içerisinde hiçbir cepheden kaçmayan ve mücadele eden Türk kadını, vatan topraklarının müdaafası noktasında da cephede bizatihi yer alarak, aynı zamanda cephe gerisinde de fedakarlıkla yaşamını vatan topraklarına adamıştır. İstiklal yolunda kadın izlerinin ilk izdüşümleri niteliğini haiz olan mitingler, milli mücadele döneminin halkın bütünleşmesini sağlama ve farkındalık yaratma noktasında büyük önem arz etmektedir. Çalışma dahilinde, Kurtuluş mücadelesi içerisinde Türk kadınının miting faaliyetleri irdelenerek, çalışma ile literatür içerisinde niceliksel bağlamda az sayıda yer alan çalışmalara katkı sağlayacağı inanç ve motivasyonu, çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Türk Kadını, Milli Mücadele, Büyük Taaruz.

ABSTRACT

The Turkish Nation, which does not associate living in captivity with the dignity of life in the geographies where they exist, has displayed endless heroism in the historical process by giving difficult and bloody struggles for independence in almost every period of history. The Turkish people, who lead their lives with the motto of free living, have achieved success in their struggle for independence by exchanging the price of captivity with their lives, despite the betrayal and difficulties they have faced. There is no doubt that the efforts of individuals from all walks of life and from almost all age groups are of paramount importance in the struggle for honor and independence of the Turkish people. For this reason, it would be appropriate not to ignore the determination, courage, self-sacrifice, heroism, independence motivation and determination of the Turkish women in the depressed days of the Turkish people such as occupation and war. Because ignoring the Turkish women, who take an active role in every field from state life to social life, will be far from the act of reading the independence struggles of the Turkish people correctly. It is possible to see the traces of Turkish women in their deepest form, especially in the War of Independence, which is recorded as the most essential effort of the Turkish people to exist. Examining the traces of Turkish women with concrete examples in order to read the National Struggle correctly on the way to victory constitutes the main problematic of the study. In addition, it would be appropriate to state that the efforts of Turkish women, which cannot be underestimated, for the success of the Turkish people's struggle for existence, are of essential importance in the Independence Struggle of our nation. The Turkish woman, who did not run away from any front and struggled in the process of life, took part in the defense of the homeland at the front and at the same time devoted her life to the homeland with sacrifice behind the front. The rallies, which are the first projections of women's traces on the road to independence, are of great importance in terms of ensuring the integration of the people of the national struggle period and creating awareness. Within the scope of the study, the rally activities of Turkish women in the struggle for liberation are examined and the belief and motivation that they will contribute to the studies that are included in the quantitative context in the study and literature constitute the main starting point of the study.

Keywords: Turkish Women, National Struggle, Great Offensive.

GİRİŞ

Bir ulusun en meşakkatli, en kanlı ve en cansiperhane örneklerinden biri olan Milli Mücadele ve var olma çabasının en acı örneklerinden birini oluşturan Kurtuluş Savaşı, kamuoyu oluşturmak suretiyle bir milletin bağımsızlık mücadelesinin en somut ve başarılı örneğini temsil etmektedir. Kamuoyu olgusunun inşa edilmesinin önemi geçmişten günümüze ulusların bilhassa sosyo-ekonomik ve siyasal yaşamlarında etkin rol oynamıştır. Toplumların değişimi ve dönüşümü adına genel itibariyle anayasal yapıya, sosyal düzenin istikrarına, demokratik katılım taleplerinin karşılanmasına gibi örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok farklı konuda gerçekleştirilen miting olgusu, toplumsal yaşam içerisinde bireylerin tebaa konumundan vatandaş düzeyine erişmesine önemli katkılar sağlamaktadır. II. Meşrutiyet dönemi ile Türklerin ve dahi İslam inancına mensup toplumların toplumsal, kültürel ve siyasi

yaşamlarının önemli bir parçası haline gelmiştir. II. Meşrutiyet Dönemi itibariyle tarihsel süreç içerisinde dönem dönem cılız örneklerinin yer aldığı miting hareketi, Milli Mücadele Dönemi ile birlikte bir ulusun yeniden doğuşunun en önemli itici gücü haline gelmiştir.

Ulu Önderimiz Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK'ün 19 Mayıs 1919 tarihinde Samsun'a çıkışı ile birlikte, Türk tarihinin dönüm noktasına gelinmesi ile birlikte, miting hareketleri Türk sosyal ve siyasi hayatına müdahil olmuş ve kök salmıştır. 19 Mayıs 1919 ile 24 Temmuz 1923 (Lozan Sulh Muahedenamesi-Antlaşması) tarihleri olarak anılan Milli Mücadele döneminde, miting hareketlerinin tarihsel süreç içerisinde yer edinmesi, Türk ulusunun kurtuluş hareketleri adına birer kıvılcım olma niteliğini göstermişlerdir. Ancak, İstiklal Mücadelesi döneminde gerçekleştirilen miting hareketlerinin muadilleri olan ve anayasal yapıya, sosyal düzenin istikrarına, demokratik katılım taleplerinin karşılanmasına gibi sebeple gerçekleştirilen miting hareketlerinden önemli bir farkının söz konusu olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Zira, İstiklal Mitingleri olarak addedilmesinin mümkün olduğu dönemin miting hareketleri, nefsi müdafaa, hayatta kalma çabası, bir ulusun uyanışı ve vatan topraklarının savunulması adına Türk ulusunun bilinçlendirilmesi, kenetlenmesi ve işgal güçlerine karşı farkındalık sağlanması ve türevleri başta olmak üzere hayati meseleler adına gerçekleştirilmiştir.

Farklı coğrafyalarda gerçekleştirilen Teba konumundan sıyrılıp birer birey olma hatta daha farklı bir anlatım ile vatandaş olma arayışı ve kazanımı adına gerçekleştirilen mitingler, Milli Mücadele döneminde bireylerin birer cemiyet içerisinde yer edinme çabasındaki keskin çizgileri ve dönüşümleri de ifade etmektedir. Cemaat konumlandırmasından mücadele ve birlik tutum ve davranışları ile cemiyet olma niteliğini kazandıran miting olgusu, birey ve toplumların demokratik yaşam süreçlerine azımsanamayacak nitelikte katkılar sunmaktadır. Bilhassa günümüzün Türkiye'sinin oluşumunda ve Meşrutiyet Dönemi'nden bir devrim niteliğini haiz olan Cumhuriyet dönemine değin diğer bir anlatımla Modern Türkiye'nin doğuşunda, doğum sancıları olarak addedilebilecek olan mitingler, milli egemenliğe dayanan Cumhuriyet rejiminin de itici gücünü oluşturmaktadır. Demokratik, kültürel, sosyal, ekonomik, politik gibi örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu pek çok alanda, örgütlü ve planlı olarak gerçekleştirilen ve temel unsurunun merkezine halkın alındığı, devletlerin milli yapılarının gelişimine ve değişimine azımsanamayacak nitelikte katkılar sunan mitingler, toplumsal hareketliliğin belirleyicisi ve ulusların yapılarının önemli bir dönüştürücüsü olma niteliğini taşımaktadır.

Toplumsal hafızanın tarihsel süreç içerisinde değişimlere uğramasını mümkün kılabilen halk hareketleri olan mitingler, gücüne ve niteliğine koşut olarak milli yapının ve sosyal, günlük, ekonomik ile siyasal yaşamın belirleyicisi olabilmektedirler. Kamuoyu ve gündem oluşturma adına da önemli roller üstlenen halk hareketleri olan mitingler, otoriter rejimlere, yönetim erklerine ve siyasal iktidarlara karşı toplumun taleplerini, hemfikir olunan amaçlarını ve ulusların gelecek kaygılarını ifade etmelerinin en etkin yöntemlerinden birini oluşturmaktadır. İlgili nedenlerin varlığını kabul etmek ile birlikte, milli bilincin oluşması ve kamuoyunun birleştiği konuları dönemin iktidarına ve işgal güçlerine beyan etmek adına gerçekleştirilen mitingler, istiklal yolunda atılan köklü adımların ve Türk toplumunun kimlik kazanmasında başat rol üstlenmektedirler.

KAMUOYU OLGUSUNUN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Birey ve toplumların bir arada yaşama pratikleri geliştirdikleri sosyal yapı içerisinde, belirli süreçler dahilinde, toplum içerisindeki farklı renklerin, farklı seslerin ve farklı tonların varlık göstermesi ile birlikte tartışmalı durumların baş göstermesi neticesinde, toplumun bütünü veya bütününe yakın kesimin benimsediği ortak kanaat ve görüşlerin ifadesi olarak addedilen kamuoyu kavramının, ilk kullanımının 18. yüzyılda değin uzandığını ifade etmek yerinde olacaktır. Ancak, kamuoyu kavramının Montaigne ile birlikte Fransızca bir kavram olarak, I'opinion publique şeklinde kullanılarak, literatüre dahil edildiğini ifade etmek yerinde olacaktır. Kamu hareketliliği durumunun önemli bir sonucu olarak kamuoyu, mevcut bir düşüncenin yaygınlaştırılması ve geniş halk kitleleri tarafından benimsenmesini sağlamak adına toplumu oluşturan bireylerin, ilgili düşünce etrafında toplanmasının sağlanması şeklinde addedilmektedir. Latince dilinde yer edinen publicus ile opinion kavramlarının bir araya gelmesi ile oluşturulan kamuoyu (Publicopinion) kavramı, literatür dahilinde birbirlerinde farklı tanımlamalar ile dikkat çekmektedir.

Amme efkarı, halk efkarı ve Efkar-ı Umumiye sözcük öbekleri ile kavramsallaştırılmaya çalışılan kamuoyu kavramı, Osmanlı Türkçe'sinde de kendine yer açma başarısını göstermiştir. Toplumun genel kanaatini merkeze alarak hemfikir olunan bir olgu, görüş veya durum hakkında seslerin yükseltilmesini mümkün kılan kamuoyu kavramı, kamunun yani toplumun genelinin dikkatinin ilgili durum etrafında yoğunlaşmasını mümkün kılmaktadır. Dilimizde grup ve topluluk kavramları ile anlamlandırılan kamu kavramı, fikir, tutum, görüş ve kanaat anlamlarına karşılık gelen oy teriminin birleşmesinden müteşekkil olan kamuoyu olgusu, kamuyu ilgilendiren kamuya dair olan kanıların ve görüşlerin toplamını oluşturmaktadır. Kamuoyu minvalinde değerlendirildiğinde, birey ve toplumların güncel, sosyal, siyasi, kültürel ve ekonomik başta olmak üzere örneklerinin çoğaltılmasının mümkün olduğu birçok alanda tutumlarının anlatımı olarak addedilen kamuoyu, halka dair ve toplumların mevcut durumlarından gelecek inşalarına değin hemen her bir konuda olabileceği gibi, halkın bütününe yönelik bütüncül bakış açılarını kapsamaktadır.

Kamuoyunun bütüncül bakış açısı ile irdelediği konu ve olaylar bütünü, Machiavelli[1] (1999: 100) tarafından "halkın sesi" şeklinde ifade bulmaktadır. Alport[2] (1937:13) ise kamuoyu kavramını, "bireylerin doğrudan ya da dolaylı bir biçimde hedef ve ihtiyaçlarına erişmek adına karar alma, tutum ve davranışları yerine getirme (uygulama yeteneğinin kazanımı) gücü, kararlılığı ve isteği çerçevesinde, belirli görüş ve düşünceleri veya bireyler ile kurumları onaylama veya red etme, destekleme ya da karşı çıkma şeklinde karşıtlıklar içerisinde, süregelen gelişmeler" biçiminde ifade etmektedir. Bir toplum içerisinde varlık gösteren birey ve toplumların aynı inanç, düşünce, misyon, motivasyon ve istekler içerisinde olmaları ile temellenen kamuoyu olgusu, belirli hedeflerin yerine getirilmesi meselesinde başarı elde edilmesi konusunda büyük katkılar sağlamaktadır. Zira ortak amaç, dikkat ve ilgi alanları doğrultusunda bir araya gelen bireyler, kamu kavramının temelini oluşturmaktadır.

Tekil olarak gerçekleştirilen eylemlerin başarı olasılığı oransal bağlamda daha düşük iken kitlesel veya birlikte hareket edilerek alınan kararların sonuçlarının daha gerçekçi ve daha etkin

[1] Machiavelli, N. (1999). "*Prens"*, Çeviren: Alev Tolga. Say Yayınları, İstanbul.
[2] Allport F. H. (1937). *Toward A Sciense Of Public Opinion: Public Opinion Quarterly"*, American Association for Public Opinion Research, Vol. 1, Isseu 1, 7-23.

ve dahi daha hızlı şekilde sonuçlandığını ifade etmek yerinde olacaktır. Şüphesizdir ki kamuoyu ile elde edilmeye çalışılan sonuçların en temel amacı toplumsal fayda ilkesidir. Aynı zamanda kamuoyu olgusu ile toplumsal yapı dahilinde karşılıklı bir etkileşim durumu söz konusu olmaktadır. Toplumsal yapı içerisinde mevcut olan karşılıklı etkileşim sürecinde tesis edilen ve toplumsal huzur ve barışın sağlanması adına önem arz eden hemfikirlik kavramı ile de özdeşleştirilen kamuoyu kavramı, toplumsal birlik ve birlikte yaşam kültürü adına da büyük önem arz etmektedir. Aynı zamanda kamuoyu olgusu birtakım sosyolojik süreçleri de ihtiva etmektedir. Sosyal bir varlık olan insanın kamunun bir parçası olarak addedilen bireylerin, düzeyi görece farklılıklar ihtiva ediyor olsa da aralarında tesis ettikleri iletişim süreçlerinin boyutu da kamuoyu olgusunun oluşum biçimlerini, hızını, yapısını ve süreçlerini de değişikliklere uğratmaktadır.

Ancak, birbirleri ile yoğun düzeyde iletişim süreçlerinin işleyemediği veya işletilemediği kamuoyu süreçlerinin de varlığı yadsınamaz bir gerçeklik olarak addedilmektedir. Birbirleri ile iletişim süreçlerine müdahil olmadan kamuoyunun bir parçası olarak addedilen bireylerin varlığını da göz ardı etmemek gereklidir. Zira, söz konusu iletişim süreçlerine müdahil olmadan kamuoyunun parçası olarak addedilen bireylerin varlığı yığınlar veya kitle terimleri ile ifade edilmektedir. Bu sebeple, kamuoyunu oluşturan bireylerin iletişim biçimleri de kamuoyu teriminin kavramsal çerçevesinin çizilmesini zorlaştırmakta ve ilgili kavramı karmaşık bir bütün haline taşımaktadır. Gerek literatürde gerek ise siyasal, sosyal, ekonomik, kültürel, sanat ve türevleri yapılar dahilinde kamuoyu kavramının farklı biçimlerde anlamlandırılarak tanımlanması da ilgili kavramın karmaşık bir yapıyı uhdesinde barındırmasından kaynaklanmaktadır. Bu sebeple sosyal bilimler alanında yer edinen alanların kamuoyu kavramını tanımlama biçimleri birbirlerinden farklılıklar göstermektedir. Zira her bir disiplin kamuoyu kavramını kendi bakış açıları, kuram ve yaklaşımları çerçevesinde tanımlama ihtiyacını hissetmişlerdir. Toplumun her kesiminden her bir bireyi ihtiva etmesi sebebi ile heterojen bir yapıya sahip olan kamuoyu, toplumsal geçişlerin (transformasyon) küreselleşme olgusu ile artış göstermesi sebebi ile bir yandan çağcıl toplumların gündemini oluştururken öte yandan da akademik disiplinlerin de çalışma alanı haline gelmiştir.

KAMUOYU OLUŞTURMA ARACI OLARAK MİTİNG HAREKETLERİ

Toplumları ve ulusları bir amaç doğrultusunda birleştirmek adına, toplumsal hafıza içerisinde bir bilinç oluşturma çabasını taşıyan miting olgusu, ulusal bir meselenin otoritelere, erklere ve iktidarlara gibi çeşitli güç unsurlarına duyurulması konusunda, halkın bütününü veya büyük çoğunluğunu oluşturan grupların bir araya getirme kabiliyetini haizdirler. Halkın ortak bir akıl yürütmeleri, kamuoyu yaratmak, gündem oluşturmak ve tek bir amaç adına hareket edilmesini sağlamak adına yürütülen toplumsal hareketler olarak addedilmekte olan mitingler, ulusal bir mesele olarak tanımlanmaktadırlar. Toplumsal hafızanın oluşturulması adına da katkı sağlayan miting olgusu, birey ve ulusların kimlik arayışlarında da büyük önem arz etmektedir. Kamuoyu oluşturma bağlamında kitlesel bir hareket niteliğini taşıyan mitingler, hareketin katılımcılarının birleştikleri unsurlara ve taşıdıkları eğilimlere dikkat çekilmesi konusunda fayda sağlamaktadırlar. Aynı zamanda mitingler, demokratik süreçler dahilinde ulusal bir bakış açısının kazanımını mümkün kılmaktadırlar.

Temel olarak bir olaya, olguya, duruma, soruna veya müşküle dair dikkat çekmek, haberdar etmek, farkındalık sağlamak, bilinç uyandırmak ve kolektif bir tutum ve davranış kazandırmak adına gerçekleştirilen mitingler, bir durumu protesto etme veya bir olaya karşılık isyan etme ve karşı çıkma şeklinde de yorumlanabilmektedir. Olumsuz algılanan veya olumsuz durumlar yaratabilecek birtakım öngörülen durumlar hakkında kamuoyunun dikkatini çekme niyeti ile gösteri şeklinde düzenlenen ve isteyen her bir bireyin katılımına açık olan mitingler, yoğunluklu olarak açık hava toplantıları olarak addediliyor olsa da kapalı yapılar dahilinde de düzenlenebilmektedirler. Literatüre İngilizce dilinden yer edinen miting kavramı, II. Meşrutiyet Döneminde "İçtimai Umumiye" (Genel toplantı) kavramı ile dilimizdeki karşılığını bulmuştur. "Siyasi fırkaların, cemiyetlerin, kulüplerin, meclislerin ve dahi kurulların genel kurul toplantıları adına da ictimâ-i umûmî (genel toplantı) tabiri kullanılmıştır"[3] (Tunaya, 1984:71). Ağırlıklı olarak ulusal meseleler bağlamında değerlendirilen mitingler, halkı bireyleri ve toplumun bütününü aydınlatmak ve belirli görüş ve fikirleri halka yani toplumun geneline benimsetmek amacını taşımaktadırlar. Halkın ulusal bir konu üzerinde toplumsal hafıza olgusunu göz önüne alınarak gerçekleştirilen toplanma edimi olan mitingler, organize bir faaliyeti de beraberinde getirmektedir. Bir plan ve program dahilinde kitleleri bir araya getirme adına düzenlenen ve durağan bir yapıyı arz eden mitingler, söylem, hitap, sesleniş ve söyleşi unsurları ön plana çıkmaktadır. Çağcıl toplumların kültür ve tarih kronolojisinde başat önem arz eden miting olgusu, demokratik bir toplum anlayışının da bir gerekliliği olarak addedilmektedir. Bu sebeple, gündem oluşturma kabiliyetini haiz olan bir kavram olarak tanımlanan miting olgusu, demokratik toplum anayasal sistemlerinde de yer edinen bir insan hakkıdır. Batı uluslarının önemli bir gücü olan miting, II. Meşrutiyet dönemi itibariyle toplumsal bağlamda yer edinmeye başlamıştır. Hemen hemen tüm kurumlarının modern dönemin yönetim anlayışından uzak bir görünüme sahip olan Osmanlı Devleti'nin, siyasi ve askeri başta olmak üzere gücünü kaybettiği ve en zor zamanları olarak addedilen 20. Yüzyıl dahilinde görülen toplumsal hareketler, Osmanlı İmparatorluğunun hüküm sürdüğü yüzyıllar içerisinde daha önce tecrübe edilmemiş mekanizmaların ve dinamiklerin işlerliğini gündeme getirmiştir.

Söz konusu toplumsal hareketler, şüphesizdir ki dış güçlerin etkileri ile iç çekişmelere dönüşen huzursuzlukların varlığı ile temellenmektedir. Osmanlı İmparatorluğu, çağcıl toplumların müdahil oldukları gelişmeler karşısında nerede ise hemen her konuda stratejisini doğru bir şekilde belirleyememiş ve net bir tavır alamamıştır. Siyasi ve askeri gücünü yitirmekle birlikte, yüzyıllar süresince Osmanlı İmparatorluğu hükümranlığı altında bulunan topraklar ve daha da elzem olanı halklar üzerindeki hakimiyeti gittikçe zayıflamıştır. Hükümranlığın süregeldiği toprakların ve halkların Osmanlı İmparatorluğunun idamesinden ayrılma çabaları ve fiili olarak yaşanan ayrılık hareketleri, bir takım toplumsal hareketlerin yaşanması ile karşılık bulmuştur. Ayrılık hareketleri ile birlikte, bilhassa yeni toplumsal hareketler olarak addedilen, Osmanlı İmparatorluğu hükümranlığı altında olan halklar adına yeni olarak nitelendirilen siyasal katılım biçimleri de gün yüzüne çıkmıştır. Yüzyıllar süresince yönetim bağlamında saat gibi düzenli ve disiplinli bir şekilde işleyen mekanizma zamanla etkinliğini yitirerek, Osmanlı İmparatorluğunun da gelişmelere sessiz kalarak, tepki vermemesi daha doğrusu geçmiş

[3] Tunaya, T. Z., (1984). Türkiye'de Siyasal Partiler, C. 1, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 71.

dönemlerde olduğu gibi basiretli ve kararlı çözüm önerileri geliştirememesi sebebi ile birlikte, güç dengeleri Osmanlı İmparatorluğu'nun aleyhine bir yön izlemiştir.

Ulus bilincinin hızla yayıldığı ve önem kazandığı yüzyıl içerisinde, yeni olarak addedilen siyasal katılım biçimleri hızla önem kazanmış ve farklılaşmıştır. Bilhassa Anadolu topraklarında Osmanlı İmparatorluğu'nun muhalifi olarak konumlanan İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin önderliğinde toplumsal tepki hareketleri yoğun bir hal almıştır. Kitleleri harekete geçirmek ve toplumun dikkatini çekmek adına, II. Meşrutiyet'in ilanı ile birlikte yasal haklarına erişen ve bireyselleşme yolunda önemli mesafeler kat eden halk, itirazlarını "İçtimai Umumiye" (Genel toplantı) ile yani mitingler aracılığı ile dile getirebilmişlerdir. II. Meşrutiyet Dönemi ile yeni siyasal katılım biçimi olarak köklü hale gelen ve anayasal bir hak olarak addedilen miting hakkının temel çıkış noktası ve esin kaynağının Batı coğrafyası olduğunu ifade etmek yerinde olacaktır. Zira, "İngiltere, Fransa ve Amerika Birleşik Devletleri miting hakkının tanınmasına ve yasalaşmasına öncülük etmişlerdir"[4] (Kaboğlu, 2021:115). Bilhassa mitinglere katılım oranlarının yoğun olması, mevcut hükümetin programlarının eleştirilmesinin önünü açarak, halkın güncel olaylara dair konsantrasyonunun da artmasını mümkün kılmıştır. Meydanları dolduran, mevcut yönetime ve işgal güçlerinin tutumlarına dair getirilen eleştiriler ve itirazlar, milli mücadele döneminin en temel yapı taşını oluşturmaktadır.

İSTİKLAL YOLUNDA KADIN İZLERİ: KADIN MİTİNGLERİ

II. Meşrutiyet Dönemi'nden Mondros Mütarekesine değin bir ulusun uyanışının muazzam bir tetikleyici unsuru olan mitingler, asırlar süresince Osmanlı İmparatorluğu hükümranlığı altında yaşamlarını idame ettiren halkın bireyselleşmesini, cemaat konumundan cemiyet olma statüsüne erişimi mümkün kılan demokratik yaşam sürecinin önemli bir adımını oluşturmaktadır. Miting olgusu, II. Meşrutiyet Dönemi ile birlikte "Türk toplum hayatına girmiş, siyasi hayatta toplumun hislerini açıklama tarzı olarak kabul edilmiştir"[5] (Okyar, 1980:96). Meşrutiyet Dönemi ile başlayan ancak olması gereken düzeyde gerçekleşemeyen Osmanlı İmparatorluğu'nun demokratik devlet kültürü, Osmanlı Padişahı II. Abdülhamit döneminde ilan edilmiştir. Söz konusu dönemde, halkların miting meydanlarını doldurduklarını ve yönetime, hükümete ve kurumlarına dair sıkıntılarını toplumsal bağlamda duyurma girişimlerini gerçekleştirdiklerini ifade etmek yerinde olacaktır. Eleştirel bir bakış açısını uhdesinde barındıran miting olgusu, halkın sakınca gördüğü durumlara dair ortak bir akıl yürütülerek, itirazlarını dile getirerek bir çözüm yolunun elde edilmesi amacını taşımaktadır.

Ulusal konularda kamuyu ilgilendiren huzursuzluklar, Meşrutiyet Dönemi ile halkın vatandaş konumuna erişmesini mümkün kılarken, toplumsal yaşamda karşılaşılan birçok soruna yönelik olarak pek çok miting düzenlenmiştir. Konu, kapsamı ve katılımcıları farklılık gösteriyor olsa da Osmanlı İmparatorluğu'nun hükümranlığı altındaki toprakların işgal edilmesi ile birlikte, gerçekleştirilen miting faaliyetlerinin kapsamı da birtakım değişimlere uğramıştır. İşgal karşıtı hareketlerin, cılız seslerin ve sönük tutumların bir kıvılcım ile canlanması konusunda elzem bir görev üstlenen mitingler, geçmiş dönemlerde gerçekleştirilen ve halkın bir kısmının dikkatini çeken ve desteğini edinen miting faaliyetlerinden farklılıklar arz etmektedir. Dış güçlerin işgale

[4] Kaboğlu, İ. Ö. (2012). Anayasa Hukuku Dersleri, 2. Baskı, Legal Yayıncılık, Ankara, s. 115.
[5] Okyar, F. (1980). Üç Devirde Bir Adam, Tercüman Yayınları, İstanbul, s. 96.

yönelik tutumları ve iç huzursuzlukların artış göstermesi, ilhak aleyhtarı miting faaliyetlerinin düzenlenmesi ihtiyacını da beraberinde getirmiştir. Etimolojik anlamda, "bağlama, ekleme ve katma"[6] (Akalın, 2011:1691). anlamlarını ihtiva eden ilhak kavramı, bir devletin egemenlik altına alınmasını ifade etmektedir. Yabancı devletlerin vatan topraklarını önce işgal ardından da ilhak etmeleri durumu, devletler hukukunda yasadışı bir edim olarak tanımlanmak ile birlikte, meşruiyeti meselesi de ayrıca çeşitli tartışmaları da uhdesinde barındırmaktadır.

İlgili işgal ve ilhak durumlarının farklı ülkeler tarafından tanınması ve onanması ayrı bir tartışma konusunu beraberinde getirir iken öte yandan vatandaşların ilgili durumu tanıması veya kabullenmesi konusu ise kendi içerisinde farklı dinamikleri ile birçok farklı varyasyonu beraberinde getirmektedir. Ancak söz konusu işgal ve ardından ilhak durumu Türk Milleti üzerinde gerçekleştirilmeye çalışıldığında ise ilgili dinamik ve varyasyonların her birinin ortak paydası milli mücadele olgusunda bütünleşmektedir. Tarihinin hiçbir döneminde esaret altında olmayı kabul etmemiş olan Türk Milleti işgal ve ilhak durumları karşısında daima mücadele etmiş, bağımsızlığını kazanabilmek adına azımsanamayacak niteliği haiz bir tutum sergilemiştir. Türk Milletinin tarihinin en önemli bağımsızlık savaşlarından birini de Milli Mücadele dönemi oluşturmaktadır. Türk Milleti kadını, erkeği ve dahi çocuğu ile hemen her yaş popülasyonu ile muazzam bir bağımsızlık mücadelesi ve en önemlisi de kutsal bir bağımsızlık savaşı sergilemiştir. Şüphesizdir ki, İstiklal Yolu'nda gerçekleştirilen mücadele salt erkeklerin çabaları ile kazanılmamıştır. Türk Milleti ulusal bağlamda Milli Mücadeleden Kurtuluş Savaşı'na, kadın, erkek ve çocuk demeden topyekün bir savaş iradesi göstermiştir. Ulu Önder Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün "Dünyada hiçbir milletin kadını, ben Anadolu kadınından daha fazla çalıştım, milletimi kurtuluşa ve zafere götürmekte Anadolu kadını kadar hizmet gösterdim." söylemi de İstiklal Yolu'nda kadın izlerinin başat göstergelerinden birini oluşturmaktadır.

İstiklal yolunda kadınlar hemen her cephede büyük bir özveri ile savaşmışlardır. Bağımsızlık mücadelesi içerisinde, Milli Mücadele Döneminden başlayarak, cephe gerisinde ve cephede dahi canla başla yer alan Türk Kadını, cemiyet faaliyetlerini gerçekleştirerek, halkın bilinçlenmesinde ve milli bilincin oluşmasında azımsanamayacak nitelikte büyük roller oynamışlardır. Cemiyet ve dernek faaliyetleri ile birlikte, bilhassa mitinglerin düzenlenmesinde ve protestoların gerçekleştirilmesinde öncü rol oynamışlardır. Gıda ve mühimmat malzemelerini cepheye ulaştıran Türk kadını, askerlerin tedavisinde aktif görev üstlenirken dahi bağımsızlık ateşini Türk topraklarına yaymayı başarmışlardır. Ordu millet anlayışının tarihsel süreç içerisinde en önemli örneğini teşkil eden milli mücadele dönemi, kadınların çabaları ile kazanılabilmiştir. Esaret altında yaşamayı bağımsızlık onuru ile bağdaştırmayan necip Türk Milletinin cefakar kadınları, İstanbul'da Darülfunun (Fatih) toplantısı, Üsküdar, Kadıköy ve Sultanahmet mitinglerinin düzenlenmesinde öncü rol oynamışlardır. Cephede ve cephe gerisinde erkeğinin bir adım gerisinde kalmayı kabul etmeyen Türk kadını, Ege'de, Marmara'da, İç Anadolu'da, Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgelerinde mitingler ve protestolar düzenleyerek, bağımsızlık mücadelesinin başarıya ulaşmasında azımsanamayacak nitelikte roller üstlenmişlerdir.

Denizli, Muğla, Çal, Karasu, Burdur ve Isparta mitingleri ile Ege Bölgesi'nde, İnegöl, Saray, Babaeski, Edirne, İzmit, Balıkesir ve Bursa mitingleri ile Marmara Bölgesi'nde, Ankara,

[6] Akalın, Ş. H. (2011). Türkçe Sözlük, 11. Basım, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, s. 1691.

Eskişehir ve Keskin mitingleri ile İç Anadolu Bölgesi'nde, Erzurum, Siirt, İspir, Diyarbakır ve Hasankale mitingleri ile Doğu Anadolu Bölgesi'nde, Kastamonu, Trabzon, Havza, Bafra, Giresun, Amasya ve Sinop mitingleri ile Karadeniz Bölgesi'nde ve bilhassa güney bölgesi işgalleri ile Mardin'de mitingler düzenlenmesine öncü olan Türk kadını İstiklal yolunda bağımsızlık mücadelesinin kazanımında sayısız kahramanlıklar sergilemişlerdir. Milli Mücadele döneminden başlayarak Kurtuluş Savaşı'na değin verilen bağımsızlık daha açık bir anlatımla ölüm kalım mücadelesinde Türk kadınını yok saymak Milli Mücadele Dönemini doğru okumak adına eksik ve yanlış bir bakış açısını oluşturacaktır. Bu sebeple, milli mücadele döneminin doğru okunması adına Türk Kadınının Milli Mücadeledeki yerinin doğru konumlandırılması büyük önem arz etmekle birlikte, çalışmanın da temel sorunsalını oluşturmaktadır.

SONUÇ

Milli Mücadele döneminde de azımsanamayacak nitelikte cansiperhane çalışmalar yürütülen Türk kadını tıpkı tarihin farklı zamanlarında gelişen buhranlı dönemlerinde olduğu gibi vatanına ve milletine karşı gerçekleştirilen tehdit ve işgallere karşı durmayı başarabilmiştir. Vatanı ve milletinin karşı karşıya kaldığı bir tehlike anında kati suretle ilgili gelişmelere kayıtsız kalmadığı gibi, vatan savunmasında ön saflarda yerini alan Türk kadını, Milli Mücadele döneminde bilhassa toplumun örgütlenmesi, milli birlik duygusunun uyandırılması ve halkın hemen her yaş popülasyonuna mensup bireylerin kenetlenmesi konusunda azımsanamaz nitelikte önemli katkılar sunmuşlardır. Bu sebeple, Türk kadınının Milli Mücadele döneminde sergilediği cesareti, azmi ve inancı yadsımak ve vatanperverliğini göz ardı etmek mümkün değildir. Bilhassa literatürde Türk kadınının faaliyetlerinin yer aldığı kaynaklar nicelik bağlamda yetersiz bir seviyede kalsa da Türk Kadınının Milli Mücadele döneminde sergilediği destansı kahramanlıklar Türk tarihinin şanlı sayfalarında ve Türk halkının dimağlarında yer alarak, nesillerden nesillere aktarılmaktadır.

Milli Mücadele döneminin ilk zamanlarından Cumhuriyet'in ilanına ve dahi günümüze değin Türk kadını vatanın müdafaasında ve zafere ulaşılmasında ve dahi kalkınmasında toplumun önünü açma kudretini haiz olmuştur. Türk toplumunun öncü kuvveti olan Türk Kadını vatanı söz konusunda olduğunda, "Hatt-ı müdafaa yoktur, sath-ı müdafaa vardır. O satıh bütün vatandır" diyerek Türk halkının önderi olma kutsiyetini taşıyan Gazi Mustafa Kemal ATATÜRK'ün söylemini düstur edinerek, savunma hattı olmadığını, savunma sathı olduğunu ve ilgili satıh'ın da bütün vatan olduğunu kavrayarak, bu elzem konuda milli bilinci uyandırarak ve milli birlik duygularına önemli katkılar sağlayarak, gücünü tüm dünya milletlerine kanıtlamıştır. Türk kadını vatanın bölünmez bütünlüğünün ancak tüm milletin katkıları ile sağlanabileceğinin bilinci ile kitlelerin dağılmadan bir bağımsızlık ve özgürlük ülküsü etrafında kenetlenmelerini mümkün kılmıştır.

Kutsal vatanın her bir karış toprağının, her bir vatandaşın kanı ile ıslanmadıkça terk edilmeyeceği inancı ile birlik ve beraberlik duygularının vatanın her bir evladına sirayet etmesi konusunda heyecan ve cesaretle görev alan Türk kadını, Kurtuluş Savaşı'nın ilk evvel psikolojik olarak kazanılacağını ardından canla ve kanla bedel ödenerek fiziksel bir galibiyet ediniminin mümkün kılınabileceğini tüm dünya devletleri ve uluslarına göstermişlerdir. Dünya üzerinde varlık gösteren her bir ulusun ve toplumun dahilinde -görece- mevki sahibi olan kadın,

Türk toplumunda farklı bir noktada konumlandırılmaktadır. Devletinin ve milletinin bekası adına önem arz eden kadın, gelecek nesillerin bir teminatı olma niteliğini haizdir. Cesareti, kahramanlığı ve vatanperverliği ile Türk milletine de inanç aşılayan gerek cephede gerekse cephe gerisinde cansiperhane bir şekilde faaliyet gösteren Kara Fatma (Fatma Seher), Halide Edip Hanım, Tayyibe Hatun, Prizrenli Binbaşı Ayşe (Ayşe Çavuş), Gördesli Makbule, Sultan Hanım, Nezahat Onbaşı, Şerife Bacı, Hafız Selman İzbeli, Emire Ayşe Aliye Hanım (Çete Ayşe), Selânikli Ayşe Hanım, Gül Hanım, Ayşe Hanım (Mehmet Çavuş), Serife Ali Kübra, Bitlis Defterdarının Eşi, Rahime Hatun (Tayyar), Fatma Kız (Karadeniz-Galek), Küçük Nezahat (Türk Jan Dark), Hatice Hanım (Kılavuz), Saime Hanım (Asker) ve daha nice Kahraman Türk Kadını, İstiklal Yolunda Türk milletine moral ve motivasyon aşılarak, güç katmıştır.

Topyekün bir mücadelenin sergilenmesinde önem arz eden Türk kadını, Milli Mücadele'ye gönüllü ve inançlı bir şekilde hemen her aşamasına bilfiil iştirak ederek, büyük katkılar sağlamışlar ve kazanımlar elde edilmesinde görevler almışlardır. Milli Mücadelede, İstiklal Yolu'nda görev alan ancak haklarında yeterince bilgi elde edilemeyen birçok kahraman Türk Kadınının varlığını da hatırlatmak yerinde olacaktır. İşgal ve ardından ilhak mitinglerinin ateşleyicileri rolünü üstlenen Türk kadını, vatan sathının korunması adına gerektiğinde kanını dökerek, canını vererek vatanına ve milletine siper olmayı bilmiştir. Kahraman Türk Kadınının bir kere daha anılmaları ve unutturulmamaları çabası, çalışmanın temel sorunsalını oluşturmaktadır.

KAYNAKÇA

Akalın, Ş. H. (2011). Türkçe Sözlük, 11. Basım, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara, s. 1691.

Allport F. H. (1937). *Toward A Sciense Of Public Opinion: Public Opinion Quarterly"*, American Association for Public Opinion Research, Vol. 1, Isseu 1, 7-23.

Kaboğlu, İ. Ö. (2012). Anayasa Hukuku Dersleri, 2. Baskı, Legal Yayıncılık, Ankara, s. 115.

Machiavelli, N. (1999). "*Prens"*, Çeviren: Alev Tolga. Say Yayınları, İstanbul.

Okyar, F. (1980). Üç Devirde Bir Adam, Tercüman Yayınları, İstanbul, s. 96.

Tunaya, T. Z., (1984). Türkiye'de Siyasal Partiler, C. 1, Hürriyet Vakfı Yayınları, İstanbul, s. 71.

TOPLUMSAL KİMLİK VE KÜLTÜR GÖSTERGELERİ BAĞLAMINDA KAMU SPOTLARI

PUBLIC SERVICE ANNOUNCEMENTS IN THE CONTEXT OF SOCIAL IDENTITY AND CULTURAL INDICATORS

Dr. Abdülbeşir CEYLAN
Maltepe Üniversitesi
ORCID: 0000-0002-4629-3297

ÖZET

Varlık gösterdikleri toplumların ve kültürlerin değerlerini, kaygılarını, yapılarını, öngörülerini ve bilinçlerini yansıtan kamu spotları varlık gösterdikleri kültürlerin ve toplumların okumaları olarak addedilmektedir. Bu yönü ile kamu spotları toplumların öğretilerini, temayüllerini, genel geçer kurallarını, yaşam şekillerini ve toplumsal hafızalarını yansıtan kesitlerdir. Bu sebeple, toplumların ve kültürlerin güncel yaşam pratiklerini yansıtan kamu spotları, pek çok öğretinin tahlil edilmesi gerekliliğini de uhdesinde barındırmaktadır. Toplumları bilgilendirme odaklı kurguları ihtiva eden kamu spotları, birey ve toplumlar üzerinde güçlü tesirler yaratmaktadırlar. Kamu spotlarının uhdelerinde barındırdıkları kaygıları birbirlerine benzer, aynı zamanda kendilerine özgü mesajları toplumların ve kültürlerin karakteristik öğelerini yansıtmaktadır. Toplumların ve kültürlerin kimliklerinin izdüşümü niteliğini haiz olan kamu spotları, toplumsal hafızanın ve kaygıların da okumasını oluşturmaktadır. Kamu spotlarının niteliksel bağlamda giderek gelişme gösterdiği ve izleyici kitlesinin arttığı günümüzde, toplumsal bilincin ve hafızanın medya aracılığı ile gündeme taşınması söylemi, kamu spotlarının sorgulanması edimini de beraberinde getirmektedir. Çalışmanın temel konusunu oluşturan kamu spotları, toplumsal kimlik ve kültür göstergeleri üzerinden sorgulanmaktadır. Pandemi (Covit-19) konulu kamu spotları örneklemi bağlamında fenomenoloji yöntemi ile sorgulandığı çalışmada, yedi coğrafi bölgeden yirmi bir ilden seçilen gönüllü katılımcıları çalışmanın da örneklemini oluşturmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Toplumsal Kimlik, Kültür Göstergeleri, Kamu Spotları.

ABSTRACT

Reflecting the values, concerns, structures, foresights and consciousness of the societies and cultures in which they exist, public service announcements are considered as readings of the cultures and societies in which they exist. In this respect, public service announcements are cross-sections that reflect the teachings, tendencies, generally accepted rules, ways of life and social memories of societies. For this reason, public service announcements, which reflect the current life practices of societies and cultures, also contain the necessity of analyzing many teachings. Public service announcements, which contain fictions focused on informing

societies, create strong influences on individuals and societies. While the concerns of public service announcements are similar to each other, their unique messages reflect the characteristic elements of societies and cultures.

Public service announcements, which are the projection of the identities of societies and cultures, also constitute a reading of social memory and concerns. In today's world, where public service announcements are gradually developing qualitatively and their audience is increasing, the discourse of bringing social consciousness and memory to the agenda through the media brings along the act of questioning public service announcements. Public service ads, which constitute the main subject of the study, are questioned through social identity and cultural indicators. In the study, which is questioned with the phenomenology method in the context of the sample of public service ads on pandemic (Covit-19), volunteer participants selected from twenty-one provinces from seven geographical regions constitute the sample of the study.

Keywords: Social Identity, Cultural Indicators, Public Service Announcements.

GİRİŞ

Kültürlerin ve toplumların kaygılarının, hassasiyetlerinin ve ihtiyaçlarının öngörüsü niteliğini taşıyan kamu spotları, toplumu ilgilendiren ve yayınlanması ile kamu yararı gözetilen gelişmeler ile olaylara dair kurgulanan reklam filmleridir. Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından reklam sürelerine dahil edilmeyen ve bila bedel (ücretsiz) olarak yayınlanan kamu spotları, farklı unsurları ile diğer reklam türlerinden ayırt edilmektedirler. Kamu yararı unsurunun ön planda tutulduğu, gündem teşkil eden konuların ve kaygıların işlendiği kamu spotları, kamu kurum ve kuruluşlarının faaliyetlerini, uyarılarını, öngörülerini ve kampanyalarını toplum ile paylaşmak ve toplumu bilgilendirmek adına kullanılan etkin bir reklam yöntemidir. Toplumsal bilincin artırılmasına yönelik kurgulanan kamu spotları, bu yönleri ile pek çok disiplinin inceleme alanı olarak gündeme gelmekte, farklı bakış açıları ile irdelemekte ve sorgulamaktadır.

Kamu spotlarının değişen gündemi, ihtiyaçlara yönelik olma özelliği, toplumu yönlendirme amacı, dinamik yapısı, değişken kimyası, devinimsel özellikleri, farklı boyutlar ile yaklaşımı, uhdesinde barındırdığı nitelikleri ve hitap ettiği kitlenin genişliği, kamu spotu reklamlarının her dönem irdelenmesi ihtiyacını beraberinde getirmiştir. Kamu spotu reklamları pandemi süreci çerçevesinde çalışma dahilinde, saha araştırması metodu ile irdelenmektedir. Bu düşünceden hareketle, araştırmanın kavramsal ve kuramsal sorgulaması toplumsal farkındalık ve toplum bilinci bağlamında fenomenolojik araştırma metodu çerçevesinde oluşturulan sorular aracılığı ile sınanmıştır. Kamu spotları reklamlarının pandemi süreci bağlamında incelendiği çalışmada, toplumsal farkındalık ve toplum üzerindeki etkileri irdelenmiştir.

Kamu spotları, "ahlaki panik yaratma, ideolojik düşünceler doğrultusunda bireyleri yönlendirme, propaganda aracı olma, toplumları manipüle etme olguları ile nitelenen kamu

spotları, pek çok yönü ile eleştirel bakış yaklaşımlarının odağında yer ediniyor olsa da bireylere ve toplumlara kitle iletişim araçları vasıtası ile sunulan, ikna temelli senaryolar olarak adlandırılmaktadırlar"[1] (Akova, 2017,16). Kamu spotlarının toplumsal bilinç, ortak hafıza, toplumsal ve kültürel öğreti ile kültür okumaları yapılarına etkileri, birey ve toplumlar üzerinde tesirleri, toplumsal yönlendirmenin sağlanması ve toplum sağlığına katkıları, çalışma dahilinde ele alınmıştır. İlgili çalışma, alan araştırması niteliğine sahip olup, betimleyici öğeleri içeren bir incelemedir.

KAMU SPOTLARI GÖSTERGELERİ BAĞLAMINDA PANDEMİ SÜRECİNİ OKUMA ADINA YÜRÜTÜLEN ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın Temel Problemi, Amacı ve Önemi

Kamu spotlarına yönelik gerçekleştirilen tanımlamalar aracılığı ile pandemi sürecinin araştırılması, toplumun kamu spotlarına dair hissiyatları, kamu spotlarında yer alan telkinlere dair yönelişleri ve kamu spotlarının toplumu yönlenme kabiliyetine dair verilerin tespiti araştırmanın temel problemini oluşturmaktadır. Kamu spotları arasından Pandemi süreci konulu olan spotlarının tespiti ile birlikte, niteliklerinin ve öğelerinin de saptanması çalışmanın başat amacını teşkil etmektedir. Pandemi sürecini konu edinen kamu spotlarının izah edilmeye çalışıldığı araştırmada, toplumların kamu spotlarından etkilenme düzeyinin tespiti çalışmanın motivasyon kaynağını oluşturmaktadır. Toplumsal bilincin oluşturulmasında kamu spotlarının başat önem arz ettiği konusu, çalışmanın kabulünü oluşturmaktadır. Toplumların bilinç kazanması ve toplum sağlığının sürdürülebilirliği adına etkisinin yadsınamaz olduğu kamu spotları, değişimlerin kaçınılmaz olduğu günümüzde, sürekli değişim gösteren bireysel ve toplumsal ihtiyaçlara koşut olarak kurgulanmaktadır.

Günümüz şartlarında, bireylerin ve toplumların gelişmiş düzeyler olarak addedilen bilince erişebilmeleri adına medyanın tüm araçlarından fayda sağlamak büyük önem arz etmektedir. "Kitle iletişim araçları ile değişen ve dönüşen dünyamızda varlık gösteren iletişim süreçleri, sosyo-ekonomik bağlamda yenilikleri ve değişimleri de gündeme getirmiştir. İletişim bilimleri disiplininin araştırma alanlarından birisi olan Sağlık İletişimi konusu, sosyal bilimler alanında gün geçtikçe artan bir öneme sahiptir. Özellikle, Kamu spotları ile kamusal alana yayılan pek çok yenilik, toplumun hemen her kesimini yakından ilgilendiren bilgileri de uhdesinde barındırmaktadır"[2] (Demirkıran, Akova, Öztürk, S., 2022:153). Kamu spotlarının toplum üzerindeki etkilerinin öneminin anlaşılması ile birlikte, toplumsal hassasiyetlerin gözetilmesinin yeterli olmadığı, ilgili hassasiyet ile birlikte güncel gelişmeler ile gündemin takip edilmesinin gerekliliği de ortaya çıkmaktadır. Yaşanılabilir ve sağlıklı yaşam alanlarının tesisi ile sürdürülebilirliğinin sağlanması bilinçli ve toplumsal hassasiyetleri gelişkin bireylerin,

[1] Akova, S. (2017). "Sigarayı Bırak, Hayatı Bırakma'' Sloganlı Kamu Spotları Örneklemlerinin Alımlama Analizi Yöntemi İle İncelenmesi. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1 (2), 15-36. DOI: 10.30692/sisad.362259.
[2] Demirkıran, C., Akova, G., Öztürk, S. (2022)., Sağlık İletişimi Bağlamında Kamu Spotları Analizi, Dijital Çağda Sinema ve Televizyon, Ed. Yavuz Küçükalkan, Pradigma Akademi.

grupların ve toplumların sayılarının artırılması ile mümkün kılınabilmektedir. Kamu spotları, birey ve toplumların birlikte yaşam kültürünü algılama biçimleri, ortak yaşam kültürünü keşfetme motivasyonları, toplum sağlığına yönelik geliştirdikleri farkındalık, ait oldukları topluma dair geliştirdikleri aidiyet hissiyatı, toplumu, bireyleri ve ortak hassasiyetleri sahiplenme seviyeleri, toplum sağlığına ve hassasiyetlerine dair tutum ve davranışları, toplumsal kurallara katılma edimleri, toplum ile bütünleşme hissiyatları ve toplum bilinci olguları, toplumun istikrarı ve yaşam alanlarının yaşanılabilirliği adına büyük önem arz etmektedir. "Farklılıkların tolere edilerek, sosyal bir kimlik oluşturulduğu ülkemiz coğrafyasında millet olma bilinci sağlanmıştır"[3] (Akova, 2020:4482). Bilhassa pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotlarının irdelenme ihtiyacının hissedilmesi, çalışmanın da önemini teşkil etmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, bir alan çalışması niteliğinde yürütülerek, mevcut durumu belirleme amacını taşıyan (saptayıcı), betimleyici bir inceleme şeklinde yürütülmüştür. Tüm dünyayı etkisi altına alan pandemi sürecinde süregelen gelişmeleri, algılar ve olgular bağlamında ilişkilendirerek, irdelenebilmesi çabası, çalışmanın nitel araştırma yöntemi ile yürütülmesini gerekli kılmıştır. "Nitel araştırma yöntemleri; karmaşık, değişken, tartışmalı ve birçok yöntem ile araştırma uygulamalarının olduğu bir alandır. Nitel araştırma, tek bir varlık değil, devasa bir çeşitliliği kapsayan bir şemsiye terimidir"[4] (Punch, 2014: 132). "Nitel araştırma tekniği bireylerin yaşam biçimlerini, hikayelerini, davranış tarzlarını, örgütsel yapılarını ve toplum ölçeğinde gelişen değişmeyi anlamaya yönelik bilgi üretme süreçlerinden biri"[5] (Strauss ve Corbin, 1990:19) şeklinde addedilmektedir. "Nitel araştırma yöntemi, kompleks, düzensiz, münakaşalı, pek çok yöntem ile araştırma konularının alanını oluşturur"[6] (Punch, 2014: 132).

Gerçekten de nitel araştırma yöntemi karmaşık ve sarmal olarak tanımlanan olguların sorgulanması durumunda anahtar olma işlevini kazanmaktadır. Bu sebeple nitel araştırma yöntemi, "bireylerin durum ve olgulara yükledikleri anlamları, farklı bir düşünce ile olayları ne şekilde nitelendirdikleri sorusuna yanıt aramaktadır[7] (Dey, 1993:7). Çalışma ile kamu spotlarının okunmasına dair genel bir tespit gerçekleştirilerek, toplum sağlığının sürdürülebilirliği ve toplum bilincinin oluşturulmasına dair mevcut izlenimlerin genel görünümü irdelenerek, betimlenmeye çalışılmıştır. Kamu spotları yayınlarında işlenen konular arasında yer edinen ve tüm dünya ülkelerinin de maruz kaldığı, günümüzün başat sorunu olan

[3] Akova, S. (2020). Kültürlerarası İletişim Bağlamında Ötekileştirme Olgusunun Dijital Taşıyıcılığına Dair Netflix Dijital Televizyonu Üzerinden Bir Bakış:13 Commandments (13 Emir) Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Analizi. OPUS International Journal of Society Researches, 15 (26), 4479-4516. DOI: 10.26466/opus.680136.
[4] Punch K. F., (2014), Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar, (Çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz), Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.
[5] Strauss, A., Corbin, J. (1990), Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. New Delhi: SAGE Publications.
[6] Punch K. F., (2014), Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar, (Çev. D. Bayrak, H. B. Arslan ve Z. Akyüz), Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.
[7] Dey, I. (1993). Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists. London: Routledge Publications.

Pandemi, bir olgu bağlamında toplum sağlığı kavramı ile irdelenerek, çalışma dahilinde saha araştırması aracılığı ile sınanmaktadır.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak fenomenoloji tekniği kullanılmıştır. Fenomenoloji "birkaç kişinin bir fenomen veya kavramla ilgili yaşanmış deneyimlerinin ortak anlamını tanımlar" aynı zamanda "bir fenomenle ilgili bireysel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemeyi amaçlar"[8] (Creswell, 2015: 77). "Anlatı araştırması, fenomenoloji, kuram oluşturma, etnografi ve durum çalışması"[9] (Creswell, 2013: 6), olarak sınıflandırılan ve beş araştırma desenini uhdesinde barındıran nitel araştırma yöntemleri arasında fenomen niteliğini haiz, kamu spotları olgusunu betimleyebilecek araştırma yönteminin fenomenoloji olduğu düşünülmektedir. Zira, nitel araştırma yönteminin tercih edildiği çalışmada, kamu spotu reklamlarının bir fenomen şeklinde benimsenmesi ile nitel araştırma yöntemlerinden fenomenoloji metodunun uygun olacağı kanaatine varılmıştır.

Fenomenoloji yöntemi, diğer araştırma yöntemleri arasından ayrışan ve bu nedenle, araştırma süreçlerinde deneyimlenme ve müzakere ihtiyacı hissedilen olguların yoğun şekilde analiz edilmesine imkan tanıyan bir araştırma seçeneğidir. Nitekim fenomenoloji deseni, algıları, düşünceleri, kavramları, olayları, durumları, gündem konularını ve olguları ayrıntılı bir biçimde inceleme edimini mümkün kılan bir nitel araştırma yöntemidir. Pek çok farklı tanımlamayı ortak paydada toplayan fenomenoloji yöntemi, fenomen olarak addedilen bir olgunun doğasının araştırılması tanımında anlam bulmaktadır. Zira fenomenoloji, "yaşanmış deneyimleri nasıl anlayabileceğimiz ve inceleyebileceğimiz konusunda zengin bir fikir kaynağı sunar"[10] (Smith vd., 2009: 11). Bu yapısı ile fenomenoloji deseninin, "Bireysel deneyimleri evrensel nitelikteki bir açıklamaya indirgemeyi amaçladığını"[11] (Creswell, 2015: 77), ifade etmek gereklidir.

Bu itibarla, çalışmanın odağını kamu spotu reklamlarının oluşturduğunu ve pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotlarının da fenomen olarak ele alındığını belirtmek mümkündür. Bu nedenle, bireysel tecrübelerin evrensel bağlama taşınmasında fenomenolojik yöntem ile tümevarım bulguların elde edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda kamu spotları reklamlarının etkinliğinin analizi çalışmanın ana hedefini oluştururken, fenomene dair tecrübeleri olan ve deneyimlerini araştırma adına istekli olarak paylaşma ön kabulü ile yaklaşan katılımcıların belirlenmesi önceliklidir. Araştırma sürecinde her bir katılımcı ile ortalama 40 dakikalık süre ile görüşülmüştür. Nitel araştırmanın yapısına koşut olarak, katılımcıların bulguları tekrar etme edimine yaklaştıklarında, mülakat sonlandırılmıştır. Araştırma, fenomenolojik araştırma yönteminin yapısına uygun olarak, 2020 yılı Mayıs, Haziran ve Temmuz ayları olmak üzere, üç ayı aşkın bir süre ile 21 katılımlı gözlem sürecini kapsamaktadır. Çalışma grubu ise, biyolojik yaşları 25-65 aralığında olan 10 erkek ve 11 kadın olmak üzere toplam 21 kişiden oluşmaktadır. Çalışma sürecinde kamu spotları reklamlarının etkilerinin tespitine dair gönüllü katılımcıların yaşam pratikleri dahilinde günlük kitle iletişim

[8] Creswell, J. W., (2015), Nitel Araştırma Yöntemleri, (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.
[9] Creswell, J. W., (2013), Nitel Araştırma Yöntemleri (Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma Deseni), Çev. Ed.: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, Ankara: Siyasal Kitabevi.
[10] Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research. In Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research SAGE Publications.
[11] Creswell, J. W., (2015), Nitel Araştırma Yöntemleri, (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.

araçları alışkanları içerisinde, kamu spotları reklamlarını anlamlandırma motivasyonları, toplum sağlığına dair geliştirdikleri alışkanlıkları ve ilgili refleksten hareketle kamu spotlarının pandemi sürecindeki etkileri bulgulanmış ve incelenmiştir.

Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Kamu spotu reklamları kavramının tanımına koşut olarak addedilen toplum sağlığı olgusu, pandemi sürecinde incelenerek, yeni normal sürecine dair uyum, motivasyon ve davranış kalıplarının belirlenmesine yönelik sorunsalın sınandığı çalışmanın evrenini, ülkemizin 7 coğrafi bölgesini temsil etmesi adına üçer şehrinde (Marmara Bölgesi'nde; İstanbul, Bursa, Tekirdağ, İç Anadolu Bölgesi'nde; Ankara, Sivas, Nevşehir, Karadeniz Bölgesi'nde; Zonguldak, Sinop, Trabzon, Doğu Anadolu Bölgesi'nde; Ağrı, Van, Bitlis, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde; Diyarbakır, Şırnak, Mardin, Akdeniz Bölgesi'nde; Antalya, Burdur, Isparta ve Ege Bölgesi'nde; İzmir, Aydın ve Balıkesir), 15 yıl ve üzeri süre ile ikamet eden ve kamu spotu reklamlarını izleyerek, kamu spotlarının toplum sağlığına etkisi olduğunu düşünen, Lisans ve üzeri eğitim düzeyinde olan, yaşları 25 ve 65 arasında değişen, erkek ve kadın popülasyonu ve örneklemini de 21 kişi oluşturmaktadır. Örnekleme tabi olan katılımcılar, "yaşam pratiklerini paylaşabilecekleri bir yabancıya yani ilgili kişi olan araştırmacıya, güvenip tecrübelerini paylaşabilirse, başka kişilerin de araştırmacı ile bağlantı kurmasını sağlayabilirler[12] (Punch, 1998:58). Araştırmanın evrenini oluşturan ülkenin 7 coğrafi bölgesini temsil eden katılımcıların, gönüllülük esası ile katılımları amaç edinilmiştir. Fenomenoloji yönteminde, çalışmanın katılımcılarını belirlemek, araştırmanın fenomenine bağlı olarak değişiklikler arz etmektedir. Ülkemizin nüfus popülasyonu olarak farklı bölgelerinde, farklı yapılara sahip, farklı unsurların var olduğu çokkültürlü bir karakteristiğe sahip ve araştırmanın örneklemini teşkil eden bireyler, araştırmanın saha kısmını oluşturmaktadır.

Kamu spotları reklamlarına dair oluşturulan bilinç ve toplum sağlığı bilincinin ölçülmesine dair ayrıntılı soruların oluşturulduğu araştırmada, pandemi sürecinin sağlıklı yürütülmesi üzerine bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde amaçlı örneklem yönteminin kullanımının elverişli olduğu görülmüştür. "Amaçlı örnekleme, araştırmacının keşfetmek, anlamak, iç görü kazanmak istediği ve çoğu şeyin öğrenebileceği örneklem seçiminin zorunlu olduğu varsayımına dayanır"[13] (Merriam, 2013:76). Amaçlı örneklem yöntemi, olasılık (ihtimal) kuramı ile zeminlenen nicel örneklem metotlarının aksi bir yapı taşıyarak, çalışmaya dahil olan, olgu, obje, olay, durum ve kişi hakkında detaylı bilgi edinmeyi mümkün kılan bir yöntemdir. Bireylerin ve toplumların yaşam alanlarında günlük ortamlarını takip imkanı sunan amaçlı örneklem yöntemi, değişik yaşam biçimlerini, farklı bakış açıları ile birbirlerinden farklı bireysel özellikleri yansıtması sebebi ile çalışmayı da çeşitlendirecektir. Bu nedenle, çalışmanın doğruluğunu artırması amacı ile amaçlı örneklem metotları arasından azami çeşitlilik örneklemesi kullanılmaktadır. Katılımcıların seçiminde farklı özelliklere haiz bireylerden oluşan bir çalışma grubu tercih edilmiştir. Farklı katılımcıların seçiminin en önemli sebebi,

[12] Punch, K.F. (1998). Introduction To Social Research: Quantitative And Qualitative Approaches, London: Sage.
[13] Merriam, S. B., (2013), Nitel Araştırma (Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber), Çev. Ed.: Selahattin Turan, Ankara: Nobel Yayınları.

çalışmanın sorunsalı bağlamında farklı verilen çeşitliliğini de artıracaktır. Çalışmaya katılan bireylere yöneltilen soruları doğru şekilde anladıkları ve cevaplandırdıkları sayıltılanmıştır.

Araştırmanın Veri Analizi ve Bulgular

Elde edilen bilgiler ışığında yapılandırılan çalışma kapsamında, katılımcıların gönüllü olarak ile katılımları esası ile yapılandırılan araştırmanın soruları, yarı yapılandırılmış soru formunda şu şekilde yer edinmekte olup, çalışmanın verilerini de yarı yapılandırılmış forma dair aşağıdaki şekilde gruplandırmak mümkündür.

Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 sürecinde yayımladığı kamu spotu reklamlarında dikkat çeken motifler/detaylara yönelik veriler;

K.1: Kamu spotları son birkaç yıldır epey başarılı, insanların aklında kalıyor, el yıkama konusundaki reklamlar çok fazla yayınlandı, psikolojik olarak etkileniyorum.

K.2: Pandemi süreci psikolojik olarak hepimizi etkilediği için görselleri aklımızda kalıyor, el temizliği, maske kullanımı konusundaki kamu spotları aklımda kalıyor.

K.3: Geçmiş yıllarda kamu spotlarına dikkat etmezdim, aklımda kalmazdı, pandemi süreci ile birlikte akıllarda yer etti, eskiden elimizi hızlıca yıkardık, şimdi ise sürekli el yıkar oldum.

K.4: Medya ile barışık biri değilim, ancak pandemi sürecinde uzaktan çalışma ve beraberinde gelen ev yaşamı ile daha fazla televizyon izlemeye başladım, kamu spotları dikkatimi çekmeye başladı, özellikle maske, el yıkama gibi hijyen kuralları akılda kalıcı oldu.

K.5: Bence maske, hijyen, sosyal mesafe ve kişisel hijyen yeterince vurgulanmıştır.

K.6: Hemşireyim, halka yönelik gerçekleştirilen bilgilendirmeler biz sağlık çalışanlarını da mutlu etmektedir, halkımız kamu spotları ile birlikte hijyen kurallarını da öğrenmiş oldu.

K.7: Covid-19'a karşı alınacak tedbirlerde hem bireysel hem de toplumun tamamı için birlik ve beraberce hareket edilmesine yönelik bilgilendirmeler akılda kaldı.

K.8: Kamu spotlarında en fazla aklımızda kalan detaylar; virüs motifi, dünya haritası ve el yıkama gibi hijyen kuralları olmuştur.

K.9: Virüs konusunda uyarılar beni çok etkiledi.

K.10: Kamu spotlarında en dikkat çekici detaylar sağlık önlemleri ile ilgili uyarılar özellikle maske kullanımı, kişisel hijyen ve sosyal mesafe ile ilgili konular dikkat çekicidir.

K.11: Kamu spotlarında bence maske, sosyal mesafe ve kişisel hijyen ön plandadır.

K.12: Kamu spotlarında maske, hijyen, sosyal mesafe ve kişisel hijyen vurgulanmıştır.

K.13: Mesafe, kural, bireysel mücadele, önlem alma, el yıkama, korunma, dikkatli davranma gibi konularda kamu spotları toplumu aydınlatmaktadır.

K.14: Pandemi sürecini kamu spotları ile anladık, hijyen konularını toplum olarak öğrendik.

K.15: Çoluk çoluk hepimizin kamu spotlarından el yıkamanın ne kadar önemli olduğunu öğrendik, maske kullanmak hepimiz için zor bir durum ancak spotlar ile öğrendik.

K.16: Toplumsal olarak pandemi sürecini kamu spotları ile daha iyi benimsedik, virüs motifi yaptığım her işte gözümün önüne geliyor, psikolojik olarak sürekli el yıkıyorum.

K.17: Daha özgür yaşayacağımız günler adına kamu spotları bizleri bilgilendirmekte, dünya haritası, maske, sosyal mesafe, el yıkama kuralları akılda kalan unsurlardır.

K.18: Kamu spotları maske ve hijyen konularında halkımızı bilinçlendirdi, aklımızda kaldı.

K.19: Kamu spotları pandemi sürecinden önce dikkatimi çekmezdi, kanal değiştirirdim, corona günlerinde ise dikkatle takip ediyorum, hijyen konulu spotlar aklımızda kalıyor.

K.20: Yaşım 63. Bugüne kadar kamu spotu izlemezdim, pandemi süreci ile birlikte faydalanmak için izliyorum, maske kullanımı, sosyal mesafe, özellikle sağlık çalışanlarının rol aldığı kamu spotları beni çok etkiliyor ve duygulandırıyor, aklımdan silemiyorum.

K.21: Pandeminin ilk günlerinde ne yapacağımızı bilemiyorduk, kamu spotları ile hijyenin önemini toplum olarak anladık, hızlıca el yıkamak yerine artık psikolojik olarak sürekli el yıkıyorum, Covit virüsünün görüntüsü gözümde canlanıyor, spotlar akılda kalıcı oluyor.

Covid-19 hakkında hazırlanmış olan kamu spotu reklamlarından yeterli düzeyde bilgi edinmeye yönelik veriler;

K.1: Yeterli ve bilgilendirici olduğunu düşünüyorum.

K.2: Her detay düşünülmüş, bence gayet güzel ve başarılı reklamlardır.

K.3: Devletimiz halkın bilinçlenmesi adına sürekli olumlu faaliyetlerde bulunuyor, kamu spotları da bu faaliyetlerden biri, toplum sağlığının korunması adına kamu spotları yeterlidir.

K.4: Özellikle pandemi sürecinde kamu spotlarının katkıları önemlidir, bilgilendiricidir.

K.5: Kamu spotları pandemi zamanında bizlere ışık tuttu, yeterince bilgi edindik.

K.6: Sağlık çalışanlarının işlerini kolaylaştırdı, halkı önemli düzeyde bilgilendirdi.

K.7: Kamu spotlarının ilgiyi canlı tutmak adına kısa süreli olmaları akılda kalıcılığı artırdı, yönlendirmeler de yeterliydi.

K.8: Kamu spotları bilgilendirici niteliktedir, toplumumuzun faydalandığına inanıyorum.

K.9: Kamu spotları pandemi süreci ile dikkat ve önem kazandı, bilgilendirici niteliktedir.

K.10: Kişisel olarak yeterince bilgilendirildiğimi düşünüyorum.14 kural sıklıkla belirtilerek akılda kalıcı olması sağlanmıştır.

K.11: Bence yeterli ve bilgilendiricidir.

K.12: Bence yeterli değil daha da betimleyici ve örneklemlerle desteklenmeli.

K.13: Verilen mesajlarda yeterli düzeyde bilgi aldım.

K.14: Bizim halkımıza bazı gerçeklerin sürekli tekrar edilmesi gerekiyor, kamu spotları bu yönü ile halkımızı bilgilendirme adına güçlü bir unsurdur, yeterli seviyede de bilgi verir.

K.15: Kesinlikle bilgilendirici ve başarılı olduğunu düşünüyorum. Halkımız için faydalı oldu.

K.16: Kamu spotları pek de fazla ilgi görmeyen reklamlar idi, ancak pandemi ile birlikte, dikkat çekti, halkı bilgilendirdi ve özellikle net bilgileri ile halkı bilinçlendirdi.

K.17: Kamu spotlarının özellikle pandemi sürecinde etkili mesajlar verdiklerini düşünüyorum.

K.18: Kamu spotlarının bilgilendirmeleri ile halkın aydınlandığını düşünüyorum.

K.19: Özellikle pandemi sürecinde kamu spotlarının yeterince bilgilendirdiğini düşünüyorum.

K.20: Özellikle 60 yaş üstü bireyler için uygulamalı anlatılan kamu spotlarının bilgilendirici nitelik taşıdığını düşünüyorum, kendi adıma çok faydalarını gördüm.

K.21: 2 çocuğum var, kamu spotlarını ekranlarda gördükçe çocuklarıma izlettim, artık ellerini daha güzel yıkıyorlar, kamu spotlarının her yaştan insanımızı bilinçlendirdiğini düşünüyorum.

İlgili kamu spotu reklamlarının başarısına (Çekim teknikleri, verdikleri mesaj, dikkat çekicilik…) yönelik veriler;

K.1: Geçmiş yıllarda kamu spotları günümüzde hazırlanan spotlara göre amatör nitelikte idi. Özellikle pandemi sürecinde hazırlanan spotlar dikkat çekici ve etkileyici nitelik taşımaktadır.

K.2: Sağlık çalışanlarının yer aldığı kamu spotlarının etkileyici olduklarını düşünüyorum.

K.3: Pandemi konusunda hazırlanan kamu spotları her yaştan insanın ilgisini çekmiştir.

K.4: Normal şartlarda kamu spotlarını izlemem, ancak pandemi ile mücadele için hazırlanan spotların verdikleri mesajlar ile toplumun her kesimi tarafından izlendiğine inanıyorum.

K.5: Sağlık çalışanlarının oynadığı kamu spotları vicdanen beni çok etkiledi, sürekli gözümün önüne geliyorlar, verdikleri mesajlar ile de çekim teknikleri ile de dikkat çekicidirler.

K.6: Sağlık çalışanı olarak kamu spotlarının uygun mesajlar ile dikkat çektiğini düşünüyorum, ancak keşke halkımız pandemi konusunda biraz daha dikkatli ve duyarlı davransa.

K.7: Toplum üzerinde bir algı oluşturmuştur diye düşünüyorum. Mesajları etkileyicidir.

K.8: Pandemi sürecindeki kamu spotları diğer kamu spotlarından dikkat çekicilik anlamında ayrılmaktadır.

K.9: Covit salgınında yayınlanan kamu spotları mesajları ve dikkat çekme anlamında başarılıdır.

K.10: Genel anlamda başarılı buluyorum. Bazı spotlar grafik olarak hazırlanırken bazılarının da ünlüler ve vatandaşların kullanılması yerinde olmuştur.

K.11: Başarılı bulduğumu söyleyebilirim, hafızamda kalan kamu spotları mesajları ile pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotlarıdır.

K.12: Kamu spotları dikkat çekicidir, etkilidir, ancak daha etkili mesajlar verilebilir.

K.13: İki dizide de ünlü olan insanların kullanılması dikkat çekmek açısından etkin bir rol oynarken, kurgusal olan bu iki karakterin inandırıcılığıdır. Teoride verilmek istenen fakat bilinçaltında uygulamada yapılması gereken mesajın ciddiyetini etkileyebilir. Bu iki karakterin gerçek meslekleri doktor değil ve oyuncu olduğu için kurgusal bir gerçeklik olarak algılatabilir.

K.14: Ünlü kullanımı ile dikkat çekici hale getirilen kamu spotları özellikle sağlık çalışanlarının verdikleri mesajlar ile akıllarda yer etmiştir, başarılıdır.

K.15: Eskiden kamu spotlarını ekranda gördüğümde kanal değiştirirdim, pandemi sürecinde ailece dikkatle izledik, verdikleri mesajlar gerçekten çok etkileyici idi, başarılıdır.

K.16: Pandemi dönemindeki kamu spotları gerek verdikleri mesajlar ile gerek ise dikkat çekici bilgilendirmeleri ile başarılı örnekler olarak karşımıza çıkmıştır.

K.17: Kamu spotları aslında devlet eli ile vatandaşlarını uyarma ve hizmet amaçlı gerçekleştirilen çalışmalardır, halk olarak geçmişte fazla önem vermesek de covit-19 mikrobunun tüm dünyaya sirayet etmesi ile birlikte hepimizi korkutmuştur, artık uyarıları daha dikkatle takip ediyoruz, kamu spotlarını da dikkatle izliyoruz, başarılıdır.

K.18: Kamu spotlarının verdiği mesajlar ile başarılı olduklarını söylemem gerekir.

K.19: Pandemi süreci ile ilgili yayınlanan kamu spotları halkın dikkatini çekmiştir, akılda kalıcıdır, özellikle sağlık çalışanlarının replikleri vicdanlarımıza hitap etmiştir.

K.20: 65 yaş üzeriyim, özellikle sağlık çalışanlarının gösterildiği kamu spotlarında gözlerim doldu, dikkat çekici ve başarılı olduklarını düşünüyorum.

K.21: Kamu spotlarından kanal değiştiren biri olarak pandemi olayı ile ilgili izlediğimiz kamu spotlarının dikkat çekici olduğunu düşünüyorum, metinleri etkileyici ve başarılıdır.

Covid-19 hakkında hazırlanmış olan kamu spotu reklamları davranışlarınızı ne ölçüde değiştirdi? (14 gün kuralı, kişisel hijyen, sosyal mesafe…)

K.1: Kamu spotlarından sonra artık ellerimi daha uzun süre ve detaylıca yıkıyorum.

K.2: Sağlık çalışanlarının sözleri aklıma geliyor, özellikle maske konusunda dikkatliyim.

K.3: 14 gün kuralına riayet etmeye çalışıyorum, maskesiz dışarı çıkmıyorum.

K.4: Sosyal mesafe olayına takılmış durumdayım, kişisel hijyenime dikkat ediyorum.

K.5: Virüse yakalanmaktan çok korkuyorum, kamu spotları beni oldukça korkuttu, bu sebeple pek çok konuda davranışlarım değişti, kişisel hijyenime hiç olmadığı kadar dikkat ediyorum.

K.6: Sağlık çalışanı olarak zaten dikkatliyim, halkımızın da duyarlı olmalarını rica ediyorum.

K.7: Sosyal mesafe konusunda normalleşme sürecinde oldukça dikkatli davranmamı sağladı.
K.8: Kamu spotu reklamları günlük hayatımızı maske kullanımı ve hijyen konusunda büyük oranda etkiledi, ancak sosyal mesafe konusunda günlük yaşamdaki yoğunluk başarı oranını düşürdü.

K.9: Sosyal mesafe ve maske konusunda davranışlarım değişti, hijyen konusunda dikkatliyim.

K.10: İlk izlediğim günden itibaren mümkün olduğunca spotlardaki uyarıları dikkate almaya çalıştım. Davranışlarımı olumlu yönde değiştirdiğini kabul etmeliyim.

K.11: Pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotları sonrasında davranışlarımız değişti tabi.

K.12: Ben bilinçli bir birey olarak davranışlarımı değiştirdim ancak toplumun geneli için aynı şeyi söyleyemeyeceğim ne yazık ki.

K.13: Covid-19'un yayılmasıyla birlikte birçok doğru-yanlış bilginin gerek sosyal medya gerekse farklı kaynaklarda yayılmasıyla kısa bir süre kafa karışıklığı yaşamama neden oldu. Kamu spotlarının gerekli mecralarda yayınlanmasıyla birlikte doğru tavır ve davranışı göstermemde etkili bir yol gösterici oldu. Verilen bilgiler ışığında sosyal ve kişisel hayatımı tekrardan revize ederek, gerekli önlemleri almamda etkili oldu.

K.14: Pandemi dönemi itibariyle hayatlarımız değişti, ilk defa karşılaştığımız bir olaydı, hepimiz etkilendik, araştırdık, yayınları takip ettik, kamu spotları da toplumun bilinçlenmesi konusunda büyük rol oynadı, hijyen kurallarını kamu spotları ile daha iyi pekiştirdik.

K.15: Kamu spotları aklımıza işledi, maske konusunda artık özellikle daha dikkatliyim.

K.16: Sosyal mesafe konusunda değiştim, insanlar ile yakın mesafede kaldığımda rahatsız oluyorum, hemen uzaklaşıyorum, maske konusunda da artık daha dikkatliyim.

K.17: Kamu spotları pandemi süreci ile birlikte halkın dikkatini çekmeye ve dinlenilmeye başladı. Benim de davranışlarımı değiştirdi, daha hijyenik yaşıyorum.

K.18: Hayatın koşturmacasına daldığımda pandemi sürecinde olduğumuz aklıma geliyor, kamu spotlarındaki tavsiyeleri hatırlıyorum, elbette, davranışlarım değişti.

K.19: Kamu spotları sonrasında ellerimi daha özenle ve daha sık yıkıyorum. Hijyene daha fazla önem veriyorum, maskesiz olmamaya azami özen gösteriyorum.

K.20: Covit virüsü ile mücadelede kamu spotlarının da yararı göz ardı edilemez, eminim kamu spotlarını izleyen her bir bireyin belirli oranlarda davranışları değişmiştir.

K.21: Hatırlatıcı etkisi, dalgınlıkla yapılan tedbirsizlikleri azaltıyor. Davranışlarım değişti.

Covid-19 ile mücadele sürecini anlatan bir kamu spotu reklamının içermesi gereken unsurlara ve vermesi hedeflenen mesaja yönelik veriler;

K.1: Mevcut tehlikenin bertaraf edilmesi için toplumu korkutmadan uyarma amaçlı mesajların hazırlanması gerekiyor.

K.2: Her yaş grubunun anlayabileceği bir dil kullanılarak verilen mesajlar ile hazırlanmalıdır.

K.3: Görselliğin etkin olduğu, kısa, öz ve net mesajların verildiği spotlar hazırlanmalıdır.

K.4: Sigara kamu spotlarında olduğu gibi hastaların veya hastalığı atlatanların da yer alması dikkatleri canlı tutacaktır, kullanılan dilin de anlaşılır olması gereklidir.

K.5: Bence mevcut yayınlar iyi, sağlık çalışanlarının da tecrübelerine de yer verilmelidir.

K.6: Kamu spotlarına halktan insanların yer verilmesi akılda kalıcılığı artıracaktır.

K.7: Mutlaka sosyal mesafenin önemine değinmeli; maalesef toplumun yaşam tarzı kaynaklı çok kolay suiistimal edilebilecek bir tedbir. En kolay bulaşa neden olan durumlardan örnek verilebilir.

K.8: Kamu spotu biraz sorumluluk yükleyici olmalı dikkatsizliği boş vermişliği yenebilecek vicdani bir mesaj vermelidir. Bir başkasının hayatına mal olabilecek bir aileyi mahvedebilecek sonuçlara sebebiyet verebileceğini bireyin aklında yer edebilecek kamu spotları yapılmalıdır.

K.9: Kamu spotları halkın nabzını tutacak ve vicdanlara hitap edecek şekilde hazırlanmalıdır.

K.10: Mevcut yayınları başarılı bulmakla birlikte dış çekimlere ve toplumdaki hatalı davranışları içeren yeni spotlar yapılması gerektiği kanaatindeyim.

K.11: Mevcut yayınlar gayet başarılı bence. Ancak farklı fikirler ile de dikkat çekilebilir.

K.12: Daha etkili ve vurgulayıcı olmalı bence spotlar. Sağlık çalışanlarının yer aldığı görsellerle desteklenebilir.

K.13: Topyekûn bir mücadelenin gerekliliği üzerinde duran milli bilinci ve milli mücadeleyi teşvik eden ve milli bir sorumluluk içerisinde virüsün yenileceğine dair mesajlar verilebilir. Ayrıca geleceğe umutla bakılabileceğinin mümkün olduğunu gösteren bir kamu spotu hazırlanabilir (Özellikle bu süreçte her şeyin kötüye gittiğine dair iç karartıcı mesajlar insanların mevcut ve geleceğe yönelik bakış açılarında ciddi bir motivasyon düşüklüğüne neden olmaktadır).

K.14: Sağlık çalışanlarının ve halktan insanların ilettiği yalın mesajlar ile hazırlanmalıdır.

K.15: Covite yakalanıp iyileşen hastaların kamu spotlarında yer edinmesi fayda sağlayacaktır.

K.16: Bulaş olma ihtimali olan alanların hedef alındığı kamu spotları etkili olacaktır.

K.17: Sağlık çalışanlarının tecrübelerinin anlatıldığı kamu spotları dikkat çekecektir.

K.18: Akıllara ve vicdanlara hitap eden mesajlar kamu spotlarında kullanılmalıdır.

K.19: Gençlere yönelik kamu spotları hazırlanmalı, içeriği gençleri yakalamalı, sıkmamalı.

K.20: Halkın her kesimine yönelik farklı içerikler ile oluşturulmalı, korkutmamalı.

K.21: Tedbiri hiç elden bırakmamakta ısrarcı olunmalı. Örneğin sosyal mesafe kavramına örnekler katılmalı; düğün, cenaze vb. gibi ortamlardaki risk dile getirilmelidir.

Kamu spotlarının izlenme/dinlenme mecralarına (Sosyal medya, radyo, televizyon) yönelik veriler;

K.1: Radyoda ve televizyonlarda sıklıkla rastladım ve izledim.

K.2: Televizyonda izlerken kanal değiştirirdim, pandemi süreci ile birlikte artık izliyorum.

K.3: Televizyon ve sosyal medyadan takip ediyorum.

K.4: Televizyondan izliyorum, pandemi sürecinde daha dikkatle izliyorum.

K.5: Hepsinde izleme fırsatı buldum.

K.6: Her bir mecrada izledim, televizyonda izlediklerim daha etkileyici idi.

K.7: Çoğunlukla sosyal medya olmakla beraber televizyonda kamu spotlarını izlediğim bir mecradır.

K.8: Kamu spotlarını genellikle televizyonlardan izliyoruz radyoda sadece araçla seyir halindeyken dinliyoruz. Sosyal medyadan dikkat çekici bir spot olursa açıp bakıyoruz ama genelde sosyal medyadan kamu spotuna bakmıyoruz.

K.9: Radyoda da dinledim ancak ağırlıklı olarak televizyon izlerim. Televizyonda daha sık rastlıyorum.

K.10: Özellikle televizyonlardan ve sosyal medyadan izledim.

K.11: Hepsinde de rastlayıp izleme fırsatı buldum.

K.12: Tüm mecralarda izledim, ancak en fazla televizyonda yayınlanan spotlardan etkilendim.

K.13: İnternet üzerinden izledim. Televizyonda da rastladım.

K.14: Ağırlıklı olarak televizyon izledim, sosyal medyada ve radyoda da denk geldim.

K.15: Televizyon izlemediğim için sosyal medyadan takip ettim.

K.16: Televizyon ve sosyal medyadan izledim ve dinledim.

K.17: Sosyal medyada izledim, televizyon izlemiyorum.

K.18: Bir ara o kadar fazla yayınlandı ki hemen her medya aracından dinledim, izledim.

K.19: Pek televizyon izlemem, ama sosyal medyadan epey takip ettim.

K.20: Sosyal medyayı fazla takip etmem, televizyon ve radyo aracılığı ile haberdar oldum.

K.21: Televizyon ve sosyal medyadan kamu spotlarını izledim.

Kamu spotları "Kontrollü Sosyal Hayat" mottosunun toplum tarafından benimsenmesine yönelik veriler;

K.1: Bizim toplumumuzun kontrollü sosyal hayata alışması biraz zor bir durum, biz samimi ilişkileri seven ve yakın temasa alışık bir toplumuz. O sebeple benimsemek zor olacaktır.

K.2: İnsanoğlu mecbur kalmaya görsün, her koşula mecburen kolay alışıyor.

K.3: Benimsemek elbette zor olacak ama koşullar böyle, yapacak bir şey yok.

K.4: Kamu spotlarının elbet faydası olacaktır, ancak kontrol mevzu alışkanlık oluşturmadıkça zor olacaktır, zamanla alışkanlığa dönüştükçe benimsenecektir.

K.5: İlk zamanlar uygulamak zor olacaktır ancak mecburen uygulanmalı.

K.6: Tüm dünyanın başına gelen belanın def edilmesi adına toplum olarak benimsemek durumunda kaldığımız bir durum pandemi. Kamu spotlarına kulak vermek gerekiyor.

K.7: Maalesef ben yeterli görmüyorum. Toplum tedbirlerden çok çabuk uzaklaştı; aksine birbirine yakınlaştı.

K.8: Kamu spotları kontrollü sosyal hayat mottosunun toplum tarafından benimsenmesi aslında yeterli ancak uygulamada sorunlar var. Toplum olarak her şeyi biliyoruz ancak sürece alışmamız kontrollü yaşamı sekteye uğratıyor.

K.9: Halkın ilk zamanlar benimsemesi zor olsa da başka bir çaremiz yok, kamu spotlarının da belirttiği gibi topyekün mücadele şart.

K.10: Henüz toplumun tüm kesimlerinin buna adapte olamadığı kanaatindeyim sokağa çıkma yasaklarının bitmesi ile beraber pek çok yerde hatalı davranış ve uygulamalarla sık sık karşılaşmaktayım.

K.11: Bence yeterli değil. Daha da pekiştirilmesi gerekiyor.

K.12: Bence yeterli değil. Her gün çevremizde bu konunun hala yeterince algılanmadığı ve konunun ciddiyetinin farkına varılmadığı kanısındayım.

K.13: Salt bilgi ve standart çekim açılarından ziyade biraz daha Türk Tarihinde de çoğu kez şahit olduğumuz birlikte mücadelenin mümkün olduğunu gösteren mesafeli fakat birlikte aşılacağına dair daha samimi bir kontrollü sosyal hayat mesajı verilebilir. Mesafe insanlar arasında olmakla birlikte verilen mesajlar daha bütüncül ve milli bir sorumluluk bilincini bireye yükleyebilir (Toplumun tarihi, geleneksel v.b. dinamiklerinden beslenen mesajlar bireyde bir sorumluluk ve hassasiyet oluşturabilir).

K.14: Kamu spotlarında milli birlik mesajlarına vurgu yapılmalıdır.

K.15: Kontrollü sosyal hayat konusu kamu spotları ile iyi işlenmiştir. Daha çok işlenmelidir.

K.16: Kontrollü sosyal hayat konusuna kültürel yaklaşımlar da eklenerek, işlenebilir.

K.17: Bireysel sorumlulukların ön plana alındığı kamu spotları hazırlanmalıdır.

K.18: Konunun ciddiyetinin daha fazla vurgulandığı mesajlar ile hazırlanmalıdır.

K.19: Kontrollü sosyal hayat konusu uzun bir süreç olacak. Kamu spotlarının yararı olacaktır ancak bizim gibi geleneksel düşünce yapısına sahip toplumların hemen adapte olması zordur.

K.20: Milli birlik meselesinin vurgulanması kamu spotların başarısını artıracaktır.

K.21: Öyle olduğunu düşünmüyorum. Kamu spotları yeterli değil, kanuni yaptırımların olması gerekiyor, biz kontrolü çabuk unutabilecek bir toplumuz.

Kamu spotlarının önerilen "Yeni Normal" yaşam şartlarına dair bilgilendirme özelliğine yönelik veriler;

K.1: Kamu spotlarının nicel ve nitel olarak teşvik edilmesi gereklidir, yeni normal konusu da tekrar edildikçe insanların akıllarında daha iyi yer edinecektir.

K.2: İyi bir prodüksiyon ve iyi bir bütçe ile daha üst düzeyde kamu spotları hazırlanmalıdır.

K.3: Sağlık çalışanlarının tecrübelerinin ön plana alındığı kamu spotları yapılmalıdır.

K.4: Tedbir konusuna özellikle önem verilmelidir. Halk daha fazla bilinçlendirilmelidir.

K.5: Yeni normal şartlarına uyum sağlanmadığında yasakların tekrar geri geleceğinin vurgulandığı kamu spotları insanları bir nebze daha fazla etkileyecektir.

K.6: Yeni normalin yaşanabilmesi için sağlık çalışanlarının fedakarlıklarının işlendiği kamu spotları hazırlanmalıdır. İnsanların vicdanlarına seslenmek gerekiyor.

K.7: Kamu spotları bilgilendirici olsa da toplumun çoğunluğu tarafından yeterli önemin verilmediğini düşünüyorum. Daha fazla uyaran içermeliydi belki de.

K.8: Kamu spotları yeni normal sürecini aktarmakta yetersizdir.

K.9: Gelecek güzel günlere erişmek için yeni normal sürecin önemine vurgu yapılmalıdır.

K.10: Bu konunun sadece spotlarla sınırlı olmaması gerektiği kanaatindeyim çünkü halkın bu yeni normalleri benimsemesi ve hayatlarına adapte edebilmeleri çok zor alışkanlık haline getirebilmek için daha fazla çalışılması gerektiği kanaatindeyim.

K.11: Salgın süreci ile birlikte hayatımız ve yaşantımız değişti. Bu yayınların faydalı olduğunu düşünüyorum.

K.12: Yeterli değil bu konunun üzerine daha çok düşülmesi gerektiği kanaatindeyim.

K.13: Yeni normal yaşam şartlarına dair yeterli bilgiyi veriyor. Çarpıcı örnekler sunulabilir.

K.14: Fena değil bence iyi işlenmiş, ancak iyileşen hastalara yer verilerek hazırlandığında insanların ilgisini daha fazla çekecektir, akıllarında kalacaktır ve daha dikkatli olunacaktır.

K.15: Kamu spotları bilgilendirmeleri iyi ancak güncel yaşamda uygulama konusu tartışılır.

K.16: Yeni normal konusu önemli ancak insanların bütçesi de önemli. Kimse eşit şartlarda yaşamıyor, kimi yıllarca çalışmasa da geçinebilecek iken kiminin yiyecek ekmeği yok, ekonomik koşullar iyileştirilmediği sürece yeni normal şartlara uyum sağlamak zordur.

K.17: Yeni normal konusu kamu spotlarında güzel işlenmiştir ancak biz halk olarak yaşanan olayların anlatımından daha fazla etkileniyoruz. İyileşen hastalara yer verilmesi iyi olur.

K.18: Yeni normal her şeyi ile alışılması zor bir süreç, kamu spotlarının elbette faydası vardır, hatırlatıcı nitelik taşımaktadır, ancak daha dokunaklı ve etkileyici spotlar hazırlanmalıdır.

K.19: Yeni normal süreç daha çarpıcı örnekler ve yaşanmış hikayeler ile anlatılmalıdır.

K.20: Halkın her kesimine hitap eden spotların hazırlanması yeni normal sürece adaptasyon için daha etkili olacaktır. Millet olarak birlikte üstesinden geleceğimizin vurgusu yapılmalıdır.

K.21: Fazla değil. Çünkü kamu spotunda önerilenin, ekonomik durağanlığın önüne geçmek için çiğnenebildiğini görüyoruz.

Kamu spotlarının toplum bilincinin artırılması konusunda başarılı sağlamalarına yönelik veriler;

K.1: Toplumun her kesimine uygun farklı formatlarda hazırlanan kamu spotları başarılı olur.

K.2: Kamu spotları halkın nabzını tuttuğu sürece etkileme güçleri artacaktır.

K.3: Öğretici yönü kuvvetli olan spotların nitelikleri ile türlerinin çeşitlendirilmesi gereklidir.

K.4: Eğitim düzeyi ile kamu spotlarının başarı oranı birbirine koşuttur, eğitim düzeyi düşük kesimlere kamu spotlarının etkisi doğal olarak daha azdır, eğitici içerikler çoğaltılmalıdır.

K.5: Kamu spotları sadece pandemi sürecinde değil, toplum sağlığını etkileyebilecek konularda da etkin konularda hazırlanmalıdır, ancak etkin mesajlar ile verim alınabilir.

K.6: Toplum sadece kamu spotları ile bilinçlenemiyor, kamu spotlarına ağırlık verilerek, halkı da spotlara dahil ederek, yaşanmış tecrübeler ile eğitimin artırılması ile spotlar işlenmelidir.

K.7: Ne yazık ki hedeflenen başarıya ulaşılabildiğini düşünmüyorum; tablolar da bu düşüncemi destekler vaziyette.

K.8: Kamu spotlarını toplum bilincinin arttırılmasında tabii ki etkili buluyorum. Ancak yöntemlerinin toplumun algılama seviyesine göre değerlendirilmelidir, başarıyı arttırabilir.

K.9: Kamu spotlarında işlenen konular hakkında, kurallara uyulduğunda faydaları, uyulmadığında zararları hakkında karşılaştırmalı bilgilendirmeler yapılmalıdır.

K.10: Tamamen olmasa da kısmen başarılı bulduğumu belirtmeliyim ama farklı argüman ve tekniklerle daha fazla toplumsal eğitim olması gerektiğini düşünüyorum.

K.11: Yeterli olduklarını düşünüyorum, spotlarda toplumu uyarma hedef alınmaktadır.

K.12: Yeterli değil. Daha sosyal mesajlar içeren spotlar hazırlanmalı.

K.13: Toplumsal bilince dair yeterli veri ve altyapının mevcut kamu spotlarında verilmediğini düşünüyorum. Verilen mesajlarda davranış bireysel olarak sunulmaktadır. Kontrollü sosyal mesafe toplumsal bilinci izole eden bir bireyselliği içinde barındırmaktadır.

K.14: Kamu spotlarının toplum bilincinin artırılmasında önemi büyüktür, ancak toplum bilincinin artırılması gibi önemli bir konunun yükü sadece kamu spotlarına bırakılmamalıdır.

K.15: Toplumun her kesimine hitap eden kamu spotlarının hazırlanması ve kamu spotlarında ünlüler ile birlikte gerçek kişilerin hayat hikayelerinin de işlenmesi gereklidir.

K.16: Eğitim düzeyinin geliştirilmesi en önemli konudur. Ülkemizde maalesef eğitim konusu kanayan yaramazdır. Kamu spotlarının bilinçlenme konusunda önemi büyüktür, ancak eğitim meselesi çözülmeden toplumun bilinçlenmesi de zor bir konudur.

K.17: Kamu spotları toplum bilincinin artırılması adına önemlidir, ancak halkın dikkatini çekecek mesajlar ve konulara yoğunluk verilmelidir.

K.18: Toplumun nabzını tutan konular işlendikçe, kamu spotlarının önemi ve etkisi de artacaktır. Toplum bilincini kamu spotları etkiler ancak etkili mesajların işlenmesi şarttır.

K.19: Kamu spotları istenen düzeyde halkın ilgisini çekmemektedir, daha etkin mesajlar ile kamu spotlarının etkileri artırılmalıdır, halkın görüşleri ve ihtiyaçları da dikkate alınmalıdır.

K.20: Milli birlik ve beraberlik ile her türlü sorunun üstesinden gelinebilir, toplumun bilinçlendirilmesi eğitim düzeyinin artırılması ve milli birlik melekesinin aşılması ile mümkün kılınabilir. Kamu spotlarında da milli bilinç konuları işlenirse etkili olacaktır.

K.21: Bilinç artıyor olabilir ama eyleme geçirmede büyük kitlelere etkili olduğunu fazla sanmıyorum.

Kamu spotlarının toplum vicdanına yön verme konusundaki etkilerine yönelik veriler;
K.1: Toplum elbette kamu spotlarına kayıtsız kalmamakta ancak bazı bilinçsiz kesimlerin tutumlarının vicdansız olduğunu söylemek mümkün, toplum sağlığını korumak elzemdir.

K.2: Toplum bilinçlenmediği sürece toplum sağlığından ve vicdanından bahsetmek mümkün değildir. Özellikle pandemi sürecinde bilinçsiz davranışları gördükçe vicdandan bahsetmek mümkün olmuyor. Hassas bir dönemden geçiyoruz, herkesin dikkatli olması gerekiyor.

K.3: Kamu spotları etkilidir, ancak toplumun hassasiyetini sağlayabilecek farklı tedbirlerin alınması gereklidir. Toplum duyarlılığını ön plana çıkaracak mesajlara önem verilmelidir.

K.4: Toplum vicdanına yön verme konusunda kamu spotları tek başına yeterli değildir. Devlet her organı ile kamu duyarlılığının sağlanması adına çalışmalar yürütmelidir. Eğitim konusuna çalışmalar yürütülmeli, toplum sağlığının korunması adına toplum bilinçlendirilmelidir.

K.5: Kamu spotları özellikle pandemi döneminde toplumu etkisi altına aldı. Daha etkin spotların hazırlanması ile toplumların vicdanlarına daha yüksek düzeyde etki edecektir.

K.6: Kamu spotları toplumun vicdanına hitap ediyor ancak halkımız vicdani yükümlülüklerini yerine getirmiyor, inanılmaz derecede sorumsuz davranışlar sergilenmektedir.

K.7: Kısmen başarılı diyebiliriz; ancak bu başarı oranı düşüklüğü tamamen toplumun tutumundan kaynaklı kamu spotlarına dikkat eden bir kesim olmakla birlikte dikkat etmeyen kesim daha çoğunlukta gibi görünüyor.

K.8: Kamu spotu toplum vicdanını yönlendirmekte çok başarılı değil bu açıdan bakarsak bencil bir toplumuz, izliyoruz, dinliyoruz ama iş uygulamaya geldiğinde kayıtsız kalıyoruz.

K.9: Toplumun sorumluluk duygusu ile hareket etmesi gerekiyor, kamu spotlarının elbette toplum vicdanı üzerinde etkisi mevcuttur, ancak toplumun daha hassas hareket etmelidir.

K.10: Bu konu oldukça tartışmalı bence ben henüz toplum bilincinin bu konuya dair yeterince duyarlı olmadığını düşünüyorum. Çünkü her gün oldukça sorumsuz davranışlarla karşılaşmaktayız. İşin vicdani boyutu önemli olmakla birlikte cezalarında caydırıcı şeklide uygulanması taraftarıyım.

K.11: Kamu spotları yeterli ama insanlarımızın daha duyarlı davranması gerekiyor. Oldukça sorumsuz davranış sergileyenlerde yok değil.

K.12: Bu sadece yayınlarla olacak bir durum değil. Halkın daha sorumlu davranması için kampanyalar yapılması gerekiyor.

K.13: Mesafe uzaklığının bireyci bir yaklaşımla ele alınarak daha rasyonel olarak sunulması, toplumsal vicdandan ziyade bireyin vicdanının kendi ve çevresiyle sınırlı kalmasına neden olduğunu düşünüyorum.

K.14: Biz tekrar edilmesini seven bir milletiz, tekrar eden ve dikkat çeken kamu spotlarının etkisi olabilir, çarpıcı örnekler olmalı, spotlar tek başına kamu vicdanını etkileyemez.

K.15: Kamu hassasiyeti ön plana alınarak hazırlanan kamu spotları toplumu etkileyebilir.

K.16: Bazı kamu spotlarımız gerçekçi değil, çok dramatize edilen konular var, o sebeple etkinliği tartışılmaktadır, mümkün mertebe gerçekçi örnekler ile hazırlanan kamu spotları daha etkili olabilecektir, işte o zaman toplum vicdanına hitap edebileceklerdir.

K.17: Bizim toplumumuz uyarıları sevmeyen bir toplum, yaşanmış olayların anlatıldığı konular toplumumuzun daha fazla aklında kalıyor. Kamu spotlarının toplum vicdanını etkilemesi isteniliyor ise bu durumda yaşanmış gerçek hikayelere daha fazla yer verilmelidir.

K.18: Toplum vicdanının toplum sağlığı konusuna çekilmesi önemli bir mevzu, gayret gerektirir, salt kamu spotları ile oluşturulabilecek bir durum değil, toplumun her bir kurumu ile toplumun bilinçlendirilmesi gerekir, spotlar etkilidir, ancak kamu vicdanı konusunda tüm sorumluluk spotlara yüklenmemeli, devletin tüm kurumları sorumluluk almalıdır.

K.19: Kamu spotları toplum vicdanı anlamında etkilidir, ancak büyük bir değişime sebebiyet verme gücü yoktur, kulağa küpe niteliğindedir, halkın dikkatini çekme konusunda sınırlıdır.

K.20: Zor bir dönemden geçiyoruz, devlet tüm kurumları ile canla başla mücadele vermekte, kamu spotları da devletin halka ulaşma yöntemlerinden biridir, kamu spotları doğru ve etkin mesajlar verildiği sürece kamu vicdanını etkileyebilir, kamunun da duyarlı olması gerekir.

K.21: Kamu spotları tek başına toplum vicdanına yön veremez, etkileri olur, ancak etkilerinin düzeyi de az olur, sistemli çalışmaların yürütülmesi şarttır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARINA DAİR TARTIŞMALAR

Ülkemizin 7 coğrafi bölgesini temsil etmesi adına üçer şehrinde (Marmara Bölgesi'nde; İstanbul, Bursa, Tekirdağ, İç Anadolu Bölgesi'nde; Ankara, Sivas, Nevşehir, Karadeniz Bölgesi'nde; Zonguldak, Sinop, Trabzon, Doğu Anadolu Bölgesi'nde; Ağrı, Van, Bitlis, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde; Diyarbakır, Şırnak, Mardin, Akdeniz Bölgesi'nde; Antalya, Burdur, Isparta ve Ege Bölgesi'nde; İzmir, Aydın ve Balıkesir), 15 yıl ve üzeri süre ile ikamet eden ve kamu spotu reklamlarını izleyerek, kamu spotlarının toplum sağlığına etkisi olduğunu düşünen, Lisans ve üzeri eğitim düzeyinde ölçeklenen, yaşları 25 ve 65 arasında değişen, erkek ve kadın olmak üzere 21 kişiden oluşan popülasyonunun, pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotları deneyimlerini ve toplum sağlığı bilinci düzeyini tespit etmeye yönelik olan araştırma kapsamında yürütülen görüşmeler sonucunda, özgün ve farklılıklar ihtiva eden bulgular edinilmiştir. Verilerin bulgularını şu şekilde okumak mümkündür;

Sağlık Bakanlığı'nın Covid-19 sürecinde yayımladığı kamu spotu reklamlarında dikkat çeken motifler/detaylara yönelik veriler; Kamu spotlarının son birkaç yıldır epey başarılı bulunduğunu, insanların aklında kaldığını, el yıkama konusundaki reklamların çok fazla yayınlandığını, psikolojik olarak etkilenildiği, pandemi sürecinin psikolojik olarak herkesi

etkilediği için görsellerinin akıllarda kaldığını, geçmiş yıllarda kamu spotlarına dikkat edilmediği ve akıllarda kalmadığı pandemi süreci ile birlikte akıllarda yer ettiği, kitle iletişim araçlarının pandemi sürecinde uzaktan çalışma ve beraberinde gelen ev yaşamı ile daha fazla kullanılmaya başlandığı, dolayısı ile kamu spotlarının dikkat çekmeye başladığı, özellikle maske, el yıkama gibi hijyen ve sosyal mesafe kurallarının akılda kalıcı olduğu, halkın kamu spotları ile birlikte hijyen kurallarını da öğrendiği, Covid-19'a karşı alınacak tedbirlerde hem bireysel hem de toplumun tamamı için birlik ve beraberlik içerisinde hareket edilmesine yönelik bilgilendirmelerin etkili olduğu, kamu spotlarında en fazla akıllarda kalan detayların; virüs motifi, dünya haritası ve el yıkama gibi hijyen kuralları olduğu, daha özgür yaşanacak günler adına kamu spotlarının toplumu bilgilendirme misyonu edindiği, özellikle sağlık çalışanlarının rol aldığı kamu spotlarının bireyleri yoğun düzeyde etkilediği ve duygulandırdığı görüşleri bulgulanan konular arasında yer almaktadır.

Covid-19 hakkında hazırlanmış olan kamu spotu reklamlarından yeterli düzeyde bilgi edinmeye yönelik veriler; Bir kısım katılımcılar kamu spotlarının yeterli ve bilgilendirici olduğunu, her detayın düşünüldüğünü, güzel ve başarılı reklamlar olduklarını, devletimizin halkın bilinçlenmesi adına sürekli olumlu faaliyetlerde bulunduğunu, kamu spotlarının da bu faaliyetlerden biri olduğunu, özellikle pandemi sürecinde kamu spotlarının katkılarının önemli olduğunu, sağlık çalışanlarının işlerini kolaylaştırdığını, ilgiyi canlı tutmak adına kısa süreli olmalarının akılda kalıcılığı artırdığını ifade ederler iken kamu spotlarının yeterli olmadıklarını ve daha betimleyici ve örneklemlerle desteklenmeleri gerektiğini ifade eden katılımcıların varlığı da tespit edilmiştir.

İlgili kamu spotu reklamlarının başarısına (Çekim teknikleri, verdikleri mesaj, dikkat çekicilik…) yönelik veriler; Geçmiş yıllarda yayınlanan kamu spotlarının günümüzde hazırlanan spotlara göre amatör nitelikte olduğu, özellikle pandemi sürecinde hazırlanan spotların dikkat çekici ve etkileyici nitelik taşıdıkları, sağlık çalışanlarının yer aldığı kamu spotlarının etkileyici oldukları, pandemi konusunda hazırlanan kamu spotları her yaştan insanın ilgisini çektiği, toplum üzerinde bir algı oluşturdukları, mesajları ve çekim teknikleri ile başarılı olarak addedildikleri, bazı spotların grafik olarak bazılarının da ünlüler ve vatandaşların kullanılmasının yerinde olduğu, daha etkili mesajların verilebileceği, ünlü kullanımı ile dikkat çekici hale getirilen kamu spotlarının özellikle sağlık çalışanlarının verdikleri mesajlar ile akıllarda yer edindiği, kamu spotlarının devlet eli ile vatandaşlarını uyarma ve hizmet amaçlı gerçekleştirilen çalışmalar olduğu ve halk tarafından geçmişte kamu spotlarına fazla önem verilmediği ancak covit-19 mikrobunun tüm dünyaya sirayet etmesi ile birlikte herkesi korkuttuğunu, artık uyarıların dikkatle takip edildiğini, özellikle sağlık çalışanlarının gösterildiği kamu spotlarının dikkat çekici ve başarılı olduklarını düşündükleri ifadeleri bulgulanan veriler arasındadır.

Covid-19 hakkında hazırlanmış olan kamu spotu reklamlarının davranışları ne ölçüde değiştirdiğine (14 gün kuralı, kişisel hijyen, sosyal mesafe…) yönelik veriler; Kamu spotlarından sonra hijyen kurallarına daha fazla dikkat edildiği, 14 gün kuralına riayet edildiği, sağlık çalışanlarının sözlerine daha fazla dikkat edildiği, özellikle maske ve sosyal mesafe

konularında temkinli davranıldığı, hatırlatıcı etkisi ile dalgınlıkla yapılan tedbirsizlikleri azalttığı tespit edilen veriler arasında yerini almaktadır. Katılımcılar davranışlarının olumlu yönde değiştirdiğini kabul etmektedirler, ancak toplumun geneli için aynı durumun yaşanmadığını ifade etmektedirler. Covid-19'un yayılmasıyla birlikte birçok doğru-yanlış bilginin gerek sosyal medya gerekse farklı kaynaklarda yayılmasıyla kısa bir süre kafa karışıklığı yaşanmasına neden olduğundan, kamu spotlarının gerekli mecralarda yayınlanmasıyla birlikte doğru tavır ve davranışın öğrenilmesinde etkili bir yol gösterici olduğu da mevcut olan söylemler arasında yerini almaktadır.

Covid-19 ile mücadele sürecini anlatan bir kamu spotu reklamının içermesi gereken unsurlara ve vermesi hedeflenen mesaja yönelik veriler; Mevcut tehlikenin bertaraf edilmesi için toplumu korkutmadan uyarma amaçlı mesajların hazırlanması gerektiği, her yaş grubunun anlayabileceği bir dil kullanılarak verilen mesajların önem taşıdığı, görselliğin etkin olduğu, kısa, öz ve net mesajların verildiği spotların hazırlanma ihtiyacının varlığı, sigara kamu spotlarında olduğu gibi hastaların veya hastalığı atlatanların da spotlarda yer almalarının dikkatleri canlı tutacağı, çalışanlarının tecrübelerine de yer verilmesinin önemli olacağı, sosyal mesafenin önemine değinmenin gerekliliği, kamu spotlarının sorumluluk yükleyici ve dikkatsizlik ile boş vermişliği yenebilecek vicdani mesajlar ile hazırlanması gerekliliği, bulaş olma ihtimali olan alanların hedef alındığı kamu spotlarının etkili olacağı, mevcut yayınları başarılı bulmakla birlikte dış çekimlere ve toplumdaki hatalı davranışları içeren yeni spotlar yapılması gerektiği kanaatinin mevcudiyeti, topyekûn bir mücadelenin gerekliliği üzerinde duran milli bilinci ve milli mücadeleyi teşvik eden ve milli bir sorumluluk içerisinde virüsün yenileceğine dair mesajların önemi, ayrıca geleceğe umutla bakılabileceğinin mümkün olduğunu gösteren kamu spotlarının hazırlanma ihtiyacı da elde edilen verilerin odağında toplanmaktadır.

Kamu spotlarının izlenme/dinlenme mecralarına (Sosyal medya, radyo, televizyon) yönelik veriler; Kamu spotlarının radyoda, televizyonlarda ve sosyal medyadan takip edildiğini, ancak ağırlıklı olarak televizyonda yayınlanan kamu spotlarına daha sık rastlanıldığı kayıtlanan veriler arasında yerini almaktadır.

Kamu spotları "Kontrollü Sosyal Hayat" mottosunun toplum tarafından benimsenmesine yönelik veriler; Toplumumuzun kontrollü sosyal hayata alışmasının zor bir durum olduğu, samimi ilişkileri seven ve yakın temasa alışık bir toplum olmamız hasebi ile kontrollü sosyal hayat mottosunun benimsenmesinin zor olacağı görüşü hakim iken, insanoğlu mecbur kalmaya görsün, her koşula mecburen kolay alışıyor görüşü de ön plana çıkan görüşler arasındadır. Kamu spotlarının elbet faydası olacağı, ancak kontrol mevzunun alışkanlık oluşturmadıkça zor olacağı, zamanla alışkanlığa dönüştükçe benimseneceği görüşü bulgulanan diğer veriler arasındadır. Ayrıca, toplumun tedbirlerden çok çabuk uzaklaştığın, aksine birbirlerine daha fazla yakınlaştığını, kontrollü sosyal hayat mottosunun toplum tarafından benimsenmesinin uygulamada sorunlar yaratacağı, başka bir çaremizin de olmadığı, kamu spotlarının da belirttiği gibi topyekün mücadelenin şart olduğu, henüz toplumun tüm kesimlerinin buna adapte olamadığı, sokağa çıkma yasaklarının bitmesi ile beraber pek çok yerde hatalı davranış ve uygulamalarla sık sık karşılaşıldığı, pekiştirilmesi gerekliliği, konunun ciddiyetinin farkına

varılmadığı, birlikte mücadelenin mümkün olduğunu gösteren mesafeli fakat birlikte aşılacağına dair daha samimi bir kontrollü sosyal hayat mesajının verilme ihtiyacının varlığı, mesajların daha bütüncül ve milli sorumluluk bilincinin bireye yüklenmesi gerekliliği, kontrollü sosyal hayatın uzun bir süreç olacağı ve gerekli görüldüğü durumlarda kanuni yaptırımların olması gerektiği, aksi halde kontrolü çabuk unutabilecek bir toplum olduğumuzun vurgusu elde edilen veriler arasında yerini almaktadır.

Kamu spotlarının önerilen "Yeni Normal" yaşam şartlarına dair bilgilendirme özelliğine yönelik veriler; Kamu spotlarının nicel ve nitel olarak teşvik edilmesi gerekliliği, yeni normal konusunun tekrar edildikçe insanların akıllarında daha iyi yer edineceği, iyi bir prodüksiyon ve iyi bir bütçe ile daha üst düzeyde kamu spotları hazırlanma ihtiyacı, sağlık çalışanlarının tecrübelerinin ve fedakarlıklarının ön plana alındığı kamu spotları yapılmasının gerekliliği, yeni normal şartlarına uyum sağlanmadığında yasakların tekrar geri geleceğinin vurgulandığı kamu spotlarının insanları bir nebze daha fazla etkileyeceği, insanların vicdanlarına seslenmenin gerekliliği, daha fazla uyarıcı içeriklerin ve çarpıcı örneklerin varlığının ihtiyacı, yaşanmış hikayelere (iyileşen hastalara) yer verilebileceği görüşleri elde edilen bulgular arasında yer almaktadır. Karşıt görüş olarak, kamu spotlarının yeni normal süreci aktarmakta yetersiz kaldığı, konunun sadece spotlarla sınırlı olmaması gerektiği çünkü halkın bu yeni normalleri benimsemelerinin ve hayatlarına adapte edebilmelerinin çok zor olduğu ayrıca alışkanlık haline getirebilmek için daha fazla çalışılması gerektiği, konunun üzerine daha çok düşülmesi gerektiği, insanların bütçesinin de bu zorlu süreçte önemli olduğu, kimsenin eşit şartlarda yaşamadığı, ekonomik koşullar iyileştirilmediği sürece yeni normal şartlara uyum sağlamanın zor olduğu ve kamu spotlarında önerilenlerin, ekonomik durağanlığın önüne geçmek için çiğnenebildiğinin görüldüğü, halkın her kesimine hitap eden spotların hazırlanmasının yeni normal sürece adaptasyon için daha etkili olacağı, millet olarak birlikte üstesinden geleceğimizin vurgusunun yapılması gerekliliği araştırma dahilinde saptanan diğer bulguları oluşturmaktadır.

Kamu spotlarının toplum bilincinin artırılması konusunda başarılı sağlamalarına yönelik veriler; Toplumun her kesimine uygun farklı formatlarda hazırlanan kamu spotlarının başarılı olacağı, halkın nabzını tuttukları sürece etkileme güçlerinin artacağı, öğretici yönü kuvvetli olan spotların nitelikleri ile türlerinin çeşitlendirilmesi ihtiyacının hissedildiği, eğitim düzeyi ile kamu spotlarının başarı oranının birbirlerine koşut olduğu, eğitim düzeyi düşük kesimlere kamu spotlarının etkisinin daha az olacağı, eğitici içeriklerin çoğaltılmasının uygun olacağı, sadece pandemi sürecinde değil, toplum sağlığını etkileyebilecek konularda da hazırlanma gerekliliği, ancak etkin mesajlar ile verim alınabileceği, kamu spotlarının içeriklerinin toplumun algılama seviyesine göre değerlendirilmelerinin, başarıyı arttırabileceği, toplum bilincinin artırılması gibi önemli bir konunun yükünün sadece kamu spotlarına bırakılmaması gerekliliği, eğitim meselesinin çözülmeden toplumun bilinçlenmesinin de zor bir konu olduğu, milli birlik ve beraberlik ile her türlü sorunun üstesinden gelineceği düşüncesinden hareketle, milli birlik melekesinin aşılanması ile kamu spotlarının etkinliğinin artacağı, halkın da spotlara dahil ederek, yaşanmış tecrübelere yer verilmesinin yararlı olacağı, kamu spotlarında işlenen konular arasında, kurallara uyulduğunda faydaları, uyulmadığında zararları hakkında karşılaştırmalı bilgilendirmeler yapılma ihtiyacının hissedildiği, bu yönü ile halkın dikkatini

çekecek mesajlar ve konulara yoğunluk verilmesinin uygun olacağı, toplumun her kesimine hitap eden ve toplumun nabzını tutan kamu spotlarının hazırlanması ve kamu spotlarında ünlüler ile birlikte gerçek kişilerin hayat hikayelerinin de işlenmesi gerekliliği konuları bulgulanan olumlu görüşler arasındaki yerini alırken, kamu spotlarının hedeflenen başarıya ulaşma konusunda yetersiz kaldıklarını, tabloların da bu düşünceyi destekler vaziyeti gözler önüne serdiğini, kamu spotlarının farklı argüman ve tekniklerle daha fazla toplumsal eğitim içerikli olmaları gerektiği, spotlarda toplumu uyarma konusunun hedef alınma ihtiyacı, daha fazla sosyal mesajlar içeren spotların hazırlanma ihtiyacının hissedildiği, toplumsal bilince dair yeterli veri ve altyapının mevcut kamu spotlarında verilmediği, kamu spotlarının istenen düzeyde halkın ilgisini çekmediği, daha etkin mesajlar ile kamu spotlarının etkilerinin artırılması adına halkın görüşlerinin ve ihtiyaçlarının da dikkate alınmasının fayda sağlayacağı ve toplumu eyleme geçirmede büyük kitleler üzerinde etkili olamadıkları söylemleri elde edilen olumsuz veriler arasında yerini almaktadır.

Kamu spotlarının toplum vicdanına yön verme konusundaki etkilerine yönelik veriler; Toplumun kamu spotlarına kayıtsız kalmamakta ve toplum sağlığının korumasının elzem olduğu, toplumun bilinçlenmediği sürece toplum sağlığından ve vicdanından bahsetmenin mümkün olmadığı, özellikle pandemi sürecinde bilinçsiz davranışların sergilenmesinin üzüntüye sebebiyet verdiği, geçtiğimiz hassas dönemde herkesin dikkatli olması gerektiği, kamu spotlarında toplum duyarlılığını ön plana çıkaracak mesajlara önem verilmesi gerekliliği, devletin her organı ile kamu duyarlılığının sağlanması adına çalışmaların yürütmesi ihtiyacı, eğitim konusunda gerçekleştirilecek çalışmaların hazırlanması, halkın vicdani yükümlülüklerini yerine getirmelerini sağlamak ve toplumun sorumluluk duygusu ile hareket etmeleri teşvik etmek adına tedbirlerin uygulanması yönünde yaptırımların ve cezaların caydırıcı şeklide uygulanmasının gerekliliği, sosyal mesafe ve diğer kuralların bireyci bir yaklaşımla ele alınarak daha rasyonel olarak sunulması, sürekli tekrar edilmesini seven bir toplum olarak, tekrar eden ve dikkat çeken kamu spotlarının etkisi hesap edilerek, spotlarda kamu hassasiyetini ön plana alan çarpıcı örneklere daha fazla yer verilmesinin planlanması, bazı kamu spotlarının gerçekçi olmadığı, dramatize edilen konuların olduğu, mümkün mertebe gerçekçi örnekler ile hazırlanan kamu spotlarına ağırlık verilmesi gerekliliği, uyarıları sevmeyen bir toplum olarak, yaşanmış olayların anlatıldığı konuların işlenmesine ağırlık verilme ihtiyacı, devletin tüm kurumlarının sorumluluk üstlenmelerinin elzem bir durum teşkil ettiği, devletin tüm kurumları ile canla başla mücadele vermekte olduğu, kamu spotlarının da devletin halka ulaşma yöntemlerinden biri olarak kamu vicdanını etkileyebilir niteliği haiz olduğu bulgulanan veriler arasında yerini almaktadır.

SONUÇ:

Kamu spotları birey ve toplumların günlük yaşam pratikleri dahilinde, davranış, tutum, inanç ve algı yapılarına dair farkındalık oluşturma ve kamu yararı ilkesi gözetilerek, ideal olarak addedilen durum ve olgulara erişme adına gerçekleştirilen iletişim faaliyetleri olarak addedilmektedirler. Kamu spotları radyo, televizyon, sinema ve sosyal medya başta olmak üzere kitleleri etkisi altına alan kitle iletişim araçları yolu ile yönetim erklerinin toplum sağlığı ve gönenci adına iletmeyi hedeflediği mesajları kapsayan bir iletişim metinleridir. Günümüzde

kitle iletişim araçları ile iletilen kamu spotlarının doğru, etkin ve ideali hedef alan mesajlarının, birey ve toplumlar tarafından izler/dinler kitleyi etkileme gücünü haiz olduğunu ifade etmek mümkündür.

Kamu spotları vasıtası ile iletilen mesajların, birey ve toplumlar tarafından okunma biçimlerinin tespiti çabası, günümüzde pek çok araştırmacının ilgi alanına dahil olarak birçok araştırmanın da çalışma konusu olarak literatür içerisinde yerini almaktadır. Çalışma izler/dinler kitleyi homojen bir kitle olma varsayımından çıkararak, güncel yaşam pratiklerinin, algı biçimlerinin, hassasiyetlerinin, deneyim ve düşünce biçimlerinin farklılıklar içerdiğinin bilinci ile yürütülmüştür. Farklılıklar ile birlikte ortak yaşam kültürünü düstur edinen izler/dinler kitlenin kamu spotları metinlerini ne şekilde çözümlediklerine dair güdülen hissiyat, araştırmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. İzler/dinler kitlenin temel alınarak gerçekleştirilen çalışmada, pandemi sürecinde yayınlanan Covit-19 virüsüne dair tedbirleri konu edinen virüsün metafor olarak kullanıldığı kamu spotları reklam filmlerine ilişkin okuma pratikleri fenomenoloji yöntemi ile çözümlenmiştir. Fenomenolojik araştırma yöntemi ile gerçekleştirilen çözümlemede, izler/dinler kitlenin pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotları reklam filmlerine dair değerlendirmeleri ve okumaları analiz edilmiştir.

Pek çok araştırmacının sosyal pazarlama aracı olarak nitelendirdiği kamu spotu reklamları, toplum sağlığını tehdit etme olasılığı yüksek davranışların ve alışkanlıkların mevcut olması, toplum refahına zarar verecek niteliği haiz tehlikelerin bertaraf edilmesi adına devlet eli ile toplumsal sorunlara müdahil olunmasını sağlamaktadır. Kitle iletişim araçlarını kullanan her bir bireyin izleme ve dinleme tecrübesi edindiği kamu spotları, işlediği konular ve hitap ettiği kitleler bağlamında, farklı alanlarda çeşitlilik göstermekte ve kitleleri ilgilendiren birçok konuya temas etmektedir. Evrensel bir olgu olarak addedilen sağlık konusu, temel insani haklardan biri olan sağlıklı yaşam hedefi çerçevesinde kamu spotlarında anlam bulmaktadır. Tüm dünya ülkelerinde olduğu üzere, ülkemizde de sağlık olgusuna dair addedilen kıymet her geçen gün artmaktadır.

Sağlıklı yaşam düzenine erişmede ve sağlık konusunda tehdit oluşturabilecek unsurlar tüm dünya ülkeleri tarafından üzerinde durulan temel konulardan biri olarak gündem oluşturmaktadır. Zira, günümüzde sağlık konusunda risk teşkil edebilecek unsurların nicel bağlamda artış göstermesi ile birlikte, nitel anlamda mahiyeti de derinleşmektedir. Günümüzde tüm dünya ülkelerinin savaş verdiği ve bertaraf etmeye çalıştığı pandemi süreci de sağlıklı yaşam koşullarını sekteye uğratan ve insan varlığını tehdit eden başat risklerden biri olarak yaşamlarımızda yer edinmektedir. Tüm dünya coğrafyasını etkisi altına alan Covit-19 virüsünün varlığı, ülkemizde de halkı bilinçlendirmek adına gerçekleştirilen faaliyetlerin artması ile karşılık bulmaktadır. Toplumun bilinç kazanması adına yürütülen çalışmalar dahilinde kamu spotu reklamlarının başat önem arz ettiğini ifade etmek gereklidir. Varlık gösterdiğimiz yüzyılda, halk sağlığı sorunları ile mücadele konusunda başarılı örnekler veren kamu spotları, pandemi sürecinde de halk sağlığı konusunda işlenen temaları ile göz ardı edilemeyecek düzeyde gündem oluşturmayı başarmışlardır.

Sözel, kurgusal, görsel ve işitsel yönleri ile çok yönlü uyarıcı olma niteliğini haiz kamu spotları, günümüzde hemen her yaş popülasyonuna dahil bireyler tarafından fark edilebilme yeterliliğine

erişebilmişlerdir. 1927 yılında kamu yararı içeriği barındıran anonslar ile radyoda, 1981 yılında yine kamu yararı spotları ile televizyonda yayınlanmaya başlayan kamu spotları, günümüzün pandemi sürecine değin süregelen yayınları arasında gelişmeler göstererek, kamu spotları temaları içerisinde en fazla izlenen, en dikkat çeken ve en fazla akılda kalıcı olma niteliği taşıyan bir boyut kazanmışlardır. Bu yönü ile pandemi sürecinde yayınlanan kamu spotları, pandemi süreci öncesinde yayınlanan kamu spotlarından ayrılmaktadır. Bu sebeple araştırmanın çıktıları da pandemi süreci öncesinde gerçekleştirilen kamu spotu reklam araştırmalarından ayrılmaktadır.

Pandemi sürecinde daha fazla izlenme/dinlenme oranına erişen kamu spotlarında, toplumun tüm kesimlerine hitap eden, farklı formatlarrda hazırlanan, halkın nabzını tutan, güncel sorunlara değinen, öğretici yönü kuvvetli, eğitici içeriklerin çoğaltıldığı, etkin mesajlar ile örülü, milli birlik ve beraberlik duygularının ön plana alındığı, halkın kamu spotlara dahil edildiği, yaşanmış tecrübelere yer verildiği, kurallara uyumun faydalarının işlendiği, kural dışı yaklaşımların zararlarının ifade edildiği, ünlüler ile beraber gerçek yaşamdan kişilerin hayat hikayelerinin de betimlendiği, toplumu eyleme geçirmede kitleler üzerinde etkili olabilecek söylemlerin yer almasının kamu spotlarının başarısını etkileyeceği önem arz eden unsurlar arasında yerlerini almaktadırlar. Ayrıca, dış çekimlere yer verilen ve toplum içerisindeki hatalı davranışları içeren yeni spotların hazırlanması gerektiği inancı, topyekûn bir mücadelenin gerekliliğinin ön plana alındığı, milli bilinç ve milli mücadele unsurlarının vurgulandığı, milli bir sorumluluk bilinci içerisinde pandemi sürecinin aşılacağının betimlendiği mesajların varlığı kamu vicdanının oluşturulması adına da başat önem arz etmektedir.

KAYNAKÇA

Akova, S. (2017). “Sigarayı Bırak, Hayatı Bırakma’’ Sloganlı Kamu Spotları Örneklemlerinin Alımlama Analizi Yöntemi İle İncelenmesi. Stratejik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1 (2), 15-36. DOI: 10.30692/sisad.362259.

Akova, S. (2020). Kültürlerarası İletişim Bağlamında Ötekileştirme Olgusunun Dijital Taşıyıcılığına Dair Netflix Dijital Televizyonu Üzerinden Bir Bakış:13 Commandments (13 Emir) Dizisi Üzerinden Göstergebilimsel Analizi. OPUS International Journal of Society Researches, 15 (26), 4479-4516. DOI: 10.26466/opus.680136

Creswell, J. W., (2013), Nitel Araştırma Yöntemleri (Beş Yaklaşıma Göre Nitel Araştırma Deseni), Çev. Ed.: Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Creswell, J. W., (2015), Nitel Araştırma Yöntemleri, (Çev. M. Bütün ve S. B. Demir), Ankara: Siyasal Kitabevi.

Demirkıran, C., Akova, S., Öztürk, G. (2022)., Sağlık İletişimi Bağlamında Kamu Spotları Analizi, Dijital Çağda Sinema ve Televizyon, Ed. Yavuz Küçükalkan, Pradigma Akademi.

Dey, I. (1993). Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists. London: Routledge Publications.

Merriam, S. B., (2013), Nitel Araştırma (Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber), Çev. Ed.: Selahattin Turan, Ankara: Nobel Yayınları.

Punch K. F., (2014), Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar, Çevirenler. Dursun Bayrak, H. Bader Arslan ve Zeynep Akyüz, Ankara: Siyasal Kitabevi Yayınları.

Punch, K.F. (1998). Introduction To Social Research: Quantitative And Qualitative Approaches, London: Sage.

Smith, J. A., Flowers, P., & Larkin, M. (2009). Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research. In *Interpretative Phenomenological Analysis: Theory, Method and Research* SAGE Publications.

Strauss, A., Corbin, J. (1990), Basics of Qualitative Research: Grounded Theory Procedures and Techniques. New Delhi: SAGE Publications.

DIFFERENT TYPES OF TRUST IN TURKEY: INSIGHTS FROM THE WORLD VALUES SURVEY

Dr. Deena SALEH
Independent Researcher
ORCID: 0000-0003-4628-4064

Abstract:

Trust is a main element that encourages people to collaborate and cooperate for mutual benefit and allows for information exchange. Several studies found that the level of trust that societies exhibit is highly correlated with economic performance. Trust was also associated with better scores on some indicators of government efficiency and infrastructure quality. Additionally, societies with high trust are more likely to deal successfully with social and economic problems such as distribution of common resources or externalities. The current study offers an overview on the concept of trust in Turkey, within a sociocultural context. It examines different types of trust using data from different waves of the World Values Survey. It shows that citizens in Turkey exhibit high trust in close ingroups, in, particularly their family. On the other hand, they show low to medium levels of trust in outgroups such as people from another religion or nationality. Additionally, it shows that some institutions such as political parties are less trusted in Turkey while the armed forces and the parliament are considered as more trustworthy by the Turkish public.

Keywords: Turkey, Social Trust, Institutional Trust, Interpersonal Trust, World Values Survey.

Introduction

Trust is vital as a motivator for people to work together for mutual benefit. Trust improves cooperation, which is more likely to occur when community members trust one another (Putnam et al., 1993). Ties and connections between individuals help people be more self-reliant, healthy, trustworthy, tolerant of diversity, sensitive to the needs of the vulnerable, and encouraged to transform private concerns into public issues (De Oliveira, 2002). Trust has been viewed differently by academic scholarship. For Fukuyama (1995), trust is right-hand-side variable describing transaction costs. On the other hand, Putnam et al., (1993) treat trust as a left side variable that is explained by social interactions. For Collier (2002), it is an intermediate variable resulting from social interaction and reducing transaction costs. Trust, therefore, is a function of social interactions, and transaction costs are a function of trust.

In higher-trust communities, individuals enjoy economic activities in which agents depend on future actions of others at a lower cost. Transactions depending on mutual trust include goods and services traded on future payment terms, employment contracts, investment decisions based on confidence in governments and banks (Knack and Keefer, 1997). Previous studies discovered a link between trust and higher scores of government efficiency and infrastructure quality (La Porta et al., 1997; Fukuyama,1995). Burt (1997) found that social and interpersonal trust can improve contracts enforcement and reduce transaction costs. In one study, Knack, and Keefer (1997) found that every 1 standard deviation increase in social trust on a country level is associated with more than 0.5 standard deviation increase in economic growth. Furthermore, communities that have a high level of trust are more successful in addressing social and economic problems such as externalities, imperfect information, and coordination failures (Whiteley, 2000).

Turkey has been included[1] in the World Values Survey (WVS) since its second wave (1990-1994). The WVS data over different waves has shown that citizens in Turkey have less tendency to trust people in general, and they also show skepticism toward people from other religions and nationalities. An interesting online report titled *''In Turkey, Why The Public Is So Skeptical About Donating To Earthquake Relief''* was published after the major earthquake that left thousands of victims in Turkey in February 2023. It is argued that a certain level of skepticism was present among the Turkish public when it came to collecting donations. This skepticism could be related to economic and social factors such as poverty, income inequality, education quality, and perceptions of corruption. A culture of trust, community cooperation, trust, and attributes of mutuality is critical for overcoming such natural disasters or crises.

Trust would have let people mobilize their actions and cooperate more efficiently. It would result in a sense of mutual commitment and obligation on individuals' behalf, which necessitates further research that examines ways to increase trust levels among people in Turkey.

[1] Other Middle Eastern countries such as Algeria, Egypt, Iraq, Jordan, Morocco, Saudi Arabia were included in successive wave of 1999-2004; Egypt, Iraq, Jordan, Morocco in 2005-2009. The 6th wave (2010-2014) included most of Arab countries: Algeria, Bahrain, Egypt, Iraq, Jordan, Kuwait, Lebanon, Libya, Morocco, Palestinian Territories, Qatar, Tunisia. The 7th wave included Iran, Turkey, Egypt, Tunisia, Morocco, Libya, Iraq, Yemen, and Lebanon.

Recently, Turkey has faced domestic pressures caused by concerns of national security, economic welfare, social cohesion, the size and speed of refugee inflows, ethnolinguistic differences, and high unemployment. Such challenges are affecting the social fabric of the Turkish society and levels of trust that citizens exhibit toward each other. This study aims to check how the Turkish citizens show trust in general, trust in their ingroup, trust in foreigners and outgroups, and finally trust in institutions. This study aims to understand different types of trust in Turkey, using data from The World Values Survey[2] (WVS) such as social trust, interpersonal trust, and institutional trust. The article will discuss the implications and policy recommendations based on our findings that WVS data will show. Overall, the article aims to provide some insights on trust within the Turkish society and how it affects the society and the country.

A Brief on the Literature

Yamagishi & Yamagishi (1994:131) define social trust as "taking reality for granted" or "expecting the persistence and gratification of genuine and ethical order." Because it enables a thicker flow of information, social trust shows how much people value mutual learning experiences (Cáceres-Carrasco et al., 2020). Particularized or interpersonal trust describes our tendency to trust those we know to reduce our social uncertainty. Moreover, it fosters economic activity in the absence of institutional equivalents such as effective domestic institutions.

Delhey and Welzel (2012) divide interpersonal trust into ingroup trust and outgroup trust. Outgroup trust includes strangers and those who differ from one another in some group-identity qualities, such as nationality and religion, while ingroup trust includes persons with whom one is familiar, such as family members, neighbors, and acquaintances. Another type of trust is institutional trust, which reflects the degree of trust in political institutions such as the police, the government, legal system, and the parliament; or social institutions such as non-governmental organizations (NGOs), charity institutions, and educational institutions. It entails the presence and integrity of the essential institutions, such as contracts, formal laws, and punishments for incorrect actions (Irwin, 2009).

Social trust between two random people in the country is the kind of trust that matters for a country's economic performance. When individuals trust strangers to behave in their best

[2] In the early 1980s, the European Values Systems Study group initiated a study program of values using public opinion surveys. The waves of WVS are undertaken in four multi-year waves: 1981-1984; 1990-1994; 1999-2004; 2004-2009, 2010-2014, and 2017-2022.

interests, effective economic measures are more likely to be approved and require less monitoring. If community members show only trust that does not extend beyond the family, it may limit capital supply, diminish the scale of private enterprises (Knack, 2002), limit transaction scope, create segmented markets, and reduce profits from economies of scale (Greif, 1994). The level of institutional trust in domestic institutions such as the government is strongly affected by social trust prevalent among people (Knack and Keefer, 1997). As a result, it can be argued that all these types of trust are interrelated, which means that a community needs a balanced level of trust types to overcome social and economic problems. For example, Saleh (2022) found that ingroup and outgroup have statistically significant positive association with social trust.

Social Trust in Turkey

Social (generalized) trust is measured using a WVS question*: "Generally speaking, would you say that most people can be trusted, or that you can't be too careful in dealing with people?"* The percentage of participants who said "most people can be trusted" indicates a society's level of social trust (Knack and Keefer, 1997). This WVS question shows how much trust someone has in others who not close friends or family members are (Delhey et al. 2011; Delhey and Newton 2005). Figure 1 depicts the different levels of social trust in Turkey reported in each wave of the WVS. According to data from the WVS, Figure 1 shows that Turkey has experienced some fluctuations in social trust over the years. On average, during the early 1990s only 6.5% of total respondents to WVS in Turkey reported that most people can be trusted. While the percentage slightly increased in the early 2000s, it witnessed a decline reflected by the WVS data in the period 2005-2009. Starting from 2010, there has been a slight and steady increase in social trust, as reported by WVS data.

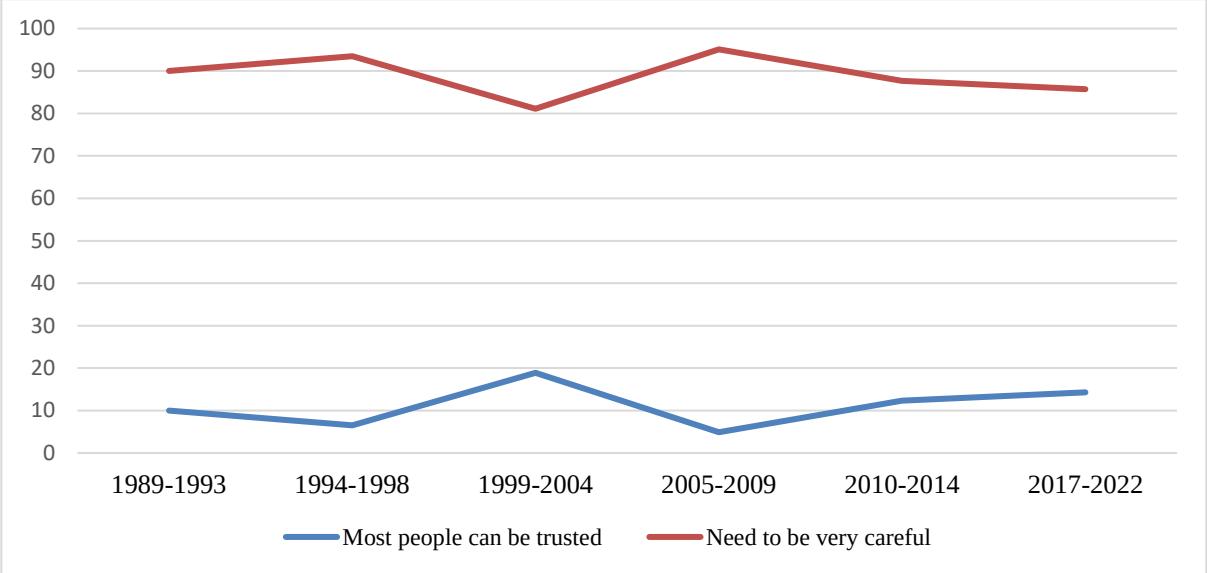


Figure 1: Percentage of people reporting that 'most people can be trusted' in Turkey, as covered by the WVS question on social trust.

Source: illustration based on data from WVS

This prevalent low social trust can lead to unwanted outcomes such as social exclusion, polarization, violence, and corruption, as well as economic stagnation. Several scholars have explained the phenomenon of low social trust. For example, Wuthnow (2002), suggested that people's social trust is affected by how much trust they have in their local institutions. As a result, when people lack trust in their government and domestic institutions, they demonstrate poor social trust. Regardless of the various theories for low social trust, they all agree that poor institutional quality and lack of trust in domestic institutions can reduce social trust levels. Well-functioning institutions encourage residents to join groups and foster social trust and collaboration, resulting in greater social cohesiveness.

Interpersonal Trust in Turkey

In addition to social trust, interpersonal trust, which encompasses ingroup and outgroup trust, is discussed as it serves as a basis for cooperation and cohesion among citizens. First, an individual's ingroup trust includes family, neighbors, and people one personally knows. Second, outgroup trust comprises people who are not part of one's own identity, such as people of different nationalities, religious backgrounds, or those one meets for the first time. The WVS includes questions asking respondents to provide information on '*How much do you trust your family, neighbors, individuals you directly, people from another religion, people from another nationality, and people you meet for the first time.'* The answers range from 'totally trust them'

to ‘do not trust them at all.’ Such questions have been included in the recent four rounds of WVS to measure respondents' levels of trust in these six groups.

Figure 2 shows ingroup trust levels in Turkey as shown by trust in family, neighbors, and people knows on a personal level. It can be seen that Turkish citizens have high levels of complete trust in family. In the period 2005-2009, 95.6% of Turkish respondents reported a complete trust in their family, while it slightly decreased to 94.3% in the period 2010-2014. The last wave of WVS (2017-2022), however, shows that trust in family among Turkish respondents decreased to 82.7%. Regarding trust in neighborhood and people one personally knows, Figure 2 shows that trust in neighborhood was the highest in 2010-2014, as it increased from 21.5% in 2005-2009 to 37.2%. However, in 2017-2022, only 20% of Turkish respondents reported complete trust in neighborhood. Although a component of ingroup trust, which is argued to be high in Turkey, the level of trust in people one personally knows is low. The highest level is reported in 2010-2014, where 32% of respondents mentioned a complete trust in people they personally know.

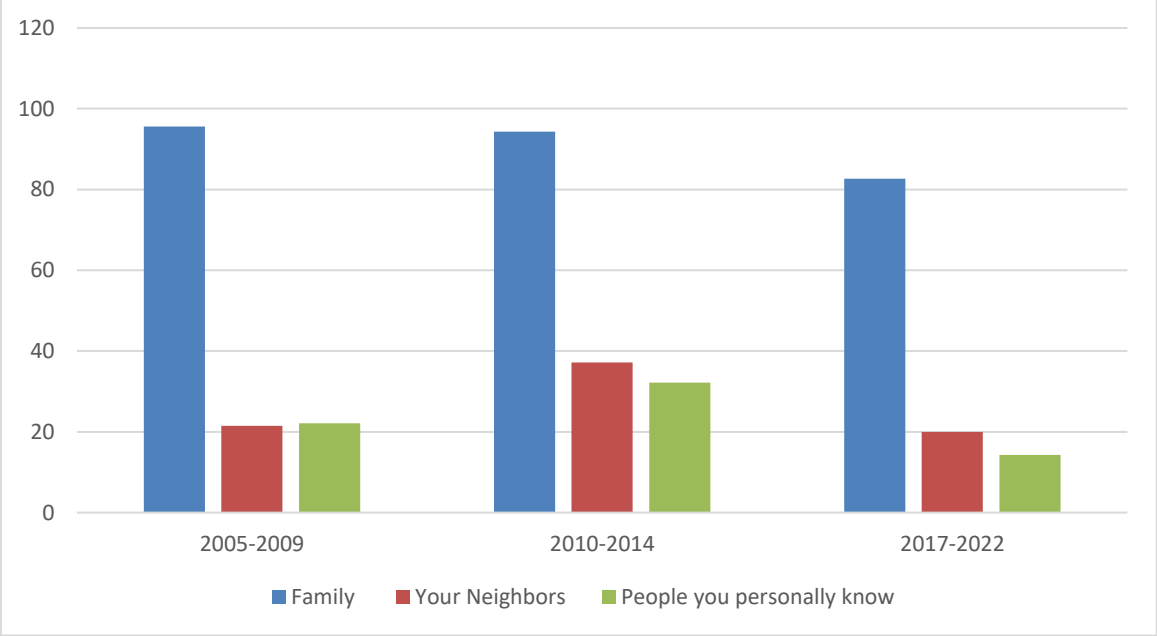


Figure 2: WVS Items on Ingroup Trust in Turkey: It shows the percentage of responses as: Trust completely in these 3 groups.

Source: Illustration based on WVS Data

According to Fukuyama (1995), countries that have strong family piety, levels of confidence in those beyond the family will be low. As a result, he argues that as the internal links among people get tighter, the outgroup links deteriorate (Fukuyama, 1995). However, It can be argued

that familial networks and family support are favorable in terms of high trust in family. Woolcock and Narayan (2000) found that in low-income countries, some entrepreneurs were able to access credit and business markets through support from friends and neighbors. More specifically, in most middle eastern countries, social connections are overtaken by strong familial ties, which are the basis for several economic and business interactions (Kasmaoui et al., 2018).

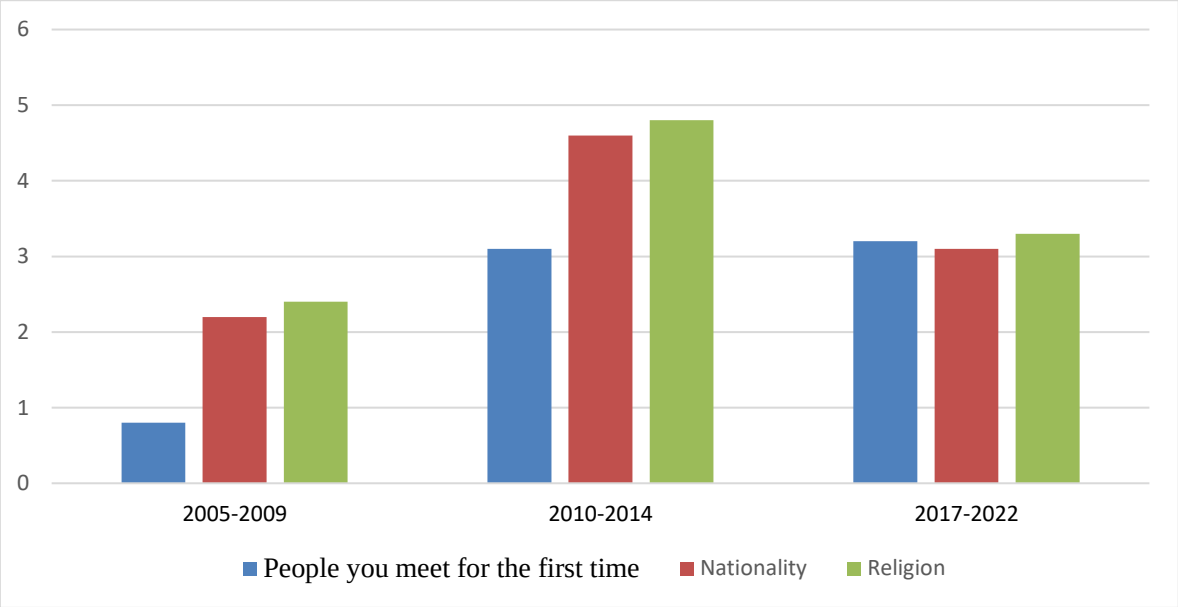


Figure 3: WVS Items on Outgroup Trust in Turkey: It shows the percentage of responses as: Trust completely in these 3 groups.

Source: Illustration based on WVS Data

Figure 3 depicts outgroup trust, the second component of interpersonal trust. Trust for the three groups is considerable low as shown by WVS data from different waves. Trust for those beyond one's own identity encompasses trust for people of different ethnicities, religious backgrounds, and first-time acquaintances. The WVS data shows that levels of trust in people from another nationality increased from 2.2% in 2005-2009 to 4.6% in 2010-2014, but it shows a decline in 2017-2022 to 3.1%. A noticeable change in trust levels toward people one meets for the first time is shown by the WVS data, though. About 3.3% of respondents indicated they trusted individuals of different religions completely in 2017-2014.

As shown in Figure 3, outgroup trust in Turkey is considered low. Such a phenomenon will result in some consequences such as social exclusion, less solidarity, social intolerance, cronyism, and corruption. If such lack of trust toward outgroups prevents them from freedom

and access to opportunities, social and economic problems can escalate. As a result, some programs can be initiated by the government to increase ties and trust among diverse groups.

Institutional Trust

Institutional trust is based on the idea of expecting others to cooperate as institutions induce them to act cooperatively. It means that the necessary impersonal structures such as contracts, formal laws, and sanctions on inappropriate behaviors are present and intact (Irwin, 2009). Institutional trust is about optimistic experiences of effectiveness and fairness of state institutions, politicians, officials, and organizations (Cáceres-Carrasco et al., 2020). We use some WVS questions to indicate the degree of confidence in different institutions. Such questions ask respondents *''I am going to name a number of organizations. For each one, could you tell me how much confidence you have in them.*'' WVS questions include political institutions such as political parties, the legal system, the government, the parliament, and the police. Additionally, other questions measure degree of confidence in international institutions such as the United Nations, the International Monetary Fund, the World Trade Organization, and the International Labor Organization; and civil society institutions such as women NGOs, environmental NGOs, and television. However, in this study we focus on the degree of confidence in state institutions.

Concerning institutional trust for state institutions in Turkey, the least trusted institution is political parties, while armed forces represent the most trusted institution by majority of Turkish respondents. However, a noticeable decrease in the confidence held toward armed forces is noticed in the period 2010-2014, after which it slightly recovered in 2017-2022. The level of confidence Turkish public have in justice system/courts was the highest in 2005-2009, where 36.8% of respondents stated they had a great deal of confidence in the Turkish justice system. However, this confidence started to decline in the following periods. Trust in parliament was the highest during 1989-1993, after which it steadily declined. In 2005-2009, there was a slight increase in the public confidence in parliament, but it declined in the sequent periods. Finally, the public confidence in government witnessed an increase during the period 2005-2009. After this period, subsequent WVS data shows lower levels of confidence in the government.

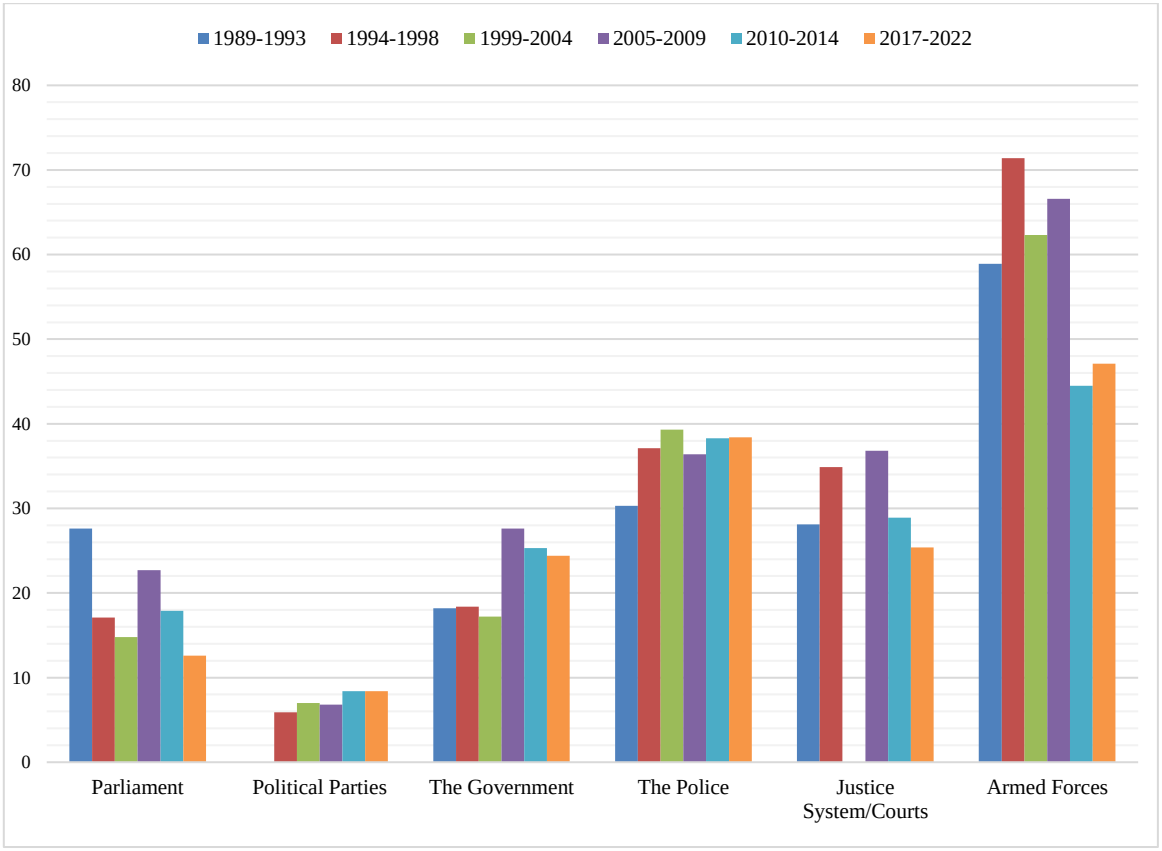


Figure 3: WVS Items on Outgroup Trust in Turkey: It shows the percentage of responses as: Trust completely in these 3 groups.

Source: Illustration based on WVS Data

Wuthnow (2002) argued that social trust can be either built or eroded through trust of national leadership, due to symbolic role those national leaders have. Citizens' willingness to believe in good human nature increases when they perceive national leaders as trustworthy. Social trust decreases when distrust for national leaders is high (Wuthnow, 2002). When compared to other middle eastern countries, the confidence in government in Turkey is considered high. While Turkey shows moderate confidence in armed forces, citizens in countries such as Jordan, Iran, and Tunisia have high confidence in armed forces, whereas they are least trusted in countries such as Tunisia and Libya. Political parties are the least trusted institutions by most citizens in the middle east countries examined by WVS.

Factors That shape Trust levels

Several factors can affect our trust behaviors, both at the individual and the country level. An important concern, however, is that social settings and other factors affect the levels of trust that individuals show. For example, trust can be influenced by individual-level factors, such as gender, age, income level, education, marital status, and employment status; or by country-level

factors, such as the country's level of wealth, general education level, income inequality, and governance quality (Deneulin and Bano, 2009). Other factors that can weaken or enhance trust are mentioned by Knack and Keefer (1997), which are: religious, linguistic, and ethnic homogeneity, the country's formal institutional structure, and social polarization. Additionally, personal attitudes such as the degree of family importance, level of financial satisfaction, and happiness levels were found to affect different types of trust (Saleh, 2023).

As a result, Krishna and Uphoff (2002) recommend taking cultural, economic, social, and political environments into account when checking the relation between mutually beneficial collective action and norms such as trust. In countries with higher income inequality, lower trust levels exist. For example, Alesina and Ferrara (2000) mention that conflicts over resources can result from inequality, as people trust only those like themselves. Tabellini (2010) stated that historically backward countries, or those with greater illiteracy rates and poorer political systems, are likely to reflect cultural features such as less social trust. Religion is another factor that affects our behavioral norms and actions toward others (Nahapiet and Ghosal,1998). For example, Putnam et al., (1993) found hierarchical religions such as Catholicism as inimical to social trust. Major social and political domestic events, such as wars and civic unrest can also affect the degree of trust prevalent in society. For example, Uslaner (1999) argues that generalized trust prospers in democracies, while particularized trust is characterizing authoritarian and totalitarian communities. Individuals withdraw from civic life due to particularized trust, while generalized trust encourages them to endorse moral commitments (Uslaner, 1999).

Implications

The literature describes low-trust societies as those having primary groups with low interconnections and distrusting citizens to witness some phenomena such as polarization, violence, and economic stagnation. Individuals in such a society prefer informal social mechanisms to ensure their livelihoods. Additionally, socially excluded groups can cause latent conflicts, and the governance deteriorates in such societies (Narayan, 1999).

Turkey, a middle eastern country has witnessed several changes in the last decades. The country has been a host and a transition destination for thousands of immigrants. Such inflow of immigrants can be a reason that explain the low trust toward immigrants as an outgroup. This can be seen from the low levels of trust showed by Turkish citizens toward people from another religion or another nationality. This is a major issue that needs attention because trust influences

how well society's institution function. Additionally, generalized trust contributes to nations' economic and social progress. For example, Knack and Keefer (1997) found a strong relationship between trust and economic growth in poorer countries. The authors attribute this relationship to factors such as insecure property rights, less-developed financial sector, and absence of contracts enforceability. When formal substitutes are absent, citizens depend on interpersonal trust to facilitate economic activity. Related to this argument, WVS data shows that citizens in Turkey have low to medium trust in main institutions such as the political parties, the parliament, and justice system. It means that if an effective system of financial intermediation is lacking, informal credit markets depend on strong interpersonal trust for investment and access to bank credit. If the government is unable to protect property rights or enforce contracts, interpersonal trust acts as an imperfect substitute. This necessitates some governmental initiatives to address this issue and recover public trust in domestic institutions.

In one study, Knack, and Keefer (1997) found higher trust levels in countries with more equal incomes and high education levels. Since incentives to innovate and returns to human capital accumulation are higher in high-trust societies, education programs can be an effective method to foster trust levels in low-trust societies. Putnam et al. (1993) emphasize voluntary activity as a major tool for enduring generalized trust in society. An active civic society engages citizens in public policy decision-making and regulatory processes. This in turn facilitates information breadth and enhances citizens' trust in legal and executive institutions and governance quality (Sedeh et al., 2021). Additionally, Uslaner (2006) suggests that increasing contact among different social groups will increase trust among individuals from different ethnic groups. Applying this to Turkey can lead to favorable outcomes, given the recent social tensions among different social groups.

Conclusion

Trust is an essential component of a country's social, economic, and political development since it provides a solution to any cooperative conundrum that society may face. It is the belief that other people may be trusted and have good intentions. This study sheds the light on different types of trust in Turkey. Several factors affect the levels of trust within a society on the micro, meso, and the country level. For example, the level of income, education, and social class are expected to affect different types of trust. At the country level, levels of trust are influenced by factors such as political and social stability, and economic freedom. To sum up, the Turkish community is an example of communities with low levels of social trust, which makes it a necessity for the government and policy makers to develop effective policies and strategies that

can raise the community's ability for collaboration and coordination among citizens and social groups.

References

Alesina, A., E. La Ferrara (2000). Participation in Heterogeneous Communities. *Quarterly Journal of Economics,* 115(3), 847–904

Burt, R. S. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly,* 42, pp. 339-65.

Cáceres-Carrasco, F.R., Santos, F.J., & Guzmán, C. (2020). Social Capital, Personal Values, and Economic Development: Effect on Innovation: An International Analysis. *The European Journal of Social Science Research,* 33:1, pp. 70-95.

Collier, P. (2002). Social Capital and Poverty: A Microeconomic Perspective. In Grootaert, C., Bastelaer, T, The Role of Social Capital in Development: An Empirical Assessment, 19-41. Cambridge University Press

Davis, J.H. and Ruhe, J. (2003). Perceptions of Country Corruption: Antecedents and Outcomes. *Journal of Business Ethics,* Vol. 43, No. 4, pp. 275-88.

Delhey, J., and Welzel, C. (2012). Generalizing Trust: How Outgroup-Trust Grows Beyond Ingroup Trust,' *World Values Research,* WVR, 5(3).

Delhey, J., Newton, K., & Welzel, C. (2011). How General Is Trust in "Most People"? Solving the Radius of Trust Problem. *American Sociological Review, 76*(5), pp. 786-807.

Delhey, J., and Newton, K. (2005). Predicting Cross-National Levels of Social Trust: Global pattern or Nordic Exceptionalism. *European Sociological Review*, 21(4), pp. 311–327.

De Oliveira, M. D. (2002). Citizen Participation and Social Capital Formation Resource Mobilization for social development. Retrieved August 29, 2023, from http://digital-library.unesco.org/shs/most/gsdl/collect/most/index/assoc/HASH56cc.dir/doc.pdf

Fukuyama, F. (1995). Trust: The Social Virtues and The Creation of Prosperity, Free Press.

Greif, A. (1994). Cultural Beliefs and the Organization of Society: A Historical and Theoretical Reflection on Collectivist and Individualist Societies. *Journal of Political Economy*, 102(5), 912–950.

Inglehart, R., C. Haerpfer, A. Moreno, C. Welzel, K. Kizilova, J. Diez-Medrano, M. Lagos, P. Norris, E. Ponarin & B. Puranen et al. (eds.). 2014. World Values Survey: All Rounds

- Country-Pooled Datafile Version: https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWVL.jsp. Madrid: JD Systems Institute.

Irwin, K. (2009). Prosocial Behavior Across Cultures: The Effects of Institutional Versus Generalized Trust. *Advances in Group Processes,* 26, pp.165–198.

La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., Schleifer, A., & Vishny R.W. (1997). Trust in Large Organizations. *The American Economic Review,* Papers and Proceedings of the Hundred and Fourth Annual Meeting of the American Economic Association, 87(2), pp. 333-338.

Kasmaoui, K., Mughal, M., & Bouoiyours, J. (2018). Does Trust influence Economic Growth? Evidence from the Arab World. *Economics Bulletin,* 38(2), pp. 880–891.

Kayaoğlu, A. (2016). Determinants of Trust in Turkey. *European Societies.* 19. 1-25. 10.1080/14616696.2016.1228992.

Knack, S. (2002). *Social Capital, Growth, and Poverty: A Survey of Cross-Country Evidence*. In Grootaert, C., and Van Bastelaer, T (Eds), The Role of Social Capital in Development: An Empirical Assessment, (pp. 42-82). Cambridge University Press.

Knack, S., and P. Keefer. (1997). Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. *The Quarterly Journal of Economics,* 112(4), pp. 1251–1288.

Krishna, A., and Uphoff, N. (2002). *Mapping and Measuring Social Capital Through Assessment of Collective Action to Conserve and Develop Watershed in Rajasthan, India*. In Grootaert, C., Van Bastelaer, T (Eds), The Role of Social Capital in Development: An Empirical Assessment, 85-124. Cambridge University Press.

Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), pp. 242-266.

Narayan, D. (1999). Bonds and Bridges: Social Capital and Poverty (English). *Policy, Research Working Paper; No. WPS 2167*. Washington, D.C.: World Bank Group.

Saleh, D. (2022). *Determinants of Social Capital in Middle East and North African (MENA) Countries* (Publication No. 778844). [Doctoral dissertation, Istanbul University]. Council of Higher Education, Thesis Center. Available at: https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/

Sedeh, A.A., Abootorabi, H., & Zhang, J. (2021). National Social Capital Perceived Entrepreneurial Ability and Entrepreneurial Intentions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 27(2), pp. 334–355.

Putnam, R. D., Leonardi, R., and Nonetti, R.Y (1993). Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy, Princeton University Press.

Tabellini, G. (2010). Culture and Institutions: Economic Development in the Regions of Europe. *Journal of the European Economic Association*, 8(4), pp. 677–716.

Uslaner, E.M. (2006). Does Diversity Drive Down Trust? FEEM Working Paper No. 69. Available at SSRN: https://ssrn.com/abstract=903051 or http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.903051

Uslaner, E. (1999). *Democracy and Social Capital*. In M. Warren (Ed.), Democracy and Trust, (pp. 121-150). Cambridge University Press.

Whiteley, P. F. (2000). Economic Growth and Social Capital. *Political Studies*, Vol. 48, pp. 443-466.

Woolcock, M., and Narayan, D. (2000). Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy. Vol. 15(2), World Bank Research Observer, pp. 225-249. http://documents.worldbank.org/curated/en/961231468336675195/Social-capital-implications-for-development-theory-research-and-policy

Wuthnow, R. (2002). The U.S.: Bridging the Privileged and the Marginalized. In: Robert Putnam (Ed.), Democracies in Flux, (pp. 59–102). Oxford, England: Oxford University Press.

Yamagishi, T., and Yamagishi, M. (1994). Trust and Commitment in the United States and Japan. *Motivation and Emotion*, 18(2), pp. 129–166.

Yilmaz, M. (2023). In Turkey, Why The Public is So Skeptical About Donating To Earthquake Relief (Özgür Öğret, Trans.), https://doi.org/10.1159/000271225 (Original work published March 2023). Available at: https://worldcrunch.com/culture-society/turkey-earthquake-distrust-charity#toggle-gdpr

THE RELATIONSHIP BETWEEN CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABILITY LIERATURE REVIEW

Prof. Dr. Yüksel Akay ÜNVAN

Ankara Yıldırım Beyazıt University, - ORCID ID: 0000-0002-0983-1455

PhD Program, Sinem UZ

Ankara Yıldırım Beyazıt University, ORCID ID: 0000-0003-2273-0816

ABSTRACT

The pressure created on natural resources, together with the increasing population, leads to unsustainability in economic, social, and environmental terms. Understanding sustainable development requires the transition from the current linear economy model to a circular economy that will support sustainable production and consumption. The general public is becoming more interested in sustainability, particularly in the business world. Reporting on the social and environmental effects of corporate operations is necessary for sustainability. Following ecological modernization, sustainable production and consumption, and sustainable development as new environmental policy understandings, the circular economy is a concept that has entered environmental policies and environmental policy research. Although the circular economy has emerged in the recent past, it has the potential to create positive synergies in the economic, social, and environmental fields. This new economic model aims to ultimately unify global economic development from the ultimate economic sources. Therefore, due to the growing interest in circular economy and sustainability research, the aim of this study lies in the presentation of both of these specific academic currents. Since this study is conceptual and aims to determine the essence of the circular economy and sustainability relationship, the article does not contain quantitative information.

Keywords: Circular Economy, Sustainability, Sustainable Development

1. INTRODUCTION

The rapidly rising industrialization race and rapid growth in the world economy, along with the increase in the use of resources within the scope of economic activities and the expansion of production, caused the rapid consumption of natural resources and a decrease in their productivity. With global population growth, growth-prone economies, our rate of resource extraction and environmental problems are increasing. One of the most important causes of environmental problems is the growth efforts of countries. Today's economic models, in which producing and consuming more are adopted as an economic development model, are based on a linear economy model based on make-use-dispose. However, producing more and consuming more increases the pressure on natural resources. The human mind has exhibited a rapid consumption behavior based on the idea that natural resources are unlimited. The scarcity of natural resources triggered the deepening of environmental problems and highlighted the importance of sustainability and sustainable development. Sustainable development understanding; environmental economy, ecological balance, social and economic factors, clean

growth, green economy, blue economy, circular economy are presented in a wide framework. Within the framework of the concept of sustainable development, sustainability is included in the economy and energy cycle. The understanding of sustainability, which has an important place on the international platform, has recently become the focus of international economic organizations, natural scientists and politicians, along with international environmental organizations.

It is thought that the transition from a linear economy to a circular economy will contribute to establishing a balance between nature and the economy, which has been in conflict for many years. For this reason, it is evident that the number of studies on the concept of the circular economy has increased rapidly in recent years. However, it is understood that research is mostly limited to theory, and empirical research for practice is still in its infancy. While the importance of the transition to the circular economy is emphasized, it is evaluated that there is a blur about who and how this will be done. In fact, such a devastating change requires the involvement of many actors, necessitating innovations in the current way of doing business. The linear economy approach is defined as the "make-use-dispose" model based on the consumption of natural resources. Linear economy is a consumption-based model, and it moves away from the understanding of efficient use of resources and drags resources into inefficient use. Inefficient use of resources distracts from the concept of sustainability and sustainable development. It does not seem possible to achieve sustainability and sustainable development with the linear economy approach. The concept of planetary boundaries used for absolute sustainability means that human activities are limited to absolute value in order to stay within the environmental footprint. Within the framework of sustainability and sustainable development, planetary borders highlight the importance of the circular economy model. It can be claimed that CE is an umbrella term for the goals of sustainability, waste and resource management, eco-innovation, human development, and consumer behavior, even if there are several definitions of CE and no commonly acknowledged definitive notion (Testa et al., 2020). To put the circular economy idea into practice, Mhatre et al. (2021) suggest focusing on reducing production flaws in order to increase the shelf life of resources and goods while promoting the regeneration of natural systems. Merli et al. (2018) argue in their analysis of the literature that the circular economy is a concept that needs to be further explored to solidify its definition, boundaries, guiding principles, and associated applications.

The circular economy model is the focal point for presenting an effective policy towards waste on the basis of the sustainable development approach. The circular economy paradigm is becoming increasingly necessary in our world of finite natural resources. The need to identify factors that promote or hinder the circular economy is a result of the lack of theoretical clarity around it and the limits of sustainability (Neves et al., 2022), as well as a lack of awareness of the social dimension in the circular economy (Gil-Lamata et al., 2022). The need to update or reaffirm the literature on the subject in question by taking into account potential changes as a result of taking into account various technologies is present, as is the requirement to promote knowledge in research linked to the use of the circular economy. The "New Circular Economy Action Plan" encourages the shift to a circular economy in all sectors, but the "Industrial Strategy" released in March 2020 focuses on digital and green transformation. The European Commission's new circular economy action plan, which was approved on March 11, 2020,

encourages sustainable consumption, works to preserve resources for as long as feasible inside the EU economy, and takes steps to advance circular economy practices across the life cycle of products.

The circular economy is a tool for sustainable development. In addition to saving European Union member states hundreds of billions of dollars, switching from the existing linear economy model to a circular one significantly lessens the detrimental effects on the environment. Because of this, the circular economy is becoming more popular as one of the most significant recent steps towards sustainability (Lewandowski, 2016) and is regarded as a viable strategy to help ease the stresses associated with global sustainability (Bocken et al., 2016). The circular economy is undoubtedly one of the hottest topics in public debates about new and more sustainable industrial paradigms and strategies. The circular economy contributes positively to the reconciliation of all elements, thanks to its basic logic based on environmental, political, economic, and commercial aspects (Ghisellini et al., 2016). Discussions about the limited capacity of the world have recently taken an important place as an agenda item. The fact that the circular economy model has become mandatory once again emphasizes the importance of an understanding of sustainability and sustainable development. The circular economy definition is integrated with the idea of achieving economic efficiency. The circular economy represents a fundamental alternative to the linear economic model that dominates today. The conceptual development, definitions, and basic principles of the circular economy (CE), which is called the new economy, are explained in Chapter 1. In addition, a literature analysis is presented in this section. The study provides an overview of the subject and sets an agenda for future research. CE is considered in relation to a number of dimensions that have gained great importance in the literature. The remainder of the work is organized as follows. In Chapter 2 discusses the circular economy and its effects. In Chapter 3, sustainability and its benefits are mentioned. In Chapter 4, the relationship between the circular economy and sustainable development, its basic features and definition, principles, purpose, and concepts related to the circular economy are mentioned. The results are discussed in the last chapter.

2. DEFINITION AND IMPACT OF THE CIRCULAR ECONOMY CONCEPT

Looking at the history of the circular economy, it seems that it started to emerge in the 1960s. In these years, it has been seen that the severity of environmental problems has increased and the concept of sustainable development has emerged (Kirchherr, 2017). It is possible to consider the circular economic model as a model that allows the reuse of resources, tries to reduce the burden on the environment, tries to reduce inputs, and, as a result, minimizes waste production (Yılmaz, 2019). Planning, sourcing, supply, production, and reprocessing are all designed and controlled as processes and outputs in the circular economy in order to enhance ecological function and human well-being (Murray, Skene, & Haynes, 2017). Mannien et al. (2017) stated the basic principles of circular economy under three headings; - Conservation and development of natural capital, - Optimizing the efficiency of the resources used, - Promoting the efficiency of the system (minimizing negative externalities). The concept of circular economy is related to concepts such as sustainable development, ecological transition, green economy, functional economy, life cycle thinking, cradle to cradle thinking, industrial ecology, and ecological design. The most distinguishing feature of the circular economy from these approaches is that the linear economy is based on the criticism of the approach and that development can be

realized independently of the use of natural resources, taking into account environmental factors.

With the communiqués released in 2014 and 2015, the circular economy is a global concept that has gained popularity, especially in the European Union. The growing awareness and interest among the general public and policymakers about the critical role the circular economy can play in achieving smart, sustainable, and inclusive growth, as outlined in the Europe 2020 Strategy, is one of the most significant drivers in the transition to the model of the circular economy (Smol et al., 2018). However, worldwide standards (such as ISO 14001), targets (such as energy intensity and emissions), institutional structures, and technical advancements all assist in the development of the circular economy (Tura et al., 2019). Stakeholders must have a thorough understanding of the possible economic gains, social disparities, waste reduction, reduced environmental load, and material reuse in order to implement the transformation economy model successfully. For an endeavor to successfully apply the notion of a transformational economy, social innovations that enable community engagement, broader public education, and wider media coverage are crucial (Winans et al., 2017). Reusing materials as much as feasible in the industrial chain to eliminate waste promises to reduce production costs and dependency on natural resources. However, the Ellen MacArthur Foundation's 2013 research makes the case that consumers as well as businesses and industries can benefit from a circular economy's efficiency and innovation (Ellen MacArthur Foundation, 2013).

Table 1: Opportunities of CE

Socio-Political Opportunities	*Strengthen communication between society and industry *Better alignment between businesses and customers *Create new employment opportunities for local communities *Develop public health and environmental awareness *Operating businesses in compliance with regulations *Rental across all industries that help businesses gather insight information about customers Introduction of models
Economic Opportunities	* Reducing costs, lowering input prices and minimizing environmental degradation and waste generation through sustainable supply chain and end-of-life management *Opening new markets for recycling and remanufacturing *New markets and new revenue channels increasing profits and competitive advantage for existing companies * Local governments earn additional profit by selling waste to recycling businesses
Environmental Opportunities	* Environmentally friendly and green products protect energy and natural resources and reduce pollution formation *Environmentally friendly management practices provide organizational and supply chain flexibility *Avoid chemical fertilizers and soil improvement *Reduction in fossil fuel consumption, greenhouse gases and toxic substance emissions *Environmental sciences and developments in technology and the emergence of new concepts such as eco-design, eco-label, cleaner production

Source: (Kumar et al., 2019)

3. SUSTAINABILITY

The inefficient use of economic resources has brought the concept of "sustainability" to the top of the list of issues that need attention (Kurbanova, 2020). Sustainability can be defined as maintaining conditions in which humans and nature can exist in productive harmony to support current and future generations. The concept of sustainability has been one of the most researched and debated concepts in recent years. has also become available. With this process, the concept of sustainability began to be used with other meanings, such as 'environmentally sensitive'. The concept of sustainability has been defined in many different ways in the literature. The conceptualization of the idea of sustainability and sustainable development takes place as a result of a very long study and effort. It is seen that sustainability has emerged as a result of the intensive work of international institutions and organizations such as the World Bank, the Natural Life Protection Foundation, and the Economic Cooperation and Development Organization (Özer, 2017). According to Akintoye and Chinyio (2008), the idea of sustainability entails improving people's quality of life by enabling them to live in a healthy environment with better social, economic, and environmental conditions. Policies aimed at improving economic standards and initiatives to promote environmental sensitivity emerge as a result of this process. However, there are also irrefutable variables that affect the social dimensions of sustainability, such as poverty, population pressure, social inequality, and intergenerational inequity. Sustainability is defined as the ability to maintain the elements, processes, and productivity of the environmental system in the future. According to another definition, having equal opportunities in terms of meeting the rights and needs of different parties means sustainability (Altınay et al., 2017). Sustainability has also been a concept in which the development efforts of governments, business managers, local communities, voluntary organizations, non-governmental organizations, and other interested parties are exhibited worldwide by protecting natural wealth without reducing it and making it the focus of attention (Isaksson & Steime, 2009). Brundtland is a report that emphasizes the value underlined by the shareholder and includes the concepts of corporate social responsibility and sustainability (Christofi et al., 2012). Another definition of sustainability is maximizing the net benefits of economic development over time, dependent on the preservation of the quality of natural resources and services (Bell & Morse, 2008). In another source, sustainability and the sustainable future were evaluated as the goals or end points of a process called sustainable development. According to Svensson and Wagner (2012), sustainability is defined as "the efforts of a company or an organization to manage its impact on the world's life and ecosystems and its own business network". The definition seeks to unite key economic, social, and environmental issues, and this requires consideration of the business-society relationship.

The concept of sustainability has gained different meanings according to economic and environmental conditions since its first appearance. With the emergence of the concept of sustainability, environmental issues were mentioned. It is not correct to evaluate the concept of sustainability only as an environmental indicator. Sustainability indicators are a concept that covers categories such as environmental impact, economic indicators, and social welfare. Sustainable development is examined in three dimensions: the economic dimension, the environmental dimension, and the social dimension.

3.1. Economic Sustainability

The economic dimension is associated with the use of scarce resources. The economy has been the most important policy of countries for many years. The economy is a sustainable cycle that can produce products and services without depletion of natural resources, and wealth is maximized by increasing the benefit from depletion. Traditionally, the economic view sees the environmental situation as one of the sources of economic development, and when the rapid increase in economic development and industrialization is combined with the unlimited use of the resulting resources, a conflict situation occurs within the economy and the environment (Tutulmaz, 2012). Economic sustainability requires an optimal level of balance between tangible and intangible capital and intellectual capital. For this reason, companies should guarantee themselves economically in the long term in order to offer high dividend yields to their shareholders and, at the same time, not experience liquidity problems. Undoubtedly, a balance should be struck between the social and environmental performance of companies that optimize their financial performance. The concept of sustainability means "the protection of capital and its preservation" in economic terms. This concept is a structure that takes into account the elements that do not harm the production process, the continuity in the production of goods and services, and the sustainability of debts at a manageable level. Therefore, the concept of sustainable development, when evaluated from an economic point of view, is seen as an approach that is compatible with the environment and supports developments in the social field. The decrease and consumption of natural resources by the rapidly increasing population has made this dimension compulsory in order to ensure the equal and effective distribution of these resources. While the economic dimension is related to the capital of the enterprise, it emphasizes that it is to ensure that the tangible and intangible capital is managed efficiently in order to provide businesses with both profit and financial problems. Providing goods, services, and monetary equality in order to leave a better standard of living for future generations is the social and ecological balance of the system. In other words, a business is one that guarantees cash flow and above-average cash to its partners. Economic sustainability is the state of creating income and jobs for population protection. Economic sustainability considers the economic situation of businesses, how non-monetary assets are used in companies, their impact on the economy, and how they use their environmental and social impact. In fact, it helps companies use capital types effectively and beneficially in the presence of trade. The situations that companies need, including intangible capital, not tangible capital, are important for their effective use (Günal, 2019). Economic sustainability is inextricably linked to environmental and social sustainability. This relationship also sets the limits of economic growth (Reddy & Thompson, 2015).

3.2. Environmental Sustainability

Although the industrialization moves that started to rise in the second period of the 20th century increased the welfare level of society, they also caused ecological problems. Development policies for economic infrastructure, such as preventing unemployment and keeping inflation under control, delayed the establishment of environmental awareness. Since industrialization, urbanization, and population increases cause environmental problems, environmental sustainability is a concept that has gained importance. Therefore, the reason for the emergence

of the concept of sustainability is environmental problems. In order to ensure environmental sustainability, people should not harm the ecosystem while meeting their current and future needs, such as goods and services. People and companies should meet their production and consumption needs within the boundaries of the ecosystem and ensure environmental sustainability without reducing the biodiversity of the environment or losing the renewable features of the ecosystem. Environmental sustainability basically deals with preserving the natural capital and leaving it to future generations by preserving the biophysical scope of the ecosystem and caring for its biodiversity. Businesses that serve the natural capital ecosystem (water treatment systems, waste management, solar energy systems, natural reproduction systems of plants and animals, recycling, etc.) should be supported because they offer solutions that contribute to the ecosystem by using resources more efficiently with the services they provide (Dyllick & Hockerts, 2002). The environmental dimension also states that the enterprise operates without harming the environment or reducing it to a minimum, ensuring the protection of natural resources for future generations. In environmental sustainability, three main resources are mentioned: renewable resources (natural resources), non-renewable resources, and environmental processes. It is important for corporate sustainability as an integral part of the economy, considering factors such as not harming the ecological system in resource use, preferring the use of renewable resources by minimizing the use of non-renewable resources in resource use, minimizing the waste generated as a result of production, and ensuring recycling (Güner et al., 2019). When businesses are considered, environmental awareness and behavior patterns of consumers are important, as are effects such as harmful gases and waste.

3.3. Social Sustainability

The social dimension examines the concept of sustainable development in terms of society and includes the needs of societies that continue their lives in the environment. A socially sustainable order is one that has been able to deal with issues such as openness, ethics, justice, and gender. In this order, the development policies required for the needs and social development situations are implemented. Socially sustainable firms must add value to their social capital in addition to maximizing the human capital of their shareholders. For this reason, companies should be managed in a way that balances their sustainability value judgments with the interests of society and their stakeholders (Dyllick & Hockerts, 2002). Social sustainability can be defined as the extent to which cultural values, social relations, and social institutions can continue in the future. Social sustainability requires the integrity of the people and the determination to work towards common goals. The socially sustainable method should be the provision of sufficient social services, including political transparency such as justice and equality (Gedik, 2020). In the development of social sustainability, the mission, vision, and strategies of the enterprise are targeted, apart from the internal and external employees. The targeted criteria are in social sustainability; they indicate the health and safety of workers in enterprises, the improvement of working and living conditions, social rights, and relations with customers. In this case, although it is successful in the short term in terms of businesses when only economic sustainability is focused on, it is seen that businesses will be successful in the long term when all dimensions of sustainability are considered (Önder & Ağca, 2018).

Without a healthy economy, the problem of unemployment and the social problems it causes cannot be solved; without a healthy environment, the resource consumption on which the economy depends and causes health problems cannot be corrected. It should be emphasized that without a vibrant society, environmental degradation will not be dealt with; therefore, the connection between the three dimensions should not be ignored (Hitchcock & Willard, 2010). Sustainability, despite different definitions, includes the basic principles that the world has environmental boundaries, that people have the responsibility to prevent and/or clean up pollution, and that the economy, environment, and society are interconnected and dependent (Young & Dhanda, 2013). Based on the definitions made, among the organizations that are committed to sustainable development, it can be said that they are expected to actively promote the issues of equality between generations, protection and improvement of the environment, sustainable economic growth, social progress, and global inclusion (Brady, 2005).

4. CIRCULAR ECONOMY AND SUSTAINABILITY RELATIONSHIP

The concept of "sustainability" has been at its center since the beginning of the circular economy (Stahel, 2019). When the studies in the literature are examined, it is understood that the circular economy is a condition for sustainability (Geissdoerfer et al., 2017). The most common definition used for the concept of sustainability was made by the Brundlant Commission. The concept has been defined as meeting the needs of the present by taking into account the needs of future generations and keeping them affordable (United Nations, 1987). Although this definition reveals the main purpose of the concept of sustainability, it is a narrow definition in terms of applicability and understanding. This report, also known as the Brundtland Report, draws attention to the intergenerational sharing of resources by gathering people and the environment into one denominator. Sustainable development is based on several assumptions as a concept. The first of these assumptions is that all approaches to development are unsustainable. Approaches applied to date are unsustainable, and world societies have to replace existing approaches with sustainable ones. New development approaches will build on old approaches. The Circular Economy model has been adopted as a sustainable economic paradigm thanks to "new business models" (Lewandowski, 2016) and "responsible consumers" (Geissdoerfer et al., 2017; Sanguino et al., 2020).

According to the Hartwick rule, it is suggested that the rent obtained as a result of the extraction of non-renewable resources should be reinvested in the capital stock in order to produce a yield equivalent to the value of the existing resources. According to Solow, the concept of weak substitutability is compatible with the proposal to "maintain a generalized capacity to achieve economic prosperity". It means less dependency on the source. This approach makes sustainable development more feasible (Sauve et al., 2016). The concept of sustainability is discussed in the literature in three basic dimensions: economic, environmental, and social. Launched by the United Nations in 2015, Anton et al. (2021) studies have been established to examine the relationship between certain indicators of the circular economy and sustainable development goals, and especially by evaluating the policies followed by the European Union in this direction, it has been revealed that most of the sustainable development goals are directly related to the concept of the circular economy and that these goals are a condition for a complete transition to the circular economy. (Rodriguez-Anton, Rubio-Andrada, Celemín-Pedroche, &

Alonso Almeida, 2019). Sustainable development, an important concept emphasized when considering the welfare of present and future generations, brings to light the circular economy (Sauve et al., 2016). The circular economy model separates economic growth from the unfavorable effects of resource depletion and environmental degradation, but it does so without ignoring environmental protection or socioeconomic benefits (Morseletto, 2020). As a result, it has a significant potential for sustainability and sustainable development. The definitions of the circular economy found in the literature show a weak connection between the circular economy and the idea of sustainable development, which is concerning in terms of the relationship between sustainability and the circular economy. Given that the circular economy's major focus is on economic welfare, it is fair to claim that the environmental component is secondary. The circular economy rarely discusses ideas like social equality and the future in social terms (Kirchherr, Reike, & Hekkert, 2017). The main difference is that sustainable development has more open-ended goals than the circular economy (Yuan et al., 2008). While the goals are realized on more horizontal planes in sustainable development, in the circular economy, the system is based on a hierarchical order (Skrinjaric, 2020). While sustainable development deals with economic, environmental, and social aspects (Korhonen et al., 2018), the circular economy deals with economics by taking economic and environmental benefits to heart (Skrinjaric, 2020). The concept of sustainability is discussed in the literature in three basic dimensions: economic, environmental, and social. The 2030 Sustainable Development Goals, implemented by the United Nations in 2015, were published. These 17 targets, shown in Figure 3, represent all three dimensions of sustainability. Even if sustainability is divided into three basic dimensions: economic, social, and environmental, and the priority given to these three basic dimensions differs in practice according to the political priorities of the countries, it is distributed equally and is balanced in theory (Geissdoerfer, Savaget, Bocken, & Hultink, 2017).



Figure 1: Sustainable Development Goals

There are similarities between sustainable development and the circular economy. Both systems make intergenerational commitments. Systems mainly advocate for system change, innovation, and design. The fact that the circular economy concept gives priority to economic concerns is the most important factor that distinguishes this economic model from sustainable development. In addition to their differences and similarities as concepts, the relationship between the circular economy and sustainability is undeniable. They want to integrate non-economic aspects into development. By gathering different stakeholders under a single

denominator, they necessitate cooperation. In addition to these, both concepts are global models. Both systems can only provide healthy functioning if they are valid worldwide (Skrinjaric, 2020). The goals of sustainable development are closely related to the circular economy and partly intertwined with the circular economy. In addition, with its circular economy infrastructure, it exhibits a common stance in the objectives of industry, innovation and infrastructure, sustainable cities and living spaces, responsible production and consumption, life on land and water, and above all, against the ever-increasing global warming. The contribution of the circular economy to sustainable development is an undeniable fact. The circular economy is a tool for the realization of sustainable development. As revealed in Anton et al.'s (2021) study, when the studies on the relationship between the two concepts are examined, the general trend is that the transition to the circular economy is a condition or a basic condition for sustainability. Unlike the common view, there are also opinions in the literature that the problems caused by the transition to the circular economy may have negative returns in terms of sustainability. As a result, it can be said that there is bidirectional causality between the circular economy and sustainable development. At the point reached today, cyclical production and consumption-oriented studies are not enough. The concept of circularity should be at the center of understanding sustainable development. Circular economy design should be built by rethinking the design in line with sustainable development goals.

Conclusion

Except for some countries and organizations that have been sensitive to the environment for many years, the environment has not been given much importance, and the world's resources have come to the point of exploitation for human welfare. It has been understood that this will be a big problem, especially in a world where future generations are ignored. For this reason, it has been frequently emphasized that the environment should be given importance in the process that started with the United Nations Common Future Report. The realization of the circular economy will, of course, not be as easy and fast as assumed in theory. In order for businesses to transform the circular economy into profitable and viable business models, most of them will need support in practice. It is obvious that moving toward a circular economy necessitates comprehensive legislative reforms, substantial expenditures, the application of cutting-edge technology, and significant behavioral adjustments. The healthy functioning of the circular economy does not only depend on governments and businesses. In addition, consumer behavior needs to change. Choosing sustainable products should become the new normal for consumers. In this context, public policies, business investments, or consumer preferences alone will not be enough; all stakeholders have important responsibilities. The circular economy aims to reduce the use of energy per unit of output and accelerate the transition to renewable energy by design by treating everything in the economy as a valuable resource. The circular economy stands out as a major research topic worldwide and is the basis for achieving the Sustainable Development Goals by 2030. The circular economy contributes to the creation of science, the creation of sustainable organizational practices, the promotion and integration of technologies, innovation, and the development of technical and financial success capacities in this process. In order to ensure sustainability and create environmental awareness and responsibility, awareness should be created by providing necessary training to all actors involved in the production and consumption processes.

The circular economy has many advantages, including the creation of new jobs, decreased reliance on imported raw materials, increased public awareness of environmental issues and green products, protection of energy and natural resources, and reductions in pollution, costs, input prices, waste generation, environmental degradation, and greenhouse gas and toxic emissions. On the other hand, making the move to a circular economy may present a number of challenges. There are considerable barriers in the way of the transition to the circular economy at both the macro and micro levels, which calls for a significant change in practices. Low public awareness, lack of understanding of circular economy principles, lack of skilled personnel, need for up-front investment, lack of financial support mechanisms and tax incentives, lack of environmental management programs and facilities, and lack of existing incentives to support greener activities and conserve water, energy, and materials are among the barriers. The circular economy is not only a strategy mentioned in corporate sustainability reports, but it is also expected to change all processes and ways of doing business at different stages, from procurement to production, from logistics to sales. The widespread implementation of the circular economy requires radical changes in production processes and consumption patterns.

This essay emphasizes the significance of advancing the circular economy's in-depth understanding. The creation of a systematic review is advised in order to synthesize knowledge that supports the development of knowledge as well as potential areas of study of the circular economy. The purpose of this topic is to find articles on CE and sustainability and to explore poorly researched areas of the topic. It provides an organized synthesis of relevant research, identifies gaps in the literature, and adds to the existing body of knowledge. As a result, this study contributes to the body of literature by reviewing sustainability and CE and offering a theoretical framework for more empirical research. The proper implementation of CE requires more study, but it is crucial to investigate it in terms of sustainability, creativity, and entrepreneurship. However, CE research as a field of study is fairly young. Therefore, in order for CE to become the dominant economic paradigm on a worldwide scale, investments in sustainability and circular production models must continue.

This study succeeds in its goal of offering an overview and characteristics of this discipline in an international context by enabling academics to assess trends in new themes and prospects. First, the qualitative approach of the study produced subjective results that could be supported by more empirical evidence. Second, a literature review was used. The fact that only one database was referenced constituted a third restriction. Future studies may also address this problem. Time series data can be used in future CE research, and developing nations can be examined. The systematic review also demonstrated the potential of CE and sustainability studies as a field of study. More significantly, several conclusions from our assessment suggest that there are significant research gaps that might be the focus of future research agendas. One should concentrate on social actors because there are gaps in the literature surrounding these actors. As a result, CE should be handled from the perspectives of industry, government, and households. Since the development of effective CE and sustainability systems, it has represented important interests for businesses and society. Integrating CE and sustainability into company processes can boost productivity, enhance employment, boost social welfare, and adjust regulatory frameworks to foster strategic synergies. In order to move to the cyclical

economic model, the linear economic model should be abandoned in the production and consumption processes, and legal and administrative regulations that will encourage cyclical economic practices should be implemented. However, digital transformation has the potential to alter the dynamics of CE and sustainability in the future. A potential field of research is the development of digital systems that enable the integration of massive amounts of data and the use of processes that control circular business models. Even if it's crucial to handle circularity processes effectively, superior competitiveness cannot be ensured in the absence of a sufficient security and protection system. Therefore, another fruitful area of research in future studies could be determining the causes, impacts, and consequences of installing automated CE process safety systems.

REFERENCES

Ağca, A., Önder Ş. (2018). İşletmelerin Risk Gruplarına Göre Çevresel Sürdürülebilirlik Uygulamaları: BİST 100 Endesi'nde Bir Uygulama, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, (7): 77-89.

Alonso-Almeida M., Rodriguez-Anton J.M., Bagur-Femenías L. & Perramon J. (2021). Institutional entrepreneurship enablers to promote circular economy in the European Union: Impacts on transition towards a more circular economy, Journal of Cleaner Production, 281: 25.

Altınay, A.T. (2016). Entegre Raporlama ve Sürdürülebilirlik Muhasebesi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 25: 47-64.

Bell S., Stephen M., Sustainability Indicators Measuring the Immeasurable?, Second Edition, London, Earthscan, 2008.

Bocken, N. M., de Pauw, I., Bakker, C. V. & Van der, Grinten B. (2016). Product Design and Business Model Strategies for a Circular Economy, Journal of Industrial and Production Engineering, 33 (5): 308-320.

Brady Kristjan O., *The Sustainability Effect: Rethinking Corporate Reputation in the 21st Century*. New York, Palgrave Macmillan, 2005.

Chinyio, E. A., Akintoye, A. (2008). Practical approaches for engaging stakeholders: findings from the UK, Construction Management and Economics, 26(6): 591-599.

Christofi, A., Christofi, P., Sisaye, S. (2012). Corporate Sustainability: Historical Development and Reporting Practices, Management Research, 157-172.

Dyllick, T., Hockerts, K. (2002), Beyond the Case for Corporate Sustainability, Bus Strat Environ, 11: 130-141.

Ellen MacArthur Foundation (EMF). (2013). Towards to Circular Economy: Economic and Business Rationale for An Accelerated https://www.werktrends.nl/app/uploads/2015/06/Rapport_McKinsey-Towards_A_Circular_Economy.pdf , Erişim Tarihi: 15.05.2023

European Commission. (2015). Closing the loop - An EU action plan for the Circular Economy. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European

Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Brussels. https://eur-lex.europa.eu/legal- content/EN/TXT/?uri=CELEX:52014DC0398R%2801%29

Gedik, Y. (2020). Döngüsel Ekonomiyi Anlamak: Teorik Bir Çerçeve, Turkish Business Journal, 1(2): 13–40.

Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M. & Hultink, E. J. (2017). The Circular Economy-A New Sustainability Paradigm?, Journal of Cleaner Production, 143: 757-768.

Ghisellini, P., Cialani, C., Ulgiati S. (2016). A Review on Circular Economy: The Expected Transition to a Balanced Interplay of Environmental and Economic Systems. J. Clean. Prod., 114: 11–32.

Isaksson, R., Steimle, U. (2009). What Does Gri-Reporting Tell Us About Corporate Sustainability? The TQM Journal, 21(2): 168-181.

Kirchherr, J., Reike D. & Hekkert, M. (2017). Conceptualizing the Circular Economy: An Analysis of 114 Definitions, Resources, Conservation and Recycling, 221–232.

Korhonen, J., Honkasalo, A., Seppala, J. (2018). Circular Economy: The concept and its limitations. Ecological Economics., 143: 37-46.

Kumar, V., Sezersan, I., Garza-Reyes J., Gonzalez, E. & AL-Shboul M. (2019). Circular Economy in the Manufacturing Sector: Benefits, Opportunities and Barriers, Management Decision, 57(4): 1067-1086.

Lewandowski, M. (2016). Designing the Business Models for Circular Economy—Towards the Conceptual Framework, Sustainability, 8(43), 1-28.

Merli, R., Preziosi, M. ve Acampora, A. (2018). How Do Scholars Approach The Circular Economy? A Systematic Literature Review, Journal of Cleaner Production, 178, 703-722.

Mhatre, P., Panchal, R., Singh, A., Bibyan S. (2021). A systematic literature review on the circular economy initiatives in the European Union, Sustain. Prod. Consum, 26: 187–202.

Morseletto, P. (2020). Targets For A Circular Economy. Resources, Conservation And Recycling, 153 (104553): 1-12

Murray, A., Skene, K., Haynes, K. (2017). The Circular Economy: An interdisciplinary exploration of the concept and its application in a global context, Journal of Business Ethics, 140 (3): 369-380

Neves, S.A., Marques, A.C. (2022). Drivers and barriers in the transition from a linear economy to a circular economy, J. Clean. Prod., 341: 130865.

Özer, N.B. (2017). Uluslararası kuruluşların sürdürülebilir kalkınma politikaları. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 8(2): 120-149

Reddy, T. L., Thompson R. J. (2015). Environmental, Social and Economic Sustainability: Implications for Actuarial Science. Actuaries Institute 2015 ASTI AFIR/ERM and IACA Colloquia.

Sanguino, R., Barroso A., Fernández-Rodríguez, S. & Sánchez-Hernández, M. I. (2020). Current Trends İn Economy, Sustainable Development, And Energy: A Circular Economy View.

Sauvé, S., Bernard, S., & Sloan, P. (2016). Environmental Sciences, Sustainable Development and Circular Economy: Alternative Concepts for Trans- Disciplinary Research. Environmental Development, 48-56.

Saygın, Skrinjaric T. (2020). Empirical Assessment of The Circular Economy of Selected European Countries, Journal of Cleaner Production, 255, 1-17.

Smol, M., Avdiushchenko, A., Kulczycka J., Nowaczek A. (2018). Public Awareness of Circular Economy in Southern Poland: Case of The Malopolska Region, Journal of Cleaner Production, 197.

Stahel ,W.R., *The Circular Economy: A User's Guide*. New York: Routledge, 2019.

Svensson, G., Wagner, B. (2012). Business sustainability and E-footprints on Earth's life and ecosystems: generic models, European Business Review, 24(6):543-552.

Tura, N., Hanski, J., Ahola T., Ståhle, M., Piiparinen, S. & Valkokari P. (2019). Unlocking Circular Business: A Framework of Barriers and Drivers, Journal of Cleaner Production, 212: 90-98.

Tutulmaz, O. (2012). Sürdürülebilir Kalkınma: Sürdürülebilirlik İçin Bir Çözüm Vizyonu, Gaziantep University Journal of Social Sciences, 11(3): 601-626.

UN (United Nations): UN: "Our Common Future", World Commission on Environment and Development Report, 11, December, 1987.

Winans, K., Kendall, A., Deng, H. (2017). The History and Current Applications of The Circular Economy Concept, Renewable and Sustainable Energy Reviews, 68: 825-833.

Yılmaz, V. (2019). Sürdürülebilir Kalkınma ve Döngüsel Ekonominin Bibliyometriği. Enderun, 3 (2): 60-72.

Young Scott T., Kathy Dhanda K., *Sustainability: Essentials for Business*, USA, Sage Publications, 2013.

Yuan, Z., Bi J., Moriguchi, Y. (2006). The Circular Economy: A New Development Strategy in China, Journal of Industrial Ecology, 10(1-2): 4-8.

KENTSEL HAVA HAREKETLİLİĞİ ARAÇLARINA YÖNELİK GERÇEKLEŞTİRİLMİŞ ÇALIŞMALARIN BİBLİOMETRİK ANALİZİ

Dr. Öğr. Üyesi Harun KARAKAVUZ
Selçuk Üniversitesi Sivil Havacılık Yüksekokulu,
, https://orcid.org/0000-0002-3989-5249

ÖZET

Kentsel Hava Hareketliliği havacılıkta yeni bir dönüm noktası olarak tanımlanmaktadır. Dikey iniş kalkış gerçekleştirebilen ve elektrikli olan bu araçların havalimanı-şehir, şehir içi ve yakın şehirlerarasında yolcu taşımacılığında kullanılması amaçlanmaktadır. Kentsel hava hareketliliği araçları henüz test aşamasında olmasına karşın, akademik camiada konuya ilişkin çalışmalar gerçekleştirilmeye başlanmıştır. Bu kapsamda bu araçlara ilişkin literatürün nasıl geliştiği, hangi konulara odaklandığı ve hangi yazar, ülke ve kurumların bu alana ilişkin çalışmalar gerçekleştirdiğinin ortaya çıkarılmasının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu düşünce ile Scopus veri tabanında taranan dergilerde yayımlanmış 125 makaleye bibliometrik analiz uygulanmıştır. Gerçekleştirilen analiz sonucunda alandaki literatürün çok hızlı bir şekilde genişlediği, konuya ilişkin çalışmalarda işbirliği oranının oldukça yüksek olduğu görülmüştür. Alana en fazla katkı yapan derginin Aerospace Sience and Technology, en fazla katkı yapan yazarın ise Straubinger A. olduğu görülmüştür. Almanya'nın ise en fazla atıf alan ülke olduğu, Münih Üniversitesinin de alanla ilgili en fazla yayınla ilişkili kuruluş olduğu görülmüştür. Ülkeler arası işbirliğinde ABD'nin Çin ve Kore ile yüksek derecede işbirliği yaptığı analizler sonunda ortaya çıkarılmıştır.

Anahtar Kelimeler : Kentsel hava hareketliliği, Bibliometrik analiz, Performans analizi, Bilim haritalama analizi.

1. GİRİŞ

Günümüz dünyasının önemli sorunlarından en fazla öne çıkanların başında şüphesiz çevresel endişeler ve yoğun kentleşmenin getirdiği trafik sıkışıklıkları gelmektedir [1]. Yoğun trafik sıkışıklıkları aynı zamanda çevresel endişelerin de artmasına neden olmaktadır. Özellikle ulaşım modlarından kaynaklı karbon emisyonları küresel ısınma üzerinde ciddi etki göstermektedir [2]. Gelişen teknoloji ve toplumdaki çevresel bilincin artmasıyla birlikte ulaşım modlarının karbon emisyonlarını azaltmak için çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmalarda hidrojen yakıtlı araçlar, sürdürülebilir havacılık yakıtı (sustainable aviation fuel-SAF) gibi çalışmaların yanında elbette elektrikli araçlar ön plana çıkmaktadır. Bu geliştirilen teknolojiler gürültü ve karbon emisyonlarını azaltmasının yanında daha verimli operasyonların yapılmasını da mümkün kılmaktadır [3].

Hava taşımacılığı sektöründe de karbon emisyonlarının azaltılmasına yönelik çeşitli çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Yukarıda da bahsedildiği üzere fosil yakıtların yerini alabilecek yakıt ya da güç sistemleri üzerine gerçekleştirilen çalışmalar halen devam etmektedir [4, 5]. Diğer yandan hava araçlarının motor ve aerodinamikleri üzerinde gerçekleştirilen iyileştirmelere yönelik çalışmaların yanında yeni hava araçlarının tasarlanması ve üretilmesine yönelik çalışmalar da devam etmektedir. Yeni hava araçlarının tasarlanması ve üretilmesine yönelik gerçekleştirilen çalışmalardan dikkat çekenlerden biri de kentsel hava hareketliliği (Urban Air Mobility-UAM) araçlarıdır.
Kentsel Hava Hareketliliği (KHH), bir metropol ortamı içinde ve çevresinde isteğe bağlı, yüksek düzeyde otomatik, yolcu veya kargo taşımak amacıyla hava taşımacılığı hizmetlerini sağlayan bir sistemi tanımlamaktadır [6]. Bu sistem içinde taşımacılık faaliyetini gerçekleştiren araçlara da yine KHH denilmektedir. Bu araçların genel özellikleri, alçak irtifada uçuş gerçekleştirmesi, elektrik motorlu olması ve dikey iniş-kalkış (vertical take-off and landing-VTOL) yapabilmesidir. Literatürde bu araçların tam otonom olma özellikleri vurgulanmış olsa da, KHH'lere ilişkin en ciddi çalışmaları gerçekleştiren düzenleyici otoriterlerden biri olan European Union Aviation Safety Agency (EASA) uzaktan kumanda edilebilen ya da içindeki pilot sayesinde operasyonlarını gerçekleştiren elektrikli, dikey iniş kalkış yapabilen araçları KHH kapsamında değerlendirmektedir [7]. KHH'ler geleneksel yolcu uçaklarından farklı olarak daha küçük ölçekli olarak tasarlanmakta ve menzilleri çok daha kısa mesafeli olarak (şimdilik) planlanmaktadır. Bu kapsamda KHH'lerin talebe bağlı operasyonlar olarak isimlendirilen hava taksi operasyonları, havaalanı-şehir arasında servis aracı (shuttle) ve kısa mesafeli şehirler arasında yolcu ya da kargo taşımacılığı yapması planlanmaktadır [8]. Diğer yandan bu araçların askeri amaçlı ve sağlık hizmetlerinde kullanımları da öngörülen hizmetler kapsamındadır [9]. KHH'lerin havacılığa dair yeni bir bakış açısı getirmesi ve teknolojinin mümkün kıldığı son gelişmeleri içermesi nedeniyle son yıllarda akademik çalışmalarda da önemli bir ivme yakaladığından bahsedilebilir.

KHH'lerin kullanım tahminlerine yönelik çalışmalarda Amerika ve Avrupa'lı araştırmaların ön plana çıktığından bahsedilebilir. Nitekim Amerika Ulusal Havacılık ve Uzay İdaresi (National Aeronautics and Space Administration-NASA) tahminlerine göre ABD'de kısa dönemde 4100 araçlık bir filoyla günlük 55.000 seyahat gerçekleştirilecektir [8]. Yapılan başka bir çalışmada ABD'de KHH'ler en az 2.5 milyar dolar, en yüksek ise 500 milyar dolarlık bir pazar oluşturacaktır [10] . Avrupa'daki tahminlerde ise EASA'nın gerçekleştirdiği bir çalışmada 2030 yılına kadar 300 milyon Avrupa Birliği (AB) vatandaşının KHH deneyimi yaşayacağını düşünülmektedir [7]. KHH pazarına ilişkin gerçekleştirilen bu tahminler pazar oyuncuları tarafından da gerçekleştirilmekte ve gerek geleneksel hava aracı üreticileri gerekse de hava taşımacılığı sektörünün dışındaki üreticiler KHH'lerin geliştirilmesine katkı sağlamaktadırlar. Boeing ve Airbus gibi hava taşımacılığı sektörünün en önemli iki hava aracı üreticisinin yanında Uber, Toyota, Hyundai, Ehang, Volocopter, Lilium Jet, Terrfugia, Joby Aviation, Kitty Hawk gibi üreticilerde KHH konusunda çalışma yapmaktadırlar [11].

KHH'lere ilişkin literatür incelendiğinde bir çok konuda çalışmaların gerçekleştirildiği görülmektedir. KHH'lerin tasarımları ve teknik özelliklerine ilişkin çalışmalar [12, 13, 14, 15], gürültü seviyelerine yönelik çalışmalar [16], araçların elektrikli olmalarına yönelik çalışmalar [17], hava sahası ve hava trafiğine yönelik çalışmalar [18, 19, 20, 21], KHH'lerin iniş kalkışını gerçekleştirecekleri vertiportlara yönelik çalışmalar [22, 23], KHH'lerin işleticilerine yönelik çalışmalar [8], KHH'lerin işletilmesi sürecinde karşılaşılabilecek zorluklar ve güçlü yönlere ilişkin çalışmalar [24, 25], KHH'lerin bakım hizmetlerine yönelik çalışmalar [8] ve KHH'lerin toplum tarafından kabul koşullarına yönelik çalışmalar [26, 27, 28] bunlardan bazılarıdır. Literatür incelendiğinde şaşırtıcı olmayan bir şekilde KHH'lere yönelik herhangi bir bibliyometrik analizin yapılmadığı görülmektedir. Nitekim KHH konusu henüz çok yeni bir konudur. Ancak çalışmaların hangi konular üzerinde gerçekleştirildiği, hangi ülkelerin ve yazarların daha önde olduğu, hangi anahtar kelimelerin daha sık kullanıldığı, iş birliklerinin kimler arasında gerçekleştirildiğinin erken dönemden bilinmesi, bu alanın akademik olarak yapılandırılması sürecinde önemli katkı sağlayacaktır. Bu kapsamda bu çalışmada KHH'ler konusunda yayımlanmış makalelerin bibliyometrik analizinin yapılması amaçlanmıştır.

2. METADOLOJİ

Bu çalışmada kentsel hava hareketliliği araçlarına yönelik gerçekleştirilmiş çalışmaların bibliyometrik analizlerinin yapılması amaçlanmaktadır. Bibliyometrik analizler son yıllarda büyük hacimli verilerin analizini mümkün kılması ve bibliyometrik analiz gerçekleştirilecek yazılımların (Gephi, Leximancer, VOSviewer**,** CiteSpace, R Bibliometrix vb.**)** sayısının artması nedeniyle akademik camiada oldukça popüler olmuştur. Bibliyometrik analiz, makale ve dergi performanslarında ortaya çıkan eğilimleri, işbirliği modellerini ve diğer araştırma bileşenlerini ortaya çıkarmak ve literatürdeki belirli bir alanın entelektüel yapısını keşfetmek için nicel verileri kullanan bir araştırma yöntemidir [29]. Diğer bir deyişle bibliyometri yayınlanmış bilimsel makalelerdeki ölçülebilir bilgileri alma ve istatistiksel olarak analiz etme yöntemleriyle ilgilenmektedir [30]. İyi yapılmış bibliometrik çalışmaların akademisyenlere alana ilişkin genel bir bakış elde etme fırsatı sunması, alandaki boşlukları belirleme fırsatı tanıması, araştırmaları için yeni fikirler üretmesini desteklemesi ve alana amaçlanan katkılarını konumlandırmalarını sağlayarak alanın ilerlemesi için önemli katkılar sunduğu ifade edilmektedir [29].

Bibliyometrik analizlerde genel olarak iki farklı analiz gerçekleştirilmektedir. Bu analizlerden ilki performans analizlerdir. Performans analizi, yayın sayısı, atıf sayısı, en üretken yazar ve ülkeler, ilişkili kuruluşlar, en çok yayın yapılan dergiler gibi bir dizi nicel verinin elde edilebildiği bir bibliyometrik analiz türüdür [31]. Bu çalışmada performans analizi kapsamında en üretken yazar, en üretken ülkeler ve h-indeksleri, en çok atıf alan ülkeler ve yazarlar, sorumlu yazarların ülkeleri, en çok atıf alan yayınlar analiz edilmiştir. Analiz için bibliyometrik çalışmalarında sıklıkla kullanılan R-bibliometrix yazılımı kullanılmıştır. Bibliyometrik çalışmalarında kullanılan diğer analiz yöntemi bilim haritalama analizlerdir. Bilim haritalama analizi, bilgi alanlarının, ülkelerin, makalelerin veya yazarların birbirleriyle nasıl ilişkili olduğunun grafiksel bir gösterimidir [32]. Bu çalışmada bilim haritalama analizi kapsamında kuruluş, ülke ve yazar işbirliği ağları ve birlikte oluş analizleri gerçekleştirilmiştir. Bilim haritalama analizleri de yine R-bibliometrix yazılımı ile gerçekleştirilmiştir.

Çalışma verileri Scopus veri tabanında yayımlanmış 125 makale üzerinden gerçekleştirilmiştir. Sosyal bilimlerde bibliyometrik analiz için Web of Science'a göre daha fazla bilimsel makale içermesi, birçok veriyi bir arada sunabilmesi ve kapsamlı bir veri tabanı olması nedeniyle Scopus veri tabanı tercih edilmiştir [33]. 125 makaleye ulaşabilmek amacıyla Scopus veri tabanına "UAM" anahtar kelimesi girilmiş ve taratılmıştır. Ortaya çıkan sonuçlar içinde "urban air mobility" anahtar kelimesi taratılmış ve sadece İngilizce dilindeki yayımlanmış makaleler araştırma evrenine dahil edilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırma verilerinin anlaşılabilirliğini artırmak amacıyla bulgular performans analizi bulguları ve bilim haritalama analizi başlıkları altında ayrı ayrı sunulmuştur.

3.1. Performans Analizi Bulguları

Scopus veri tabanından elde edilen verilerle yapılan bu çalışmada, 2018-2022 yılları arasında KHH'lere ilişkin gerçekleştirilmiş 125 (n=125) çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmaların tamamı son versiyonları yayımlanmış makaledir. KHH'lere ilişkin ilk makale 2018 yılında yayımlanmıştır. Çizelge 1'de 125 çalışmaya genel bir bakış sunulmaktadır. Yazarlar çalışmalarını doğru bir şekilde yansıtmak için 441 anahtar kelime kullanırken, Scopus tarafından belirlenen anahtar kelime sayısı 968'dir. Araştırma veri setinde sadece 8 tek yazarlı çalışma bulunurken, tüm makalelerdeki uluslararası yazar iş birliği oranı %16'dır.

Çizelge 1. Bibliyometrik veriler için tanımlayıcı istatistikler

TEMEL BİLGİLER	
Zaman aralığı	2018:2022
Kaynak (Dergi, Kitap vb.)	55
Dokümanlar	125
Yıllık Büyüme Oranı %	182,84
Dokümanların Ortalama Yaşı	1,66
Doküman Başına Ortalama Atıf	12,2
DOKÜMAN İÇERİKLERİ	
Artı Anahtar Kelime (Keywords Plus)	968
Yazarların Anahtar Kelimeleri	441
YAZARLAR	
Yazarlar	374
Tek yazarlı makale yazarları	7
YAZAR İŞ BİRLİKLERİ	
Tek Yazarlı Dokümanlar	8
Doküman Başına Eş Yazarlık	3,72
Uluslararası Yazar Eş Yazarlığı %	16

DOKÜMAN TİPİ	
Makele	125

Çizelge 2'de KHH'lere ilişkin en fazla makale yayımlayan ilk 10 dergi ve bu dergilerin incelenen örneklem içindeki h-index değerleri gösterilmiştir.

Çizelge 2. En fazla makale yayımlayan dergiler ve lokal h-indeks değerleri

Dergi	Makale	Lokal H-indeks
Aerospace Science and Technology	10	4
Transportation Research Part C: Emerging Technologies	9	10
Sustainability (Switzerland)	8	5
Applied Sciences (Switzerland)	7	3
Drones	6	4
IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems	6	4
Electronics (Switzerland)	4	1
IEEE Access	4	2
Journal of Air Transport Management	4	2
Transportation Research Part A: Policy and Practice	4	3

Çizelge 2'de görüldüğü üzere KHH'lere ilişkin en fazla yayın yapan dergi Aerospace Science and Technology (n=10) iken, ikinmcisi sırada Transportation Research Part C: Emerging Technologies dergisi (n=9) yer almaktadır. Buna karşın local etki bağlamında en etkili derginin Transportation Research Part C: Emerging Technologies (h-indeks= 10) olduğu, ikinci sırada ise Sustainability (Switzerland) (n=5) olduğu görülmektedir.

Çizelge 3'te ise KHH'lere ilişkin en fazla çalışma yapan araştırmacılar ve incelenen örneklem içindeki h-index değerleri gösterilmiştir. Çizelge 3'te görüldüğü üzere Straubinger A hem makale sayısında (n=8) hem de lokal h-indeks değerinde (h-indeks=7) en yüksek istatistiği olan araştırmacıdır. Onu Antoniou C, 5 makale ve 5 h-indeks değeri ile takip etmektedir.

Çizelge 3. En çok yayın yapan ilk 10 yazar ve lokal h-indeks değerleri

Yazar	Makale sayısı	Lokal H-index
Straubinger A	8	7
Antoniou C	5	5
Fu M	5	4
Wei P	5	3
Zhang Y	5	3
Rajendran S	4	4
Rothfeld R	4	4
Yang X	4	3
Al Haddad C	3	3
Lêe J	3	1

Toplanan verilere yapılan analiz sonucunda KHH'ler ile ilgili yayınlarla en fazla ilişkili kurumların Technical University of Munich (n=9), University of Missouri Columbia (n=6) ve Iowa State University (n=5) olduğu görülmüştür. Veriler araştırmacıların ülkeleri bağlamında değerlendirildiğinde en fazla ABD'li araştırmacıların (n=76), ikinci sırada Güney Koreli araştırmacıların (n=42) ve üçüncü sırada Alman araştırmacıların (n=32) KHH'lere ilişkin çalışmaları gerçekleştirdikleri ortaya çıkarılmıştır. Gerçekleştirilen bir diğer analiz en fazla atıf alan ülkelere ilişkindir. Analiz sonuçları en fazla atıf alan ülkelerin Almanya (n=513), ABD (n=363) ve Güney Kore (n=92) olduğunu göstermektedir. Gerçekleştirilen bir diğer analiz en fazla atıf alan makalelere ilişkindir. Çizelge 4'te en fazla atıf alan ilk 10 makale, yazarları, yayınlandıkları dergiler ve yıl başına ortalama atıf sayıları gösterilmektedir.

Çizelge 4. En fazla atıf alan ilk 10 makale

Makale	Dergi	Toplam Atıf	Yıl Başına Ortalama Atıf
Straubinger A, 2020	Journal of Air Transport Management	120	30,00
Al Haddad C, 2020	Transportation Research Part A: Policy and Practice	105	26,25
Fu M, 2019	Transportation Research Record	84	16,80
Cohen AP, 2021	IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems	66	22,00
Garrow LA, 2021	Transportation Research Part C: Emerging Technologies	57	19,00
Vascik PD, 2018	Journal of Air Transport Management	56	9,33
Ploetner KO, 2020	CEAS Aeronautical Journal	50	12,50
Yang X, 2020	Journal of Guidance, Control, and Dynamics	41	10,25
Goyal R, 2021	Sustainability	34	11,33
Rendón MA, 2021	Journal of Control, Automation and Electrical Systems	34	11,33

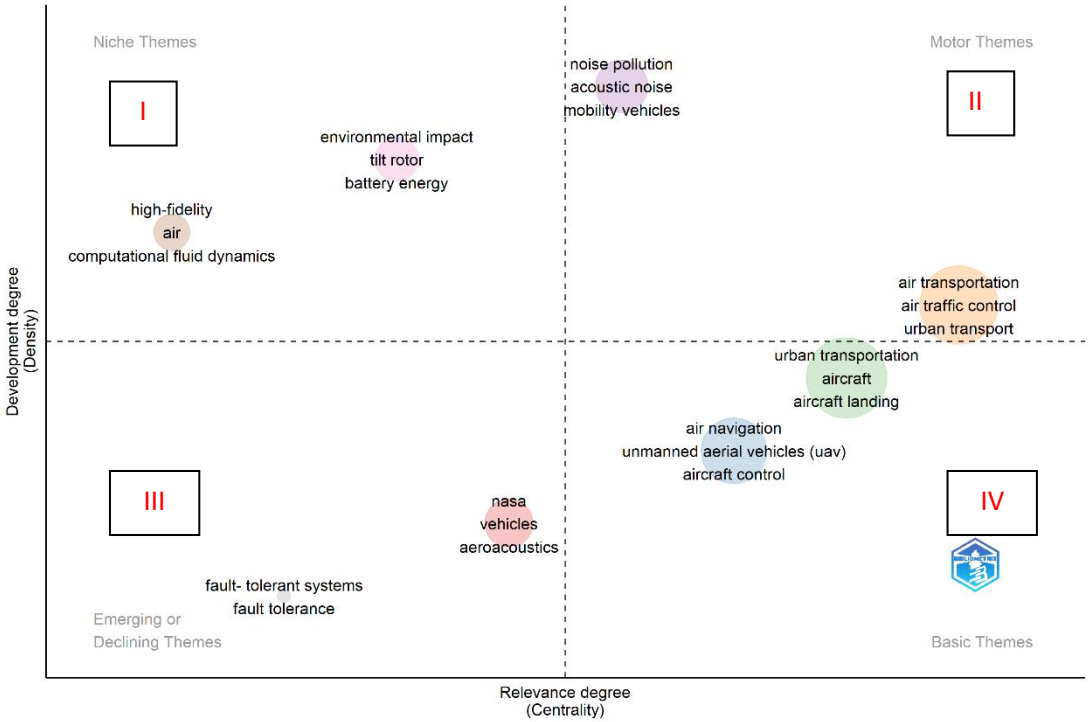
Çizelge 4'te görüldüğü üzere en fazla atıf alan araştırmacı "An overview of current research and developments in urban air mobility – Setting the scene for UAM introduction" adlı makalesi ile (n=120) Straubinger A'dır. Onu 105 atıf ile "Factors affecting the adoption and use of urban air mobility" adlı makalesi ile Al Haddad C takip etmektedir. Straubinger A'nın makalesi bir derleme makalesi olarak atıf sayısının yüksek olması gayet doğaldır. Al Haddad C'nin makalesi ise KHH'lerin toplumsal kabullerine ilişkin gerçekleştirilmiş ilk çalışmalardandır. Bu kapsamda atıf sayısının yüksek olması normal karşılanmaktadır.

Gerçekleştirilen bir diğer analiz araştırmacıların çalışmalarında en fazla hangi anahtar kelimeleri kullandıklarına ilişkindir. Araştırmacıların anahtar kelimeleri alanı nasıl tanımladıklarının bir göstergesidir. Bu bağlamda anahtar kelimeler alanda gerçekleştirilen çalışmaların tanımlanması, hangi çalışmaların daha fazla gerçekleştirildiğini göstermesi bakımından önemlidir. Yapılan analiz sonucunda ortaya çıkan kelime bulutu Görsel 1'de gösterildiği gibidir. Kelime bulutunun oluşturulmasında alandaki çalışmaların daha net görülebilmesi için filtreleme uygulanmış ve "urban air mobility"i "urban air" ve "urban mobility" anahtar kelimeleri analizden çıkarılmıştır. Görsel 1'de görüldüğü üzere kentsel ulaşım, hava taşımacılığı, hava seyrüsefer, dikey iniş kalkış, hava trafik kontrol, hava taksi, antenler gibi anahtar kelimeler ön plana çıkmaktadır.



Görsel 1. Kelime bulutu

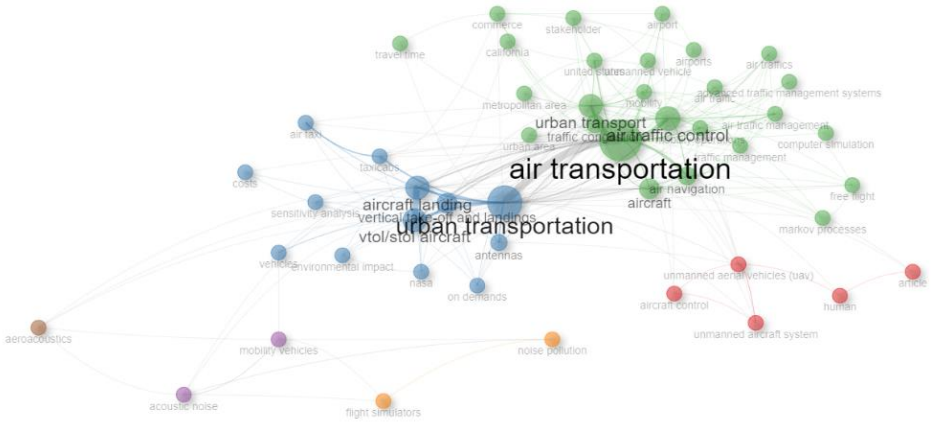
Gerçekleştirilen son performans analizi tematik analizdir. Tematik analiz alanda geçmişten günümüze hangi konularda çalışmalar yapıldığını, hangi temaların niş olduğunu, hangi temaların ortaya çıkan ya da kaybolan tema olduğunu ve hangi temaların alanı domine ettiği gösteren bir analizdir. Alanın gidişatının görülebilmesi açısından önemli analizlerden biridir. Görsel 2'de gerçekleştirilen tematik analiz sonuçları gösterilmektedir. Bu analize göre alanın ortaya çıkışından itibaren çalışılan ve halen çalışılmaya devam eden ve alan için önemini koruyan temel temalar (4. Çeyrek); kent ulaşımı, uçak, uçak inişi, hava seyrüsefer, uçak kontrol ve insansız hava araçlardır. Alanın gelişiminde en çok çalışılan konular olan motor temalar (2. Çeyrek) ise; gürültü kirliliği, akustik gürültü, hareketlilik araçları, hava taşımacılığı, hava trafik yönetimi ve kentsel ulaşım temalardır. KHH'lere ilişkin literatürde niş bir alan olarak ortaya çıkmış konular (1.Çeyrek) ise; yüksek sadakat, hesaplamalı sıvı dinamikleri, çevresel etkiler, pervaneleri yön değiştirebilen uçaklar ve batarya enerjisi temalarıdır. Son olarak ortaya çıkan ya da ortadan kaybolan konular incelendiğinde (3. Çeyrek); hata tolerans sistemleri, NASA ve aeroakustik temaları görülmektedir.



Görsel 2. Tematik Analiz Bulguları

3.2. Bilim Haritalama Analizi Bulguları

Araştırma verilerinin analizinde kullanılan bir diğer analiz yöntemi bilim haritalama analizlerdir. Bilim haritalama analizleri kapsamında çalışmada kuruluş, ülke ve yazar iş birliği ağı analizleri ve birlikte var oluş analizleri gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen Birlikte var oluş analizi sonuçları Görsel 3'de gösterilmektedir.



Görsel 3. Birlikte var oluş analizi

Gerçekleştirilen birlikte var oluş analizinde iki büyük küme ve dört küçük küme ortaya çıkmıştır. Birinci büyük küme (yeşil) hava taşımacılığı ile hava trafik kontrol sistemlerini ilişkilendirirken,

ikinci büyük küme (mavi), kentsel ulaşımla, KHH araçlarının dikey iniş kalkış özelliklerini ilişkilendirmektedir. Kırımızı küme insansız hava araçları ile hava aracı kontrolünü ilişkilendirirken, sarı küme uçuş simülatörleri ile gürültü kirliliğini ilişkilendirmektedir. Son olarak mor küme ise akustik gürültü ile KHH araçlarını ilişkilendirmektedir.

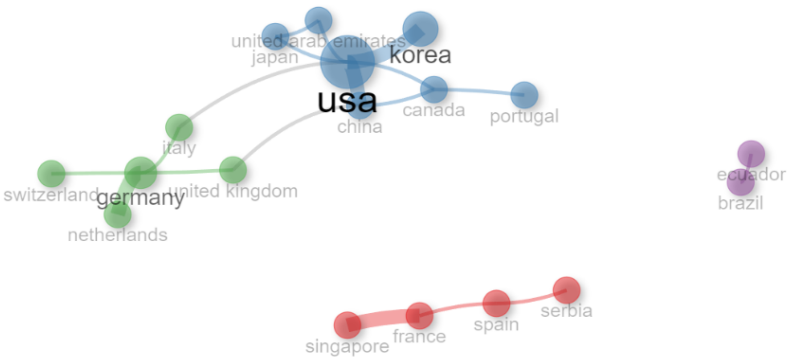
KHH'lere ilişkin veri setinde gerçekleştirilen bir diğer analiz, iş birliği ağlarına yönelik analizlerdir. Bu analiz kapsamında ilk iş birliği ağı analizi kuruluşların iş birliklerine yönelik yapılmıştır. Görsel 4'te gerçekleştirilen kuruluş iş birliği ağı analizi sonuçları gösterilmektedir.



Görsel 4. Kurumların iş birliği analizi

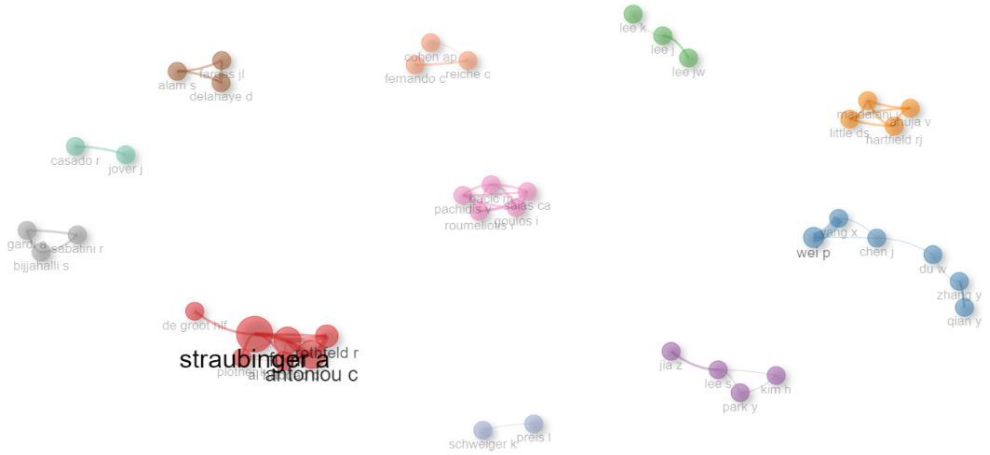
Görsel 4'te görüldüğü üzere KHH'lere ilişkin çalışmalarda 9 farklı iş birliği ağı oluşmuştur. Bu iş birliği ağlarının ise görece küçük kümeler oldukları görülmektedir. Bunun nedeni KHH'lere ilişkin literatürün nispeten yeni oluşundan kaynaklanmaktadır. Literatürün genişlemesi ile birlikte bu iş birliği ağlarındaki düğümlerin ve yoğunlukların artacağından bahsedilebilir. Ancak Görsel 4'te de görüldüğü üzere en yoğun iş birliği ağının (kırmızı), Iowa State University, Arizona State University ve George Washington University arasında gerçekleştiğinden bahsedilebilir.

Bir diğer iş birliği analizi ülkelere yönelik gerçekleştirilmiştir. Görsel 5'te ülkelerin iş birliği ağı analizi sonuçları gösterilmektedir. Yapılan analiz sonucunda ülke iş birliği analizinde dört farklı küme ortaya çıkmıştır. İlk ve en büyük küme (mavi), ABD, Güney Kore, Çin, Kanada, Portekiz, Japonya ve Birleşik Arap Emirlikleri'ni içermektedir. İkinci küme (yeşil), Almanya, İsviçre, Hollanda, İtalya ve Birleşik Krallığı kapsamaktadır. Üçüncü küme (kırmızı), Singapur, Fransa, İspanya ve Sırbistan'ı içerirken, dördüncü küme ise (mor), Brezilya ve Ekvator'u içermektedir. Görsel 5 incelendiğine en yoğun iş birliğinin ABD ile Güney Kore ve Çin arasında gerçekleştirildiği görülmektedir.



Görsel 5. Ülke iş birliği ağı analizi

İş birliği analizleri kapsamında gerçekleştirilen son analiz ise yazarların iş birliği ağı analizi olmuştur. Görsel 6'da yazarın iş birliği ağı analizi sonuçları gösterilmektedir.



Görsel 6. Yazar İş Birliği Ağı Analizi

Görsel 6'da görüldüğü üzere yazar iş birliği analizi kapsamında da alanın görece yeni olmasından kaynaklı olarak henüz yoğun bir iş birliği ağının oluşmadığından bahsedilebilir. Gelecek yıllarda yapılacak çalışmalarla birlikte bu ağlarda yer alan düğümlerin ve yoğunlukların değişeceğinden bahsedilebilir. En yoğun iş birliği kümesinin (kırmızı) alandaki en etkili yazarlardan biri olan Straubinger A etrafında oluştuğu Görsel 6'da görülmektedir.

4. SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada KHH'lere ilişkin gerçekleştirilmiş ve 2018-2022 yılları arasında makale olarak yayımlanmış çalışmaların bibliometrik analizleri gerçekleştirilmiştir. Erken dönemli bir çalışma olarak görülebilecek bu çalışma ile, alanın gidişatının araştırmacılara tanıtılması, literatürde güncel konuların neler olduğunun ve alandaki boşlukların

tanımlanması amaçlanmıştır. Araştırma verileri Scopus veri tabanından elde edilmiştir. Analizler elde edilen 125 makale üzerinden gerçekleştirilmiştir. 125 çalışmanın genel bir değerlendirmesi yapıldığında 125 makalenin 55 farklı dergide yayınlandığı ve alanın yıllık büyüme oranının %182.84 olduğu görülmüştür. Bu büyüme hızı alanın oldukça hızlı bir şekilde büyüdüğünü göstermektedir. İlerleyen yıllarda literatürde KHH'lere ilişkin çok daha fazla çalışma ile karşılacağımızı söylemek yanlış olmayacaktır. Veri setinde yer alan yayınların ortalama yaşı 1.66 olup, alanın daha çok yeni olduğundan bahsedilebilir. Doküman başına ortalama atıf ise 12.2.'dir. Dolayısıyla yayınların çok yeni olması göz önünde bulundurulduğunda KHH konusuna ilişkin atıf sayılarının oldukça yüksek olduğundan, diğer bir deyişle KHH'lere ilişkin çalışmaların akademik araştırmalar için önemli olduğundan bahsedilebilir.

Yazarlar 441 anahtar kelime ile alanı tanımlarken, dergiler tarafından verilen keyword plus'ların sayısının 968 olduğu görülmektedir. Bu kapsamda yazarların alanın tanımlanmasında daha spesifik anahtar kelimelerin seçilmesine dikkat etmesi gerektiğinden bahsedilebilir. Alanda 374 farklı yazar yayın yapmış olup, tek yazarlı makale oranı sadece (8) % 6,4'tür. Makale başına yazar sayısı 3.72'dir. Bu kapsamda KHH'lere ilişkin çalışmalarda yüksek düzeyde iş birliğinin gerçekleştirildiğinden bahsedilebilir. Diğer yandan KHH'lere ilişkin uluslararası işbirliği oranının %16 olduğu görülmektedir. Alanın yeni olması ve ülkelerin henüz KHH'lere ilişkin çalışmaları ulusal sınırları içinde gerçekleştiriyor olması gibi nedenlerin uluslararası işbirliklerinin oranının düşük olmasında etkili olduğunu düşündürmektedir. Uluslararası iş birliklerinin herhangi bir alanın gelişimi için önemli olduğu düşünüldüğünde, uluslararası iş birliği oranının artması gerektiğinden bahsedilebilir.

Alanda en fazla makalenin Aerospace Sience and Technology dergisinde (10) yayınlandığı, onu 9 yayınla Transportation Research Part C: Emerging Technology dergisinin izlediği görülmektedir. İki derginin de Web of Science etki faktörleri incelendiğinde sırasıyla 5,6 ve 8,3 olduğu görülmektedir. Dolayısıyla etki faktörleri yüksek dergilerin KHH'lere ilişkin yayınlara önem verdiğinden bahsedilebilir. Alandaki en verimli yazarın 8 makale ile Straubinger A. olduğu analiz sonucunda ortaya çıkarılmıştır. İncelenen makaleler içindeki en etkili yazarın da yine Straubinger A. olduğu (h index:7) analiz sonucunda görülmektedir. Nitekim aynı yazarın yazar iş birliği ağı analiz kapsamında da en yoğun iş birliği ağında yer aldığı görülmektedir. KHH ile ilişkili kuruluşlar incelendiğinde alana en fazla desteği veren kuruluşun 9 yayınla Technical University of Munich olduğu, onu 6 yayınla Universtiy of Missouri Columbia'nın takip ettiği görülmektedir. Dolayısıyla bu iki kuruluş özelinde Almanya ve ABD'de KHH'lere ilişkin çalışmalara özel bir önem verildiğinden bahsedilebilir. Ancak yazar sayısı bağlamında değerlendirildiğinde Güney Kore'nin de alana oldukça fazla katkı yaptığından bahsedilebilir. Nitekim ülkelerin yayın üretkenliklerine bakıldığında 76 yazarla USA'ın ilk sırada yer aldığı, Güney Kore'nin ise 42 yazarla ikinci sırada yer aldığı görülmektedir. En fazla atıf alan ülkenin ise 513 atıfla Almanya olduğu, ikinci sırada ise 363 atıfla USA'ın yer aldığı görülmektedir. Trend konular incelendiğinde ise özellikle 2022 yılında hava seyrüsefer ve antenler konusunun daha fazla çalışıldığı görülmektedir.

Tematik analiz sonuçlarına göre alandaki *motor temalar* gürültü ve hava trafiğine ilişkinken, *temel temalar* KHH'nin kontrolü, hava seyrüseferi ve KHH'lerin inişlerine ilişkin temalardır. *Niş temaların* batarya teknolojisi, yüksek sadakat, hesaplamalı akışkan dinamikleri, pervaneleri yön değiştirebilen uçaklar gibi temalar olduğu görülmektedir. Son olarak *ortaya çıkan ya da etkisini kaybeden* temaların ise hata toleransı, hata

toleranslı sistemler ve NASA olduğu görülmektedir. Bu bağlamda özellikle motor temalar kapsamında gerçekleştirilecek çalışmaların daha değerli olduğundan, ancak niş temalar konusunda da çalışmaların yayın şanslarının yüksek olduğundan bahsedilebilir. Diğer yandan temel temalar altında yer alan konularda da çalışmalar alan için önemini korumaktadır. Son olarak ortaya çıkan ya da kaybolan temalar kapsamında yapılacak çalışmaların iyi düşünülmesi ve bu temaların hala çalışılmaya değer olup olmadığı ya da yeni ortaya çıkan bir temamı olduğunun düşünülmesi gerektiğinden bahsedilebilir.

Bu çalışma, erken dönemli bir bibliyometrik çalışma olup, araştırmacılara alan hakkında bilgi vermek, KHH konusuna dikkat çekmek, alandaki boşluklara vurgu yapmak ve güncelde hangi konuların çalışıldığını araştırmacılara gösterebilmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İlerleyen yıllarda KHH'ye ilişkin literatürün gelişmesiyle birlikte çalışmanın tekrarlanması alana ilişkin daha da faydalı bilgiler sunacaktır. Diğer yandan gerçekleştirilecek KHH çalışmaları daha fazla araştırmacının alan hakkında bilgilenmesine ve literatürün daha doğru bir şekilde gelişmesine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

1. Ma H, He G. How does environmental concern influence public acceptability of congestion charging? Evidence from Beijing. Ecosystem Health and Sustainability. 2020;6(1):1722033.
2. Grazi F, van den Bergh JC, van Ommeren JN. An empirical analysis of urban form, transport, and global warming. The Energy Journal. 2008:97-122.
3. Reis J. Implementing electric vehicles in public services: a case study research. International Journal of Electric and Hybrid Vehicles. 2019;11(3):205-16.
4. Shahriar MF, Khanal A. The current techno-economic, environmental, policy status and perspectives of sustainable aviation fuel (SAF). Fuel. 2022;325:124905.
5. Dincer I, Acar C. A review on potential use of hydrogen in aviation applications. International Journal of Sustainable Aviation. 2016;2(1):74-100.
6. Lascara B, Spencer T, DeGarmo M, Lacher A, Maroney D, Guterres M. Urban air mobility landscape report: Initial examination of a new air transportation system. McLean, VA: The MITRE Corporation. 2018.
7. EASA. What is UAM? 2022 [Available from: https://www.easa.europa.eu/en/what-is-uam.
8. Straubinger A, Rothfeld R, Shamiyeh M, Büchter K-D, Kaiser J, Plötner KO. An overview of current research and developments in urban air mobility–Setting the scene for UAM introduction. Journal of Air Transport Management. 2020;87:101852.
9. Cohen AP, Shaheen SA, Farrar EM. Urban air mobility: History, ecosystem, market potential, and challenges. IEEE Transactions on Intelligent Transportation Systems. 2021;22(9):6074-87.
10. Hamilton BA. Urban Air Mobility (UAM) Market Study. 2018 21.11.2018.
11. Rath S, Chow JY. Air taxi skyport location problem for airport access. arXiv preprint arXiv:190401497. 2019.
12. Bijjahalli S, Sabatini R, Gardi A. GNSS performance modelling and augmentation for urban air mobility. Sensors. 2019;19(19):4209.
13. Brown A, Harris WL. Vehicle design and optimization model for urban air mobility. Journal of Aircraft. 2020;57(6):1003-13.
14. Shamiyeh M, Bijewitz J, Hornung M, editors. A review of recent personal air vehicle concepts. Aerospace europe 6th ceas conference; 2017.

15. Silva C, Johnson WR, Solis E, Patterson MD, Antcliff KR, editors. VTOL urban air mobility concept vehicles for technology development. 2018 Aviation Technology, Integration, and Operations Conference; 2018.
16. Rizzi SA, Huff DL, Boyd DD, Bent P, Henderson BS, Pascioni KA, et al. Urban air mobility noise: Current practice, gaps, and recommendations. 2020.
17. Roboam X, editor New trends and challenges of electrical networks embedded in "more electrical aircraft". 2011 IEEE International Symposium on Industrial Electronics; 2011: IEEE.
18. Bauranov A, Rakas J. Designing airspace for urban air mobility: A review of concepts and approaches. Progress in Aerospace Sciences. 2021;125:100726.
19. Bosson C, Lauderdale TA, editors. Simulation evaluations of an autonomous urban air mobility network management and separation service. 2018 Aviation Technology, Integration, and Operations Conference; 2018.
20. Thipphavong DP, Apaza R, Barmore B, Battiste V, Burian B, Dao Q, et al., editors. Urban air mobility airspace integration concepts and considerations. 2018 Aviation Technology, Integration, and Operations Conference; 2018.
21. Vascik PD, Balakrishnan H, Hansman RJ. Assessment of air traffic control for urban air mobility and unmanned systems. 2018.
22. Caprì S, Ignaccolo M, Inturri G. VTOL aircraft in emergency planning and management: a model for a helipad network. Disasters. 2009;33(1):82-94.
23. Foo CP, Ahghari M, MacDonald RD. Use of geographic information systems to determine new helipad locations and improve timely response while mitigating risk of helicopter emergency medical services operations. Prehospital Emergency Care. 2010;14(4):461-8.
24. Desai K, Al Haddad C, Antoniou C. Roadmap to early implementation of passenger air mobility: Findings from a delphi study. Sustainability. 2021;13(19):10612.
25. Koumoutsidi A, Pagoni I, Polydoropoulou A. A New Mobility Era: Stakeholders' Insights regarding Urban Air Mobility. Sustainability. 2022;14(5):3128.
26. Al Haddad C, Chaniotakis E, Straubinger A, Plötner K, Antoniou C. Factors affecting the adoption and use of urban air mobility. Transportation research part A: policy and practice. 2020;132:696-712.
27. Binder R, Garrow LA, German B, Mokhtarian P, Daskilewicz M, Douthat TH, editors. If you fly it, will commuters come? a survey to model demand for evtol urban air trips. 2018 Aviation Technology, Integration, and Operations Conference; 2018.
28. Garrow LA, German B, Mokhtarian P, Glodek J, editors. A survey to model demand for eVTOL urban air trips and competition with autonomous ground vehicles. AIAA Aviation 2019 Forum; 2019.
29. Donthu N, Kumar S, Mukherjee D, Pandey N, Lim WM. How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. Journal of business research. 2021;133:285-96.
30. Ahmad P, Asif JA, Alam MK, Slots J. A bibliometric analysis of Periodontology 2000. Wiley Online Library; 2020. p. 286-97.
31. Fusco F, Marsilio M, Guglielmetti C. Co-production in health policy and management: a comprehensive bibliometric review. BMC health services research. 2020;20:1-16.
32. Small H. Visualizing science by citation mapping. Journal of the American society for Information Science. 1999;50(9):799-813.
33. Falagas ME, Pitsouni EI, Malietzis GA, Pappas G. Comparison of PubMed, Scopus, web of science, and Google scholar: strengths and weaknesses. The FASEB journal. 2008;22(2):338-42.

TÜRKİYE'DEKİ BÜYÜKŞEHİR BELEDİYELERİNİN İNTERNET SAYFALARINDA SPOR YÖNETİMİ HİZMETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. Öğretim Üyesi, Ömer SİVRİKAYA
Düzce Üniversitesi, - http://orcid.org/0000-0002-3529-8754

ÖZET

Spor, bireyler için medeni bir ihtiyaç ve anayasal hak olarak devletin en önemli kamu hizmetlerinden biridir. Spor hizmeti halka en yakın kamu kurumu olarak belediyelerin görevi ve yasal sorumluluğudur. Bu araştırmanın amacı, Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin internet sayfalarında spor yönetimi hizmetlerinin görsel ve bilişsel olarak mevcut durumlarını değerlendirmektir. Araştırma nitel araştırma yöntemlerinden içerik analiz kullanılarak yapılmıştır. Dünyadan 10 büyük şehir belediyesinin internet sayfalarında spor hizmetleri incelenmiştir. Tespit edilen ortak özellikler değerlendirme kriteri olarak kabul edilmiştir. Türkiye'deki 30 büyükşehir belediyesinin kurumsal internet sayfaları incelenmiştir. Araştırma 2023 yılı Nisan-Haziran ayları arasında yapılmıştır. Belediye internet sayfalarında sporla ilgili idari yapılanma, sunulan hizmetler ve ilgili mevzuatla ilgili bilgilendirmeler tablo haline getirilerek değerlendirilmiştir. Dünyadaki benzer büyüklükteki şehirlerle kıyaslandığında 30 büyükşehir belediyesi internet sayfalarında spor hizmetleriyle ilgili bilgi ve görsellerin genel olarak çok yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Dünyadaki ve Türkiye'deki büyük şehir belediye yönetimlerinin spor hizmet anlayışı, idari yapılanma ve uygulanan hizmetlerdeki yönetsel farkların internet sitelerine yansıdığı görülmüştür.
Anahtar Kelimeler: Belediye, Spor, Web Sayfası.

EVALUATION OF SPORTS MANAGEMENT SERVICES ON THE INTERNET PAGES OF METROPOLITAN MUNICIPALITIES IN TÜRKİYE

ABSTRACT

Sport is one of the most important public services of the state as a civil need and constitutional right for individuals. Sports service is the duty and legal responsibility of the municipalities as the closest public institution to the public. The aim of this research is to evaluate the current status of sports management services visually and cognitively on the web pages of 30 metropolitan municipalities in Türkiye. The research was conducted using content analysis, one of the qualitative research methods. Sports services were examined on the web pages of 10 metropolitan municipalities from around the world. The common features identified were accepted as evaluation criteria. The corporate websites of 30 metropolitan municipalities in Türkiye were examined. The research was carried out between April and June 2023. Information about the administrative structure, services offered and the relevant legislation related to sports on the municipality's web pages have been tabulated and evaluated. Compared to cities of similar size in the world, it has been determined that the information and visuals

about sports services on the web pages of 30 metropolitan municipalities are generally very insufficient. It has been observed that the administrative differences in the sports service concept, administrative structure and applied services of the metropolitan municipality administrations in the world and in Türkiye are reflected on the websites.

Keywords: Municipality, Sports, Web Page.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler internet ve World Wide Web (www) kullanımının bütün dünyada hızla yaygınlaşmasını sağlayarak örgüt-kamu ilişkilerinde küresel bir dönüşüm sürecini başlatmıştır. Giderek daha fazla sayıda birey ve işletmenin ilişkilerini elektronik iletişim araçlarıyla yürütmeye başlaması, örgütlere kamu kategorileri ile aralarındaki ilişkileri geliştirebilmek için yeni olanaklar sunmuştur (Özdemir & Yamanoğlu, 2010).

Günümüz dünyasında önemli bir kurumsal iletişim aracı olan internet siteleri sadece sanayi ve ticaret alanında değil, aynı zamanda devlet idareleri, finansal hizmetler, sağlık hizmetleri, eğlence, kültür ve daha birçok sektör için kuruluşların başarısında etkili halkla ilişkiler aracıdır (Fogli & Guida, 2015). Artan sayıda devlet organı, vatandaşların bilgi ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak, daha verimli ve etkili hizmet sağlamak ve vatandaş katılımını ve demokrasiyi geliştirmek için web siteleri gibi bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanıyor (Anttiroiko, 2008; Irani, Love, & Montazemi, 2007; Yu & Parmanto, 2011).

Belediyeler sorumlulukları kapsamında vatandaşın istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olması, günlük yerel ihtiyaçları gidermesi ve vatandaşı karar süreçlerine ortak etmesi yönünden kamu hizmet sunumunda vatandaşa en yakın birimlerdir (Akyıldız, 2012). Belediyelerin başarısı hizmet verdikleri halkı ve ihtiyaçlarını iyi tanımalarına ve onlarla kurdukları etkileşimin gücüne bağlıdır. Belediyeler kamu yararına hizmet sunarken temel hizmetlerin elde edilmesinde her vatandaşa eşit hak tanımak, sosyal ve ekonomik yoksunluk düzeyinde olanları korumak, olağanüstü süreçlerde halkın yerel ihtiyaçlarına çözüm üretmek ve onlara sağlıklı yaşam koşulları oluşturmakla yükümlüdürler (Arslan, 2016).

İnternet, belediyeler ve vatandaşlar arasında önemli bir iletişim kanalı haline geldi. İnternet siteleri, belediyelerin çok büyük miktarda bilgiyi nispeten düşük maliyetlerle erişilebilir hale getirmelerine, hedef kitlelerine açık ve kolayca tanınabilir bir dağıtım kanalı sürdürmelerine, günde yirmi dört saat hizmet sunmalarına ve vatandaşların görüş. tercih ve ihtiyaçlardan haberdar olmalarına olanak tanır (De Jong,& Lentz, 2006).İnternet siteleri iyi ya da kötü özellikleriyle kurumların görünen pencereleridir (Kent & Taylor, 1998).

Kurumsal internet siteleri, esas olarak kurumu müşteriler, yatırımcılar veya basın gibi dış paydaş gruplara tanıtmak amacıyla kurum tarafından yapılandırılan internet siteleri olarak tanımlanır (Pollach, 2011). Örgütsel iletişim alanında kullanılan dijital uygulamalara her geçen gün yenileri eklense de kurumsal internet siteleri önemini korumaya devam etmektedir. İnternet

Live Stats'ın Haziran 2021 verilerine göre dünyada internet sitesi sayısı 1 milyar 876 milyon civarındadır (T.N.W., 2021).

Belediyelerin kendilerini halka tanıtmak ve halkı tanımak için halkla ilişkiler uygulama ve araçlarını en doğru şekilde kullanmaları gerekir. Bu amaçla halkla ilişkiler çalışmalarında kullanılan önemli araçlardan biri de kurumsal internet siteleridir. Belediyeler hedef kitleleriyle web siteleri üzerinden daha hızlı, kolay ve etkili iletişim kurabilmekte, kurum tanıtımı, hizmet ve faaliyetler hakkında bilgilendirme yapabilmekte ve birçok hizmeti e-belediye uygulamaları ile dijital ortamda güvenli bir şekilde verebilmektedirler. Özellikle kriz dönemlerinde kurumsal internet siteleri, hem kurum hem de halk için hızlı ve etkileşimli bir iletişim ortamı sunması sebebiyle sorunların çözülmesi ya da en az hasarla atlatılmasına büyük katkı sağlar (Grier & Moreland, 2003).

Belediyeler değişen ve artan vatandaş taleplerini kesintisiz, hızlı, ekonomik, etkili ve güvenilir bir şekilde karşılamak, bürokrasiyi azaltmak, kurumsal tanınırlığı artırmak, vatandaşı ve beklentilerini daha iyi tanımak, belediyenin imaj ve hizmet kalitesini yükseltmek, halkla ilişkiler çalışmalarını daha etkin hale getirmek ve kamu hizmetlerinin sunumunda etkinliği artırmak için internetin ve internet sitelerinin sunduğu fırsatları kullanmaya başlamışlardır (Mecek, 2017).

21. yüzyılda teknolojinin gelişmesiyle birlikte dünya ekonomik, sosyal ve siyasal açıdan değişim göstermekte, yerel yönetimler ise bu değişimden büyük ölçüde etkilenmektedir. Her geçen gün nüfusun artması kamu kurumlarında yoğunluk oluşmasına neden olmakta, işlemlerin hızlı gerçekleşmesi zorlaşmaktadır. Bu durum büyükşehir belediyelerinin internet sitelerini geliştirmelerini, hizmet altyapısını oluşturmalarını gerekli kılmaktadır. İnternet siteleri, belediyelerin vatandaşa hızlı şekilde ulaşması ve çevrimiçi iletişim sağlaması; ayrıca yürütülen faaliyetlerin tanıtma aracı olarak kullanılması bakımından önem arz etmektedir (Doğmuş & Kırca, 2022).

Belediye hizmetleri; ulaşım, imar, su ve kanalizasyon, temizlik, çevre ve çevre sağlığı, zabıta, itfaiye, acil yardım, kurtarma ve ambulans, defin ve mezarlık, ağaçlandırma, yeşil alan ve park, trafik, kültür, sanat ve turizm, gençlik ve spor, konut, sosyal hizmet ve yardım, evlendirme, ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi, meslek ve beceri kazandırma olmak üzere birçok hizmeti kapsamaktadır (Tortop vd., 2008).

Şehirler ve belediyeler hem önemli fiziksel aktivite ortamları hem de halk sağlığı mesajlarının önemli aracılarıdır. Ne yazık ki, yerel düzeydeki fiziksel aktivite, vatandaşlara ulusal olandan daha yakın bir yönetim düzeyini temsil etmesine rağmen, büyük ölçüde yeterince araştırılmamıştır. Şehirler, çekicilikleri ve rekabet güçleri için ve vatandaşlarına refah sağlamak için fiziksel aktivitenin önemini yavaş yavaş kabul ediyor. Fiziksel aktiviteye katılımın, insanların içinde yaşadığı yapılı, doğal ve sosyal ortamlardan güçlü bir şekilde etkilendiğine şüphe yoktur. Şehirler ve belediyeler, aktiviteyi ve dolayısıyla sağlığı destekleyen ortamlar yaratmada çok önemli bir role sahiptir. Yerel yönetimlerin, tüm vatandaşların çeşitli fiziksel

aktivite fırsatlarına erişimini sağlamada hayati bir rol üstlendiğine şüphe yoktur (PACTE, 2022).

Belediyeler, halkın yaşadığı yerle ilgili bütün ihtiyaçlarını karşılamakla sorumlu kurumlardır. Belediyelerin spor alanında, yasalardan ve halkın medeni ihtiyaçlarından doğan sorumlulukları vardır (Sivrikaya & Doğu, 2011). Spor medeni bir ihtiyaçtır. Hareket etmek temel özgürlüklerden biridir.

Gerek kamu gerek özel sektör, hizmetlerini kitlelere ulaştırabilmek için internet sayfaları oluştururlar. Oluşturulan internet sayfası hitap edilecek kitleye uygun içerikler barındırmalıdır. Sade ve anlaşılabilir bir dil kullanılmalıdır. İnternet sitesinin içeriği daima güncel olmalıdır. Başarılı internet siteleri oluşturmak amacıyla, kullanıcı dostu bir internet sayfası tasarlanırken, kullanıcı odaklı yaklaşım tercih edilmelidir. Belediyelerin hedef kitleyi göz önünde bulundurarak ve internet sitesinin öncelikli olarak erişilebilirlik, kullanılabilirlik ve uyumluluk özelliklerine sahip olması sağlanmalıdır.

Beri ve Singh (2013), kullanıcı dostu bir web sitesinin nasıl olması gerektiği ile ilgili; 'kullanışlılığın", yararlı bilgiler içermesinin ve ayrıca işletme güvenilirliğinin yansıtılmasının önemli olduğunu' vurgulayarak kullanıcıda olumlu işletme algısı yaratılmasının web sayfasının tasarımı açısından önemli ölçüde ilişkili olduğunu savunmuştur.

Belediyeler spor hizmetlerine önem vermeye başladığında bu hizmeti halka en kolay şekilde ulaşılır hale getirmek için teknolojiden faydalanmışlardır. Bu sebeple birçok hizmetinin erişilebilirliği için internet sitesine sahip olan belediyeler, spor faaliyetlerine internet sayfalarında yer vermeye başlamışlardır.

İnternet sitelerinin etkin kullanımının büyük ölçüde içeriğe ve içeriğin sunumuna bağlı olduğu söylenebilir. Büyükşehir belediyeleri, hizmet alıcılara iletişimi sağlamak; bilgi sunmak, hizmetlerini duyurmak ve tanıtmak, bazı hizmetlerini çevrimiçi olarak yürütmek; geri dönüşüm almak, hesap verilebilirliği ve nihai olarak yerel siyasal iradenin tecellisi için çevrimiçi işlem platformlarının tümünü bağlı kıldıkları bir genel ağ internet sitesi ile sunmaktadırlar. Enformasyon çağına gelen toplumlarda, belediyelerin e-dönüşümü etkili biçimde sağlamaları bir gereklilik olduğundan belediyecilik anlayışı kurumsal internet sitesine yansıtılmalıdır. Bu yansımayı görebilmek üzere, Türkiye'de büyükşehir belediyelerinin internet sitelerinin spor hizmetleri görsel ve bilişsel olarak mevcut durumlarını değerlendirmektedir.

YÖNTEM

Araştırmada, ülkemizdeki büyükşehir belediyelerinin kurumsal internet sitelerinin, belediye spor hizmetleriyle ilgili içerik ve sunum yeterliliklerini incelemek amacıyla nitel araştırma tekniklerinden betimsel ve meta analiz içerik analizi yöntemleri kullanılmıştır.

İçerik Analizi, temel olarak metinlerin analiz edilmesi amacıyla kullanılır. Klinik ve sosyal araştırmalarda yararlanılan mülakat-tartışma kopyalarından, öykü, film, televizyon programı, reklam, gazete ve dergi metinlerine kadar pek çok türdeki yazılı malzemenin analiz edilmesinde

içerik analizinden yararlanıldığı görülür (Macnamara, 2005). Belirlenmiş bir konu dahilinde, birbirinden bağımsız olarak yapılan, yayınlanmış ya da yayınlanmamış, bütün nitel ve nicel çalışmalar incelenip düzenlenmekte ve alandaki genel eğilimler belirlenmektedir. Böylece, ilgili alanda ve konuda çalışma yapan veya yapmak isteyen araştırmacılara genel eğilimin ne olduğu gösterilmektedir (Cohen ve dg., 2007; Miles ve Huberman, 1994).

Araştırmada amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak Türkiye'deki 1392 belediye arasından nüfus, idari ve mali kapasite olarak en üst düzeyde olan 30 büyükşehir belediyesinin tamamı incelenmiştir. Araştırmanın amacına bağlı olarak bilgi açısından zengin durumların seçilerek derinlemesine araştırma yapılmasına olanak tanıyan amaçlı örnekleme, belli ölçütleri karşılayan veya belirli özelliklere sahip olan bir veya daha fazla özel durumlarda çalışılmak istendiğinde tercih edilmektedir. Araştırmacı, seçilen durumlar bağlamında doğa ve toplum olaylarını ya da olgularını anlamaya ve bunlar arasındaki ilişkileri keşfetmeye ve açıklama çalışmaktadır (Büyüköztürk vd., 2012).

2023 yılı içinde yapılan incelemede değerlendirme kriterleri oluşturmak için literatür taranmış ve dünyada belediye spor hizmetleri alanında gelişmiş uygulamalarıyla bilinen Amsterdam, Helsinki, Londra, Los Angeles, Melbourne, Milano, Münih, Ottava, Tokyo ve Dublin belediye internet sayfaları incelenmiştir. Bu sayfalarda spor hizmetleri adına ortak öncelikler belirlenmiştir.

Belirlenen dokuz ortak özellik, araştırma grubundaki belediyelerin internet sayfalarında değerlendirme kriteri olarak kabul edilmiştir. Belediyelerin kurumsal internet sayfaları tek tek incelenerek spor hizmetleri belirlenen kriterlere göre değerlendirilmiştir. Araştırma grubundaki belediyelerinin, internet sayfalarının spor hizmetleri hakkında ne kadar içerik barındırdığı ve bu içeriklerin site ziyaretçilerine ne kadar fayda sağladığı ele alınmıştır. Öncelikle genel olarak aranan kriterlerin ne kadar var olduğu nicel olarak değerlendirerek tablo halinde sunulmuştur. Nicel değerlendirmeden sonra belirlenen kriterlerin internet sayfalarındaki niteliksel değerlendirmeler, literatürde tespit edilen kullanıcı beklentilerine göre yorumlanmıştır.

BULGULAR

Türkiye'de öncelikli büyükşehir olma kriteri 750.000 nüfusa sahip olmak olduğu için, farklı ülkelerden bu kriteri karşılayan 10 şehir belirlenmiştir. Bu şehirlerin belediye kurumsal internet siteleri incelenerek spor hizmetlerinde dokuz ortak özellik belirlenmiştir. Bu özellikleri araştırma kriteri olarak kabul ederek 30 büyükşehir belediyesinin internet sitelerinde bu özelliklerin nicelik olarak varlığı araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Kriterler tabloda kısaltmalarla verilmiştir. Belirlenen kriter belediye internet sitesinde bulunuyorsa şehrin karşı sütununa 1, bulunmuyorsa 0 puanı verilmiştir. Şehirlerin ve kriterlerin toplam puanları tabloda gösterilmiştir. Kriterlerin kısaltma ve açılımında ne sorgulandığı şu şekilde ifade edilebilir:

Ö.Ş.: Örgüt Şeması : belediyenin idari yapılanmasını ve birimlerini gösteren tablo veya sekmelerdir. Örgüt şemasında sporla ilgili birim sorgulanmıştır.

A.M.: Arama Motoru: Ana sayfada yer alan ve internet sayfasındaki bütün bilgilere kolay ulaşmayı sağlayan uygulamadır. Spor kelimesi aranmıştır.

A.; Ana sayfa: Belediye internet sitesi ana sayfasında sporla ilgili ikon veya sekme sorgulanmıştır.

H.: Hizmetler: Belediye internet sayfalarının çoğunda bulunan bu sekmede spor hizmetleri sorgulanmıştır.

B.S.: Birim sayfası: Belediyenin spor hizmetlerinden sorumlu idari birimine ait sayfa sorgulanmıştır.

S.: Sorumluluklar: Belediye spor biriminin sorumluluklarıyla ilgili mevzuatın varlığı sorgulanmıştır.

B.T.: Birim teşkilatı: Belediye spor biriminin bölümleri ve personel bilgileri sorgulanmıştır.

Y.Ö.: Yönetici özgeçmişi: Belediye spor biriminin ve bölümlerinin personel özgeçmişi sorgulanmıştır.

B.F.: Birim faaliyetleri: Belediye spor biriminin sayfasında spor faaliyetleri sorgulanmıştır.

Çizelge 1. Belediye İnternet Siteleri Spor Hizmetleri Değerlendirme Tablosu

BELEDİYE	Ö.Ş.	A. M.	A.S.	H.	B.S.	S.	B.T.	Y.Ö.	B.F.	**TOPLAM**
ADANA	1	0	0	0	1	1	1	0	1	5
ANKARA	1	0	0	0	1	1	1	0	0	4
ANTALYA	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
AYDIN	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
BALIKESİR	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
BURSA	1	1	0	1	1	1	1	1	1	7
DENİZLİ	1	1	1	0	1	1	0	0	0	5
DİYARBAKIR	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ERZURUM	1	0	0	0	1	0	0	1	0	3
ESKİŞEHİR	-	0	0	0	-	-	-	-	-	0
GAZİANTEP	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
HATAY	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
İSTANBUL	0	0	0	1	1	1	1	1	1	5

İZMİR	1	1	0	1	1	1	0	0	0	5
K.MARAŞ	1	1	0	0	0	0	0	1	0	3
KAYSERİ	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
KOCAELİ	1	1	1	1	1	1	1	1	1	8
KONYA	1	1	0	0	1	1	1	1	1	7
MALATYA	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2
MANİSA	1	1	0	0	1	0	0	0	0	3
MARDİN	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
MERSİN	1	1	0	0	1	1	1	0	0	5
MUĞLA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
ORDU	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2
SAKARYA	1	0	0	0	1	1	1	1	1	6
SAMSUN	1	0	1	1	0	0	0	0	0	3
ŞANLIURFA	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TEKİRDAĞ	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2
TRABZON	1	1	1	0	1	1	1	1	0	7
VAN	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOPLAM /ORT.	24	13	5	6	15	13	9	10	7	**100 / 3.33**

Çizelge 2. Dünya Belediyeleri İnternet Siteleri Spor Hizmetleri Değerlendirme Tablosu

BELEDİYE	Ö.Ş.	A. M.	A.S.	H.	B.S.	S.	B.T.	Y.Ö.	B.F.	**TOPLAM**
Amsterdam	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Helsinki	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8
Londra	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8
Los Angeles	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Melbourne	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Milano	1	1	1	0	1	1	0	0	1	6
Münih	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Ottava	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Tokyo	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8
Dublin	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8
TOPLAM /ORT.	10	10	10	9	10	10	9	5	10	**83/8,3**

Dünyanın farklı ülkelerindeki 10 şehrin belediye internet sayfalarında belirlenen kriterler dışında, spor birimin hedefleri, teşvikleri uyguladıkları özel projeler, tesis ulaşım-kullanım ve ücret bilgileri pek çok özelliğin çok detaylı bilgi ve kaliteli görsellerle cezbedici şekilde sunulduğu görülmektedir. Türkiye'de spor hizmetleri birimine ait internet sitesi olmayan 15 belediye mevcut iken araştırılan şehirlerin her bir spor tesisi için zengin içerikli internet siteleri olduğu görülmüştür. Üstelik sadece kendi dillerinde değil İngilizce olarak bütün dünyanın bilgi erişimine müsaittir.

Arama motorunda spor kelimesi arandığında Tokyo Belediyesi internet sitesinde 14900 sonuç sıralanmıştır. Dokuz kriter ve puan üzerinden yapılan değerlendirmede dünyadan seçilen şehirlerin kriter puan ortalaması 8.3 iken, Türkiye'deki belediyelerin puan ortalamasının 3.33 olması genel itibariyle spor hizmetleriyle ilgili internet sitesi bilgilendirmelerinin şekil ve içerik itibariyle yetersiz olduğunu göstermektedir.

30 büyükşehir belediyesinin internet sitesinde genel olarak ortak özellikler olduğunu görmek ümit verici iken ortak eksikler olması düşündürücüdür. İnternet sitelerinin ne kadar hızlı güncellendiği ve kullanıcı ihtiyaçlarına ne kadar cevap verdiği farklı çalışmalara konu olmalıdır. Ancak, belediyelerin internet siteleriyle ilgili yeterince özenli olmadığı genel inceleme sonucu olarak ifade edilebilir. Eskişehir Büyükşehir Belediyesi internet sitesinde altı kriterin sorgulaması yapılamamıştır. Araştırmanın hazırlandığı 2023 Ağustos ayı boyunca farklı günlerde kontrol edilmesine rağmen sitenin alt sayfalara erişimi sağlayan menü ikonunun çalışmadığı görülmüştür. Bu durum, belediye internet sitesinden sorumlu yetkililerin özensizliğini göstermektedir.

Büyükşehir belediyelerinin internet sitelerinde en güçlü özelliğin örgüt şemaları olduğu görülmüştür. Belediyelerin büyük çoğunluğunun sporla ilgili idari bir yapılanmasının olması sayesinde bu özelliğin ön plana çıktığı düşünülmektedir. En zayıf kriterin ana sayfada sporla ilgili bilgilendirme olması, spor hizmetinin belediye yönetimleri tarafından öncelikli kamu hizmeti olarak görülmediğini göstermektedir. İkinci en düşük puanın hizmetler kriteri olması, belediye hizmetler sekmesinde spor hizmetinin bu kadar az olması bu kanaati desteklemektedir. Ana sayfalarda mezarlık semt pazarları gibi bilgilerin yer aldığı sayfalarda spor hizmetinin olmaması düşündürücüdür. Belediye ana sayfa düzenlerinin bazı belediyelerde kısa tabldot sayfa, bazılarında bülten şeklinde detaylı olması gibi farklılıklar da bu durumu etkilemiş olabilir.

Dünyanın farklı ülkelerinden seçilen belediyelerde yönetici özgeçmişi kriterinin en düşük puana sahip olması kurumsal yapının yöneticilerden daha ön planda görülmesinden, faaliyetlerin yönetici kimliklerinden daha önemli görülmesi veya kültürel sebeplerden olabilir. İncelenen belediyelerin ana sayfalardaki en temel farklardan birinin dünya şehirlerinin internet sitelerinde belediye başkanları ve şehir yöneticilerinin çok az görünür olmasıdır.
Türkiye'deki belediyelerin internet sitelerinde belediye başkanına ayrılan alan ve içerik dünyadaki örneklerine göre çok daha fazladır (Özüpek, 2010).

Yapılan incelemeler bazı Büyükşehir belediyelerinin web sitelerinin belediyeyi tanıtmaktan çok belediye başkanını tanıtmayı amaçladığını göstermektedir. Başka bir deyişle başkan belediyenin önüne geçmiştir. Bunun kurumsallaşma açısından çok da olumlu bir durum olduğu söylenemez. Örneğin bazı sitelerde sayfanın en üstünde belediyenin adı yazmakta, hemen yanında da başkanın fotoğrafı bulunmaktadır.

Türkiye'deki belediyelerin Dünyadaki benzerleriyle kıyaslandığında en önemli eksiklikler; spor yapmak isteyenlere sunulan tesislerin konumu ve özellikleri, teşvik mekanizmaları, kullanım şartları gibi bilgilerin internet sitelerinde yeterince yer almamasıdır. Bu bilgi alanlarında zengin görsel ve bilgi içeriğiyle cezbedici bir şekilde sunarak halka yeterince spor hizmeti ulaştırılamamaktadır. Bu eksikler Türkiye'deki belediyeler arasında en yüksek puanı alan Antalya ve Kocaeli belediye internet sitelerinde görülmektedir.

Türkiye'deki belediyelerin internet sitelerinde spor hizmetleriyle ilgili birim sayfaları çok yetersizdir. Birim faaliyetlerinin en düşük puana sahip kriterlerden olması, düzenlenen spor faaliyetlerinin yetersizliğini veya yapılan faaliyetlerin yeterince duyurulamadığını göstermektedir.

Bütün bu değerlendirmelerden belediye yönetimlerinin; genel olarak internet sayfalarının ve spor hizmetlerinin halk için önemini kavrayamadığını göstermektedir. Türkiye'de kurumsal kapasitesi en yüksek belediyeler olan büyük şehir belediyelerinin bu durumda olması, Türkiye'deki 1392 belediyenin spor hizmetlerinin internet sayfalarında gereken önemi ne kadar gördüğü noktasında endişe vericidir.

Türkiye'deki diğer belediye internet sitelerinde spor hizmetlerinin durumu araştırılmalıdır. Kamu kurumlarının başta halka en yakın olduğu ileri sürülen belediyeler dahil olmak üzere kurumsal kimlik, tanıtım çalışmalarına ve bu çerçevede internet sayfalarına belli standartlar getirilmelidir. Bu standartların oluşturulması için karşılaştırmalı bilimsel araştırmalar yapılmalıdır.

Büyükşehir belediyelerinin anket, mülakat vb. bilimsel araştırma yöntemleri kullanarak halkın istek ve beklentileri doğrultusunda internet sayfalarını güncellemesi gerekmektedir. Belediye halkla ilişkiler birimlerinin her idari birimde halkla ilişkiler sorumluları belirleyerek, her idari birimin imkan ve faaliyetlerini işbirliği içinde halka sunmalıdır.

TARTIŞMA VE SONUÇ

E-belediyenin bütün potansiyeline ulaşmakta önemli unsurlardan birisi olan internet sitesinin önemsenmesidir. Görülecektir ki bu önemseme, kuruluş içindeki "birlikte çalışmanın" ifadesi olan arka ofisin sağlamlaşmasını ve hizmetin daha sağlıklı işlemesi doğuracaktır. Kullanıcı, bu sitede gerçekten dişe dokunur ve hayatını kolaylaştırır hizmetler alacağını, yöresinden haberdar olacağını bilirse sitede (veya mobil uygulamada) daha çok vakit geçirecek ve daha iyi hizmet alabilecektir. Belediyesine daha çok geri bildirimde bulunarak belediyenin gözü kulağı olacaktır. Yerel siyasetin güçlenmesi ancak o zaman e-belediye getirisi olarak doğacaktır.

Belediye ise zaman ve mekândan tasarruf edecek, iş akış sürecinin kalitesini arttıracak, yeni değerler üretmeye fırsat yakalayacaktır (Şat, 2016).

Türkiye'deki büyükşehir belediye yönetimlerinin belediyenin kurumsal varlığını sürdürmek, seçmenlerin memnuniyetini arttırarak iktidar süreleri uzatmak ve halkın bilgi edinme hakkına yeterince karşılık verebilmek için tanıtım faaliyetlerine spor hizmetleri açısından gereken önemi göstermediği görülmüştür.

Bazı belediye internet sitelerinin ise sadece internet sitesine sahip olmak amacıyla hazırlandığı, çok da işlevsel olmadığı görülmektedir. Bazı internet sitelerinin ise sayfalarının açılmasında sıkıntı olduğu, bazı bölümlerinin sayfalarının hiç açılmadığı, bazılarınınsa çok geç açıldığı görülmektedir. Halkla ilişkiler açısından bakıldığında büyükşehir belediyelerinin internet sitelerinde tanıtma çalışmaları tanıma çalışmalarının önünde yer almakta, ancak her ikisinde de ciddi eksiklikler bulunmaktadır (Özüpek, 2010). Akgümüş vd., (2021), yaptığı araştırmada belediyelerin internet sayfalarında belediyeye ait görevlerin ve finansman kaynaklarının ve tanıtıcı bilgilerin yeterince yer almadığı, haber arşivlerinin yeterince detaylı biçimde tutulmadığı ve yabancı dilde yayınların yetersiz olduğu saptanmıştır.

Büyükşehir belediyeleri internet sitelerinde çoğunlukla kurumların yönetimini, hizmetlerini, planlamalarını, faaliyetlerini kapsayan tanıtıma yönelik içeriğe yer verildiği; buna karşılık kullanıcılara yorum yapma imkânı, anket, çevrimiçi yardım imkânı, konular hakkında oylama yapma fırsatı gibi etkileşimi sağlayacak özelliklerin çok az olduğu görülmüştür (Arslan, 2021; Engin ve Akgöz, 2016; Aslan, 2017). Buna karşılık kurumsal internet siteleri dünyada kurumların dijital dünyadaki yüzü ve halkla iletişimin en etkili yoludur.

Avrupa'daki 3.000'den fazla yerel yönetim sitesindeki kullanıcı memnuniyetini inceliyor. İnternet anketinden elde edilen sonuçlara dayanarak, araştırmacılar, yanıt verenlerin yüzde 80'inden fazlasının yerel yönetim siteleri tarafından sağlanan bilgi hizmetlerinden memnun olduğunu buldu. Genel olarak, incelenen internet siteleri, bilgi maliyetini büyük ölçüde azaltan ve yerel yönetimi ilgilenen kullanıcılar için çok daha erişilebilir ve hesap verebilir hale getiren çok çeşitli bilgi, iletişim ve işlem hizmetleri sunuyordu (Gemini, 2006). Türkiye ve dünyadaki farklı şehirler üzerine yapılan çalışmalar kurumsal internet sitelerine gereken önemin verilmediğini göstermektedir.

Yayınoğlu ve d. (2007) İstanbul ve Londra Büyükşehir Belediyelerinin kurumsal internet sitelerinin karşılaştırmalı olarak incelediği çalışmada, Londra Büyükşehir Yönetimi internet sitesinin, görsel olarak daha sade ancak işlevsel bir yapıda olduğu belirlenmiştir.

Büyükşehir belediyeleri, spor yönetimi hizmetlerinde dijital imkanlardan daha çok yararlanarak, kurumsal internet sitesi ve sosyal medya üzerinden yapacakları tanıtım ve teşvik çalışmalarıyla daha fazla insanın spor yapmasını sağlamalıdır. Belediye halka sunduğu spor imkanlarını tanıtarak spor tesislerinin daha fazla kullanılmasını sağlayacaktır. Bu durum belediye, spor sektöründe çalışanlar ve tesislerden yararlananlar için kazan kazan prensibinin işleyeceği faydalar oluşacaktır.

KAYNAKÇA

[1] Akgümüş, E. , Ballanlı, D. , Bırben, Ş. , Dadaylı, A. , Sakınç, A.İ. , Öztürk, Ö. , Pak Güre, M.D., Dijital Dönüşüm Bakış Açısıyla Yerel Yönetimlerde Sosyal Hizmetlerin Sunumu: E-Belediye Hizmetlerinin İçerik Analizi. Sosyal Çalışma Dergisi, *5*(2), 102-116. [1] . (2021).

[2] Akyıldız, F. Belediye Hizmetleri ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği. Journal of Yasar University, 26(7), 4415-4436, 2012.

[3] Anttiroiko, A. V. (Ed.)., Electronic Government: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications (Vol. 3). IGI Global, 2008.

[4] Arslan, A. Belediyelerde Kurum İmajı, Ekin Yayıncılık, Bursa, 2016.

[5] Aslan, A., Web Sitelerinin Birer Diyalojik İletişim Aracı Olarak Kullanımı Üzerine Bir Değerlendirme: Türkiye'deki Büyükşehir Belediyeleri Örneği. Süleyman Demirel İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 22(Kayfor15 Özel Sayısı), 2425-2436, 2017.

[6] Arslan, A., Büyükşehir Belediyeleri Web Sitelerinin Covid-19 Salgın Sürecinde Diyalojik İletişim Açısından Değerlendirilmesi. Erciyes İletişim Dergisi, (2), 147-164, 2021.

[7] Beri, B., & Singh, P., Web Analytics: Increasing Website's Usability and Conversion Rate. International Journal of Computer Applications, *72*(6). (2013).

[8] Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö., Karadeniz, Ş., & Demirel, F., Bilimsel Araştırma Yöntemleri. Pegem Akademi Yayınları. Ankara, 2008.

[9] Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K., Research Methods in Education. (6th Edition). Routledge, New York: (2007).

[10] De Jong, M., & Lentz, L. Scenario Evaluation of Municipal Web Sites: Development and Use of An Expert-Focused Evaluation Tool. Government Information Quarterly, 23(2), 191-206, 2006.

[11] Doğmuş, E. & Kırca, S., Web Sitelerinin Tanıtma Aracı Olarak Kullanımı: Belediyeler Üzerinden Bir Analiz. Pamukkale Üniversitesi İletişim Bilimleri Dergisi, 1(1), 25-46, 2022.

[12] Engin, E., & Akgöz, B. E. Belediyelerin Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Açısından Analizi. Atatürk İletişim Dergisi, 10(Ocak), 91-110, 2016.

[13] Fogli, D., & Guida, G. A Practical Approach to the Assessment of Quality in Use Ofcorporate Web Sites. The Journal of Systems and Software(99), 52-65, 2015.

[14] Gemini, C., Online availability of public services: how is Europe Progressing. Web Based Survey on Electronic Services Report of the 6th Measurement. European Commission, Brussels, 2006.

[15] Grier, C. F., & Moreland, K. D., United Airlines' and American Airlines' Online Crisis Communication Following The September 11 Terrorist Attacks. Public Relations Review, 29(4), 427-441, 2003.

[16] Irani, Z., Love, P. E. D., & Montazemi, A., E-government: Past, present and future. European Journal of Information Systems, 16(2), 103–105, 2007.

[17] Kent, M. L., & Taylor, M. Building a dialogic relationship through the World Wide. Public Relations Review(24), 321-334, 1998.

[18] Macnamara, J., "Media Content Analysis: Its Uses; Benefits and Best Practice Methodology", Asia Pacific Public Relations Journal, 6(1), 1-34, 2005.

[19] Mecek, M., E-Devlet ve E-Belediye: Kavramsal Çerçeve ve Türkiye'de Belediye Web Sitelerine Yönelik Yapılan Çalışmaların İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22(Kayfor15 Özel Sayısı), 1815-1851. 2017.

[20] Miles, M. B. ve Huberman, A. M., Qualitative data analysis. (2nd Edition). California: Sage Publications, 1994.

[21] Özdemir, B., & Yamanoğlu, M. A., Türkiye›deki Sivil Toplum Kuruluşları Web Sitelerinin Diyalojik İletişim Kapasitelerine Göre Bir İnceleme. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(2), 3-36, 2010.

[22] Özüpek, M.N., Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. *Selçuk İletişim*, *6*(3), 196-205, 2010.

[23]Pollach, I., Corporate self-presentation on the WWW. Corporate Communications: An International Journal, 1(4), 285-301, 2005.

[24] Sivrikaya, Ö.& Doğu, G., Düzce Belediyesinin Spor Hizmetleri İçin Örnek Bir Yönetim Modeli, Pamukkale Journal of Sport Sciences, Vol.2, No.3, Pg:52-74, 2011.

[25] Şat, N., Türkiye'de Büyükşehir Belediyelerinin Genel Ağ (Web) Sitelerinin Analizi. *Türk İdare Dergisi*, (482), 183-236, 2016.

[26] Tortop, N., Aykaç, B., Yayman, H., & Özer, M. A. Mahalli İdareler (2. BaskıNobel Yayın Dağıtım.). Ankara, 2008.

[27]Total Number of Websites (T.N.W.) internet live stats: https://www.internetlivestats.com/ adresinden alınmıştır, 2021.

[28] Yayınoğlu, P. E., Sayımer, İ., & Arda, Z., Belediyelerin kurumsal web sitesi kullanımı üzerine bir inceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi web sitesi ana sayfalarının karşılaştırılması. Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (7), 129-157, 2007.

[29] Yu, D. X., & Parmanto, B., U.S. state government websites demonstrate better in terms of accessibility compared to federal government and commercial websites. Government Information Quarterly, 28, 484–490, 2011.

[30] Promoting Active Cities Throughout Europe (PACTE) Project, https://www.pacteproject.com/presentation/,20.07.2022 tarihinde erişildi.

[31] https://www.amsterdam.nl/en/ (Erişim tarihi: 11.08.2023)
[32] https://www.adana.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[33] https://www.ankara.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[34] https://www.antalya.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[35] https://aydin.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[36] https://www.balikesir.bel.tr/ **(**Erişim tarihi: 15.08.2023)

[37] https://www.bursa.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)
[38] https://www.comune.milano.it/ (Erişim tarihi: 12.08.2023)
[39] https://www.denizli.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)
[40] https://www.diyarbakir.bel.tr/ (Erişim tarihi: 15.08.2023)

[41] https://www.dublincity.ie/residential (Erişim tarihi: 12.08.2023)

[42] https://www.erzurum.bel.tr/ (Erişim tarihi: 16.08.2023)
[43] https://www.eskisehir.bel.tr/ (Erişim tarihi: 16.08.2023)
[44] https://www.gaziantep.bel.tr/tr (Erişim tarihi: 16.08.2023)
[45] https://hatay.bel.tr/ (Erişim tarihi: 16.08.2023)

[46] https://www.hel.fi/en (Erişim tarihi: 11.08.2023)

[47] https://www.ibb.istanbul/ (Erişim tarihi: 16.08.2023)
[48] https://www.izmir.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[49] https://kahramanmaras.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[50] https://www.kayseri.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[51] https://www.kocaeli.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[52] https://www.konya.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)

[53] https://lacity.gov/ (Erişim tarihi: 11.08.2023)

[54] https://www.london.gov.uk/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)

[55] https://www.malatya.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[56] https://www.manisa.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)
[57] ttps://www.mardin.bel.tr/(Erişim tarihi: 17.08.2023)

[58] https://www.melbourne.vic.gov.au/Pages/home.aspx (Erişim tarihi: 11.08.2023)

[59] https://www.mersin.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)

[60] https://www.metro.tokyo.lg.jp/english/ (Erişim tarihi: 12.08.2023)

[61] https://www.mugla.bel.tr/ (Erişim tarihi: 17.08.2023)

[62] https://www.muenchen.de/en/home (Erişim tarihi: 12.08.2023)

[63] https://www.ordu.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)
[64] https://ottawa.ca/en (Erişim tarihi: 12.08.2023)
[65] https://www.sakarya.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)
[66] https://www.samsun.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)
[67] https://www.sanliurfa.bel.tr/(Erişim tarihi: 18.08.2023)
[68] https://www.tekirdag.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)
[69] https://www.trabzon.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)
[70] https://www.van.bel.tr/ (Erişim tarihi: 18.08.2023)

HALKIN TEMSİLCİLERİ MUHTARLARIN İSTANBUL BELEDİYE SPOR HİZMETLERİ HAKKINDAKİ GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ

Dr. Öğretim Üyesi, Ömer SİVRİKAYA
Düzce Üniversitesi, - http://orcid.org/0000-0002-3529-8754
Araştırmacı, Ahmet GÜLÜMSEYEN
- http://orcid.org/0009-0008-9178-5232

ÖZET

Muhtar, Türkiye'de şehirleri oluşturan yerleşim alanı mahallenin demokratik şekilde seçilen yöneticisidir. Mutarlar halkın demokratik temsilcileri olarak belediyelerin hizmetleri hakkında en fazla değerlendirme imkanına sahip kişilerdir. Bu araştırmanın amacı, İstanbul'da görev yapan muhtarların hizmet aldıkları belediyelerin spor hizmetleri hakkındaki görüşlerinin incelenmesidir. 39 ilçede 964 mahalle muhtarı bulunan İstanbul'un her ilçesinden bir muhtar kar topu örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Oluşturulan mülakat formu ile tamamen gönüllü olarak görüşmeyi kabul eden 39 muhtarla yüz yüze görüşme yapılmıştır. Görüşmeler sesli olarak kayıt edilmiştir. Görüşmeler yazıya dökülerek elde edilen veriler alan uzmanı üç kişi tarafından incelenerek kodlama yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından tekrar okumalar ve değerlendirmeler yapılarak ortak kodlar belirlenmiştir. Elde edilen kodların ana başlıkları olabilecek temalar tespit edilmiştir.. Araştırmanın geçerliliğini güçlendirmek amacıyla betimsel analiz yapılmıştır. Sonuç olarak, muhtarların her alanda olduğu gibi spor hizmetlerinde büyükşehir belediyesinden daha çok ilçe belediyelerinden hizmet aldıları tespit edilmiştir. Muhtarlar, belediye spor hizmetleri anlamında daha fazla tesis yapılması gerektiği ancak bu tesisleri yapacak yer bulmanın zor olduğunu ifade etmişlerdir.

Anahtar Kelimeler : Muhtar, Belediye, Spor.

EXAMINATION OF THE OPINIONS OF THE PUBLIC'S REPRESENTATIVES, MUHTARS, ON ISTANBUL MUNICIPAL SPORTS SERVICESABSTRACT

ABSTRACT

Muhtar is the democratically elected manager of the residential neighborhood that makes up the cities in Turkey. Mutars are the people who have the most opportunity to evaluate the services of the municipalities as the democratic representatives of the people. The aim of this research is to examine the opinions of the muhtars working in Istanbul about the sports services of the municipalities they receive service from. One headman from each district of Istanbul, which has 964 neighborhood headmen in 39 districts, was determined by the snowball sampling method. Face-to-face interviews were conducted with 39 muhtars who agreed to be interviewed completely voluntarily with the created interview form. Interviews were audio recorded. The data obtained by translating the interviews were examined by three experts in the field and coded. Common codes were determined by re-reading and evaluation by the researchers. The themes that could be the main titles of the codes obtained were determined. In order to

strengthen the validity of the research, descriptive analysis was carried out. As a result, it has been determined that muhtars receive services from district municipalities more than metropolitan municipalities in sports services as in every field. The headmen stated that more facilities should be built in terms of municipal sports services, but it is difficult to find a place to build these facilities.

Keywords: Muhtar, Municipality, Sports.

1. GİRİŞ

Muhtarlık kurumu II. Mahmut zamanında getirilmiş olan yeniliklerden biridir. Muhtarlık kurumları oluşmadan önce köyler, toplumsal ve geleneksel yerleşim birimleri olarak işlev görmüş ve kethüda, ihtiyar, bazen de muhtar denilen kimseler tarafından temsil edilmişlerdir (Çadırcı,1991). İlk Muhtarlık Birimi (1829); bu dönemde merkezileştirmeyi etkinleştirmek ve ulemanın etkinliğini ve iktidarını kısıtlamak amacıyla İstanbul da köy ve mahallelerde muhtarlık sistemi kurulmuştur (Avşar & Taş, 2020).

XIX. yüzyıl ıslahatlarıyla mahalle ve köylerde muhtarlık teşkilâtı kurulmaya başlanınca imama göre muhtar daha yetkili bir yönetici konumuna gelmiştir. Mahalle muhtarlıklarının kurulmasına ilk olarak İstanbul'da başlanmış, muhtarlıklar yaygınlaşınca vergilerin salınması ve toplanması, mahallelerin güvenlik işleri ve belediye hizmetleri muhtarlara bırakılmıştır. Muhtar bütün mahallenin kefili, imam da muhtarın kefiliydi. 1864 tarihli Vilâyet Nizamnâmesi'nde en az elli hâne bir mahalle olarak kabul edilmiş, ihtiyar meclisleri kurulmuş, şehirlerdeki mahalle muhtarlıkları zaptiye âmirlerince, köy muhtarları kaymakamlarca denetlenmeye başlanmıştır (Ortaylı, 2000). Cumhuriyet Döneminde de mahalle yönetsel birim olarak son derece önemsenmiş ve mahallede yaşayan halkın gereksinimlerinin karşılanması, onların güvenliklerinin sağlanması, hükümetle aralarındaki iletişimin sağlıklı işleyebilmesi için düzenlemeler yapılmıştır. Bu özelliği ile mahalle merkezi yönetimin bir parçası olmayı sürdürmektedir (Keleş, 2000).

5302 sayılı İl Özel İdare Kanunu hükümlerine göre, "Kaymakamlar ve ildeki kamu kuruluşlarının amirleri ve ildeki kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları, üniversite ve sendikalar ile gündemdeki konularla ilgili köy ve mahalle muhtarları ile sivil toplum örgütlerinin temsilcileri, oy hakkı olmaksızın kendi görev ve faaliyet alanlarına giren konuların görüşüldüğü ihtisas komisyonu toplantılarına katılabilir ve görüş bildirebilir.

Mahallede yaşamak, bir aidiyet ortamına dahil olmaktır; çünkü bizzat mahallenin kendisi bir kimlik ve aidiyet sunmaktadır. Bir mahalleyi diğerlerinden ayıran bir fiziksel sınır ve biçim olmasa da, kent toplumunun idari ve sosyal tanımında belirgin bir kimliği vardır (Kuban, 1994).

Mahalle ile ilgili yasal düzenleme esas olarak, 10/04/1994 tarih ve 4541 sayılı Şehir ve Kasabalarda Mahalle Muhtar ve İhtiyar Heyetleri Teşkiline Dair Kanun, bu Kanun kapsamında hazırlanan 04/04/1945 tarihli Tüzük ve 03/07/2005 tarih ve 5393 sayılı Belediye Kanunu'nda bulunmaktadır. 4541 sayılı Kanun'da mahallelerin şehir ve kasabalarda kurulacağı belirtilmekte ve genel olarak mahalle yönetiminin görevleri düzenlenmektedir. 5393 sayılı Kanun'da ise, mahalle tanımının yapıldığı 3/d maddesi ile genel olarak mahallelerin nasıl kurulup kaldırılacağına ve mahalle yönetiminin nasıl oluşacağına ilişkin 9. madde

bulunmaktadır. 5393 sayılı Kanun'un 3/d maddesine göre mahalle, "belediye sınırları içinde, ihtiyaç ve öncelikleri benzer özellikler gösteren ve sakinleri arasında komşuluk ilişkisi bulunan idari birimi" 142 ifade eder. Maddeye bakıldığında komşuluk ilişkisine vurgu yapıldığı görülmektedir (Erdagöz, 2012).

Osmanlıdan günümüze taşınan bir kurum olan mahalle yönetiminin tarihi belediye yönetiminden daha eskidir. (Palabıyık ve Atak, 2002). Osmanlı idaresinde mülkî, beledî ve adlî teşkilatın ilk basamağını mahalleler teşkil eder (Ergin,1939). Sözcük anlamı "seçilmiş" olan muhtar terimi, teşkilatın kuruluşundan önce mahalle, köy ve kasabaların önde gelen, güvenilir kişilerini nitelerdi (Güneş, 2009).

Şu anda muhtarlık, yasal bir yardım eli olma sorumluluğu olmasa da, erişilebilirlik sorunu olan kişilere gerekli bürokrasi adımlarında bilgi konusunda yardımcı olan, temel verileri saklayan bir "ofis"tir (Arıkboğa, 2000). Mahalle muhtarları seçimle iş başına gelmelerine rağmen diğer yerel yöneticilerin sahip oldukları idari ve mali imkân ve ayrıcalıklara sahip değillerdir (Bulut, 2001).

Mahalle kavramını düşünürken, mahallenin sahip olduğu sosyolojik özelliklerin her kentte, kasabada ve köyde geçerli olamayacağını da göz önüne almak gerekir. Şöyle ki, metropol olarak nitelenebilecek bir kentin mahallesi daha küçük bir kentin toplam nüfusuna eşit olabilir. Bu durum, mahalleli arasındaki ilişki biçim ve düzeylerini de etkileyebileceği için, özellikle büyük kentlerin mahallelerini klasik sosyolojik mahalle tanımı kapsamda düşünmek yanıltıcı olabilir. Bu tür yerleşim birimlerinde mahallenin ve hatta muhtarın, salt bir yerel birim ve yönetici olarak daha dar bir anlama sahip olacağı düşünülebilir (Köklü & Gül, 2017).

Türkiye'nin 81 ilinde toplam 32.125 mahalle muhtarı ve 18.211 köy muhtarı görev yapmaktadır. İstanbul ili büyükşehir statüsünde olduğu için köy bulunmamakta, il genelinde 964 mahalle muhtarı görev yapmaktadır (www.nufusune.com, 2023).

Kaliteli ve nitelikli bir yaşamın sağlanması ve ortaya çıkmasındaki belirleyici unsurlardan biri de spordur. Sporun yerel yönetim birimlerinden olan belediyeler tarafından sunulması, belediyelerin geniş hizmet yelpazeleri içerisinde yer almaktadır. Spor hizmetleri mahalli ve müşterek niteliği itibariyle büyükşehir belediyelerinin görev sorumlulukları kapsamında yer almaktadır. Vatandaşların spor istek ve ihtiyaçlarının karşılanması noktasında kamu idaresinin yereldeki temsilcisi olan büyükşehir belediyeleri yasal dayanaklar ile spor hizmetini toplumun her kesimine ulaştırmak zorundadır (Yücel ve ark., 2016). Belediyeler, halkın yaşadığı yerle ilgili bütün ihtiyaçlarını karşılamakla sorumlu kurumlardır. Belediyelerin spor alanında, yasalardan ve halkın medeni ihtiyaçlarından doğan sorumlulukları vardır (Doğu & Sivrikaya, 2011).

Yerel yönetim hizmetlerinde en önemli noktalardan biri, bu hizmetlerin yerine getirilmesinde vatandaşların memnuniyetinin ne derece sağlanabildiğinin ölçülebilmesi ve düzeltici-önleyici faaliyetler geliştirilerek, vatandaş odaklı bir hizmet sunumu gerçekleştirilebilmesidir (Henden ve Henden, 2005). Bir belediyenin başarısını ya da performansını değerlendirmek açısından sunmuş olduğu hizmetlerden halkın duyduğu memnuniyeti tespit etmek önemlidir (Torlak, 1999).

Belediyelerin sundukları hizmetlerle ilgili halkla ilişkiler birimlerinin öz değerlendirme unsuru olarak halkın memnuniyetini ölçen çalışmalar yapmaları gerekir. Ancak bu tür çalışmalar ya yapılmamakta veya sonuçları detaylı olarak kamuoyu ile paylaşılmamaktadır. Spor gibi bazı hizmetlerin önemsiz farz edilmesi veya yapılan memnuniyet araştırmalarının yeterince detaylı olmaması sebebiyle halkın spor hizmetlerinden ne kadar haberdar ve ne kadar memnun olduğunu sağlıklı bir şekilde tespit etmek mümkün olmamaktadır.

Halkın ne düşündüğünü en iyi bilmesi gereken, siyasi bir yönlendirme olmaksızın ortaya çıkan adaylar arasından, halk tarafından doğrudan seçilen muhtarlar, aynı zamanda kamu yönetiminin önemli bir parçasıdır. Muhtarlar, icracı yöneticiler olmasa da halkın sıkıntılarıyla ilk muhatap olan ve bu sorunları yetkililere aktarmakla görevli kamu çalışanlarıdır. Bu araştırmada, halkın demokratik temsilcisi olan muhtarların, belediye spor hizmetleriyle ilgili değerlendirmeleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. YÖNTEM

Nitel araştırma olarak yapılan bu çalışma, İstanbul ilini kapsamaktadır. 39 ilçede 964 mahalle muhtarı bulunan il genelinde her ilçeden bir muhtar kar topu örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Katılımcılar amaçlı örnekleme yöntemlerinden kartopu/zincir örnekleme yöntemi ile belirlenmiştir. Kartopu/zincir örnekleme kişilere başka kimlerle görüşebileceği sorularak yeni bilgi yüklü durumlar elde edilmesini sağlayan bir yöntemdir (Patton, 2014). Görüşme yapılan muhtarlara araştırmanın konusu ile ilgili İstanbul'un diğer ilçelerinde görüşme yapılabilecek muhtar önermeleri istenerek katılımcılara ulaşılmıştır. Mülakat formu soruları literatür taranarak belirlenmiş konulara araştırmacıların değerlendirmeleri neticesinde son şekli verilmiştir.

Oluşturulan mülakat formu ile bir muhtarla ön görüşme yapılmıştır. Elde edilen verilerle soruların yeterliliği test edilmiştir. Gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra oluşturulan yarı yapılandırılmış mülakat formu ile tamamen gönüllü olarak görüşmeyi kabul eden Toplam 45 muhtarla yüz yüze görüşme yapılmıştır. Ancak daha sonra yeterli bulunmayan görüşmeler iptal edilerek her ilçeden bir muhtar olacak şekilde 39 muhtara ulaşılmıştır. Görüşmenin başında yazılı ve sözlü onam alınmıştır. Görüşmeler sesli olarak kayıt edilmiştir.

Elde edilen verilere içerik analizi uygulanmıştır. Görüşmeler yazıya dökülerek elde edilen veriler alan uzmanı üç kişi tarafından incelenerek kodlama yapılmıştır. Araştırmacılar tarafından tekrar okumalar ve değerlendirmeler yapılarak ortak kodlar belirlenmiştir. Elde edilen kodların ana başlıkları olabilecek temalar tespit edilmiştir. Araştırmanın geçerliliğini güçlendirmek amacıyla betimsel analiz yapılmış, katılımcı ifadeleriyle veriler desteklenmiştir.

3. BULGULAR

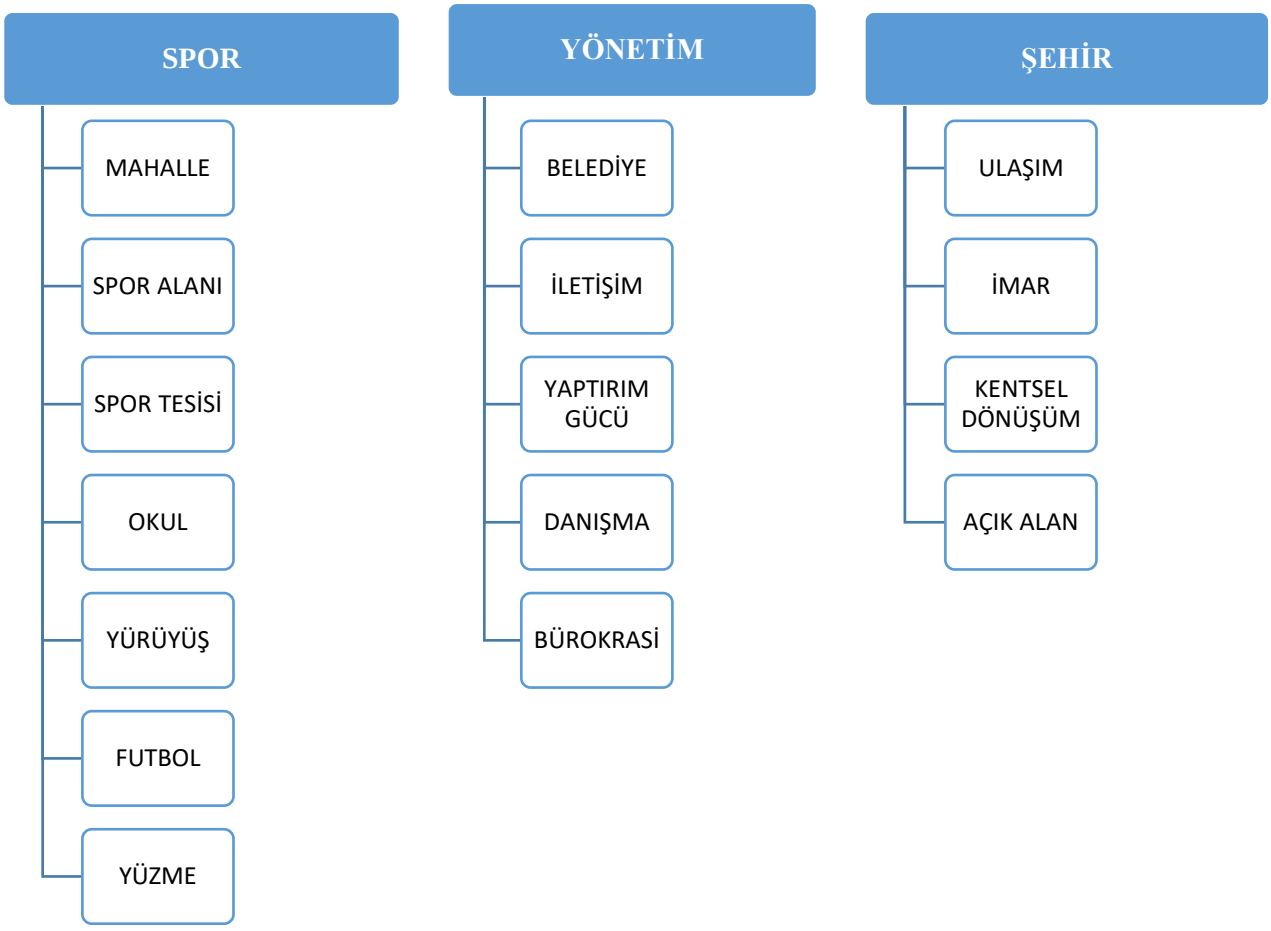
Araştırmadan elde edilen verilere göre, katılımcıların % 13'ü kadın diğerleri erkektir. Anadolu Ajansı'nın haberine göre, Türkiye'de 1010 mahalle ve 124 köy olmak üzere toplam 1134 kadın muhtar görev yapmaktadır (www.aa.com.tr, 2023). Türkiye genelinde kadın muhtar oranı

%3,1'dir. Görüşme yapılan kadın muhtar sayısı az gibi görünse de Türkiye ortalaması ile uyumludur. Görüşme yapılan muhtarların yaş ortalaması 54,3'tür. Görüşme yapılan muhtarların çoğunluğu lise mezunudur. Görüşme yapılan muhtarların ortalama görev süresi 8,3 yıldır. Muhtarlık seçim süresi beş yıl olduğundan, görüşme yapılan muhtarların çoğu ikinci döneminde görev yapan tecrübeli muhtarlardır. Muhtarların görev yaptığı mahallelerin ortalama nüfusu 28.375'tir.

Türkiye'de köyde yaşayanlar hariç nüfusun 79.613.279 olduğuna göre mahalle başına ortalama nüfus 2478'dir (www.nufusune.com, 2023). 39 ilçe 964 mahallede 15.907.951 kişinin yaşadığı Türkiye'nin 81 ili içinde en kalabalık ili olan İstanbul'da görev yapan muhtarlar ortalamanın çok daha üzerinde nüfusla muhatap olmak durumundadır. İcracı bir yönetim birimi olmamasına karşın bu kadar çok kişinin beklentisine karşılık vermek zorunda olması muhtarlık kurumunun mevcut durumunun sorgulanmasını gerekli kılmaktadır.

Yapılan görüşmelerden elde edilen kodlar arasındaki ortak yönler bulunarak temalar belirlenmiştir. Daha sonra tekrar sadeleştirme yapılarak kodlar üç ana tema altında gruplanmıştır. Her temanın altında çok ifade edilen kodlar yukarıdan aşağıya sıralanmıştır.

TEMA VE KODLAR



Katılımcılar, spor teması altında birleştirilen kodlar arasında en çok "mahalle" kavramı kullanmıştır. İfadelerinde "bizim mahalle" ve "mahallemiz" tabirlerini kullanarak yaşadıkları alanı ne kadar benimsediğini göstermektedir.

Bizimde mahallemizde, kendi bölgemizde bize erişemeyen-ulaşamayan insanları bulma çabasıyla, gayesiyle, bize ulaşamayacak olan, bizim yardımlarımdan istifade edemeyen, girişimde bulunamayan insanlara ulaşmaya gayret ediyoruz. K 26

Mahallemiz sanayi bölgesinde. 50 yıldır bu mahalledeyim. K 20

Mahallemiz eski mahalle olduğu için, alt yapısı bozuk. Kentsel dönüşüm alanı olduğu için düzgün asfalt dökülmüyor, sadece yama yapılıyor. Eski bir mahalle. Her hangi bir depremde mahallemiz yerle bir olur. K 19

Ancak mahalle kavramında yaşanan değişimi ve bu değişimin sıkıntılarını açık bir şekilde ifade etmişlerdir. Yaşanan değişimin farklı mahalle ve yaşantı biçimleri oluşturduğunu belirtmişlerdir.

Bakın bir ara mahallenin muhtarıyla yapsanız bu röportajı çok farklı olur. Bizde site yaşantısı var, bizde sıkıntı yok. Mesela Altınşehir, Güvercintepe, Şahintepe muhtarlarına gittiğin zaman bir dokunursun, bin ah işitirsin. Onlar gerçek manada muhtarlık yapıyorlar zaten. Her şeyiyle danışırlar, şey yaparlar. Benim mahallemde bir adamın bir sorunu olsa bana hiç danışmaz. Belediye ise direkt belediyeyi arıyor. Öyle farklı bir mahalle. Gerekirse Bakana ulaşıyorlar. Diyelim ki bir Kaymakamlık veya bir muhtarlığın çözebileceği bir şey, bir bakıyorsun şikayet ta nereye gitmiş. K 1

Mahalle Kültürü var, yok değil. Mahalle kültürü dediğimizde, komşu komşuyu hem bekler, hem de kollardı. Bu kültür halen eski insanlarda mevcut. Bizim hasletlerimiz bunlar. Ama zaman içinde bu hasletlerimizi kaybetmekteyiz, maalesef. K 22

Burada 23 mahalle var. 23 mahalleyi gezersen görürsün. Levent hepsinden ayrıcalıklıydı. Cumhuriyet tarihinin ilk toplu konut projesidir, Levent. Dolayısıyla, gittiğin yerlerde bu kadar yeşillikte göremezsin. Hep apartmanlar görürsün. Bizim mahalle hep villa. K 32

Katılımcılar geçmişte mahallede sporun öğrenildiği ve yapıldığını ancak bu durumun değişen mahalle kavramıyla birlikte mahallenin yeşil alanlarında ve yollarında bile spor yapılacak alan bırakmadığını ifade etmiştir.

Kendi mahalle takımımız vardı onda oynadık. Herkes benden büyük olduğu için ben çoğunlukla yedek kalırdım. Futbol oynardık. Sokak oyunları oynardık. Hatta şu anda bulunduğumuz yer de bizim sahamızdı. K 37

O zaman mahallemizin bir takımı vardı. O takım, üçüncü lig takımı gibiydi. K 35

Katılımcılar İstanbul'da spor alanlarının yetersiz olduğunu, mahalle sakinlerinin daha ciddi sıkıntılar yaşadığı veya spor alışkanlığına sahip olmadığı için spor alanlarının eksikliğinin yeterince farkında olmadığını ifade etmiştir.

Spor alanımız yok. Büyükşehir Belediyesi ve Tuzla Belediyesi'ne de bu durumu aktardık. K 38

Bu konuda en şanssız mahalle bizim mahalle. Mahallemizde bir spor alanı yok. Yaptırmak istesek de yok yani. Geçmişte belediye başkanı arkadaşlar dediler ki 'Yer bulursanız' spor alanı

yapalım diye. Maalesef mahallemizde yapılaşma yapılırken, plan ve projeler çizilirken spor alanı ayrılmamış. K 5

Gençliğimizde böyle takılabileceğimiz bir spor alanı yoktu. Bak kaç yıl geçti. Halen mahallemizde spor alanı yoktur. Çok uzağa gitme. Yakınımızda Merter'e git, orada basketbol ve futbol sahası var. Sahaları boş ver, bizim Sanayi mahallemizde çocuk parkı yoktur. K 20

Başka, spor adına her hangi bir talep yok mu. Yok, vatandaşın spor adına öyle bir talebi yoktur. Hatta ben gördüğüme söylüyorum, şu sular vadisine inip niye değerlendirmiyorsunuz. En azından yürüyüşe gitmiyorsunuz. Yetmiş bin nüfuslu mahallede vadi boş. K 1

Katılımcılar son yıllarda büyükşehir ve ilçe belediyelerinin spor tesisleri konusunda ciddi gayretleri olduğunu ama mevcut haliyle spor tesislerinin halkın ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaktan uzak olduğunu ifade etmiştir.

İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nin yapmış olduğu yüzme havuzumuz var. Çok ciddi bir spor tesisi. Orası mahallemize yeterli mi, derseniz. Yeterli değil. K 22

Benim mahallemde spor ile ilgili bir sıkıntı var mı, yok. Neden yok? Çünkü benim mahallemde spor yapacak alan çok. Parklarım çok. Sarıyer de en çok spor yapılacak olanakların sahip bir mahalleyiz biz. Metin Oktay Spor Tesisleri var, Uğur Taşçı Spor Tesisleri var. Aşağıda projesi yapılan yeni bir tesis var. Park dersen, 20'ye yakın parkım var. Zaten mahallemizin arkası orman, önü deniz. Sıkıntımız yok yani. Her yerde yürünebilir, spor yapılabilir bir bölgedeyim ben. K 31

Mahallemizde spor tesisi yoktur. Halkın bu konuda talebi var. Vatandaş diyor ki, spor tesisi mahallemizin içinde olsun, sporumuzu yapalım çıkalım. Ama maalesef yoktur. K 8

Katılımcıların büyük çoğunluğu, okul yılarında sporla ilgilendiğini okul yıllarında spor alışkanlığı kazanmada okulun ve okul yaşantılarının çok önemli olduğunu ifade etmiştir. Bu sebeple okullarda spor yapma imkanları oluşması için belediyelere görev düştüğünü ifade etmiştir.

Öğrencilik yıllarımızda mahallemizde futbol oynardık. K 11

Lise yıllarında futbol oynadım. Güreş, futbol, karate yaptım. K 39

Okul yılarında futbol oynuyordum. Okul takımının güreş takımında, güreş yapıyordum. Yine tekvando, tayland boksuna devam ettim. K 12

Bizim mahallemizde yer alan okulların hemen hemen hepsinde spor salonları var. Mahallemizin spor etkinliklerinde, diğer sanatsal etkinliklerinde gerçekten önemli bir yere sahip. Bu anlamda biz Belediyemiz ve diğer tüm kaynaklara da teşekkür ediyoruz. K 3

Cumartesi-Pazar okulların bahçelerinin çocukların spor yapması için açılması için Belediyenin girişimleri var. Belediye zaman zaman, çocukları taşıma yoluyla kendi ilçelerindeki spor aktivitelerine katıyorlar. Her okula 2-3 otobüs gönderip, belediye tesislerinde spor yapmalarını sağlıyorlar. K 11

İlçe Belediyemiz yazın okul bahçelerine kurduğu 'Seyyar Yüzme Havuzları' çocuklarımız faydalanıyor. K 16

Katılımcıların en fazla yaptığı spor branşı yürüyüştür. Katılımcıların yaş ortalaması bu tercihi etkilemiş olabilir. Toplumun giderek hareketsizleştiği bir ortamda, insanların bir yere gitmek için yürümesi spor olarak değerlendirilmese bile önemli bir hareketlilik göstergesidir. Spor yapma imkanların yeterli olmadığı kalabalık şehirlerde yürüyüş her kesin ücretsiz yapacağı bir sportif etkinlik sayılabilir.

Ben yürüyüş meraklısıyım. Şuanda bile yıllık ortalama, günlük adım sayım 11 küsur adımdır. Sürekli yürürüm. K 1

Yürümeyi çok seviyorum ve sürekli yürüyorum. Ben yerinde oturan bir muhtar değilim. Mahallede sürekli gezerim. K 4

Yürüyüş her zaman yapıyorum. Aşağı yukarı her gün 10 kilometre yürüyorum. Bazen bu mesafe 20-25kilometreye çıkabilmektedir. K 11

Futbol katılımcıların en fazla dile getirdiği branşlardan biridir. Dünyada en yaygın spor branşı olan futbol branşı halkın hizmet istediği branşların başında gelmektedir.

Burada muhtar olarak en çok zorlandığım şey, gençlerime bir spor, halı saha veya ufak bir saha adına kazandırmak istediğim şeyler var. K 28

*Büyükşehir Belediyesinden benim talep ettiğimiz bir halı saha var yıllardan beri. En son muhtarlar toplantısını terk ettim. Sitemimi de şöyle söyledim. Ben yılardır Ahmediye, İSKİ (Su ve Kanalizasyon İşleri) havzasında olan bir yer. Yıllardır **bir halı saha**, bir futbol kompleksi yapın diye yalvarıyorum. K 13*

Çocukların daha çok futbolla ilgili beklentileri var. Halı sahaların yapılmasını istiyorlar. K 14

Katılımcıların önemli bir kısmı yüzme ile ilgili taleplerini dile getirmiştir. Yapılan yüzme havuzları halkta daha fazlasının yapılmasına dönük bir beklenti oluşturmaktadır.

Bayanlarımız kendi, erkek olmadan, bayanların olduğu bir yerde spor yapmak istiyorlar. Talepleri var. Yüzme havuzu istiyorlar. Özellikle gençler. K 25

Büyükşehir'in daha önce mahallemizde yüzme havuzu projesi vardı ama iptal edildi. Kendilerine bu konuda halkın talebini ilettim. 70 bin nüfuslu bir mahalleyiz, yüzme havuzu ve kültür salonu projesi vardı ama iptal edildi. Bu tür tesislerin olması gerekiyor diye dilekçeleri var. K 1

Mahallemize yüzme havuzu istiyoruz. Bütün spor aktivitelerinin olacağı bir alan lazım bize. K 25

Katılımcılar, Yönetim teması altında birleştirilen kodlar arasında en çok belediye kavramını kullanmıştır. Katılımcılar belediye kavramıyla büyükşehir ve ilçe belediyesini kast ederken mevzuat gereği her iki belediyeden spor hizmeti almaları gerekirken daha çok ilçe belediyelerinden hizmet aldıklarını ifade etmişlerdir.

İlçe belediyemizin en beğendiğim hizmetleri, az önce konuştuğumuz gibi gençlere ve sportif alanlara, sportif imkânlara çok ciddi kaynak ayırması. Bu konuda yaptığı çalışmalar. Mesela en son, halkımız buna alışmamış olsa da, ilçenin birçok yerinde birbirlerine bağlı bisiklet parkurları yaptı. K 3

İlçe belediyesi, sorunlarımızı çözüyor. Açıkçası, başkalarına muhtaç olmuyoruz. Büyükşehir Belediyesinin burada yapacağı bir şey yok. Zaten Eyüpsultan Belediyesi, bizim bütün sorunlarımızı çözüyor. Mahalle muhtarı olarak, ilçe belediyesi benim bütün sorunlarımı çözüyor açıkçası. Büyükşehir'e götürmeye ihtiyaç duyduğumuz herhangi bir projemiz olmadı. K 9

İlçe Belediyemiz sorunlarımızı çözdüğü için, Büyükşehirle fazla bir talebimiz olmuyor. İski ile ilgili işlerimiz oluyor, onlarla da herhangi bir sorun yaşamıyoruz. Bir de mezarlıklarla ilgili işlerimiz oluyor. Orada da herhangi bir sıkıntı olmuyor. K 11

Büyükşehir'i mahallemizde her hangi bir spor tesisi ve alanı yoktur maalesef. Mahallemizde spor tesisi yapımı için alanımızda mevcut ama herhangi bir tesis yapılmadı. K 8

Katılımcılar, belediye yönetimleriyle ciddi iletişim problemleri yaşadıklarını ifade etmiştir. Katılımcılar bu durumun muhtarların önemsenmemesi ve siyasi sebeplerden kaynaklandığını ifade etmiştir.

Asayiş, muhtarlar grubu, fen işleri, İSKİ' nin whatsapp grubu var. Bütün gruplarla iletişimdeyiz. Buna rağmen neticeye gitme konusunda aksaklıklar yaşanıyor. K 19

Vatandaş kaymakamlığa gitmiş kapı-duvar, belediyeye gitmiş kapı-duvar. Kimse muhatap olmuyor, kimse iletişim kurmak istemiyor. K 25

Adamın kanalı tıkanmış, ana arterde yeri. İlçe belediyesine diyorum. Diyor ki, ben o yolu kapatamam, büyükşehir. Büyükşehir'i arıyoruz. Diyor ki, ben büyükşehirden zabıta gönderip ana arteri kapatamam. O zaman dedim ki ne yapıyım, silahı alıp çekeyim ben başlarında durayım, bir şey olursa da mermi patlatayım. K 24

Kurumlar çoğu zaman muhtarlara danışmazlar. Muhtarım biz bunu yapıyoruz. Yapmak güzel, destekte verelim. Öncesinde, mutfakta hazırlanma noktasında danışılırsa, en azından bölgeyi biliyorsun, ya şöyle olsa daha iyi olur. K 2

Katılımcılar muhtarların bir yaptırım gücü olmadığını ancak vatandaşın kendilerinden icraat beklediğini ifade etmiştir.

Biz, vatandaş ile kamunun arasında bir köprüyüz. Vatandaş kapımızı çalıp şikayet, istek ve taleplerini dile getiriyor. Biz de bunları yetkili mercilere, kurumlara bildiririz. Yapılıp, yapılmadığı konusunda takibini süreriz. Bizim görevimiz ancak bu. Bizim bir yaptırım gücümüz yoktur. Muhtarların öyle bir vasfı falan yoktur. Sözcü gibi düşünün. K 25

Bizim muhtarlık olarak çok büyük yaptırımımız yok. K 12

Katılımcılar muhtarların kamu kurumlarıyla belediye arasında danışmanlık ve aracılık yaptığını ifade etmiştir. Vatandaşların kamu hizmetleriyle ilgili yeterince bilgilendirilmediğini ve bu konuda yol göstericilik vasfı üstlendiklerini belirtmişlerdir.

Bizim yaptığımız her şey, belediye destekli. Bizim elimizden imkanlar alınmış vaziyette. Biz bir nevi vatandaşa danışmanlık yapıyoruz. Biz mahallenin eksiklerini belediyeden talep ediyoruz. K 12

Bizim standart faaliyetlerimiz var. Belediye ve Kaymakamlıklarla yapılacak ortak faaliyetlerde aracı olmak. Orada köprü vazifesinde bulunmak. K 3

Yardım için gele vatandaşlara yardımcı olmaya çalışırız. Aracıyız, sonuçta. İşte belediyeden, kaymakamlıktan. Ya da durumu iyi bir vatandaştan gelen yardımları, ihtiyacı olan vatandaşlara ulaştımaya çalışıyoruz. K 38

Katılımcılar en çok zorlandıkları konunun bürokratik engeller olduğunu ifade etmiştir. Belediyelerde bürokrasinin daha kolay aşıldığı ifade edilmiştir.

Bazen kurumlardaki sorunların çözümleme konusunda bürokrasiye takılıyoruz. Son iki yılda bölgemizde bir imar çalışması var. Ciddi manada tıkandığımız yerler oluyor. Ulaşamadığımız noktalar oluyor. K 2

Her yerde olduğu gibi bazen bürokrasi olabilir. İşlerin uzaması. Bürokratik kanalların yavaş çalışması. K 3

Bürokraside bazen sıkıntılar yaşıyoruz. Bir kuruma gittiğimiz zaman, illaki tepeden talimat almaları gerekiyor. Bazen Belediyelerde de sıkıntılar oluyordu. Bürokrasiyi bazen aşamıyoruz. K 23

Katılımcılar, Şehir teması altında birleştirilen kodlar arasında en çok ulaşım kavramını kullanmıştır. İstanbul'un en önemli sorunlarından biri olan ulaşım ve trafik meselesi katılımcılar büyükşehir belediyesinin çözmesi gereken bir problem olarak ifade edilmiştir.

Mesela İETT (ulaşım) ile ilgili sıkıntı var, iki kez yazdık red cevabı geldi. Bir daha yazdığımızda filo müdürü geldi, sıkıntın ne olduğunu öğrenmek için. Dedik, vatandaş toplu taşıma ile sabah buradan işine gitmekte zorlanıyor. Dolayısıyla önümüzdeki günlerde Daire Başkanının yanına gideceğiz. K4

Benim birinci meselem ulaşım. En büyük sıkıntı bu. K 39

Özellikle ulaşım noktasında, İETT noktasında çok sorun yaşıyoruz. Yıllardır var olan hattımızı iptal ettiler. İETT (ulaşım) noktasında vatandaşlardan çok şikâyetler alıyoruz. Zamanında gelmiyor, aksamalar oluyor diye. Büyükşehir'in bizim mahalleye vereceği hizmette o. Başka ne verecek. K 1

Katılımcılar imar konusunun şehrin en temel meselelerinden bir olduğunu, spor alan ve tesislerinin yapımının bu sorunla alakalı olduğunu ifade etmiştir.

Ada bazında imar var mesela. Şimdi kardeş kardeşle anlaşamıyor. 20-30 kişinin birleşmesi lazım. Bununla ilgili büyük problemler yaşanıyor. Vatandaşın oturduğu yerde, başkalarının elinde Osmanlıdan kalma tapular var. Vatandaş ile Osmanlı tapusu olan kişiler mahkemelik. K 19

İmar sorunumuz var. İmar çözülürse hepsi çözülecek yani. Orada tıkandığımız için, her şey oraya bağlanıyor. Örneğin sokağı bir tanesinde altyapı yok, imar yok deniliyor. Kaldırımda problem var, imar yok deniliyor. Ağaç kesilecek, imar yok deniliyor. K 2

Ben bunu yıllardır Büyükşehir'e, hatta spor il müdürüne bunların hepsini söylüyorum. Benim aşağı yukarı 27 dönümlük yerde eski futbol sahası var. Burası halen imar yok, burası İSKİ Havzası diye, bizi yıllardan beri kurumlar oyalıyor. K 13

Katılımcılar imar meselesinin ve spor alanları oluşturmasının ancak kentsel dönüşümle mümkün olacağını ifade etmiştir.

Bu alan spor alanı olarak değerlendirilebilir. Şuan da bütün çocuklar, oyun alanı olmadığı için yollarda oyun oynuyorlar. Çocukların oynayacağı alan yok. Diyorum ki 2-3 bin metrekarelik alanlara kentsel dönümü yapılırken, spor alanları da yapılsa. Tabii ki bu benim hayalim. K 5

Esenlerde bizim mahalle veya komşu eski mahallerde, kentsel dönüşüm olmadığı sürece, ne bir spor alını, ne bir sosyal alanımız olabilir, ne bir aktivite alanımız olabilir. K 24

Kentsel dönüşümle ilgili çok büyük sorunlarımız var. 43 yaşındayım. Mahallemizde değişen hiçbir şey yok. Değişimin tamamı, kentsel dönüşüme adapta edilmiş. Kentsel dönüşüm 12 yıldır konuşuluyor. Mahallenin yarısı yıkılmış vaziyette. Çözüm bekleniyor. K 12

Katılımcılar belediyelerin istese de spor yatırımı yapamayacağını çünkü şehirde müsait alan olmadığını, bu sebeple belediyeden spor hizmeti alanında bir beklenti oluşmadığını ifade etmiştir.

Mahallemizde bir spor alanı yok. Yaptırmak istesek bile yok yani. Geçmişte belediye başkanı arkadaşlar dediler ki 'Yer bulursanız' spor alanı yapalım diye. Maalesef mahallemizde yapılaşma yapılırken, plan ve projeler çizilirken spor alanı ayrılmamış. K 5

Vatandaşı istediği, Bizim mahallemizde de öyle bir alan yoktur. İlçe Belediye başkanımız sağ olsun diyor ki 'Yer gösterin, gereğini yapayım'. Mahallemizde boş alan olmadığı için, bu husus sıkıntılı. K 18

Spor alanımız yok. Dahası spor yapacak yerimiz yok. Yer talebinde bulunamıyoruz. Çünkü öyle bir alanımız yok. K 23

Bu anlamda talep neyi talep edeceğiz, işte bir halı saha örnek veriyorum. Halı sahanın karşılığı? Talep etmeden önce yer sunmamız gerekiyor ki yani inanıyorum ki ben böyle bir yerimiz olmuş olsa biz bunu başkanımızdan, Hüseyin Keskin'den, karşılık bulacak olduğuna inanıyorum ama öyle bir yerimiz yok. K 30

Katılımcılar, mahalle halkının sporun farklı branşlarında ulaşım problemi yaşamadan makul fiyatlarla ve ücretsiz erişebilecekleri spor imkanları talep ettiğini ifade etmiştir.

Beklenti çok fazla. Vatandaşın istediği birçok alanda beklenti var. Her şey futbol değil. Tamam spor eyvallah futbol deniliyor, akla o geliyor ama bizim birçok branşımız var. İnsanların beklentileri, o branşları da o faaliyetleri de yapabilecekleri alan oluşması. Bu anlamda spor kompleksi ihtiyaç. K 4

Katılımcılar, ilçe belediyesinin daha çok spor faaliyetleri yaptığını ancak yeterli olmadığını ifade ifade etmiştir.

İlçe belediyesi mahaller arası turnuvalar düzenliyor. Ümraniye'de 37 mahalle var. Yüzme kursları var. Mahallemizde boş alan olmadığı için, ilçe belediyesinin spor tesisi yapma ihtimali de ortadan kalkıyor. Spor aktivitelerini başka mahalleye giderek yapıyoruz. K 19

Katılımcılar, büyükşehir belediyesinden spor hizmeti alamadıklarını bu konuda iletişim kurma ihtiyacı bile duymadıklarını ifade etmiştir. Muhtarlar her ne kadar siyasi kadrolar olarak seçime girmese de siyasi duruşlar alabilir. Mevcut ifadeler değerlendirilirken bu durum göz önünde bulundurulmalıdır.

Açıkçası bugüne kadar Büyükşehir Belediyesinden bir beklenti oluşmadı, oluşmuyor. Çünkü öyle bir algı oluştu; Büyükşehir buraya bir şey yapmaz. Bizde bir şey istemiyoruz. K 3

Katılımcılar, belediyelerin spor hizmeti olarak öncelikle spor alanları açık kapalı spor imkanları oluşturması ve teşvik etmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Bize spor yapacak alan lazım. Boş arazilerimiz var. Belediye buralara kiralama yoluyla, faaliyet alanı yapabilir. Şuanda burada maliye, belediyenin yerleri (arsaları) var. Onların üzerinde spor yapılabileceği, yürüyüş yapılabilecek spor alanları yapılabilir. K 2

Araştırmadan elde dilen veriler ışığında İstanbul özelinde bütün şehirlerde belediye spor yönetimlerinin halkın istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilecek yapısal ve yönetsel dönüşüme ihtiyaç duyduğu ortaya çıkmıştır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye'de mahalle ve köy kavramlarının yeniden ele alınmasına ihtiyaç vardır. Son elli yılda şehirlerimiz demografik, ekonomik ve kültürel pek çok değişim yaşamış bu kavramlar ve kavramlara ait idari yapılar büyük değişim geçirmiştir. Yeni ulaşım aksları sebebiyle coğrafi yapısında değişim meydana gelen, çok katlı yapılaşmayla nüfusu ilçe nüfusuna varan mahalleler oluşmuştur. Artan nüfus ve plansız yapılaşma pek çok toplumsal meseleyi ortaya çıkarmıştır.

Mahallelerin nüfusu 50.000'i aşarken köylerde yaşayan kalmamıştır. Bu dengesiz yerleşim şehirlerin yaşam kalitesi ile idari ve yönetimini olumsuz etkilemiştir. Şehirlerde plansız yerleşim imar başlığını problem haline getirmiş, çözüm olarak başlanan kentsel dönüşüm istenen verimlilikte ilerlememektedir.

Araştırma verilerine göre belediyeler halka spor hizmeti sunabilmek için uygun alan oluşturma ve tesis yatırımları yapmalıdır. Bingölbalı (2021) Muhtarlar köylerdeki spor alanlarının gerekliliği konusunda benzer sonuçlar bulmuştur.

Bütün branşlarda spor yatırımı yapması beklenen belediyelerden futbol ve yüzme branşına daha fazla talep olduğu görülmüştür. Ekici (2012) çalışmasında belediyeden yatırım beklenen ilk iki branş futbol ve yüzmedir.

Araştırma sonucunda belediyelerin yaptıkları spor hizmetlerinin beklentileri karşılayamadığı ortaya çıkmıştır. Akyıldız (2012), Arık (2019), Bayazıt, (2020) ve daha pek çok araştırmacı yaptıkları çalışmalarda halkın belediye spor hizmetlerinden memnun olmadığını tespit etmiştir.

Spor hizmetlerinde iletişim problemleri ve halkın isteğine uygun spor alanlarının ,beklendiği sonucuna benzer olarak, Esenkaya (2010) spor alanlarının yaygınlaştırılması ve buna paralel olarak spor yapma imkânlarının artırılması, belediye-halk diyalogunun geliştirilmesi noktasında önemli bir unsur olduğundan bu konuda gerekli çalışmaların yapılması gerektiğini ifade etmiştir.

Çakmak ve Tapşın (2020) Katılımcıların %69,8'i ilçede yer alan spor tesislerinin ihtiyaçları karşılayacak sayıda olmadığını, %67,4'ü ilçede yer alan spor tesislerinin ihtiyaçları karşılayacak nitelikte olmadığını belirtmişlerdir. Bu sonuç araştırma sonuçlarıyla uyumludur.

Araştırma sonuçları, mahallelerin yönetilemeyecek kadar büyüdüğünü, bu sebeple mahalle kavramının ve uygulamasının yeniden ele alınması gerektiği ortaya çıkmıştır. Muhtarların mahalle yönetiminde etkisizleştiği ve hizmet üretme kapasitesine sahip olmadığı görülmüştür. Mahallelerdeki bu dönüşümün geleneksel olarak gelişen ve devam eden süreçlerle olgulara zarar verdiği görülmüştür. Örneğin eskiden spor eğitimi ve spor yapma imkanları bireylerinin evinin önündeki sokak, yakındaki boş arazi veya yüzülebilecek nitelikteki dereler iken, bugün artık spor yapmak değil yürüyecek alan bile bulunamamaktadır.

Kaybolan bu imkan ve alışkanlıkların yerine daha düzenli ve halkın talep edebileceği spor yapma imkanları oluşturulamamıştır. Eskiden geniş alanları olan okulların teneffüs alanı bile kalmamıştır. Kapalı spor alan ve tesislerinin sayısı artsa da, elit sporun öncelikli görülmesi sebebiyle halkın kullanımı istenen seviyede değildir.

Bireylerin maddi imkanlarının gelişmesine rağmen spor yapma imkan ve alışkanlıklarının desteklenmemesi toplumda hareketsizliğe bağlı fiziksel, ruhsal ve sosyal problemlerin artmasına sebep olmuştur. Bu problemlere çare olması gereken sorumlular, yanlış yönetim yapılanmaları sebebiyle etkili ve verimli hizmet üretememektedir. Bunun sonucu kısıtlı kaynakların israf edilmesidir.

Muhtar ve belediye yönetimleri halkın ihtiyaç ve taleplerinin önemsemeyen merkeziyetçi ve antidemokratik yönetim yapılanmasıyla çözüm üretemez hale gelmiştir. Bu sebeple halkın devlete ve kurumalarına olan güveni sarsılmıştır. Bu durum halkın devlete karşı sorumluluklarını yerine getirmesinde sıkıntılar oluşturmaktadır.

Şehirler ideal yaşam alanları olarak sunulmasına rağmen, medeni ihtiyaçları karşılama imkanı olmayan veya sadece maddi imkanları iyi olan kesimin faydalanabildiği yaşam alanları haline gelmiştir. Spor alanları köylerde doğal olarak çok daha fazladır. Ancak sporu bilmeyen ve halkın menfaatini düşünmeyen yönetimler kırsal alan ve şehir dengesini bozmuştur.

Bu sebeple, mahalle sınırları yeniden belirlenmelidir. Şehirlerin insanca yaşanabilecek yerler olması için standartlar oluşturulmalıdır. Yerel yönetim organları yeniden dizayn edilmelidir. İşlevsiz ve fayda üretmeyen yapılar lağvedilmelidir. Muhtarlık kaldırılmalıdır. Belediye sayıları azaltılarak il sayısı kadar belediye hizmet vermelidir. İl özel idareleri kaldırılmalı, valilik kurumu yeniden kurgulanmalıdır.

Spor hizmetleri belediyelerin koordinasyonunda bütün halkın katılımını sağlayacak çeşit, nitelik ve özelliklerde sunulmalıdır. Halkın yönetime katılacağı mekanizmalar ve uygulamalar kullanılmalıdır. Spor alanları ve tesisleri, belli kriterler çerçevesinde halkın kolay ulaşabileceği yer ve biçimlerde planlanmalıdır. Spor imkanlarının planlanmasında doğallık, ekonomiklik ve modernlik temel değerler olmalıdır. Muhtarların halkla en fazla ilişkide olan yöneticiler olması sebebiyle, bu araştırmanın diğer illerde yapılması önerilmektedir. İller arası sonuçların karşılaştırılması başka bir araştırma konusu olabilir.

KAYNAKÇA

[1] Akyıldız, F. , Belediye Hizmetleri ve Vatandaş Memnuniyeti: Uşak Belediyesi Örneği. Yaşar Üniversitesi e-Dergisi, *7*(26), 4415-4436, 2012.

[2] Arık, F. Belediye Hizmetlerinde Vatandaş Memnuniyetinin Ölçümü: Nevşehir Belediyesi Örneği , Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, 2019.

[3] Arıkboğa, E., " Boşluk Doldurucu ve Aracı Kurum: Mahalle Muhtarlığı ." Yerel Yönetimler Sempozyumu Bildirileri, TODAİE Yayınları, 167 – 176, 2000,

[4] Avşar, Y., & Taş, İ. E., Türkiye'de 6360 Sayılı Yasa Kapsamında Mahalle ve Köy Yönetiminde Yaşanan Değişim ve Dönüşüme Muhtarların Bakışı. Türk Kamu Yönetimi Dergisi, 1(1), 07-28, 2020.

[5] Bayazıt, S. N., Belediye Hizmetlerine Yönelik Vatandaş Memnuniyet Algısı: Kahramanmaraşta bir araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2020.

[6] Bingölbalı, A., Köy Muhtarlarının Spor Hizmetleri İle İlgili Yerel Yönetimlerden Beklentilerinin Tematik Analizi. Yayınlanmış Doktora Tezi. İnönü Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Malatya, 2021.

[7] Bulut, Y., "Mahalle Muhtarlığı Üzerine Bir Araştırma", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Cilt. 10, Sayı:3, s.32-51, 2001.

[8] Çadırcı M., Tanzimat Döneminde Anadolu Kentlerinin Sosyal ve Ekonomik Yapıları, Türk Tarih Kurumu Yayınları. Ankara, 1991.

[9] Çakmak, G.& Tapşın, F. O., Belediyelerin Sunduğu Spor Hizmetlerine Yönelik Halkın Algı ve Beklentileri–Adapazarı İlçesi Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi, 5*(3), 263-275, 2020.

[10] Doğu, G. & Sivrikaya, Ö., A Specımen Administration Model for Sport Department of Düzce Munıcipality . Pamukkale Journal of Sport Sciences, 2 (3), 52-74, 2011. Retrieved from https://dergipark.org.tr/tr/pub/psbd/issue/20575/219232.

[11] Ekici, H., Halkın Sporla İlgili Belediyelerden Beklentileri: Gaziantep'te Bir Uygulama . MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1 (3), 53-77, 2012. Retrieved from https://dergipark.org.tr/en/pub/mjss/issue/40477/484902

[12] Erdagöz, Ö. Mahalle Yönetimi ve Geleceği . Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi, 0 (1), 59-101, 2012. Retrieved fromhttps://dergipark.org.tr/en/pub/mdergi/issue/17283/180544.

[13] Ergin, O., Türkiye Maarif Tarihi, Osmanbey Matbaası, İstanbul. 1936.

[14] Esenkaya, A., Halkın Yerel Yönetimlerden Spor Hizmetleri Konusunda Beklentileri (Konya Örneği). Konya, Selçuk Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi. 2010.

[15] Güneş, M., Osmanlı Devleti'nde Muhtarlık Teşkilatının Kuruluşu ve Gelişimi (1829-1864), Marmara Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü (Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi), İstanbul, 2009.

[16] Henden H.B., Henden R., Yerel Yönetimlerin Hizmet Sunumlarındaki Değişim ve E-Belediyecilik, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi. www.e-sosder.com ISSN:1304– 0278, Cilt: 4, s.14, (48–66), 2005.

[17] Keleş, R., Yerinden Yönetim ve Siyaset. (Genişletilmiş 4. Basım), Cem Yayınevi, İstanbul, 2000.

[18] Köklü, T. E., & Gül, H., Türkiye'de Mahalle Muhtarlığının Dönüşümü ve Yeni Muhtarlık Algısı. Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi SBE Dergisi, Kamu Yönetimi Özel Sayısı (KAYFOR), 14, 719-733, 2017.

[19] Kuban, D. Mahalleler (Osmanlı Dönemi), İstanbul Ansiklopedisi, Cilt 5. 1994.

[20] Ortaylı, İ., Tanzimat Döneminde Osmanlı Mahalli İdareleri (1840-1880). Türk Tarih Kurumu. Ankara, 2000.

[21] Palabıyık, H., & Atak, Ş., "Türkiye'de Mahalle Yönetimi", Avrupa Birliği ile Bütünleşme Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetimler, Alfa Kitabevi, İstanbul, 2002.

[22] Patton, M. Q. Nitel Araştırma ve Değerlendirme Yöntemleri. (Çev. edt. M. Bütün & S. B. Demir), Pegem Akademi, Ankara, 2014.

[23] Şahin, B. & Turan, G., Blurred Boundaries: Muhtarlık as the Right Space for Policy Making in Turkey, Policy Design and Practice, 5:4, 427-443, 2022. DOI: 10.1080/25741292.2022.2141490

[24] Torlak, Ö. Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama, Seçkin Kitabevi, Ankara, 1999.

[25] Yücel A.S., Atalay A., & Korkmaz M., Türkiye'de Yerel Yönetimler ve Spor Hizmetleri, Nobel Yayınevi, Ankara, 2016.

[26] 5302 Sayılı Kanun. https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.5393.pdf 14.08.2023 tarihinde erişildi.

[27] https://www.aa.com.tr/tr/gundem/icisleri-bakani-soylu-turkiyede-1134-kadin-muhtar-gorev yapmakta/2721193# 15.08.2023 tarihinde erişildi.

[28] https://www.nufusune.com/ilceler 15.08.2023 tarihinde erişildi.

MESNEVÎ'DE OLUMLU VE OLUMSUZ KİŞİLİK TİPLERİ

Yüksek Lisans Öğrencisi Hümeyra YAVUZ
Sakarya Üniversitesi, - ORCİD ID: 0000-0002-6645-0210

ÖZET
Çalışmamızda öncelikle, Kur'ân-ı Kerîm'deki kişilik tipleri ve bunların kaynağı meselesi incelenmiş, daha sonra tasavvufun ahlâk üzerinden gaye ve tanımlaması yapılmıştır. Tasavvufta kişinin olumsuz yönlerinin kaynağı kabul edilen nefsin tasavvufî eğitim içinde hangi metot ile geliştirilebileceği ele alınmıştır. Son olarak, Mevlânâ'nın Mesnevî adlı eserindeki olumlu ve olumsuz kişilik tiplerine örneklik teşkil eden beyitleri, İslam filozoflarının çoğu tarafından kabul görmüş bir tasnif olan dört fazilet ve dört rezîlet bağlamında incelenmiştir.
Anahtar Kelimeler: Kur'ân-ı Kerîm, Tasavvuf, Mesnevî, Kişilik Tipleri

POSITIVE AND NEGATIVE PERSONALITY TYPES IN MESNEVİ

ABSTRACT
In our study, first of all, the personality types in the Qur'an and the issue of their source were examined, then the purpose and definition of Sufism through ethics was made. It has been discussed with which method the soul, which is accepted as the source of the negative aspects of the person in Sufism, can be developed in Sufi education. Finally, the couplets of Mevlânâ in his work named Mesnevî, which exemplify positive and negative personality types, are examined in the context of four virtues and four disgraces, which is a classification accepted by most of the Islamic philosophers.
Keywords: Qur'an, Sufism, Mesnevî, Personality types

1. KUR'AN-I KERİM'DEKİ KİŞİLİK TİPLERİNE GENEL BİR BAKIŞ
İnsan yaratılışta apriorik olarak doğru ve yanlışı ayırt edebilme, iyi ile kötüyü bilme, tanıma, birini diğerine seçim gücü ve özgürlüğü ile donatılmıştır. Böylece yükümlü hale gelen insanın da bilkuvve kemali haizdir. (Demirli, 2015:65) فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوٰىهَا (Şems,91/8) Ayetinde potansiyel iyi ve kötü özelliklerin nefse ilham edildiği vurgulanır. Kur'an'ın genel insan anlayışına göre insan ahlaki olarak çift kutuplu yaratılmıştır. Kur'an'da her türlü kötülüğü ifade eden kavram olarak fücûr kelimesi kullanılırken, doğruluk, iyilik ve hak yolda karar kılma takvâ ile ifade edilmiştir. (Karaman vd., 2014:5/630) Tüm kötülüklerin kaynağı kaynağı kabul edilen nefsi arındıranın ancak kurtuluşa ereceği, insanın temel sorumluluğun ise bu olduğu dikkat çekmektedir. (Karaman vd., 5/630)
Kur'an-ı Kerim insan için iyi ile kötüyü ayırt edebilmek için bir hidayet kaynağıdır. (Neml, 27/77) İnsanı en iyi tanıyan Yüce Allah, onun felahı için peygamberler ve ilahi kitaplar göndermiştir. Müminler için birincil referans kaynağı olan Kur'an-ı Kerim perspektifinden bakıldığında insanlar genel manada iman edenler ve etmeyenler olarak iki gruba

ayrılmaktadır. İman edenlere mümin adı verildiği gibi iman etmeyenlerin ortak adı Ehli küfürdür. (Okuyan, 1996:157)

Kur'an'a göre iman edenlerin temel kişilik vasfı müslih olmalarıdır. (Merad, 1999: 143-156) Bu olumlu sıfata sahip olan insanlar, Allah'ın razı olduğu bir karaktere sahip olanlardır ki gerek kendilerini gerekse yeryüzünü ıslah etmek için uğraşırlar ve daima hayır için çalışırlar. Bu gruptaki insanlar içinde öncelikle peygamberler, alim ve salih müminler yer almaktadır. (Ali İmran3/110, Enbiya 21/90, Ankebut 29/43, Fatır35/28) Olumlu kişilik özellikleri Kur'an'da anlatılırken Hz. Peygamber'in yüce bir ahlâk üzere olduğu (Kalem 68/4) vurgulanmış ve dolayısıyla tüm olumlu kişilik özellikleri bizzat Hz. Peygamberin hayatında neşvünema bulmuştur.

Allah'ı ve onun sistemini inkâr eden veya istihza edip yeryüzünde her türlü fesadı yayıp daima hayra mani olanların ortak vasfı ise müfsid (Kutluer, 1995: 421-422) kişilik olarak bilinmektedir. Bu gruptaki insanları daha ziyade ehli küfür temsil etmektedir. (Nisa 4/122, Tevbe 9/72, Beyyine 98/7) Kur'an'da olumlu davranışlar "salihât" kelimesiyle ifade edilirken, olumsuz davranışlar ise "fâsidât" kelimesi yerine "seyyiât" ile ifade edilmiştir. (İzutsu ,1991:272)

Kur'an'a göre insanın inanç ve amel bakımından davranışı, ahlaki niteliği "iyi ve kötü", "doğru ve yanlış" diyebileceğimiz, birbirine karşıt iki kategoriye bölünmektedir. Kur'an'ın, meseleleri zıddıyla anlatma usulü gereği, bu iki zıtlık bazen, "Sizi yaratan O'dur. Kiminiz kâfirdir, kiminiz mümin." (Teğabun 2) Mealindeki ayette olduğu gibi kendini inanç açısından "mümin-kâfir" olarak gösterir. Bazen inanmayan-inanıp iyi işler yapan; bazen de kâfir olup batıla uyanlar-inanıp Rablerinden gelen Hakka uyanlar olarak da ifade edilir. (Muhammed 1-3) Bu ikilik inançta olduğu gibi amelde de görülür. Kur'an'da genellikle mü'min-fasık, itaatkâr-asi, muttaki-zalim, muttaki-kâfir, muttaki-facir, muttaki-tagi, müslim-mücrim, iyilik-zulüm, mühted-dall, muhsin-zalim, tayyib-zalim, tayyib-habis, mühted-fasık, muslih-müfsid, sa'id-şaki, ebrar-füccar, hayru'l-beriyye-şerru'l-beriyye, ve cennetlikler-cehennemlikler ile ashabu'l-meymene-ashabu'l-meş'eme şeklinde kullanılmıştır. Fakat Kur'an'da burada verilen kavramlar haricinde de kişilik özelliklerini tanımlayan pek çok kavram bulunmaktadır. (Okuyan, 158)

2. TASAVVUFTA KİŞİLİK TİPLERİ

Tasavvuf'un mahiyeti üzerine pek çok tarif yapılmıştır. Tasavvufu ahlak şeklinde tarif edenlere göre o, ahlaki olgunluğu ve kemal sıfatlarını gerçekleştirmeyi esas alan, kişinin iç dünyasını imar edip, kötü duygularını tashih eden bir ahlak sistemidir. (Yılmaz, 2017:17) Tasavvuf ilmi, diğer İslami ilimler gibi kaynağını Kur'an ve sünnetten alan batıni bir ilim (Uludağ, 1992:188-189) olarak adeta İslam dininin manevi ve ahlaki yönünü temsil eder. Dolayısıyla tasavvuf, (iyi ve güzel ahlak ve) huy olup, huy bakımından fazla olan kişi tasavvuf bakımından da fazla olur. (Hücviri, 101)

Tasavvufun gayesi¸ *"Hakk'ın rızasını kazanmak için nefisleri temizlemek¸ güzel ahlak sahibi olmaya çalışmak¸ kısaca Allah ve Resulü' nün ahlakıyla ahlaklanmaktır."* (Eraydın, 1997:56) Hz. Peygamberin yaşantısına bakıldığında ise Onun, bir kul peygamber olmayı dilediği, son derece mütevazi ve zahidane bir hayat yaşadığı; bu dünyada garip bir yolcu olmayı tavsiye ettiği görülür. (Nevevi, 2013: 173)

Bu durumda sûfî kişilik, bu gayeye ulaşmak için çaba gösterir. Ancak bu düşünce sistemini oluşturup, öğretileri pratik haline getirebilmek ise belli bir eğitimi gerektirir. Bu yönüyle tasavvuf, bir tür manevî kişilik eğitim sistemi olup, (Karacoşkun, 2007:79) sistemin işlediği yer ise birer eğitim kurumları niteliğinde olan tarikatlardır. Tarikatlarda ön planda olan eğitim metodu, şeyhin müridin kişilik özelliğine göre belirlediği ferdi eğitim olmakla birlikte, zaman zaman şeyhin müridlerine gruplar halinde yaptığı sohbetler, topluca yapılan ibadetler, zikirler ve ayinler ile grup eğitimi de yapılır. (Gözütok, 2012:105)

Ferdi eğitim kişinin mizaç ve eğilimleri, kalbi hastalıkları ve benlik duygusunu öne çıkaran olumsuz yönlerine göre şekillenir. (Özköse, 2017:17-19) Kişi eğitim sürecinde adeta iç dünyasında manevî bir yolculuğa çıkar. (Ergül, 2000:73-76) Tasavvufi literatürde bu içsel yolculuk "*seyr ü sülûk*" olarak adlandırılır. Seyr, cehaletten ilme, kötü huylardan güzel ahlaka, kendi vücudundan Hakk'ın vücuduna doğru hareket (Yılmaz, 183) olup, tarikatlarda, tarikat prensiplerinin yerine getirilmesi neticesi manevi yüksemeyi ifade eden bir ıstılahtır. (Eraydın, 317) Sülûk ise, tasavvuf yoluna girmiş kişiyi Allah'a ulaştırmaya hazırlayan ahlakî eğitimdir. (Özköse, 13) Kişi seyr u sülûk ile kendisinde kuvve halinde bulunan meleklerden daha üstün olma halini bilfiil hale dönüştürebilir. (Demirli, 2015: 65)

Sûfî muhakkiklere göre kişideki olumlu vasıfların kaynağı ruh iken, tüm olumsuz özelliklerin kaynağı ise nefstir. Nefsten doğan kötü huy ve davranışlar riyazet ile defedilebilir. Nasıl alemde şeytan-melek gibi gözle görülmeyen varlıklar var ise, nefs ile ruh da kalıba ve bedene tevdi edilmiş latifelerdendir. Fakat biri hayrın mahalli iken diğeri şerrin mahallidir. (Hücviri, 260)

3. MESNEVİ'DE KİŞİLİK TİPLERİ

Hz. Mevlânâ *Mesnevî'*sinde tasavvufî, dinî, felsefî ve ahlakî konuları hikaye ve motifler üzerinden anlatmış, düşünce ve görüşlerini, bazen başlı başına bir hikaye ile remzi olarak, bazen de yalnızca bir veya birkaç beyiti kapsayan motiflerle telmih ve insan- hayvan, iç-dış benzerliklerinden faydalanarak yaptığı teşbihlerle açıklamıştır. (Nur, 2017: 32)

Hz. Mevlânâ, insanın beden ve ruhtan müteşekkil bir varlık olduğunu (Bircan, 2016: 3) ve bu beden ve ruh düalizmi iyi ve kötünün kaynağını dış etkenlere bağlamak yerine temelde insanın ontolojik düalizmine bağlı sebeplerle ilişkilendirmektedir. (Durak, 2007: 5) Ruhu, iyiye, güzele ve en yüksek iyi olan Allah'a ulaşmaya, O'nunla birlik olmaya çağıran ilahî bir öz (Ayvaz, 2019: 68) olarak niteleyen Hz. Mevlânâ, kişiyi Hakk'a vuslat yolculuğuna sevk edip menziline ulaştıracak şeyin akıl ve aşk sahibi olan ruh olduğunu söyler. (Ayvaz, 70) Dolayısıyla kişideki tüm güzel ve olumlu vasıfların kaynağı ruhtur.

Hz. Mevlânâ *Mesnevî'*de kişiyi tezyin eden vasıftan bahseder. Çalışmamızda sınırlılık açısından bunların tümünden bahsedemeyeceğimiz için, İslam filozoflarının ittifak ettikleri dört fazilet olan hikmet, iffet, şecaat, ve adalet (Miskeveyh, 2013: 33) erdemleri üzerinden *Mesnevî* incelenecektir.

3.1. Hikmetli Kişi

Lugat manası "yargıda bulunmak" olan hikmet kelimesi, Kur'ân-ı Kerîm'de on yerde kitap kelimesiyle, üç defa mülk, birer defa da mev'iza, hayır, âyet kelimeleriyle beraber kullanılırken, "hikmetün bâliga" terkibi ise bizzat Kur'ân-ı Kerîm'i ifade eder. Bununla

birlikte fıkıh, kelâm, tasavvuf, felsefede de hikmet kavramının farklı tanımlamaları yapılmış olup, hatta Kindî felsefeyi "hikmet sevgisi" olarak tanımlamıştır. (Kutluer, 1998: 503-511) Sûfîlerin hikmet tanımlarında da felsefî etkiler bulunur. İbnü'l-Arabî takipçisi Abdürrezzâk el-Kâşânî hikmeti "asıllarına uygun olarak eşyanın mahiyeti, nitelikleri, özellikleri, hükümleri, bu bilginin gereğine göre hareket etmek" olarak tanımlarken, hikmeti söylenebilen ve söylenemeyen olarak ikiye ayırır; şeriat ve tarikat söylenebilir hikmet ile, hakikatin esrarı ise ikincisine taalluk eder. (Kara, 1998: 518-519)
Hikmet, sefihlik ile aptallık arasında bir orta yol olup (Miskeveyh, 42) akla ait bir vasıftır. Nitekim Hz. Mevlânâ, *"Hırs üstün gelmişti, altın da can olmuştu. Artık o anda, aklın feryadı duyulmaz olmuştu. Bunların hırsları, gürültüleri, patırtıları yüz kat artmıştı. Aklın hikmeti gizlenmişti; işareti de, görünmez olmuştu."* (Mesnevi, 18220-18221) beyitlerinde buna işaret edip, nefs-i emmareye ait bir özellik olan hırsın da hikmete perde oluşundan bahseder.

Hz. Mevlânâ, kişiyi hikmete ulaştıracak şeyin nefsani kötülüklerden uzak durup, nebilerin ve velilerin gıdası olan ilim ve marifete doğru yönelmek olduğunu söyler. İlim ve marifetin güzelliğini ise reyhan ve gülün misk kokuları ile sembolize eder. (Mesnevi, 18637) Hoş kokulu gıdaların kişinin kendisine tesiri olduğu kadar çevresindekilere de tesiri vardır. Hikmette aynı şekilde böyledir. bu durum *Mesnevî'*de "Mideni reyhana, güle alıştır da, peygamberlerin elde ettikleri hakikati, hikmeti elde et, onların gıdasını bul. Mideni şu samandan, arpadan vazgeçir. Reyhan ve gül yemeye başla. Ten midesi, insanı samanlığa doğru çeker; gönül midesi ise, reyhanlığa doğru götürür." (Mesnevi, 18637)

3.2. İffetli Kişi

Sözlükte "haramdan uzak durmak, helâl ve güzel olmayan söz ve davranışlardan sakınmak" anlamında kullanılan iffet, (Çağrıcı, 2000: 506,507) şehvet duygusuyla ilgili bir fazilet olup, bu faziletin kişide ortaya çıkabilmesi şehvetlerini akla göre yönetmesiyle mümkün olur. (Miskeveyh, 34) İffet, bedenî hazlardan ve nefsânî aşırılıklardan ruhu uzak tutmakla mümkün olur; buna "kalbin iffeti" denir. Bundan sonra tam iffete ulaşmak için eli, dili, gözü, kulağı ve genel olarak bütün bedeni ahlâka aykırı davranışlardan uzak tutmak gelir. (Çağrıcı, 506-507)

İffetin anlamı daha çok nefsani aşırılıklardan uzak durmak anlamında kullanılsa da, ki *Mesnevî'*de de doğrudan iffet kelimesinin geçtiği yerlerde bu anlam kastedilir, İffetin kapsamına giren faziletlerden utanma, sükunet, sabır, cömertlik, hür olmak, kanaat, yumuşak huyluluk, düzenlilik, iyi hal, barışseverlik, ağırbaşlılık kötülüklerden sakınmak gibi erdemlerde iffetin kapsamındadır. (Miskeveyh, 35-36)
İffet perdesi arkasında ne kadar kimse vardır ki ferc ve boğazının uğursuzluğundan halk arasında rüsva olmuştur. (Mesnevi, 9393)

3.3. Şecaat Sahibi Kişi

Şecaat nefse ait bir fazilet olup öfkeye karşı durmakla gerçekleşir. Bu nedenle yapılması iyi ve sabredilmesi övülmüş olan kötü işlerden uzak durmakla ortaya çıkar.

Benim indimde, bu cismin kıymeti yoktur. Kendi cismim olmaksızın da yiğit oğlu yiğidim. (Mesnevi, 3932)

3.4. Adâletli Kişi

Adalet kavramının ahlak, hadis ve fıkıh disiplinlerinde farklı tanımlamaları vardır. Ahlak açısından ise "Ferdî ve içtimaî yapıda dirlik ve düzenliği, hakkaniyet ve eşitlik ilkelerine uygun yaşamayı sağlayan ahlâkî erdem." olarak tanımlanır. (Çağrıcı, 1988: 341-343) Adalet nefse ait bir fazilet olup hikmet, iffet ve yiğitlik erdeminin bir arada bulunması ile kişide gerçekleşebilecek bir erdemdir. (Miskeveyh, 35)

Hz. Mevlana adaleti, *"Adalet nedir? Bir şeyi yerli yerine koymaktır. Adaletsizlik nedir? Bir şeyi layık olmadığı, kötü bir yere koymaktır."* (Mesnevi, 2596) Sözleriyle tanımlamıştır.

Mesnevi'de pek çok misal ile anlatılan adalet kavramı ile adaletin mahiyetini Hz. Mevlana bizlere göstermekte ve öğütlemektedir. Bir beyitte, *"Canı, nur denizinde gark olduktan sonra ona, kötü ve çirkin sûretin ne ziyanı var? Kalemler sûreti öğmezler. Kitaplara da adamın sûretine ait vasıflar değil, "âlim, adalet sahibi" gibi zatına ait vasıflar yazılır."* (Mesnevi, 1020) Diyerek kişinin sureti ne olursa olsun, mühim olanın siret güzelliği olduğu anlatılmaktadır. Bu güzelliklerden de en mühim olanlarının ilim ve adalet olduğuna işaret edilmiştir. Hz. Mevlana, *"O, her kavgada, şehadeti makbul bir şahit olur. Sözü, her baş ağrısını keser, sersemliğini giderir. Tanrı'nın adı "adalet sahibi" dir, şahit de onun adamıdır. Onun için sevgilinin gözü adalet sahibi bir şahittir. İki âlemde de Tanrı'nın baktığı yer, gönüldür. Padişah daima gönle bakar."* (Mesnevi2880) Sözleri ile Allah'ın adaletinin nasıl tesis ettiğinden bahsetmiştir. Bir başka beyitte Hz. Mevlana, *"Mademki kulların kölelerin, şehadeti makbul değildir, tam adalet sahibi, o kişiye derler ki gulyabani kölesi olmasın. Kur'an'da peygambere "Biz seni şahit olarak gönderdik" denmiştir. Çünkü o, varlıktan hür oğlu hürdür."* (Mesnevi, 3820) diyerek adaletin insanlar arasında nasıl tesis edileceğine dair bir örnek verilmiştir. Adalet, sonucu zaman zaman acı da olsa tesis edilmekten geri kalınmamalıdır.

Hükümran sahibi ve adalet timsali olan Süleyman Peygamber, hassaten devlet yöneticilerine ve idarecilerine örneklik teşkil etmekte ve Hz. Mevlana da Süleyman Peygamber'den *"Ey Süleyman, Şeytanlar, insanoğulları ve periler arasında adaleti yaydın; Kuş da senin adaletine sığınmış, balık da. Kimdir o kaybolan, kimdir o mahrum ki adaletin, onu arayıp bulmamış olsun?"* (Mesnevi, 4625) diye söz etmektedir. Yine bir başka adalet timsali zat olan İbrahim Edhem hakkında, *"İbrahim Edhem, geceleyin tahtında uyumaktaydı. Gözcüler, bekçiler de damda gürültü edip duruyorlardı. Padişah, bekçilerin hırsızları ve kötü kişileri defetmelerini istemiyordu. Çünkü kendisinin adâlet sahibi olduğunu, kendisine hiçbir kötülük gelmeyeceğini biliyordu, gönlü emindi."* (Mesnevi, 725-730) Diye söz etmiştir.

Hz. Mevlânâ'ya göre nefs kötülüklerin menbaı olup, kişi sürekli olarak nefsi terbiye yolunda olmalıdır. Terbiyenin devamlı olmasının gerekliliği *Mesnevî'*de, "Nefis, bir ejderhadır; o, nerden öldü ki? Ölmüş görünse bile ölmemiştir. Aletsizlik, vasıtasızlık gamından uyumuş ve donmuştur." (Mesnevi, 8762) ifadeleriyle anlatılır. Bu hikayede ölmüş görünen ejderha(yılan) yalancı avcı tarafından Bağdat'a getirilir, ve o sıcak ile kış uykusundan uyanan yılan, avcıyı yutar. Hz. Mevlânâ'ya göre avcı, nefsini terbiye ettiği iddiasında bulunan ham sûfîye rumuzdur. (Çatak, 2012: 222) Dizginler nefsin eline verildiğinde nefsin kötülüğü yalnızca o kişiyi değil, çevresindekileri de etkiler. Nitekim hikayenin devamında da bu durum, ejderhanın yalnızca avcıyı değil, etrafta bu durumu seyreden herzevekil kalabalığın çoğunu öldürmesi ile anlatılır.

3. DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Tasavvuf insanın, maddî ve manevî, beden ve ruhtan müteşekkil bir varlık olduğunu hep göz önünde tutmuştur. Bir diğer ifadesiyle insan, topraktan yaratılması hasebiyle süflî, kendisine belli bir aşamadan sonra ilâhi ruh üfürülmesiyle ulvî nitelikler taşımaktadır.

İnsan, olumlu ve olumsuz tüm özellikleri bünyesinde barındırabilecek bir yapıya sahip olarak yaratılmıştır. Nefis sahibi olması nedeniyle her insan aslında olumsuz özelliklere de sahiptir. İnsanın bünyesinde bulunan bu olumsuz özellikler, kişinin esas hayat mücadelesini oluşturur. Çünkü insan dış hayatta da bir takım zorluklarla karşılaşma ve onlarla mücadele halinde olsa da, hiçbir zorluk insanın kendi nefsiyle olan içteki mücadelesi kadar zor olamaz.

Kişinin bünyesinde mevcut olan bu olumsuz özellikleri terbiye yoluna gitmesi gerekmektedir. Bir nefs eğitimi ve terbiyesi sistemine sahip olan tasavvufun da gayesi, insanı bu olumsuz özelliklerin dizginlerini eline almasıdır. Nefisteki kötülükler tamamen yok olamamaktadır. Nasıl ki bir çakıl taşı bin yıl suyun altında kalsa, sonrasında sudan çıktığında tekrar çakılsa kıvılcım çıkartır, işte nefiste böyledir. İnsan her zaman kendisini kontrol etmelidir.

Hz. Mevlana, Mesnevi'de insanı olumlu ve olumsuz özellikleri ile anlatırken, insanın kendisinin farkında olmasını ve kemale erişin ancak bu farkında oluş ile gerçekleşeceğinden dolayı insan-ı kâmil olmaya talip olanlara bu zorlu yolun inceliklerini, sırlarını, zorluklarını anlatmıştır. Hakiki bir mürşit olarak yolun tehlikeleri konusunda da rehberlik etmiştir. Hz. Peygamber'in; "Allah'ım! Beni bir an bile nefsimle baş başa bırakma!" duasındaki ikaza dikkat çekmiştir. Zira bu yola baş koyanların manevi tekâmülüne en büyük engel, insanın Rabbine yaklaşma yolunun en güç geçidi nefistir: Yol afetleri içinde nefisten beteri yoktur. Nefis yüz binlerce iyi adı kötüye çıkarmıştır. Yüz binlerce akıllı, fikirli adamı şaşkın bir hâle getirmiştir

4. GENEL DEĞERLENDİRME VE SONUÇLAR

Mevlana *Mesnevi'*de olumlu sıfatlar üzerinden anlatım metodunu öne çıkarmakla birlikle olumsuz sıfatların çoğu ise nefs ile ileşkilendirilmiştir. Meseleleri zıtlı ile anlatma usulünü benimsemiş olan düşünürümüz dört rezilet olan bilgisizlik, açgözülük, korkaklık ve haksızlığı olumlu erdemler üzerinden giderek anlatım yolunu daha fazla tercih etmiştir.

KAYNAKÇA

Ayvaz, M. (2019). *"Mevlânâ Celâleddîn Rûmî'nin Ahlak Öğretisinde Nefs-Ruh Ayrımı",* Türkiye Din Eğitimi Araştırmaları Dergisi.

Bircan, H. H. (2016) *"Mevlânâ'da İnsan ve Kurtuluşu",* İslâmi Araştırmalar Dergisi 27/1.

Çağrıcı, M. "İffett", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Erişim:29 Ağustos 2023).

Demirli, E. (2015). *Şair Sufiler Mevlana, Yunus Emre ve Niyazi-i Mısri Üzerine İncelemeler,* Sufi Kitap: İstanbul.

Durak, N. (2007). *"Mevlânâ'nin Ahlâk Öğretisinde İyi ve Kötü Kavramları",* Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi.

Ecmel, M. (2000). *"Sufi Ruh Bilimi," Sufi Psikolojisi* (Haz. Kemal Sayar), İstanbul.

Eraydın, (2004). *Tasavvuf ve Tarikatlar*, Marmara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Vakfı Yayınları: İstanbul.

Ergül¸ A. (2000). *Kur'an ve Sünnette Kalbî Hayat*¸ Erkam Yayınları: İstanbul.
İbn Miskeveyh, (2013). *Tehzîbu'l-Ahlâk,* çev.Abdulkadir Şener vd. Büyüyenay Yayınları: İstanbul.
Kara, M. "Hikmet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Erişim 12 Şubat 2023).
Karacoşkun, M. D. (2007). *"İbnü'l-Arabî'de İnsan Psikolojisine Yaklaşımlar Ve Kişilik Çözümlemeleri"*, Dinbilimleri Akademik Araştırma Dergisi, 7/2.
Kutluer, İ. "Hikmet", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Erişim 14 Şubat 2023).
Kutluer, İ. "Fesad", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* (Erişim 12 Şubat 2023).
Kur'ân-ı Kerîm Meâli, (2010). Ankara: Diyanet İşleri Başkanlığı.
Kuşeyrî, A. (2019). *Kuşeyrî Risalesi.* Süleyman Uludağ (çev.). Dergâh Yayınları: İstanbul.
Merad, A. "Islah", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi,* (Erişim 12 Şubat 2023).

Mevlânâ, C. R. (2004). *Mesnevi-i Şerif* trc. Şefik Can. Ötüken Yayınları: İstanbul.
Mevlânâ, C.R. (1995). *Mesnevî* (6 Cilt). Veled İzbudak (çev.). MEB Yayınları: İstanbul.
Nur, İ.H. (2017).*"Mesnevide Hayvan Karakterleri (Metaforları)"*, Uluslararası Türk Kültür Coğrafyasında Sosyal Bilimler Dergisi.
Okuyan, M. (1996). *"Kur'an'da Olumsuz İnsan Tipleri"*, II. Kur'an Haftası Kur'an Sempozyumu, Fecr Yayınevi: Ankara.

Özköse¸ A. (2007). *Tasavvuf ve Gönül Eğitimi*¸ Nasihat Yayınları: Ankara.
Gözütok¸ Ş. (1996). *Tasavvufta Şahsiyet Eğitimi*¸ Nesil Yayınları: İstanbul.

Uludağ, S. (2012). *Tasavvuf Terimleri Sözlüğü.* Kabalcı Yayıncılık: İstanbul.
İmam Nevevi, (2013). *Riyazu's-Salihin Muhtasar*, Işık Yayınları:İzmir.
Uludağ, S. "Bâtın İlmi", *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi* (Erişim 3Ağustos 2023).
Yılmaz. H. K. (2020). *Ana Hatlarıyla Tasavvuf ve Tarîkatlar.* Ensar Neşriyat: İstanbul.

OSMANLI'DA ÜRETİM ÖRGÜTLENMESİNDE ESNAF BİRLİKLERİ; DİKİCİ ESNAFI ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Kader AKDAĞ SARI

Kırklareli Üniversitesi, ORCID ID 0000-0002-6275-8277

ÖZET

Osmanlı İmparatorluğu'nda esnaf birlikleri yalnızca iktisadi faaliyetlerin sürekliliği açısından değil, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve siyasal bağlamlarda da önemli roller üstlenmişlerdir. Bu birlikler, toplumun çeşitli kesimlerini farklı meslek örgütlenmeleriyle bir araya getirerek ürünlerin belirli bir kalite standardına ulaşması ve tüketici açısından mal arzında sürekliliğin korunmasını sağlanmıştır. Osmanlı iktisadi dünya görüşünün temel ilkelerinden olan iaşenin sağlanması ya da diğer bir ifadeyle insan ihtiyaçlarının karşılanması esnaf örgütlenmeleri sayesinde gerçekleşmiştir. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki esnaf birlikleri üretime konu olan malların bol, kaliteli ve ucuz olarak sağlanması ve düzenlenmesinde önemli bir aracı olarak işlev görmüşlerdir. Bu birlikler, meslek gruplarını bir araya getirerek hem ekonomik hem de sosyal açıdan güçlü bir yapı oluşturmuş ve iaşenin etkili bir şekilde yürütülmesine katkı sağlamıştır.

Geleneksel ustalık, kalfalık ve çıraklık sisteminin işlediği bu örgütlenme, mesleklerin kuşaktan kuşağa aktarılmasını sağlayarak yeni işgücünün yetişmesine imkân tanımıştır. Üretim ve ticari faaliyetlerin düzenlenerek rekabeti dengelemeye yardımcı olan esnaf birlikleri, fiyatların, kalitenin ve arz-talep dengesinin korunmasıyla istikrara yardımcı olmuştur. Kendi içlerinde kurulan denetim mekanizmasıyla iktisadi hayatın gündelik faaliyetlerini mümkün olduğu kadar az ihtilaf doğuracak şekilde, güvenlik ve düzenin sağlanmasına katkıda bulunmuştur. Aynı zamanda Osmanlı Devleti, esnaf birlikleri sayesine iktisadi faaliyet içerisinde servetin belli ellerde toplanmasının önüne geçerek, sosyal ve ekonomik düzeni olumsuz etkileyecek her türlü oluşumu önlemeye çalışmıştır.

Üretim örgütlenmesinde önemli bir yere sahip olan esnaf birliklerinden biri de dikici esnafıdır. Bu çalışmada Osmanlı Devleti'ndeki esnaf teşkilatlarının yapısı, günümüz terimi ile "ayakkabıcı" esnafının bir kolunu oluşturan dikici esnafı örgütlenmesi üzerinden incelenecek, dikici esnafının hammadde temininden üretime, üretilen ürünlerin satışına kadar olan süreçteki faaliyetleri belgeler ışığında değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Esnaf Birlikleri, Dikici Esnafı, Üretim Örgütlenmesi

Artisan Associatıons in The Organization of Production in The Ottoman Empire; The Case of "Dikici Esnafı"

Abstract

In the Ottoman Empire, artisan associations played important roles not only in terms of the continuity of economic activities but also in social, cultural, and political contexts. Artisan associations brought various segments of society together with different professional organizations. It ensured that the products produced reached a certain quality standard and ensured the continuity of the goods for the consumer. One of the fundamental principles of the Ottoman economic paradigm was the satisfaction of human needs, which was accomplished through artisan organizations. Artisan associations in the Ottoman Empire functioned as an important intermediary in the provision and regulation of abundant, high-quality, and cheap goods subject to production. These organizations effectively maintained order by bringing together professional groupings to build a strong economic and social structure.

These organizations, in which the traditional master, journeyman, and apprenticeship systems operate, have enabled the transfer of professions from generation to generation and the training of a new labor force. Trade unions stabilized competition by regulating production and commercial activities. It helped stabilize prices, quality, and market balance. They helped to solve the daily problems of economic activities with the control mechanisms established within themselves and contributed to the provision of security and order. Through the artisan organization, the Ottoman Empire attempted to uphold social justice by avoiding the concentration of wealth in a few individuals within the economic system.

One of the artisan associations that had an important place in the organization of production was the "Dikici" artisans. In this study, the structure of artisans associations in the Ottoman Empire will be examined through the organization of the "Dikici" artisans, which constituted a branch of the "shoemaker" trades, similar to that of today. The activities of the sewing artisans in the process, from raw material procurement to production and sales of the products produced, will be evaluated in light of the documents.

Key Words: Artisan Associations, "Dikici" Artisans, Production Organization

Giriş

Osmanlı'da esnaf birliklerine ait değerlerin kökeni 13.yy.da Anadolu'da oluşan Ahilik teşkilatından gelmektedir. Hiyerarşik teşkilat yapısıyla karşılıklı denetim ve yardımlaşma ilkesine dayalı olan esnaf birliklerinin temeli, Anadolu'da Ahîliğin kurucusu olarak bilinen ve Ahî Evran olarak anılan Şeyh Nasîrüddin Mahmûd (ö. 1262)'a dayanmaktadır. Ahî Evran, üretim faaliyetlerinde usta, kalfa ve çırak ilişkilerini ve buna bağlı olarak iktisadî hayatı düzenleyen Ahîliğin Anadolu'da kurulup gelişmesinde büyük rol oynamıştır (Kazıcı, 1988). İktisadî faaliyetleri devletin de desteğiyle belirli bir düzen-organizasyon içinde yürütmek üzere kurduğu bu teşkilât, kurucusuna atfen Ahi Teşkilâtı ismini almıştır. Zengin-yoksul, üretici-tüketici, emek-sermaye arasındaki ilişkileri sosyal adalet etrafında gerçekleştirmek ve ahlaki bir toplum düzeni meydana getirmek Ahîliğin en önemli amaçları arasında yer almıştır (Öztürk, 2002, s. 2). Ahî teşkilâtıyla esnaf birlikleri arasında esnafın kural ve hukukunun tespitinde

doğrudan bir ilişki mevcuttur. Kal'a'nın da ifade ettiği üzere bu ilişki devletin de desteğiyle ilk devirlerden 19. yüzyılın ilk yarısına kadar süre gelmiştir (Kal'a, 1995).

Selçuklu dönemi esnaf birliklerinin devamı olan ve genellikle şehir ve kasabalarda bulunan Osmanlı esnaf birlikleri, yıkıcı rekabet yerine karşılıklı kontrol ve yardımlaşma esasına göre teşkilatlanmıştır (Kal'a, 1995). Bu hiyerarşik teşkilat yapısı ise iki kısma ayrılmıştır. Bunlardan ilki esnaf birliğinin idareci sınıfı olarak tanımlanabilecek; esnaf şeyhi, nakib, duacı, çavuş, yiğitbaşı, kethüda ve nizam ustalarından oluşmaktadır. İkincisi ise usta, kalfa ve çırak sistemi içerisinde üretim faaliyetlerinin yürütüldüğü kısımdır. Fütüvvet usulünü uygulayacak vasıflı esnafın azalması ve ticarete gayrimüslimlerin girmesiyle ahilerin teşkilatı kısacası tekke ve zaviyeler, Osmanlılarda yerini loncalara bırakmıştır (Nakiboğlu & Doğangün Yasa, 2013, s. 367).

Osmanlı Devleti'nde Esnaf Teşkilatının Yapısı

Mal ve hizmetlerin üretim ve dağıtımının sağlanması kadar hangi malların ne kadar ve kimler için üretileceği günümüzde olduğu gibi üretimin geçimlik düzeyinin etrafında şekillendiği endüstri öncesi ekonomilerde önemli bir konudur. Üretimde azalma ya da talepte herhangi bir artış, mevcut imkânların yetersizliği karşısında kolayca kıtlığa sebep olabilmektedir. Bu sebeple sadece tüketimin değil üretimin de dengede tutulması son derece önemlidir. Belirli mal ve hizmetlerin üretimini artırmak ancak başka üretim alanlarından çekilebilecek emek ve sermaye ile mümkün olduğundan eldeki kıt kaynakların bir başka üretim alanına sarf edilmesi, emek ve sermayenin çekildiği alanlarda üretimin azalması sonucunu doğurmaktadır. Esnaf örgütlerinin işçi ve dükkân sayısının belirlenmesi, tarımsal üretimin temel unsur olarak kalması ve toprağı terk ederek kentlere göç etmenin yasaklanması gibi uygulamalar, kıt kaynaklarla dengeyi sürdürebilme çabalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (M. Genç, 2005: 48-49).

Osmanlı Devleti'nde gerek iktisadi gerek sosyal örgütlenme bakımından esnaf birliklerinin faaliyetlerinin ön planda olduğu bir örgütlenme mevcuttur. Osmanlı şehirlerindeki zanaat ve esnaf birlikleri ekonomik yaşamın temelini oluşturmaktadır. Kent çarşısının her köşesinde bir lonca oluşmuş, her loncada da aynı mesleğe mensup esnaf bir araya gelmiştir. Kentlerin nüfusu ve ticaret hacmi arttıkça işbölümü ve uzmanlaşma da derinleşmiş ve esnaf birliklerinde artış görülmüştür (Ökmen & Yılmaz, 2008, s. 102).

Osmanlı Devleti, esnaf teşkilatı sayesine iktisadi faaliyet içerisinde servetin belli ellerde toplanmasının önüne geçerek, sosyal ve ekonomik düzeni olumsuz etkileyecek her türlü oluşumu önlemeye çalışmıştır. Milli gelirde sürekli bir artışın diğer bir değişle iktisadi büyüme anlayışının ne fiilen ne de fikren bulunmadığı bir çağda, başkalarının gelirlerini azaltmadan fertlerin gelirlerini artırmak yerine, az-çok eşitlikçi karakterdeki örgütlenmeleri yüzyıllarca desteklemiş ve geliştirmiştir (M. Genç, 2005: 302).

Esnafın teşkilat yapısı ürünlerde kalitenin sağlanıp belli bir standardizasyona ulaşmasında önemli bir yere sahiptir. Zira bu sistemde, belirli bir beceri ve kaliteye ulaşılmadan usta olunmamakta, yeteneksiz olanlar esnaflıktan çıkarılmaktaydı. Esnafın birbirileriyle ve kent yöneticileriyle ilişkilerini düzenleyen, esnafı hükümet yetkililerine karşı kethüda veya şeyh adı verilen kişiler temsil etmekte, yine bu kişiler esnafın seçtiği kişilerden oluşmaktadır. Esnafın

seçtiği bu kethüdalar kötü tutum ve davranış sergilemedikleri sürece görevlerine devam etmektedir. İstanbul'da dikici esnafı örneğinde görüleceği üzere, esnaf şikâyet üzerine kethüdalık nizamına uymayan kişiyi değiştirebilir yeni kethüda tayin edilmesini isteyebilirdi (Kal'a, 1998a, ss. 126-127). Örneğin; 19 Temmuz 1795 tarihinde dikici başı Osman, tahrik edici tavırlarından ötürü azledilerek yerine esnaf işlerine vâkıf ve esnafın en kıdemlilerinden olan Mehmet Usta tayin edilmişti (Tekin, 1992, s. 112). Kethüda veya dikici başı olarak seçilen kişilerin son derece güvenilir ve dürüst kimselerden olmasına dikkat edilirdi (Tekin, 1992, s. 111).

Her iş kolunun alt biriminde teşkilatlanan esnaf birliklerinin, birlik içindeki ilişkilerini ve üretimle ilgili kurallarını, devlet hukukunun yanı sıra esnafın belirlediği birtakım kaide ve nizamlar meydana getirmekteydi. Üretim ve çalışma ilişkilerinin düzenlenmesiyle ilgili belirlenen bu kuralların devletin koymuş olduğu kanunlara ters düşmemesine de özen gösterilmekteydi. Ayrıca esnafın kendi iç denetim ve üretim sürecine devlet müdahalesi söz konusu olabilmekteydi. Esnafın kendi iç yapısındaki özerklik durumu, ham maddenin temininden mamul mal haline getirilmesine kadar tüm süreçlerde yerini devlete bırakmıştır. Devlet müdahalesinin en önemli aracı ise talep-arz dengesini gözetebilmek üzere uygulanan narh politikasıydı (Kal'a, 1995)

Piyasanın yapısı gereği, üreticiler, mümkün olduğu kadar ucuza mâl ederek, kârlarını artırmak isterken; söz konusu mal ve hizmetleri tüketenler açısından ise malın mümkün olduğu kadar ucuz, kaliteli ve bol bulunması beklenmektedir. Farklı güdülerle hareket eden üretici ve tüketici arasındaki dengeyi gözeten iaşe ilkesi insanların ihtiyacını karşılamak üzerine kurulu Osmanlı iktisadi politikasının da temel ilkesidir (Büyükcan Sayılır, 2022, s. 296). Eksik rekabet şartlarında halkın refahı açısından fiyatlara müdahale edilmesi gerekliliği ise bir zorunluluk olarak benimsenmiştir (Tabakoğlu, 2005, s. 135). İaşenin sağlanabilmesi için üretimin planlanmasından fiyatların denetlenmesine kadar olan süreçte uygulanan en önemli müdahale yöntemlerinin başında ise, temel ihtiyaçları karşılayan mal ve hizmetlerde resmî tavan fiyat konulması diğer bir ifadeyle *narh* uygulaması gelmektedir(Kütükoğlu, 2006, s. 387). Narh gerek iaşenin sağlanmasında gerekse buhranlı dönemlerde müdahale açısından en elverişli araçlardan birini oluşturmaktadır.

Osmanlı Devleti'nde esnaf ve zanaatkârların belli bir dönemde hangi malları ne kadar üreteceği, hangi fiyatlardan satacağı baştan belirlenmekteydi. Ayrıca esnaf teşkilatı üretim ve satışın yanı sıra, işgücünün nitelikli hale gelmesinden yerel rekabetin düzenlenmesine kadar pek çok hususta söz sahibi idiler. Devletin genel politikaları, bölgenin kadısı ile bölge esnafı arasında oluşturulan hukuka göre şekillendiriliyor ve bu suretle şehirlerin iaşesi ve halkın temel ihtiyaçları fiyatlarda aşırı dalgalanmalara yer bırakmaksızın temin ediliyordu. Her esnaf birliğinin toplu olarak bir çarşıda bulunması alıcı-satıcı açısından kolaylık sağlarken, esnafın da birbirini kontrol edebilmesine olanak sağlamaktaydı.

Güvenlik ve düzenin sağlanması için esnaf örgütleri, iktisadi hayatın gündelik faaliyetlerini olabildiğince en az sorunla çözerek devleti külfetli bürokrasiden de kurtarmıştır. İktisadi faaliyetleri düzenlemekle görevli memurların sayısı, nüfusu yaklaşık yarım milyon olan İstanbul'da bile birkaç yüzü bulmamıştır. Oysa esnaf örgütlerinin zayıflamaya başladığı 19.

yüzyıl ikinci yarısında nüfusu değişmeyen şehirde, giderek kalabalıklaşan resmî görevlilerle aynı fonksiyonları yerine getirmek gerekmişti (M. Genç, 2005: 301).

Örgütlenme türü itibariyle "bir ağacın dallarına" benzetilen (M. Genç, 2005:294) iktisadi işleyiş, sıklıkla denetime tabidir. Piyasanın denetlenmesi ise kadı ve muhtesibin[338] görevleri arasındadır. Ticaret ahlakına uygun olmayan davranışlar öncelikle esnafın iç denetimi, ardından kadı ve muhtesibin denetimleriyle karşılaşmaktadır. Esnafın üretimde kullanacağı hammadde temininde zorluk yaşanmaması için belli hammaddelerin belli esnafa tahsisi yöntemi uygulanmakta, böylelikle tekelcilik de kırılmış olmaktadır (Tabakoğlu, 2009:335). Esnafın belli bir beceriye ulaşmadan usta olamayacağı bu sistem, devletin uyguladığı narh politikasının en önemli yürütücüsü ve denetimcisi olarak işlev göstermektedir (Tabakoğlu, 2009:336). Kısacası tekelci eğilimlerin engellenmesi, mal arzının sürekliliği, nihai malların üreticiden tüketiciye en kısa yoldan ulaştırılması fiyat istikrarını sağlamada önemli etkenler arasındadır (Tabakoğlu, 2009:341-42).

Esnaf birlikleri tüm işkolunu kapsayacak şekilde bir teşkilatlanmaya gitmeyip, faaliyet alanlarını kapsayan mal ve hizmetin niteliğine göre ayrı gruplar halinde örgütlenmişlerdi (Kal'a, 1998b, s. 84). Bir malın ham madde temininden son tüketim birimi haline kadar geçirdiği her aşamada ayrı esnaf birlikleri faaliyet göstermekteydi. Üretim sürecindeki farklılaşma, belirli bir mekânda üretilen farklı nitelikteki her mal ve hizmet için farklı birliklerin oluşması anlamına gelmekteydi. Örneğin; dericilikte, derinin temini için gerekli canlı hayvanı sağlamak celeplerin, canlı hayvanı salhânelerde kesip derisini debbağlara vermek kasapların, deriyi işlemek debbağların, derinin mamul hale gelmesi kavaflar ve saraçların görevleri arasındaydı. Bahsi geçen ayrı teşkilatlanma mamul mal dışında hizmetler için de geçerliydi. (Kal'a, 1995). Teşkilatlanma itibariyle birliğe dahil olabilmenin ön koşulu ise mevcut esnaf birliğinin içinde çıraklıktan itibaren yetişmiş olmak veya ekonomi yararına yeni bir mal ve hizmet üretmekten geçmekteydi. Yeni bir teknik, uygun fiyat ve yüksek kalitede üretim ve hizmet yeni bir esnaf birliğinin kurulması anlamına geliyordu (Kal'a, 1995).

Ancak 18. yüzyılın sonlarına doğru mal ve faktör piyasalarının genişlemesi, nüfus artışı, üretim ve tüketim alışkanlıklarındaki değişme gibi etkenler, esnaf birliklerine tanınan öncelikli alım tekellerinin de değişmesi demekti. Esnaf birliklerine tanınan bu tekeller, iktisadî hayata zarar vermeye başlamış, zorunlu gıda maddeleri dışındaki ürün ve ham maddelerin belirli esnaf birliklerinin satın alma tekellerine aidiyeti 1794'te kaldırılmıştır. Yine, İstanbul'un iaşesi için belirli bölgelerde esnaf birliklerine tanınan bir takım öncelikler de 1838 Baltalimanı Antlaşması ile kaldırılmış (Kal'a, 1995) bu durum esnaf ve zanaatkârların başta hammadde temini olmak üzere çoğu haklarına zarar vermiştir.

Hammadde Temini ve Üretimde Dikici Esnafı

18. yüzyıl Osmanlı Devleti'nde faaliyet gösteren esnaf birliklerinden biri de dikici esnafıdır. Belgelerde günümüzdeki ayakkabı ve ayakkabıcı kelimesine rastlanmamakta, bu malı üretenler "babuççu (babuçi)", "başmakçı", "dikiçi" ve "haffaf" olarak ifade edilmektedir (Kuru & Paksoy, 2007, s. 823).

[338] Muhtesibin görevleri konusunda detaylı bilgi için bkz. (Kazıcı, 1998)

Ham maddenin esnafa bölüşümünde, birliklerin birbirlerine müdahalesinin engellenmesi ve ürünün spekülasyon konusu hale gelmemesi için uygulanan sistemin rolü büyüktür. Hangi ham maddenin hangi esnaf birliğine ait olduğu ve esnaf birlikleri arasında nasıl dağıtılacağı önceden tespit edilmiştir. Ham maddeler, belirlenen esnaf birliklerince alınarak paylaşımı yapılacak iskele ve pazarlara tüccar eliyle getirilmekte ve ilgili esnafın ihtiyacı kadar alması sağlanmaktadır (Kal'a, 1995).

Dikici esnafının hammaddesini sahtiyan denen tabaklanmış deriler oluşturmaktaydı. Derinin tabaklanma işlemiyle ise debbağlar uğraşmaktaydı. Hangi bölgeden getirildiğine bakılmaksızın derilerin ve yağ tulumlarının işlenmesinden sadece debbağlar sorumludur. Debbağların debbağhanelerde sepiledikleri ve çeşitli renkleri verdikleri deriler, dikici esnafı için en önemli hammaddeydi (Akdağ Sarı, 2019, s. 1322).

Osmanlı devletinde deri savaş malzemesi olarak önemli bir yere sahipti. Bu yüzden devletin izni olmadan derinin ihracı yasaklanmıştı. Debbağlar tarafından işlenen deriler öncelikle tersane, barut, kurşun, gülle gibi harp malzemelerinin bulunduğu cebahane, tophane ve mehterhane gibi askeri kurumların ihtiyacının karşılanmasında kullanılmaktaydı. Askerî ihtiyaçların karşılanması üzerine debbağlara işlemiş oldukları deriyi piyasa şartlarına göre daha düşük bir fiyat ile devlete satma zorunluluğu getirilmişti. Dolayısıyla debbağlar devlete karşı vermeyi taahhüt ettiklerinin dışında kalan derileri piyasaya sürebilmekte, işlenen deriyi dikici esnafına satmaktaydı (Hülagü, 2002, s. 2).

Deri; dikici esnafının en önemli hammaddesiydi. Örneğin Suriye yakınlarında Ekber- i Yemen tarafından geliştirilen yemenicilik zanaatına baktığımızda, bir yemeni yapımında yaklaşık 5 farklı deri çeşidi kullanıldığını görüyoruz. Bu kaba erkek ayakkabısının tabanı manda derisi, yüzü keçi derisinden, iç astarı koyun derisinden, iç tabanı sığır veya keçi, son olarak da kenarı oğlak derisinden sadece el emeği kullanılarak dikiliyor kaliteli ve insan sağlığına uygun olması esas alınıyordu. Bir ayakkabıda bu kadar çok deri çeşidinin kullanılması, hammaddeyi temin etme konusundaki şikâyetlerin ne derece önemli olduğunu göstermektedir ("Köşkerlik (Yemenicilik, Çarıkçılık)", 2021, ss. 99-100). 18. Yüzyılda esnaf sorunlarının incelendiği bir çalışmada alım-satım işlemlerine göre en fazla sorunun tespit edildiği esnaf birliklerinin arasında debbağların gelmesi (Nakiboğlu & Doğangün Yasa, 2013, s. 377) ilgili hammadde temini sürecinin ne derece güç olduğu hakkında fikir vermektedir.

İstanbul'un sahtiyan ihtiyacı Kayseri, Tokat, Konya, İznik, Balıkesir'e bağlı Edincik, Anadolu ve Rumeli'nin bazı beldelerinden karşılanmaktaydı. Üsküdar ve İstanbul gümrüğüne tacir ismi ile olarak da geçen bazerganlar tarafından, kara veya deniz yoluyla getirilen sahtiyan, meşin, kösele ya da buzağı, dana derisi dediğimiz gavseleler bağları açılmadan, gümrük işlemleri bittikten sonra, gümrük emininin aracılığı ile Mercan Çarşısında bulunan loncalarda bölgeleri belli olan yerlere getirilmekteydi (Kal'a, 1998a, s. 297). Ayrıca Yedikule dışındaki debbağhanelerde işlenen sahtiyanlar, çizmeci başı, dikici başı, tacirler kethüdası ve yiğitbaşıları aracılığı ile dağıtımı ve bölüşümü yapılmak üzere, müzayededen sonra tacir esnafına verilmekteydi (Kal'a, 1998a, ss. 311-312).

Tacir esnafı ise tacirhane denen yerlerde bu sahtiyanların tevzi ve taksim işleminden sorumlulardı. Bu bölüşümlerin hangi oranlara yapıldığına dair eldeki veriler yetersiz ise de İstanbul'da bu bölüşüm yapılırken, bezirgân ya da tacir taifesinin kuralara karşı gelerek bu

hammaddeyi boya, onarım veya cila bahanesiyle tüccar hanelere değil de taşraya götürüp satmak istediği veya hanlarda bekletip, dikici, çizmeci ve tacir esnafının hammadde konusunda sıkıntıya düşürdüğü belgelerde sıklıkla geçmektedir. Örneğin; 10/46/175 numaralı, Ağustos 1781 tarihli hükümde; Küçükçekmece'de debbağ esnafının, deri alım satım nizamında, bu nizama uymayan dikici esnafından Rum tebaasına mensup Yorgo oğlu Manol'u ve Hristo oğlu Dimitri'yi, davar ve koyun derilerini kasaptan alıp gizli saklı işler yaptıkları, haksız kazanç sağlamaya çalıştıkları, uyarılara rağmen kurala uymadıkları için şikayet etmişlerdi (Kal'a, 1998a, ss. 311-312).

Dikici esnafına üretim için gerekli olan çiriş, ökçe tahtası, iplik, kalıp, muşta, çuval gibi malzemeler ise attar ve abacı esnafı tarafından temin edilmekteydi. Özellikle dikici esnafının ihtiyacı olan iplikler abacı esnafının malı olup, İstanbul ve çevresinde bulunan 339 adet abacı dükkanından 29'u iplik alıp satmaktaydı. Bu esnafın alıp sattıkları iplikler dışarıdan İstanbul'a geldiğinde fiyatları abacı esnafı tarafından en fazla %10 kârla belirlenerek dikici esnafına satılmaktaydı. Bu husus abacı esnafı ile dikiciler arasında kural haline getirilmişti (Tekin, 1992, s. 109).

Osmanlı dönemindeki ayakkabılar, kullanılan malzemeye, biçimlerine ve kullanıldıkları yere göre adlar alırdı. Basmak, cimcime, capula, çizme, yarım çizme, çedik papuç, edik, fotin, galoş, mest, kalçın, kundura, merkub, nalın, sandal, terlik, tokmak, yemeni başlıca ayakkabı çeşitleriydi (Kanışkan, 2011, s. 37). Dikici esnafı da kendi içerisinde mest dikenler, pabuç dikenler, çedikçi, çarıkçı, kunduracı, mavi sahtiyandan pabuç yapanlar, kırmızı sahtiyandan pabuç yapanlar, yemenici, terlikçi gibi alt gruplara ayrılırdı. Bu alt grupların sadece kendi zanaatlarını icra etmeleri, birbirinin üretimine ve bölgelerine karışmamaları da kanunlar ile belirlenmişti (Tekin, 1992, ss. 116-123). Aralık 1792, 12/18/48 numaralı; İstanbul'da mest, terlik, çedik, dikici ve ayakkabı dikici esnaflarının tahsis, üretim nizamlarının yenilenmesi ile ilgili hükümde; kırmızı ve siyah boyalı sahtiyandan sadece mest, terlik ve çedik dikildiğini ve üretiminin ancak bu taifelere mahsus olduğunu, bu taifelerin toplam sayısının yirmi kişi ile sınırlandırıldığı, sarı boyalı sahtiyandan ise her çeşit ayakkabı dikmenin dikici esnafına mahsus olduğu belirtilmekteydi (Kal'a, 1998a, ss. 188-189). Bu kanuna rağmen dikici esnafının bu taifelerin dikimlerine karıştığını, kırmızı ve siyah sahtiyandan ayakkabı diktiği, bahsi geçen taifelerinde sarı sahtiyanı kullanıp birbirleriyle muhalefete ve rekabete girdikleri görülmektedir. Dikici esnafı karşısında sayıca az olan mest, terlik ve çedik dikenlerin, bu rekabete girmenin kanunlara aykırı olduğunu ve bahsedilen taifelere karışmamak adına söz verdiklerini, herkesin kendi sanatını işlemek ve bir diğerinin sanatına karışmamaları gerektiği de bir diğer belgede mevcuttur (Kal'a, 1998a, ss. 382-384).

Osmanlıda bu esnaf birliği içerisinde bu kadar alt grupların varlığının yanı sıra her alt grup da kendine ait renklerde üretim yapmaktaydı. Ayakkabının rengi yaşa, göreve ve sosyal düzeyine göre değişmekteydi. Örneğin; Anadolu geleneğine göre bekâr kadınlar sarı, evli kadınlar kırmızı, dul iseler yeşil çarık ya da ayakkabı giymişlerdir (Kuru & Paksoy, 2007, s. 825). Ayrıca Osmanlı Devleti'nde kapıkulu ocağının yüksek rütbeli subayları bir tür imtiyaz simgesi olarak sarı renkli pabuç ve çizme giyerken, Osmanlı yeniçeri ocağında ise yayalar sarı çizme, bölük başları kırmızı çizme, küçük zabitler siyah çizme giymişlerdir. O dönemde, gayrimüslimlerin sarı renk ayakkabı giymesi ise kurallara aykırıydı. Siyah ve mor renkli pabucu Yahudi ve

Ermeniler kullanırken, Rumlar ise kırmızı ayakkabı kullanırdı (Tekin, 1992, s. 108). 1839 yılındaki Tanzimat Fermanı ile bu uygulamalara son verilmiştir (Kuru & Paksoy, 2007, s. 824).

Pabuç diken ustaların günlük üretim miktarları da tespit edilmiş ve bu kendi aralarında nizâm kabul edilmişti. Bu miktarın üzerinde imalat yapıldığı taktirde üretilen pabuçların reddedileceği belirtilerek, fazla üretim engellenmiştir. 24 Kasım 1780 tarihli bir nizamnameye göre bir ustanın dikebileceği miktar 6 çift merdane, 8 çift zenne, 10 çift kotana olarak belirlenmiştir (Tekin, 1992, s. 108).

Faaliyet alanlarına müdahale esnaf birlikleri arasında görülen şikayetlerden biridir (Nakiboğlu & Doğangün Yasa, 2013, s. 390). Esnaf birlikleri arasında rekabetin önlenmesine ve her esnaf birliği arasındaki iş bölümünün kanunlarla belirlenmiş olmasına rağmen, dikici esnafı ve hammaddesini sağladığı debbağ esnafı veyahut da hammaddesini temin ettikten sonra diğer dikici esnafları arasında bölüşüm ve üretim konularında rekabete girdikleri görülmektedir. Örneğin; 1/248//1115 numaralı Ekim 1744 tarihli Üsküdar kazası muzafatından (şube) Gebze kazasına olan hükümde, dikici esnafına mahsus olan pabuç ve çizme üretiminin hiç alakaları yokken, terzi ve bakkal taifelerinin bu üretime karıştığı, dükkân ve çevrelerinde, dikici esnafına ait sanatları işledikleri, bu nedenle kovuldukları görülmektedir (Kal'a, 1998a, s. 34).

Üretilen Ürünlerin Satışı

Dikici esnafı dikmiş olduğu ayakkabıların satışı yapılmak üzere Bezzesiztan denen esnaf çarşılarının içerisinde bulunan haffafhanelere getirilir burada satıcı ve alıcı arasında müzayede işlemini yapan dellallar aracılığı ile ayakkabıcı denilen haffaflara satılırdı. Her haffafhanede dikici esnafının satmış olduğu malları kontrol etmek üzere bir bilirkişi bulunmaktaydı. Bu bilirkişi dikilen malın kalitesini onaylamakla sorumluydu. Eğer bu mallar kalite standartlarına göre üretilmemişse veya mal ayıplı çıkmış ise satışı yapılmak üzere eskici taifesine verilirdi. Eskici taifesi sadece bu şekilde ayıplı, kusurlu, üretimi kaliteli olmayan ya da kalitesi düşük olan malları satmakla mükellefti. Mal kaliteli ise haffaflar dikici esnafından bu malları belirlenen fiyata göre, ücreti peşin ödenerek alınmaktaydı. Ancak bu işlemler sırasında esnaf birlikleri arasında sorunlar çıkmaktaydı. Örneğin; satış sırasında haffaflar dikici esnafına zorluk çıkarmış, eksik/sahte para vermiştir. Bunun üzerine dikici esnafı da yeni ayakkabıları eskici taifesine vererek bu üç grup arasında sorunlara sebep olmuştur. Eskici taifesinin yeni ayakkabı satışından men olunduğu ilgili belgede de vurgulanmaktadır. Hatta bu belgede dikici esnafı; mallarını değerinden noksan ödeyen haffaflara karşılık, ürettikleri ayakkabıları istedikleri mahallelerde satmak için talepte bulunmaktadırlar (Kal'a, 1998a, s. 284). 5/304/914 numaralı Aralık 1760 tarihindeki belgede, eskici taifesinin yeni ayakkabıyı satamayacakları bir kez daha belirtilmiş, haffaf taifesi de değerinden az akçe ödediği dikici esnafını zor durumda bıraktığı için uyarılmıştır. Dikici esnafı ile haffaflar arasında kalite ve fiyat anlaşmazlığı sıklıkla mevcut olup, bu anlaşmazlıkların giderilmesi ancak mahkemeler aracılığıyla mümkün olmuştur. Nizamın uygulanıp uygulanmadığı ise memurlar vasıtasıyla gizlice çarşıda yapılan teftişler neticesinde ortaya çıkmaktaydı. 1795 tarihli bir fermanda "*esnafın şu anda iyi ayakkabı dikmedikleri ve en kötüsünü ise iyi fiyattan sattıkları*" belirtilmiş ve bu durumun "*fesadın kaynağı*" olduğu ifade edilmişti (Tekin, 1992, s. 107).

Esnafların kendi alanlarında uzmanlaşması ve sadece kendi bölgelerinde üretim ve satış yapacakları hükmü belirtilmiştir. 4/264/797 numaralı Şubat 1758 İstanbul kadısına olan bir diğer hükümde; mest, pabuç ve dikici esnafının satış nizamına ve diğer dikicilerin bu nizama muhalefet etmesiyle ilgili olarak; İstanbul'da Alacahamam yakınlarının mest, pabuç ve çedik dikicilerine ait olduğunu, fakat diğer dikici taifelerinden birkaç kişinin bu bölgelere karıştığı belirtilmektedir. İlgili belgede, İstanbul'da Alacahamam bölgesinden sorumlu kişiler, Galata'ya bağlı Ortaköy'den sorumlu kişiler, Eyüp kadısına bağlı Hasköy' den sorumlu olan kişiler ayrı ayrı belirtilmekte, mavi mest ve pabuç dikenlerin sadece Alacahamam bölgesinde üretimlerini gerçekleştirebilecekleri diğer dikici taifelerinin kendi bölgelerinden başka bu bölgeye karışmaması gerektiği açıklanmaktadır (Kal'a, 1998a).

Osmanlıda esnaf sisteminin en önemli değerlerinden biri de hiç kuşkusuz kalite anlayışı ve bu anlayış çevresinde üretim yapmak olmuştu. Sıkı denetim mekanizmasıyla kurallara aykırı davranan ve ürün kalitesinden ödün veren esnaf, önce uyarılmakta, ardından cezalandırılmaktaydı. Eğer bu yöntemler de işe yaramaz ise son çare esnaflıktan çıkarılmaktaydı. Nizamnamelere aykırı davranıldığında en sık uygulanan cezalandırma türü ise esnaflıktan ihraç idi. Kötü ahlak sahibi olmak, iftira etmek, kavgacı olmak ve esnafın kurulu düzenini bozmak esnaflıktan atılmak için yeterli sebeplerdendi. 5 Eylül 1768 tarihinde dikici esnafı, Yusuf isimli ustanın kötü ahlaka sahip olduğu ve yalan söyleyerek iftirada bulunduğunu iddia ederek Yusuf'un ihracını istemişler, Yusuf ise pişman olduğunu belirterek ihraçtan kurtulmuştu (Tekin, 1992, s. 113). Aynı şekilde kötü söz sahibi olan ve esnafı rahatsız eden Dimitri isimli Frenk pabucu diken usta da ihraç edilerek esnaflıktan uzaklaştırılmıştı. Bir başka cezalandırma ise sürgündü. Sürgün cezası da genellikle esnaf içinde karışıklığa ve huzursuzluğa sebep olanlara verilmekteydi. Örneğin, ayakkabının kıtlık sonucu pahalılaşmasına sebep oldukları için Midilli Adasına sürülen dikici ve tacir esnafından birkaç kişinin yine diğer ustalar tarafından nefislerini ıslah ettikleri gerekçesiyle, rica üzerine serbest bırakılması talep edilmektedir (Kal'a, 1998a, ss. 141-143).

Dikici esnafının kurallara aykırı davranmalarıyla kale hapsi ve küreye konma cezası da verilebilmekteydi. Müslüman olanlar suçlarına karşılık kalebent [kale hapsi] ile cezalandırılırken gayrimüslimler ise vaz-ı kürek [küreye konma] ile cezalandırılmaktaydı (Tekin, 1992, s. 115).

Tüm bu cezaların yanı sıra en önemli cezalandırma ise esnafın itibarını kaybetmesiydi. Denetim sırasında kalitesi beğenilmeyen ya da kurallara aykırı bir davranışı saptanan ve bunun üzerine şikâyet edilen dikici esnafının yapmış olduğu pabuçların, dükkânın çatısına asılması, halka teşhir edilerek o ayakkabıcının esnaf içerisindeki itibarının düşürülmesi dikici esnafının karşılaşmak istemeyeceği bir durumdu. Günümüzde '*gözden düşmek, itibarı yok olmak*" anlamında kullanılan '*pabucu dama atılmak*' deyiminin buradan geldiğini ileri sürülmektedir (Çiftçi, 2004, s. 28).

Sonuç

Osmanlı döneminde esnaf ve zanaatkârlar hem ülkenin iktisadi düzeninin hem de gündelik hayatın önemli bir parçası idi. Bugünün modern dünyasının üretim örgütlenmesiyle kıyaslanamayacak ölçüde teşkilatlı, eğitimli, üründe kaliteye önem veren ve çalışma yaşamında ahlaki düzenin varlığını kabul eden, büyük bir itinayla belirlenmiş kuralların büyük ölçüde uygulandığı uyumlu bir yapı görülmekteydi.

Osmanlı Devleti'nde üretim sürecinde faaliyet gösteren sayısız esnaf birliklerinden biri de Dikici Esnafı idi. Günümüzde ayakkabıcı olarak tanımlanması mümkün olsa da ilgili dönemde ayakkabı üretiminin, üretimin her aşamasında kullanılan hammaddeye, üretilen ürünün rengine, kullanım alanına göre çok çeşitli adlar aldığını belirtmek gerekir. Kendi içlerinde üretimin niteliğine göre alt kollara ayrılan dikici esnafı aynı zamanda sunmuş olduğu hizmet gereği birçok esnafla ilişkiliydi. Debbağlar, haffaflar, eskiciler, attarlar, abacılar, tacirler, dikici esnafının yakın ilişkide olduğu esnaf birliklerinden sadece birkaçıdır.

Dikici esnafı örneğinden hareketle Osmanlı Devleti esnaf teşkilatlarının yapısının temel kaideleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Osmanlı iktisadi düzeninin temelini oluşturan iaşe ilkesinin sağlanması ancak iyi işleyen esnaf birlikleri sayesinde mümkün olmuştur. Üretimde belirli bir kalitenin sağlanması, mal arzının sürekliliğinin temini, kural ve nizamnamelerin işlerliği bu dönemin temel unsurları arasında yer almış bu sayede uzun yıllar sosyal adaletin sağlanabilmesi ve korunması olanaklı hale gelmiştir.

Kaynakça

Akdağ Sarı, K. (2019). 19. Yüzyıl Ortalarında Tatarpazarı'nda Etnik/Dini İşbölümü ve Gelir Dağılımı. *History Studies, 12*.

Büyükcan Sayılır, Ş. (2022). Devlet, İnsan ve Ekonomi: Merkezi Otoritenin Esnafla İlişkisi ve İhtikâr Faaliyetleri. *AVRASYA Uluslararası Araştırmalar Dergisi, 10*, 295-311.

Çiftçi, C. (2004). Müşteri Memnuniyeti, Kalite ve Osmanlı Esnafı. *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*.

Genç, M. (2005). *Osmanlı İmparatorluğunda Devlet ve Ekonomi* (4. baskı). Ötüken Neşriyat.

Hülagü, M. M. (2002). Kayseri'de Sahtiyan Üretimi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-18.

Kal'a, A. (1995). Esnaf. İçinde *TDV İslam Ansiklopedisi*. Geliş tarihi gönderen https://islamansiklopedisi.org.tr/esnaf

Kal'a, A. (1998a). *İstanbul Külliyatı VIII- İstanbul Esnaf Tarihi*. İstanbul: İstanbul Büyük Şehir Belediyesi Kültür A.Ş.

Kal'a, A. (1998b). *İstanbul Külliyatı VII-İstanbul Esnaf Birlikleri ve Nizamları 1*. İstanbul: İstanbul Büyük Şehir Belediyesi Kültür A.Ş.

Kanışkan, E. (2011). *Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatına Giyim Kültürünün Yansımaları*. Anadolu Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.

Kazıcı, Z. (1988). Ahîlik. İçinde *TDV İslam Ansiklopedisi*. Geliş tarihi gönderen https://islamansiklopedisi.org.tr/ahilik

Kazıcı, Z. (1998). *Türk Zabıta Teşkilatının Temelleri Osmanlılarda İhtisâb Müessesesi* (2. baskı). İstanbul: İstanbul Belediye Zabıta Vakfı Yayınları.
Köşkerlik (Yemenicilik, Çarıkçılık). (2021). İçinde *Geleneksel Meslekler Ansiklopedisi* (C. 2, ss. 95-109). T.C. Ticaret Bakanlığı.
Kuru, S., & Paksoy, C. (2007). Anadolu'da Ayakkabı ve Cumhuriyet Dönemi Ayakkabı Kültürü. *38. ICANAS Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi, 2,* 821-836. Ankara.
Kütükoğlu, M. (2006). Narh. İçinde *TDV İslam Ansiklopedisi* (C. 32, ss. 387-389).
Nakiboğlu, A., & Doğangün Yasa, B. (2013). 18. Yy.'da İstanbul Esnafının Sorunları. *Turkish Studies, 8,* 363-392.
Ökmen, M., & Yılmaz, A. (2008). Klasik Dönemden Tanzimat'a Osmanlı Kenti ve Yerel Yönetimler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 91-112.
Öztürk, N. (2002). Ahîlik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7,* 2-12.
Tabakoğlu, A. (2005). *Toplu Makaleler I İktisat Tarihi*. İstanbul: Kitabevi.
Tabakoğlu, A. (2009). *Türkiye İktisat Tarihi* (9. bs). İstanbul: Dergâh Yayınları.
Tekin, Z. (1992). *Tanzimât Dönemine Kadar Osmanlı İstanbul'unda Dericilik*. Marmara Üniversitesi, Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü.